

**Л. Л. Носач**

**ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

2021

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут»

**Л. Л. Носач**

**ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

Навчальний посібник

Харків «ХАІ» 2021

УДК 339.5(075.8)  
Н84

Рецензенти: д-р екон. наук, проф. О. С. Шуміло,  
канд. екон. наук, проф. В. О. Козуб

**Носач, Л. Л.**

Н84 Теорія і практика міжнародної торгівлі [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Л. Л. Носач. – Харків : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т», 2021. – 141 с.

Розглянуто теоретичні основи й головні питання функціонування та розвитку сучасної системи міжнародної торгівлі. Висвітлено суть і роль міжнародної торгівлі в економічному розвитку, основні теорії міжнародного торговельного обміну, торговельну політику, організаційні та фінансові аспекти міжнародної торгівлі, нормативно-правове регламентування та практику укладання міжнародних торговельних угод. Наведено запитання для самоконтролю, проблемні питання для обговорення та завдання для набуття практичних навичок.

Для студентів економічних спеціальностей, зокрема галузі знань 29 «Міжнародні відносини», а також аспірантів, науковців і практичних працівників у сфері міжнародних економічних відносин.

Іл. 1. Табл. 16. Бібліогр.: 36 назв

**УДК 339.5(075.8)**

© Носач Л. Л., 2021  
© Національний аерокосмічний  
університет ім. М. Є. Жуковського  
«Харківський авіаційний інститут», 2021

## ПЕРЕДМОВА

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

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

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

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

Навчальний посібник розроблено відповідно до вимог стандартів вищої освіти України для першого (бакалаврського) рівня галузі знань 29 «Міжнародні відносини».

Зміст посібника сприятиме підвищенню професійних знань студентів спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини», допоможе зрозуміти та засвоїти предметну область дисципліни «Теорія і практика міжнародної торгівлі», її методологію, сучасну термінологію, що застосовується під час здійснення міжнародної комерційної діяльності, основні закономірності та тенденції розвитку сучасної міжнародної торгівлі, основні методи регулювання міжнародної торгівлі та правила врегулювання торговельних суперечок, зміст і структуру міжнародного комерційного контракту, принципи товарного менеджменту і маркетингу при проведенні зовнішньоторговельних операцій.

# 1 ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

## 1.1 Суть міжнародної торгівлі та її специфічні риси

**Міжнародна торгівля** – це торгівля між резидентами різних країн, якими можуть бути фізичні та юридичні особи, фірми, транснаціональні корпорації (ТНК), некомерційні організації тощо. Вона передбачає добровільний обмін товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці між сторонами торговельної угоди. Оскільки такий обмін є добровільним, то обидві сторони угоди повинні бути впевненими, що одержать вигоду від цього обміну, в протилежному випадку угода не буде укладена [19].

Важливою характеристикою міжнародної торгівлі є її **географічна та товарна структура**, тобто структура з огляду на географічний розподіл і товарне наповнення.

*Географічна структура міжнародної торгівлі* – це розподіл торговельних потоків між окремими країнами та їх групами, створеними за територіальною або організаційною ознакою.

*Територіальна географічна структура* узагальнює дані про масштаби міжнародної торгівлі країн, що належать до однієї частини світу або групи країн (розвинуті країни, країни, що розвиваються, країни з перехідною економікою).

*Організаційна географічна структура* узагальнює дані про міжнародну торгівлю або між країнами, що належать до інтеграційних торговельно-політичних об'єднань, або торгівлю між країнами, що виокремлюються в певну групу за вибраним критерієм (країни-експортери нафти, країни-боржники тощо).

Товарна структура міжнародної торгівлі формується під впливом конкурентних переваг, які має народне господарство країни. Конкурентні переваги є у випадках, коли в країні ціни на експортні товари (або внутрішні ціни) нижчі від світових. Відмінності в цінах зумовлені різними витратами виробництва, котрі залежать від двох груп чинників.

**Першу групу** чинників формують природні конкурентні переваги. До них належать переважно природно-географічні чинники: клімат, наявність мінеральних копалин, родючість ґрунтів тощо.

**Другу групу** чинників (соціально-економічних) формують набуті конкурентні переваги. Ці чинники характеризують науково-технічний і економічний рівень розвитку країни, її виробничий апарат, масштаби і серійність виробництва, виробничу та соціальну інфраструктуру, масштаби науково-дослідних робіт. Вони визначають конкурентні переваги, що були здобуті в процесі розвитку народного господарства.

У світовій торгівлі товарними видами продукції найвищі показники зростання за період 2010–2018 рр. має продукція обробної промисловості (6,0 %). Світовий експорт палива та видобувної продукції досяг найменшого

показника зростання (3,0 %). Темпи зростання світового експорту в 2,0 рази перевищують зростання світового товарного виробництва [11].

## 1.2 Основні етапи розвитку міжнародної торгівлі

Розвиток міжнародної торгівлі найчастіше розглядають за таким критерієм, як основні події в світі.

Виокремлюють п'ять основних етапів еволюції міжнародної торгівлі:

I етап – початковий комерційний період (1500–1850 рр.);

II етап – період становлення міжнародного товарообігу (1850–1914 рр.);

III етап – період між двома світовими війнами (1914–1945 рр.);

IV етап – повоєнний період (1945 – перша половина 70-х років);

V етап – період глобалізації світової економіки (кінець 70-х років – дотепер) [17].

**Перший етап** починається з часів великих географічних відкриттів, які спричинили активне перевезення товарів до нових земель. Експортними товарами були готові вироби, що вироблялися з місцевої сировини. Торгівля колоніальними товарами сприяла становленню капіталізму в Європі та більше трьохсот років визначала розвиток міжнародної торгівлі. Здійснення колоніальних подорожей супроводжувалося великим ризиком, але отримання швидких і значних прибутків були сильним стимулом для залучення нових учасників торгівлі.

**Другий етап** характеризується остаточним закріпленням колоніальних імперій на фоні швидкого індустріального розвитку європейських країн та США. Торгівля зростає швидшими темпами, ніж виробництво. Через це економіка різних країн стає більш відкритою. Змінюється товарна структура міжнародної торгівлі. Так, торгівля спеціями, яка переважала у попередні століття, замінюється обміном сировинними товарами (близько 60 % усієї торгівлі) та переходом до обміну промисловими виробами.

**Третій етап** характеризується такими найголовнішими подіями:

1. Перша світова війна, яка зруйнувала економіку європейських країн.
2. Велика економічна криза 1929–1933 рр., яка досить жорстко поставила питання про ефективність внутрішньої торгівлі.
3. Друга світова війна, яка зруйнувала світову економічну систему та різко похитнула віру країн, що розвиваються, у торгівлю як рушійну силу економічного зростання.
4. Подальший перерозподіл світових ринків.
5. Перехід у 1944 р. до нової, більш ефективної Бреттон-Вудської валютної системи.
6. Формування двох світових систем господарства.

Для **четвертого етапу** розвитку міжнародної торгівлі характерні такі основні події:

1. Розпад світової колоніальної системи та швидкий розвиток колишніх колоніальних держав, які стають новими гравцями на світових ринках.

2. Посилення розвитку світових систем господарювання: капіталістичної та соціалістичної.

3. Вивезення капіталу за межі національних кордонів, що забезпечувало збільшення експорту товарів, захоплення вигідних ринків збуту, джерел сировини.

4. Поширення процесів інтеграції та транснаціоналізації.

5. Створення глобальних міжнародних організацій.

**П'ятий етап** характеризується такими основними подіями:

1. Світова фінансова криза 1971–1973 рр., що призвела до краху Бреттон-Вудської валютної системи (твердий обмінний курс для валют країн-учасниць відносно ключової валюти – долара США, який став валютою, що конвертується у золото і є переважним засобом міжнародних розрахунків, валютної інтервенції та резервних активів). Введення в дію в 1978 р. Ямайської валютної системи (система плаваючих валютних курсів, які визначаються не державою, а ринком, основана на вільній торгівлі валютою).

2. Перша та друга нафтові кризи в 1974 і 1979 роках, викликані суттєвим підвищенням цін на нафту Організацією країн-експортерів нафти (до складу Організації країн-експортерів нафти (ОПЕК) входять 14 країн: Алжир, Ангола, Венесуела, Габон, Іран, Ірак, Конго, Кувейт, Лівія, Об'єднані Арабські Емірати, Нігерія, Саудівська Аравія, Екваторіальна Гвінея і Еквадор; штаб-квартира розташована у Відні, Австрія). Країни-члени ОПЕК контролюють близько 2/3 світових запасів нафти. На їх частку припадає близько 35 % від всесвітнього видобутку і половина світового експорту нафти.

3. Банківська криза в США в 1979 р., яка призвела до загального підвищення відсоткових ставок і поставила на межу банкрутства багато країн, що розвиваються, – одержувачів приватних банківських кредитів.

4. Світова криза заборгованості 1982 р., яка пов'язана з проблемами обслуговування боргу країнами, що розвиваються.

5. Зміцнення існуючих і поява нових інтеграційних угруповань (у 1989 р. – АТЕС (Азіатсько-Тихоокеанське економічне співробітництво), у 1992 р. – ЄС, у 1994 р. – НАФТА (Північноамериканська угода про вільну торгівлю – угода про вільну торгівлю між Канадою, США і Мексикою), КОМЕСА (загальний ринок Східної та Південної Африки), у 1995 р. – МЕРКОСУР (загальний ринок країн Південної Америки, економічна і політична угода між Аргентиною, Бразилією, Уругваєм, Парагваєм і Венесуелою) та ін.).

6. Зміна політичних систем у східноєвропейських комуністичних країнах (1989–1992 рр.) і перехід від централізовано-планової економіки до

ринкової. Окремі країни Азії, Латинської Америки також починають рухатися в напрямку демократії та ринкових реформ. Завдяки таким змінам привабливість цих країн як експортних ринків істотно підвищилася.

7. Створення Світової організації торгівлі, яка почала діяти в 1995 р.

8. Фінансові кризи у Мексиці (1994 – 1995 рр.), що суттєво вплинуло як на кон'юнктуру валютних та фондових ринків, так і на світову господарську кон'юнктуру: сповільнилася ділова активність, знизилися світові ціни на паливо, сировину.

9. Запровадження в 1999 р. країнами ЄС спільної валюти (євро) та проведення спільної грошової політики. Із запровадженням євро виникла валютна зона євро.

10. З початку 90-х років значно посилюється міжнародна конкуренція, виникають її нові форми, які ґрунтуються на зростаючій кількості суб'єктів світогосподарських зв'язків, які не мають певної державної належності. Внаслідок цього продовжується процес глобалізації в міжнародній торгівлі, коли економіки окремих країн функціонують у межах єдиної, взаємозалежної світової економічної системи.

11. Технологічні зміни в сфері комунікацій, опрацювання інформації, транспорту, які перетворюють глобалізацію ринків та виробництва на матеріальну реальність.

12. Світова фінансова криза 2007–2008 рр., яка спричинила падіння світового попиту, через що відбулося зниження обсягів виробництва в Європі, Китаї, Японії, Індії. Це призвело до різкого звуження світового ринку товарів і послуг, зниження цін на сировину, зростання безробіття.

Усі зазначені вище події, що відбувалися і відбуваються сьогодні, впливають на змінення торговельних процесів.

### 1.3 Теоретичні концепції міжнародної торгівлі

У теорії міжнародної торгівлі центральними є проблеми:

1. Чому існує торгівля, якими є її економічні основи?
2. Наскільки є вигідною торгівля для кожної з країн-учасниць?
3. Що вибрати для економічного зростання: свободу торгівлі чи протекціонізм?

Пояснення першопричин, що породжують міжнародну торгівлю, ґрунтується на *законі порівняльних (вартісних) переваг*. Суть його полягає в тому, що кожна країна має порівняльні переваги у виробництві якого-небудь товару (тобто виготовляє його з меншими витратами) і отримує виграш, спеціалізуючись на його виробництві й обмінюючи на товари, які вона сама неспроможна ефективно виготовляти. В теорії міжнародної торгівлі докладно розглянемо *різні аспекти порівняльних переваг* та їх роль у міжнародному розподілі праці та спеціалізації виробництва.



А. Сміт перший, доводячи вигідність для країни вільної торгівлі, розробив *теорію абсолютних переваг*. Згідно з цією теорією країни, що мають природні переваги (пов'язані з кліматичними умовами і природними ресурсами) та здобуті переваги (пов'язані з розвитком технології та високою кваліфікацією працівників) у виробництві тих чи інших товарів, можуть виготовляти їх більш ефективно, ніж інші. Якщо торгівля не буде обмеженою, стверджував А. Сміт, то кожна країна спеціалізуватиметься на виробництві тих товарів і послуг, в якому вона має абсолютну перевагу. Обмін між країнами надлишками спеціалізованої продукції є вигідним для кожної країни, оскільки дає змогу: реалізувати надлишки конкурентоспроможного виробництва і придбати на отриманий дохід більшу кількість імпортного товару, ніж вона сама могла б виготовити.

Д. Рікардо розвинув доводи А. Сміта на користь вільної торгівлі та розширив зону порівняльних переваг для вигідної міжнародної торгівлі, ввівши *принцип відносної переваги*. *Теорія відносної переваги у витратах* стверджує, що міжнародна торгівля є вигідною для будь-якої країни: і для тієї, котра ні в чому не має переваг, і для тієї, котра має переваги абсолютно для всіх товарів. У кожній країні (без урахування абсолютних переваг) завжди знайдеться товар, виробництво якого є більш ефективним (щодо співвідношення витрат), ніж виробництво решти товарів. Країна отримує більший вигравш, якщо сконцентрує свої ресурси на більш ефективних виробництвах. Країні не вигідно розвивати навіть ті галузі, де витрати виробництва нижчі, ніж в інших країнах, але різниця у витратах менша, ніж на виробництво продукції найбільш продуктивної галузі в даній країні. Товар, для якого відносна вигода є найбільшою, і повинен експортуватись. Спеціалізація і торгівля, які ґрунтуються на використанні порівняльних переваг, сприяють більш ефективному розміщенню світових ресурсів, а отже, і зростанню світового виробництва.

Теорія Д. Рікардо не з'ясувала остаточно походження порівняльних переваг, які має та чи інша країна. У першій половині ХХ ст. шведські економісти Елі Хекшер і Бертін Олін одними з перших запропонували систематизоване пояснення джерел порівняльних переваг, відоме як *теорія відносної забезпеченості чинниками (факторами) виробництва Хекшера – Оліна*. Відповідно до неї, співвідношення частки землі, трудових ресурсів і капіталу зумовлює їх порівняльну вартість. Ці витрати, у свою чергу, визначають, які товари країна може виробляти більш ефективно й експортувати. Відмінності між країнами у порівняльних перевагах пояснюються тим, що у виробництві різних товарів чинники використовуються в різних співвідношеннях і неоднаковою є відносна забезпеченість країн чинниками виробництва. Теорія Хекшера – Оліна стверджує, що кожна країна буде прагнути до спеціалізації та експорту тієї продукції, при виготовленні якої інтенсивно використовуються надлишкові, а відтак більш дешеві чинники виробництва, а отже, і до імпорту тих

продуктів, чинники виробництва яких через відносну їх рідкісність у цій країні є дорогими.

Теорія різної відносної забезпеченості факторами виробництва як основи для міжнародної торгівлі у 40-ті рр. була доповнена П. Самуельсоном, що дав їй математичне доведення, унаслідок чого вона одержала назву теореми вирівнювання цін на фактори виробництва, або теореми Хекшера – Оліна – Самуельсона. Її суть зводиться до того, що вирівнювання внаслідок торгівлі відносних цін на товари приводить до вирівнювання відносних цін і на фактори виробництва, за допомогою яких ці товари було зроблено [19].

## 1.4 Сучасне значення міжнародної торгівлі

Значення міжнародної торгівлі в системі міжнародної економіки зумовлено тим, що її підґрунтям є важливі чинники та доцільність міжнародного обміну товарами та послугами.

До чинників, що зумовлюють необхідність міжнародної торгівлі, належать:

- виникнення світового ринку;
- нерівномірність розвитку окремих галузей у різних країнах. Продукція найбільш розвинутих галузей, яку неможливо цілком реалізувати на внутрішньому ринку, вивозиться за кордон. Іншими словами, виникають потреба збуту продукції на зовнішніх ринках і необхідність отримання певних товарів іззовні;
- тенденція до безмежного розширення розмірів виробництва. Оскільки місткість внутрішнього ринку обмежена платоспроможним попитом населення, виробництво переростає межі внутрішнього ринку і підприємці кожної країни ведуть боротьбу за зовнішні ринки;
- прагнення отримати вищі прибутки у зв'язку з використанням дешевої робочої сили та сировини з країн, що розвиваються.

Суттєве значення міжнародної торгівлі підтверджується тим, що сьогодні жодна країна світу не може обійтися без зовнішньої торгівлі. Усі країни так чи інакше залежать від міжнародної торгівлі. Але ступінь а залежності у них є різним. Він визначається як відношення половини вартісного обсягу зовнішньоторговельного обігу (експорт + імпорт) до валового внутрішнього продукту. За цим показником усі країни можна поділити на три групи: високозалежні (45–93 %), середньозалежні (14–44 %) і низькозалежні (2,7–13 %).

*Країни з високою залежністю* – це зазвичай країни, що розвиваються або мають невеликі території, що й зумовлює їх дуже високий рівень відкритості економіки: Бруней – 45,3 %, Об'єднані Арабські Емірати – 49,5 %, Македонія – 69,8 %; Бельгія і Люксембург – 49,6 %, Панама – 30,3 %, Сингапур – 93 %.

До *країн із середнім ступенем залежності* належать, в основному, великі розвинуті країни (Німеччина, Велика Британія, Франція).

До *країн з низьким ступенем залежності* належать країни, які орієнтуються на власний економічний потенціал, і країни слабо розвинуті в економічному відношенні, котрі через це не можуть перейти до відкритої економіки. До цієї групи належать: Заїр – 2,7 %, Ліберія – 3,8 %, Бразилія і Японія – 7,2 %, США – 8,7 %, Сомалі – 11,2 %, Білорусь – 13 % [14].

Міжнародна торгівля доцільна тоді, коли вона приносить який-небудь вираш. Він може бути отриманий на рівні країни, вітчизняної міжнародної фірми, споживачів.

Беручи участь у міжнародній торгівлі, країни отримують:

- можливість експортувати ті товари, у виробництві яких ширше споживаються ресурси, котрі є в них у порівняно великій кількості;
- можливість імпортувати такі товари, для виробництва яких потрібно було б витратити багато порівняно обмежених у неї ресурсів;
- ефект економії на більших масштабах виробництва, спеціалізуючись при цьому на більш вузькому наборі товарів.

Під час діяльності з експорту товарів підприємства отримують вигоди внаслідок:

- використання надлишкових виробничих потужностей, які іноді мають компанії у своєму розпорядженні, але які не користуються відповідним внутрішнім попитом;
- отримання більш високого прибутку;
- значних обсягів зарубіжного продажу, що робить національних товаровиробників менш залежними від внутрішніх економічних умов;
- зменшення витрат виробництва, що пов'язано з покриттям умовно постійних витрат за рахунок випуску більшого обсягу продукції, підвищенням ефективності завдяки досвіду, набутого при виробництві великих партій продукції; масовими закупівлями матеріалів і перевезенням їх значними партіями;
- розподілу ризику;
- знань та досвіду, здобутих фірмами в процесі роботи на зарубіжних ринках, що сприяє підвищенню ефективності їхньої діяльності при проведенні маркетингових операцій на внутрішньому ринку.

Під час діяльності з імпорту товарів підприємства отримують вигоди внаслідок:

- уникнення обмежень внутрішнього ринку, знижуючи витрати на виробництво або підвищуючи якість продукції (наприклад, компенсування несподіваних змін у доступі до вітчизняних джерел сировини протилежними змінами в імпорті сировини);
- отримання дешевих високоякісних матеріалів, комплектуючих, технологій для їх використання у своєму виробництві;
- використання надлишкових потужностей торговельно-збутової мережі;

- доповнення наявних асортиментних груп товарів, що дає змогу фірмі більше продукції запропонувати на продаж;
- можливості розподілення операційних ризиків, оскільки розширюючи коло постачальників, компанія менше залежить від диктату єдиного постачальника.

Споживачі зацікавлені в міжнародній торгівлі з позиції того, щоб:

- імпортувати споживчі товари за дешевшою ціною порівняно з вітчизняними або такі, які за певними параметрами відрізняються від них у кращу сторону;
- імпортувати сировину та експортувати промислові товари, що знижує внутрішні витрати виробництва, дає можливість відмовитись від випуску виробів, виготовлення яких виключно залежить від іноземних постачальників;
- експортувати вітчизняні товари, а отримані кошти використати для імпорту.

### *Запитання для самоконтролю*

1. Що являє собою міжнародна торгівля та які тенденції її розвитку? У чому особливості географічної та товарної структури міжнародної торгівлі?
2. Які існують основні види ринків і товарів?
3. У чому полягають специфічні риси міжнародної торгівлі?
4. Про що свідчить найпростіша модель міжнародної торгівлі?
5. Охарактеризуйте основні етапи розвитку міжнародної торгівлі, у чому полягають їх відмінності?
6. Як визначається ступінь залежності країн від міжнародної торгівлі?
7. Які чинники зумовлюють необхідність міжнародної торгівлі та який вигаш вона приносить?
8. Охарактеризуйте склад і методичку розрахунків аналітичних показників результативності міжнародної торгівлі.
9. У чому суть умов торгівлі?
10. Які характерні риси зовнішньої торгівлі України товарами, послугами, технологією?

### *Проблемні питання для обговорення*

1. Чому вивчення дисципліни «Теорія і практика міжнародної торгівлі» має велике прикладне значення?
2. Чому деякі галузі економіки в товарній структурі міжнародної торгівлі займають найбільшу частку, тоді як інші залишаються місцевими або регіональними?
3. Чим можна пояснити випереджаючі темпи зростання міжнародної торгівлі порівняно з ВВП?

4. В які країни спрямовуються основні потоки експорту та імпорту промислових розвинутих країн світу? Чим це пояснюється?

5. Чим можна пояснити певну «замкненість» сучасних товаропотоків у межах країн Тріади (Північної Америки, Японії, Західної Європи)?

6. Які об'єктивні та суб'єктивні чинники обумовлюють постійне зростання обсягів торгівлі в межах регіональних інтеграційних угруповань?

7. Які промислові й сільськогосподарські товари та за яких умов стають «неринковими»? Наведіть приклади «неринкових» товарів, які за певних умов можуть експортуватися.

8. Обґрунтуйте, які товари, що використовує турецька фірма під час будівництва готелю в Україні, можна вважати «ринковими», а які – «неринковими».

9. Чому специфічні риси міжнародної торгівлі є визначальними?

10. Чому, незважаючи на низький ступінь залежності від міжнародної торгівлі, деякі промислові країни є основними учасниками світової торгівлі? Назвіть ці країни.

11. Як впливають на попит і пропозицію зміни в умовах торгівлі й чому?

12. У товарній структурі експорту США значну частину займають промислові товари, зокрема автомобілі, а у структурі імпорту – сировинні товари, зокрема паливо (нафта). Як вплинуть на умови торгівлі такі події:

- війна в Іраку, яка перерве поставки нафти;
- зростання експорту японських автомобілів на основні американські експортні ринки;
- розроблення в Німеччині нового засобу одержання енергії;
- поганий урожай пшениці в Латинській Америці?

13. Охарактеризуйте тенденції в розвитку географічної структури експорту та імпорту України в контексті реалізації її національних економічних інтересів у міжнародній сфері.

### *Завдання для набуття практичних навичок*

1. Дайте порівняльну оцінку розвитку міжнародної торгівлі в окремих країнах та у світі в цілому на основі даних за останні п'ять років.

2. Проаналізуйте зміни у групі провідних країн-експортерів та країн-імпортерів щодо їхньої частки у світовій торгівлі, які відбулися за останні 10 років.

3. Проаналізуйте економічне зростання в країнах, що розвиваються. Поясніть причини швидких темпів зростання в окремих країнах. В яких галузях вони покращують свої позиції?

4. Визначте ступінь залежності країн світу від міжнародної торгівлі й зробіть їх поділ на високо-, середньо-, і низькозалежні. Яку позицію займає Україна? Прокоментуйте.

5. Виберіть будь-яку країну світу та проаналізуйте стан її зовнішньої торгівлі за допомогою системи показників результативності торгівлі.

6. Проаналізуйте зміни, які відбулися протягом останніх п'яти років у товарній і географічній структурах зовнішньої торгівлі України та її трьох основних торговельних партнерів. Поясніть причини відмінності в їх товарних структурах.

*Приклади розв'язання типових задач за темою*

1. Затрати праці (у годинах) на виробництво печива та цукерок в Україні та Польщі такі:

Країна	Продукція	
	Печиво	Цукерки
Україна	12	4
Польща	2	8

А. У виробництві якого товару Україна має відносну перевагу і чому?

Б. Розрахуйте альтернативну ціну цукерок, виражену через ціну печива, для України та Польщі.

В. В якому інтервалі буде знаходитись ціна рівноваги на цукерки у випадку розвитку торгівлі між двома країнами?

Г. Якщо відносна ціна рівноваги на цукерки внаслідок торгівлі буде дорівнювати чотирьом, на якому з товарів буде спеціалізуватися кожна з країн і чому?

Д. Підрахуйте виграш Польщі від торгівлі, якщо вона буде спеціалізуватися на виробництві печива.

*Розв'язання*

А. Україна має відносну перевагу у виробництві цукерок, тому що  $(4/12) < (8/2)$ .

Б. Для України альтернативна ціна становить  $(4/12) = (1/3)$ , для Польщі ціна заміщення становить  $8/2 = 4$ .

В. Ціна рівноваги на цукерки в торгівлі між двома країнами ( $P$ ) буде знаходитись у інтервалі між цінами заміщення, які діють в умовах відсутності торгівлі, тобто  $(1/3) < P < 4$ .

Г. При відносній ціні рівноваги, що дорівнює чотирьом, товар спеціалізації кожної з країн буде визначатися співвідношенням заробітних плат у промисловості, що продукує печиво, і у промисловості, що продукує цукерки. Український робітник, продукуючи цукерки і торгуючи ними з Польщею, зможе заробити  $4/4 = 1$  (відносна ціна рівноваги, поділена на затрати праці), тоді як, продукуючи печиво і торгуючи ним із Польщею при тій самій ціні рівноваги, він заробить лише  $4/12 = 1/3$ . Оскільки робітники захочуть отримувати більш високу заробітну плату, то вони перейдуть у промисловість з виробництва цукерок, що приведе до спеціалізації України на цьому товарі.

Д. У розрахунку на 1 год Польща може виробити 1/2 печива або 1/8 цукерки. При повній спеціалізації Польщі на виробництві печива (1/2 печива за 1 год) в Україні вона зможе купити за 1/2 печива 1/4 цукерки, що у два рази більше, ніж якби вона продукувала цукерки самостійно.

2. Припустимо, що для певної країни і її торгових партнерів виконуються всі передумови теорії міжнародної торгівлі Хекшера – Оліна. Країна наділена двома факторами виробництва – працею і капіталом. Інформацію про вартісну структуру витрат на виробництво первинного алюмінію, глинозему та електроенергії в цій країні наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Вихідні дані

Показник	На кожен долар випуску первинного алюмінію	На кожен долар випуску глинозему	На кожен долар випуску електроенергії
Прямі витрати праці	0,40 дол.	0,65 дол.	0,10 дол.
Прямі витрати капіталу	0,30 дол.	0,35 дол.	0,90 дол.
Витрати глинозему	0,10 дол.	0	0
Усі витрати	0,20 дол.	0	0
Прямі витрати праці	1 дол.	1 дол.	1 дол.

Єдиний продукт, який надходить на експорт, – первинний алюміній. Відомо також, що в цій країні сукупні витрати праці у виробництві одного долара конкуруючої з імпортом продукції становлять 0,475 дол., а сукупні витрати капіталу – 0,525 дол.

Визначте, ця країна відносно її партнерів є капіталозбитковою чи працевитковою.

#### *Розв'язання*

Для визначення факторомісткості експортного товару – первинного алюмінію – необхідно врахувати як прямі витрати факторів виробництва (праці і капіталу), так і їх витрати, втілені в проміжній продукції (глиноземі та електроенергії), що використовується у виробництві експортного товару. Разом загальні витрати праці для виробництва первинного алюмінію вартістю 1 дол. становлять:

$$0,40 + 0,10 \times 0,65 + 0,20 \times 0,10 = 0,485 \text{ дол.}$$

Аналогічно розраховуємо загальні витрати капіталу для виробництва первинного алюмінію вартістю 1 дол.:

$$0,30 + 0,10 \times 0,35 + 0,20 \times 0,90 = 0,515 \text{ дол.}$$

Виходячи з умови задачі, в 1 дол. вітчизняної продукції, яка конкурує з імпортом на внутрішньому ринку, а також імпортової продукції, витрати праці становлять 0,475 дол., а витрати капіталу – 0,525 дол.

При зіставленні даних щодо факторомісткості експортної та імпортової продукції стає зрозумілим, що експорт відносно імпорту є більш трудомістким ( $0,485 > 0,475$ ), а імпорт щодо експорту є більш капіталомістким ( $0,515 < 0,525$ ). А це означає, що, екпортуючи трудомісткі товари, зазначена країна є працезбитковою порівняно зі своїми торговими партнерами.

*Відповідь:* зазначена країна є працезбитковою щодо своїх торговельних партнерів.

### Задачі для самостійного розв'язання

1. Затрати робочого часу в Україні та Німеччині на виробництво товарів А, Б, В, Г такі:

Товар	Країна	
	Німеччина	Україна
А	3	36
Б	6	54
В	12	72
Г	45	90

А. За якими товарами Німеччина має найбільшу та найменшу абсолютну перевагу перед Україною?

Б. Якщо німецька заробітна плата в сім разів вище української, які товари будуть продукуватися у Німеччині, а які – в Україні?

В. Покажіть вигідність торгівлі для кожної з країн.

Г. Як зміниться торгівля, якщо різниця у заробітних платах зменшиться у шість разів?

2. Магнітофони є відносно трудомістким товаром, вони потребують для виробництва 30 год праці та 6 га землі та продаються за 90 дол. США кожний. Авокадо — товар, що потребує відносно більших площ землі. На виробництво 1 т авокадо необхідно 1,5 год праці та 6 га землі, при цьому 1 т авокадо можна продати за 6 дол. США.

А. Якщо в США 180 млн працівників та 300 млн га землі, а в Мексиці – 60 млн працівників і 75 млн га землі, то в якому співвідношенні буде здійснюватись торгівля двома товарами між США та Мексикою?

Б. Чому спеціалізація в реальній торгівлі може бути цілком іншою, ніж впливає з теорії співвідношення факторів виробництва?



## 2 МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

### 2.1 Система аналітичних показників результативності міжнародної торгівлі

Для оцінювання ступеня активності в міжнародній торгівлі зазвичай використовують такі показники: експортна квота, імпортна квота, структура експорту, структура імпорту, порівняльне співвідношення частки країн у світовому виробництві ВВП/ВНП і міжнародній торгівлі (таблиця 2.1).

Таблиця 2.1 – Показники, що характеризують участь країн у міжнародній торгівлі

№ п/п	Найменування показників
1	Експортна квота країни в її ВВП
2	Імпортна квота країни в її ВВП
3	Зовнішньоторговельний оборот на душу населення
4	Темпи зростання зовнішньоторговельного обороту
5	Темпи приросту зовнішньоторговельного обороту
6	Імпорт на душу населення
7	Темпи зростання імпорту
8	Темпи приросту імпорту
9	Експорт на душу населення
10	Темпи зростання експорту
11	Темпи приросту експорту

Найважливішим показником відкритості економіки є *експортна квота* – кількісний показник, що характеризує значущість експорту для економіки в цілому й окремих галузях за тими або іншими видами продукції:

$$E_{кв} = \frac{E_{з.р}}{ВВП} \times 100\%, \quad (2.1)$$

де  $E_{з.р}$  – обсяг експорту в звітному році;  
 $ВВП$  – валовий внутрішній продукт.

Збільшення експортної квоти свідчить як про зростаючу участь країни в міжнародному поділі праці, так і про зростання конкурентної спроможності продукції. Досвід розвитку світового господарства показує, що сукупна експортна квота держав з ринковою економікою, яка характеризує частку ВВП, реалізовану на зовнішніх ринках, в останнє десятиліття зросла більш ніж у 1,5 раза. При цьому в групі індустріально розвинутих країн вона збільшилася за цей період у 1,3 раза, а в країнах третього світу – у 1,8 раза. Сьогодні у промислово розвинутих країнах експортна квота щодо продукції

машинобудування, електротехнічної, радіоелектронної, автомобільної, авіакосмічної та інших галузей обробної промисловості досягає в середньому 25–40 %.

Найважливішим кількісним показником, що свідчить про включення в міжнародний обмін, який характеризує значущість імпорту для народного господарства й окремих галузей за різними видами продукції, є *імпортна квота*. У межах національних господарств імпортна квота розраховується як відношення вартості імпорту до вартості ВВП:

$$I_{кв} = \frac{I_{з,р}}{ВВП} \times 100\%, \quad (2.2)$$

де  $I_{з,р}$  – обсяг імпорту в звітному році.

Ступінь відкритості економіки зазвичай характеризується процентним відношенням вартості зовнішньоторговельного обороту до вартості її ВВП, тобто *квотою зовнішньоторговельного обігу*:

$$ЗТО_{кв} = \frac{ЗТО_{з,р}}{ВВП} \times 100\%, \quad (2.3)$$

де  $ЗТО_{з,р}$  – обсяг зовнішньоторговельного обігу в звітному році;  
 $ВВП$  – валовий внутрішній продукт.

Слід ураховувати також, що при ідентичному рівні розвитку відкритість національної економіки тим вище, чим менше країна забезпечена власними ресурсами. В історичному ракурсі в цілому в міру техніко-економічного розвитку відкритість як малих, так і великих країн постійно збільшується. Особливо інтенсивно цей процес відбувається в найбільш розвинутих регіонах світу.

Показниками *відкритості економіки*, а отже, і розвитку торгівлі також є кілька специфічних показників, таких як:

1) зовнішньоторговельний обіг – сума вартостей експорту та імпорту країни за певний період часу:

$$ЗТО = E + I; \quad (2.4)$$

2) фізичний обсяг торгівлі – оцінка експорту або імпорту в незмінних цінах одного періоду (зазвичай року);

3) генеральна (загальна) торгівля – прийняте в статистиці зовнішньої торгівлі визначення зовнішньоторговельного обігу з включенням транзитних товарів;

4) спеціальна торгівля – чистий зовнішньоторговельний обіг, тобто продукція, ввезена в країну чи вивезена з неї:

$$CT = ЗТО - \text{реекспорт} - \text{реїмпорт}. \quad (2.5)$$

*Показники структури:*

- 1) товарна структура – це показники розподілу експорту та імпорту за основними товарними позиціями;
- 2) географічна структура – розподіл товарного потоку за країнами, групами країн та регіонами світу;
- 3) інституційна торгівля – розподіл торгівлі за суб'єктами і методами товарного обміну;
- 4) видова структура – розподіл торгівлі за видами товарного обміну.

*Показники динаміки:*

- 1) темпи зростання:
  - темпи зростання експорту

$$T_{зр.е} = \frac{E_{з.р}}{E_{б.р}} \times 100\%, \quad (2.6)$$

де  $T_{зр.е}$  – темпи зростання експорту;  
 $E_{б.р}$  – обсяг експорту в базисному році;

- темпи зростання імпорту

$$T_{зр.і} = \frac{I_{з.р}}{I_{б.р}} \times 100\%, \quad (2.7)$$

де  $I_{б.р}$  – обсяг імпорту в базисному році;

- темпи зростання зовнішньоторговельного обігу

$$T_{зр.зт.об} = \frac{ЗТО_{з.р}}{ЗТО_{б.р}} \times 100\%, \quad (2.8)$$

де  $ЗТО_{з.р}$  – обсяг зовнішньоторговельного обігу за звітний рік;  
 $ЗТО_{б.р}$  – обсяг зовнішньоторговельного обігу за базисний рік;

- 2) темпи приросту:
  - темпи приросту експорту

$$T_{пр.е} = \frac{T_{зр.е.з.р}}{T_{зр.е.б.р}} \times 100\%, \quad (2.9)$$

де  $T_{зр.е.з.р}$  – темпи зростання експорту за звітний рік;

$T_{зр.е.б.р}$  – темпи зростання експорту за базисний рік;

- темпи приросту імпорту

$$T_{пр.і} = \frac{T_{зр.і.з.р}}{T_{зр.і.б.р}} \times 100\%, \quad (2.10)$$

де  $T_{зр.і.з.р}$  – темпи зростання імпорту за звітний рік;  
 $T_{зр.і.б.р}$  – темпи зростання імпорту за базисний рік;

- темпи приросту зовнішньоторговельного обігу

$$T_{пр.зто} = \frac{T_{зр.зто.з.р}}{T_{зр.зто.б.р}} \times 100\%, \quad (2.11)$$

де  $T_{зр.зто.з.р}$  – темпи зовнішньоторговельного обігу за звітний рік;  
 $T_{зр.зто.б.р}$  – темпи зовнішньоторговельного обігу за базисний рік.

**Показники результатів:**

1) сальдо торгового балансу – це різниця між вартісним обсягом експорту та імпорту товарів окремої країни;

2) сальдо балансу послуг – це різниця між вартістю послуг, які надає країна, і вартістю послуг, які вона імпортує;

3) сальдо некомерційних операцій – це різниця між прибутками від інвестицій, грошових переказів, внесків, переміщення грошових засобів за спадщиною, при вирішенні сімейних проблем; за кожним з цих напрямків руху грошових засобів складається баланс;

4) сальдо балансу поточних операцій – це сума сальдо торгового балансу, балансу послуг, некомерційних операцій;

5) індекс «умови торгівлі» – відношення індексу середніх цін експорту певного товару, країни в цілому, групи країн до індексу середніх цін імпорту за певний період часу. «Умови торгівлі» відображають співвідношення взаємного попиту і взаємної пропозиції на експорт та імпорт кожної країни. Цей показник є важливим орієнтиром для зовнішньоекономічної політики країни. Для розрахунків «умов торгівлі» певної країни порівнюються індекси її експортних та імпортних цін, що публікуються в зіставленій для всіх форм в щомісячному виданні МВФ «International Financial Statistics»;

6) експорт на душу населення

$$E_{д.н} = \frac{E_{з.р}}{\text{кількість населення}}, \quad (2.12)$$

де  $E_{з.р}$  – обсяг експорту в звітному році;

7) імпорт на душу населення

$$I_{д.н} = \frac{I_{з.р}}{\text{кількість населення}}, \quad (2.13)$$

де  $I_{з.р}$  – обсяг імпорту в звітному році.

Привабливість показника величини зовнішньоторговельного обороту на душу населення полягає в можливості його розрахунку по окремих регіонах країни, галузях економіки і навіть по конкретних підприємствах і видах продукції, що дає можливість врахувати і зіставити ступінь участі районів, областей, регіонів, фірм, галузей у зовнішньоекономічних зв'язках – виявити резерви і перспективи.

## **2.2 Місце і розвиток міжнародної торгівлі в системі міжнародних економічних відносин**

Міжнародна торгівля посідає головне місце у системі міжнародних економічних відносин. Вона є водночас передумовою і наслідком міжнародного поділу праці. Протягом свого історичного розвитку міжнародна торгівля пройшла шлях від окремих і часто випадкових зовнішньоторговельних операцій до довгострокового великомасштабного торговельно-економічного співробітництва.

У міжнародній торгівлі беруть участь суб'єкти як міжнародного публічного права, так і міжнародного приватного права. До них належать держави, державні утворення, міжурядові організації, нації, що борються за свою незалежність, юридичні особи, фізичні особи-підприємці. Міжнародна торгівля є засобом, який країни світу застосовують для розвитку і поглиблення спеціалізації своїх економік, підвищення продуктивності праці та ефективного використання своїх ресурсів.

Основними чинниками розвитку міжнародної торгівлі вважаються такі:

- поглиблення міжнародного поділу праці та інтернаціоналізація виробництва;
- впровадження досягнень науково-технічної революції, що, зокрема, виявляється в оновленні основного капіталу, створенні нових видів продукції, виникненні нових галузей економіки та реконструкції традиційних;
- активізація діяльності транснаціональних корпорацій на світовому ринку;
- лібералізація міжнародної торгівлі на багатосторонній основі, що виявляється у скасуванні або зниженні тарифних і нетарифних обмежень, утворенні вільних економічних зон, запровадженні спільного підприємництва;

- розвиток торговельно-економічної інтеграції за допомогою створення зон вільної торгівлі, запровадження єдиного тарифу щодо країн, які не беруть участі в економічних угрупованнях, формування спільних ринків і валютно-економічних союзів;

- отримання політичної незалежності територіями, які раніше належали до колоніальних імперій, і поява «нових індустріальних держав».

Для перетворення зовнішньоекономічної діяльності на реальний чинник економічного зростання необхідно розробити довгострокову стратегію зовнішньоекономічної діяльності у контексті реалізації стратегічних орієнтирів розвитку економіки країн загалом.

### **2.3 Україна в системі світових торговельних зв'язків**

Розвиток торговельних відносин з Європейським Союзом набуває для України все більше геоекономічного значення і, як результат, у географічній структурі українського експорту та імпорту товарів ЄС посідає одне з провідних місць після країн СНД. Сукупні обсяги торговельно-економічних відносин України з країнами ЄС в останні роки стабільно зростають [16].

Аналіз товарної структури експортно-імпортних зв'язків показує, що в товарній структурі українського експорту в регіон ЄС все більше місце займають мінеральні продукти, недорогочінні метали та вироби з них, продукція агропромислового комплексу, текстиль та текстильні вироби. Порівняння товарної структури зовнішньої торгівлі України і країн ЄС вказує на вузькість асортименту, який відображає структуру обміну ЄС з країнами, що розвиваються.

Таким чином, сировинна спрямованість українського експорту свідчить про те, що вітчизняні товаровиробники мають обмежені можливості щодо закупівлі необхідної сировини і виготовлення відповідної продукції внаслідок низької платоспроможності. Не маючи попиту на внутрішньому ринку, сировина направляється за рубіж для виготовлення з неї продуктів, що повертаються на ринки України, витісняє вітчизняних виробників.

Слід зауважити, що входження України до світової системи господарювання потребує визначення пріоритетних напрямів реалізації національних інтересів, які пов'язані з перспективами всебічного розширення коопераційних, інтеграційних контактів з різними країнами, насамперед з ЄС. А це свідчить про таке:

- країни-члени ЄС являють собою зазвичай великий і потужний ринок, причому прив'язка до нього та скасування взаємних обмежень у процесі торгівлі з ним здатні допомогти вирішити основні проблеми збуту продукції, яка виготовляється в Україні;

- присутність у європейському ринковому просторі, а також міждержавне, міжурядове та міжвідомче співробітництво дадуть змогу

Україні брати активну участь у програмах галузевого, технологічного, науково-технічного, освітньо-гуманітарного розвитку Євросоюзу;

- лібералізація та взаємне відкриття економічних режимів є гарантією капіталовкладень, що зумовить приплив іноземних інвестицій до країни;
- офіційний європейський статус автоматично означав би поширення на Україну всіх вигідних для її економіки особливостей режиму діяльності в торговельно-інвестиційній сфері, які поширюються і на інших членів Євросоюзу.

Особливий інтерес для України становить створення зони вільної торгівлі з Європейським Союзом, яка являє собою форму міжнародної економічної інтеграції, територію кількох держав з ліквідованими тарифними та іншими бар'єрами; форму інтеграції, що передбачає повну ліквідацію митних бар'єрів та/або кількісних обмежень у торгівлі певними товарами.

Серед науково-технічних пріоритетів найбільш важливими у сфері співробітництва з ЄС вважаються:

- розвиток мікроелектроніки та робототехніки;
- взаємодія в галузі біотехнологій, зокрема генної та клітинної інженерії;
- розвиток оптроники та лазерної техніки;
- розроблення нових матеріалів та прогресивних технологій оброблення матеріалів;
- створення та запровадження в практику нових засобів комунікації та зв'язку;
- спільні дії, спрямовані на покращання енергозаощадження, перехід на використання нових та поновлюваних джерел енергії.

Важливим напрямом співробітництва з європейськими структурами для України є кредитно-фінансова взаємодія у банківській сфері.

Важливими передумовами розширення співробітництва між Україною та ЄС можна вважати:

- загальне покращання макроекономічної ситуації в Україні та більш динамічне впровадження справжніх та радикальних, а не симулятивних економічних реформ, що не тільки створює базу для більш вигідної економічної взаємодії, а й інколи стає прямою умовою реалізації тих чи інших проектів;
- розв'язання проблем, які були породжені практикою антидемпінгових розслідувань з боку ЄС, зокрема із більш широким і послідовним застосуванням самою ж Україною наявних методів контрантидемпінгу (це не знімає з порядку денного завдання адміністративного запобігання реальному демпінгу з боку вітчизняних експортерів, які до нього вдаються);
- розв'язання проблем, які виникають в Україні по лінії ГАТТ/СОТ, що є однією з політичних передумов налагодження відносин з країнами

Євросоюзу, які є членами цих світових торговельних структур та активно відстоюють їх принципи на міжнародній арені;

- вжиття організаційних і переговорних заходів щодо подальшого розширення номенклатурного та кількісного представництва вітчизняного виробництва на західноєвропейських ринках у тих випадках, коли ще існують відповідні обмеження;

- участь у системі субрегіонального та прикордонного соціально-економічного співробітництва, зокрема на рівні Вишеградської групи та CEFTA, а також у системі єврорегіонів.

### *Запитання для самоконтролю*

1. Чому більшість країн світу намагається прискорити темпи економічного зростання?

2. Які основні чинники сприяють економічному розвитку та міжнародній торгівлі?

3. Чому технологічні інновації вважаються рушійною силою довготривалого економічного розвитку?

4. Як різні темпи технічного прогресу впливають на виробничі можливості країни?

5. У чому суть еластичності експорту та імпорту?

6. Охарактеризуйте конкурентоспроможність експорту.

7. Які розрізняють типи економічного зростання і як економічне зростання впливає на міжнародну торгівлю?

### *Проблемні питання для обговорення*

1. Вільна ринкова економіка стимулює швидкий економічний розвиток, тоді як керована державою економіка стимулює розвиток. Чому?

2. Якщо умови торгівлі України поліпшаться, то як це вплине на реальний дохід?

3. Чи має рацію міжнародне порівняння добробуту в окремих країнах за показником «ефект економічного розвитку», враховуючи, що різниця в цінах на товари в різних країнах часто залежить від торговельних бар'єрів?

4. Як здійснюється розвиток конкурентоспроможного експорту в різних країнах світу?

5. Як формується національна експортно-орієнтована модель?

6. Якщо зростання країни А орієнтовано на поширення експортних галузей, то як можуть у майбутньому змінитися її умови торгівлі?

7. Що з наведеного нижче може змінити структуру торгівлі (коли раніше експортований товар починає імпортуватися й навпаки):

а) зростання забезпеченості факторами, яких раніше було недостатньо;

б) міжнародне розповсюдження інновацій;



в) зміна смаків споживачів у країні? Поясніть вашу відповідь.

8. Китай виготовляє трудомісткий одяг і значну частку трудових ресурсів переміщує у виробництво цього експортного товару. Як вплине зростання експорту одягу на умови торгівлі країни?

9. Світова ціна на нафту порівняно з попереднім роком зросла в 3 рази. За цей час вартісний обсяг імпорту нафти в Україну підвищився в 2 рази. Поясніть, яким є український попит на імпорт нафти – еластичним чи нееластичним.

10. Яких заходів слід уживати для вдосконалення структури українського експорту для підвищення частки наукомісткої та технологічно складної продукції?

### *Завдання для набуття практичних навичок*

1. Проаналізувати по країнах світу позитивний вплив збільшення експорту на економічне зростання.

2. Підібрати приклади дії тих чи інших чинників сприяння економічному розвитку та міжнародній торгівлі. Оцініть їх.

3. Проаналізувати зв'язок між рівнем економічної свободи та ефектом економічного розвитку по країнах світу.

4. Проаналізувати на прикладах окремих країн зв'язок між темпами зростання ВВП і темпами зростання експорту між темпами змін частки експорту ВВП і темпами зміни ВВП.

5. Оцінити конкурентоспроможність експорту України.

6. Підібрати приклади різних типів економічного зростання та оцінити їх.

### *Приклади розв'язання типових задач за темою*

1. Україна вводить тариф на імпорт кави у розмірі 20 ум. од. за тону. На основі даних, наведених у таблиці 2.2, розрахуйте такі величини:

- 1) обсяг експорту кави Бразилії;
- 2) вартість експорту кави Бразилії;
- 3) розмір надходжень до Державного бюджету України від тарифних зборів.

Таблиця 2.2 – Вихідні дані

Показник	Значення показника
Світова ціна на каву	300 ум. од. за 1 т
Обсяг внутрішнього споживання	8 млн т
Обсяг внутрішнього виробництва	20 млн т

#### *Розв'язання*

А. Обсяг експорту кави Бразилії становить:

$20 - 8 = 12$  млн т.

Б. Вартість експорту кави Бразилії становить:

$12 \times 300 = 3600$  ум. од.

В. Розмір надходжень до Державного бюджету України від тарифних зборів буде таким:

$12 \times 20 = 240$  ум. од.

2. Автомобільне колесо коштує в Україні 100 дол. США, у Польщі – 80 дол., у Росії – 60 дол. Україна – маленька країна, і її зовнішня торгівля не впливає на рівень світових цін.

А. В Україні вводиться 100-відсотковий адвалорний тариф на імпорт коліс із Росії та Польщі. Чи буде Україна продовжувати імпортувати колеса?

Б. Якщо після цього Україна утворить митний союз з Росією, чи буде вона сама виробляти колеса або імпортуватиме їх?

В. Який ефект – створення торгівлі чи відхилення торгівлі – виникне при заснуванні митного союзу між Україною і Росією?

Г. Припустимо тепер, що в Україні вводиться 50-відсотковий, а не 100-відсотковий адвалорний тариф на імпорт коліс із Росії та Польщі. Чи буде Україна продовжувати імпортувати колеса?

Д. Якщо тепер Україна утворить митний союз з Польщею, чи буде вона сама продукувати колеса або імпортуватиме їх?

Е. Який ефект – створення торгівлі чи відхилення торгівлі – виникне при заснуванні митного союзу між Україною та Польщею?

### *Розв'язання*

А. Ні, оскільки з урахуванням тарифу ціна колеса, імпортованого з Росії, дорівнює 120 дол. США, а з Польщі – 160 дол., що значно більше вартості коліс, виготовлених в Україні.

Б. Україна буде імпортувати колеса з Росії за ціною 60 дол. США і відмовиться від власного виробництва або імпорту коліс з Польщі, які у зв'язку з тарифом коштуватимуть 160 дол.

В. Виникає ефект створення торгівлі, оскільки менш ефективне виробництво України заміщується більш ефективним імпортом із Росії, якого до того не було.

Г. Так, оскільки з урахуванням тарифу ціна колеса, імпортованого з Росії, – 90 дол. США, що менше собівартості коліс, виготовлених в Україні або імпортованих з Польщі.

Д. Україна припинить власне виробництво і буде імпортувати колеса з Польщі за ціною 80 дол. США, відмовиться від імпорту з Росії, оскільки їх ціна становитиме 90 дол.

Е. Виникають обидва ефекти. Ефективність інтеграції залежить від співвідношення частки кожного з них.

### Задачі для самостійного розв'язання

Зовнішня торгівля України у 2005 р. характеризувалася такими даними (млн дол. США) (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3 – Вихідні дані

Показник	Країни СНД та Балтії	Інші країни	Разом
Експорт товарів	8841	6706	15547
Імпорт товарів	12913	6930	19843

Розрахуйте щодо кожної групи країн:

- торговий баланс;
- торговий оборот;
- відносну частку країн СНД в українському експорті й імпорті.

2. Припустимо, що уряд країни А ввів імпортне мито на ввезення з-за кордону холодильників, які конкурують з аналогічними показниками продукції вітчизняних виробників, у розмірі 25 %. Через рік імпортне мито було підвищено до 30 %. Нижче наведено дані про наслідки введення цих заходів для країни А (таблиця 2.4).

Таблиця 2.4 – Вихідні дані

	В умовах вільної торгівлі	З 25 %-вим імпортним митом	З 30 %-вим імпортним митом
Ціна холодильника на внутрішньому ринку країни А, дол.	800	1000	1040
Вітчизняне виробництво холодильників, тис. шт. на рік	100	300	340
Внутрішнє споживання холодильників, тис. шт. на рік	1500	1000	900

Розрахуйте величини (за рік):

- втрат вітчизняних споживачів холодильників від підвищення імпортного мита;
- виграшу вітчизняних виробників холодильників від підвищення мита;
- зміни доходів держбюджету країни від справляння імпортного мита, яке відбулося внаслідок його підвищення.

## 3 ФОРМИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

### 3.1 Механізм і форми міжнародної торгівлі

*Механізм міжнародної торгівлі* поєднує сукупність загальноприйнятих економічних, правових, організаційних форм, засобів і методів, що забезпечують надійність, своєчасність, стандартність і ефективність зовнішньоекономічних угод.

Для сучасної міжнародної торгівлі характерна *різноманітність її форм*, які можна систематизувати за такими ознаками [18]:

#### 1. За специфікою взаємодії суб'єктів:

- традиційна торгівля – експортні, імпорتنі операції товарів і послуг, (реекспорт, реімпорт);
- торгівля кооперованою та спеціалізованою продукцією, яка здійснюється на основі довготермінових угод;
- зустрічна торгівля – торгівля, що ґрунтується на зустрічних зобов'язаннях експортерів щодо закупівлі у імпортерів частини чи всіх експортованих товарів.

Під *експортними операціями* розуміють діяльність, спрямовану на продаж і вивіз товарів за кордон і передачу їх у власність контрагента.

Під *реекспортом* розуміють вивіз за рубіж попередньо завезеного товару, що не підлягав переробленню в країні експортера. Предметом реекспорту найбільш часто є товари, реалізовані на міжнародних аукціонах і товарних біржах, вивезені товарів з територій «вільних зон», і ін.

Під *імпортними операціями* розуміють діяльність, пов'язану з закупівлею іноземних товарів і їх ввезенням для наступної реалізації на зовнішньому ринку країни-виробника або країни-посередника. Крім імпорту товарів і послуг, широко використовується імпорт капіталу у вигляді іноземних кредитів та інвестицій.

*Реімпортом* називається ввезення через кордон раніше вивезених вітчизняних товарів, що не піддавалися там переробленню. До реімпорту належать товари, що не були продані на аукціонах, повернуті з консигнаційних складів, забраковані іноземним покупцем унаслідок їх низької якості.

*Зустрічна торгівля* є важливим засобом підвищення конкурентоспроможності експортних товарів. Для *зустрічної торгівлі* характерно те, що фірма-імпортер бере на себе зобов'язання закупити у фірми-експортера певний товар. Остання, у свою чергу, зобов'язується або придбати в країні-імпортера, або допомогти їй збути в третю країну певні товари, устаткування, технології і навіть цілі підприємства. Зазвичай фірма-експортер зобов'язується закупити в імпортера товари на частину суми свого експорту.

У сучасних умовах особливої уваги потребує зустрічна торгівля, основні різновиди якої наведено в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Різновиди міжнародної зустрічної торгівлі [3–5, 7]

1. Товарообмінні операції та компенсаційні угоди на безвалютній основі	1.1. Угоди з одноразовою поставкою	1.1.1. Бартерні угоди
		1.1.2. Пряма компенсація
	1.2. Угоди з тривалими термінами виконання. Глобальні угоди	1.2.1. Базові угоди
		1.2.2. Угоди про товарообмін на основі листа-зобов'язання
1.2.3. Протоколи		
2. Компенсаційні угоди на комерційній основі	2.1. Коротко-термінові компенсаційні угоди	2.1.1. Часткова компенсація
		2.1.2. Повна компенсація
		2.1.3. Трестороння компенсація
		2.1.4. Короткотермінові зв'язані угоди
	2.2. Зустрічні закупівлі	2.2.1. Паралельні угоди
		2.2.2. Джентельменські угоди
		2.2.3. Угоди з додаванням фінансових зобов'язань
2.3. Довгострокові авансові закупівлі		
3. Компенсаційні угоди на основі домовленостей про виробниче співробітництво	3.1. Великомасштабні довгострокові компенсаційні угоди із зворотною закупівлею товарів	3.1.1. Угоди з зобов'язаннями щодо компенсації вартості обладнання, яке поставляється
		3.1.2. Угоди з зобов'язаннями щодо компенсаційних закупівель, які зазвичай дорівнюють або є нижчими за вартість обладнання, що поставляється
	3.2. Угоди про розподіл продукції	
	3.3. Угоди щодо розвитку імпорту	

## 2. За специфікою об'єкта:

- торгівля товарами (сировинними, паливними, продовольчими, напівфабрикатами, готовими виробами виробничого та невиробничого призначення);

- торгівля послугами (виробничими, транспортними, експедиторськими, консультаційними, консигнаційними, посередницькими, туристичними, маркетинговими, обліковими, орендними, ліцензійними та іншими послугами);

- торгівля результатами творчої діяльності (купівля-продаж патентів, ліцензій, ноу-хау).

Розвиток міжнародного ринку товарів обумовив формування та інтенсивний розвиток **міжнародного ринку послуг**, який посідає значне

місце в економіці держав світу. Зазвичай під *послугами* розуміють будь-який захід або вигоду, які одна сторона може запропонувати іншій.

У сучасних умовах все більше поширюються міжнародні науково-технічні відносини, під якими розуміють відносини з приводу обміну результатами науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР); спільного проведення країнами, підприємствами або організаціями НДДКР з подальшим сумісним чи роздільним використанням їх результатів; спільного розроблення і використання науково-технічних нормативів, вимог і стандартів; обміну загальною науково-технічною, маркетинговою інформацією.

### **3. За специфікою регулювання:**

- звичайна торгівля – здійснення регулювання в повному обсязі відповідно до національного законодавства;
- дискримінаційна торгівля – введення обмежень державою на експортно-імпорتنі операції;
- преференційна торгівля – привілеї в торгівлі, які надаються країні або групі країн. Це може бути преференційний тариф чи інші пільгові збори, а також інші правила чи формальності (наприклад, імпорتنі або експортні ліцензії).

## **3.2 Розвиток міжнародного ринку послуг**

Розвиток міжнародного ринку товарів обумовив формування та інтенсивний розвиток *міжнародного ринку послуг*, який посідає значне місце в економіці держав світу. Так, частка послуг у ВВП розвинутих країн становить зараз близько 70 %, а країн, що розвиваються, – 55 %. У сфері послуг розвинутих країн світу задіяно понад 60 % працюючих [7].

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

До основних особливостей світового ринку послуг слід віднести такі:

- системність розвитку, яка означає, що ринок послуг розглядається як цілісна система з багатьма складовими, пов'язаними між собою;
- чутливість до ринкових змін, причиною якої є постійні коливання в попиті та пропозиції послуг на ринку;
- висока швидкість обороту капіталу, пов'язана зі скороченим виробничим циклом у сфері послуг;
- постійне зростання асортименту послуг.

Світовий ринок послуг як категорія міжнародної економіки функціонує відповідно до основних законів ринкового господарства, а саме: закону вартості, закону попиту та пропозиції, закону зростання продуктивності

праці, закону нагромадження, закону пропорційного розвитку. Закономірності розвитку сфери послуг слід вбачати в поступовому залученні окремих країн до світового ринку послуг, переплетенні їх економічних інтересів у цій галузі, динамізмі розвитку національних ринків послуг, що проявляється у збільшенні обсягів надання послуг.

На світовому ринку послуг домінують вісім країн: США, Великобританія, Франція, Німеччина, Японія, Бельгія, Нідерланди, Італія, на які припадає 2/3 світового експорту послуг і понад 50 % імпорту. Частка першої п'ятірки становить відповідно понад 50 % експорту, при набагато нижчій частці імпорту. При цьому на чотири країни (США, Великобританію, Німеччину, Францію) припадає 44 % усього світового експорту послуг. Експортна квота США і Великобританії на світовому ринку дорівнює 30 %, імпортна – значно нижча.

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

Міжнародна торгівля послугами порівняно з торгівлею товарами має такі особливості:

- торгівля переважно здійснюється на прямих контактах між виробниками послуг і їх споживачами;
- її регулювання здійснюється не на кордоні, а всередині країни відповідними положеннями внутрішнього законодавства;
- велика залежність обсягу послуг і їх вартості від складності та наукомісткості товарів;
- значно більша захищеність державою виробництва і реалізації послуг, ніж сфери матеріального виробництва і торгівлі;
- послуги, що надходять в особисте споживання (туризм, освіта, культура тощо), не можуть бути задіяні у господарському обороті.

### *Запитання для самоконтролю*

1. Яка існує класифікація форм міжнародної торгівлі?
2. Які розрізняють міжнародні торговельні класифікації товарів?
3. Які розрізняють види цін у міжнародній торгівлі?
4. Які є форми міжнародної торгівлі відносно предмета торгівлі?
5. Охарактеризуйте світові ринки сировинних і промислових товарів.
6. Що таке послуги і в чому їх відмінність від товарів?
7. Які основні особливості світового ринку послуг?
8. Чим торгівля послугами відрізняється від торгівлі товарами?

### *Проблемні питання для обговорення*

1. Які фактори зумовлюють становлення й розвиток тієї чи іншої форми міжнародної торгівлі?
2. Україна на світових ринках сировини і промислових товарів.
3. Прокоментуйте факт зростаючої ролі сфери послуг у міжнародній торгівлі.

### *Завдання для набуття практичних навичок*

1. Проаналізувати стан світового ринку сировинних товарів (вид товару на вибір).
2. Проаналізувати стан світового ринку промислових товарів (вид товару на вибір).
3. Проаналізувати стан і розвиток міжнародної торгівлі машинно-технічною продукцією (вид продукції на вибір).
4. Проаналізувати зміни, які відбулися протягом останніх п'яти років, у зовнішній торгівлі послугами окремої країни, групи країн (країна та вид послуг на вибір).
5. Виявити зміни, які відбулися протягом останніх п'яти років у зустрічній торгівлі окремої країни (вид зустрічної торгівлі та країна на вибір).



## 4 ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ ПРОМИСЛОВИХ ТОВАРІВ

### 4.1 Загальна характеристика ринку промислових товарів

У світі немає єдиного ринку товарів промислового виробництва, проте існує значна кількість ринків конкретних промислових товарів.

**Світовий ринок промислових товарів** – це сукупність операцій зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання різних країн щодо реалізації виготовлених промислових товарів. Промислові товари можуть бути цілком змонтованими і готовими для використання, а також перебувати у розібраному вигляді, наприклад, машини і обладнання часто постачаються у вигляді комплектів.

Розглянемо найважливіші групи промислових товарів сучасного світового ринку [7].

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

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

*Сталеливарна продукція.* Тривалий час Західна Європа залишалася найбільшим виробником сталі у світі та була лідером у торгівлі продукцією сталеливарної промисловості. Найвагомий потік сталеливарної продукції до країн, що розвиваються, спрямовувався з Японії та країн Західної Європи. Країни, що розвиваються, не мають значних власних потужностей для виробництва сталі.

*Автомобілебудування* вважається однією з основних галузей промисловості світу та є однією з пріоритетних галузей і вітчизняної промисловості, яка сприяє розвитку інших галузей, забезпечує стійке зростання зайнятості населення, підвищує товарообіг, зміцнює грошову систему, зумовлює потребу в продукції багатьох інших галузей промисловості. За оцінками дослідників, одне робоче місце у автомобілебудуванні створює 7–8 робочих місць у таких суміжних галузях, як металургійна, нафтопереробна, електротехнічна та ін.

*Машинобудування* постачає всім галузям економіки машини, обладнання та інструменти, займається виробництвом різноманітних технічних, побутових приладів, предметів споживання тощо. У розвинутих країнах машинобудування належить до найважливіших галузей

промисловості та є пріоритетною, бо має вплив на ефективність та продуктивність всіх сфер економічної діяльності країни.

## 4.2 Ринки взуття, одягу та текстилю

*Легка промисловість* у країнах світу розвивається швидкими темпами і забезпечує населення одягом, взуттям, різноманітними текстильними товарами, шкіряними і галантерейними виробами. Окремі виробництва легкої промисловості є постачальниками продукції для меблевої, авіаційної, автомобільної, хімічної, харчової промисловості.

*Текстильна легка промисловість* світу за останні роки істотно змінила структуру виробництва. Якщо раніше переважала бавовняна промисловість, то тепер значно зросла частка виробництва текстильних виробів з різних синтетичних волокон і змішаних матеріалів. Текстильна промисловість у світовому масштабі розвивається швидкими темпами. На сьогодні основним регіоном, який виробляє понад 70 % від усього обсягу текстильної продукції, є Азія. Азіатські країни є й основними постачальниками товарів текстильної промисловості на світовий ринок. Найбільшими виробниками бавовняних тканин вважаються Китай (постачає до 30 %), Індія (майже 10 %), США.

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

*Шкіряно-взуттєва промисловість* світу, як і швейна, має великий асортимент продукції і також значно залежить від трудових ресурсів. Взуттєве виробництво нині використовує найрізноманітнішу сировину. Крім натуральної шкіри, дедалі частіше використовують її замітники – набагато дешевші різноманітні штучні матеріали. За оцінками експертів, лише третина від загального виробництва взуття (понад 13 млрд пар на рік) припадає на дорогі шкіряні моделі.

Переважає більшість взуття нині виробляється у країнах, що розвиваються, проте часто під торговельними марками і брендами розвинутих країн. Це зумовлено насамперед дешевою робочою силою в цих країнах.

### 4.3 Характеристика світового ринку продовольства

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

Основним виробником продовольства у світі є країни Азії, на частку яких припадає в середньому 45,5 % обсягу виробництва продовольства у світі щороку. Для порівняння, на частку країн Латинської Америки та Карибського басейну припадає в середньому 11,9 % обсягів виробництва продовольства, країн Африки – 8 %, країн Океанії – 1,8 %, інших країн – 32,6 % (таблиця 4.1).

Таблиця 4.1 – Світові лідери у експорті-імпорті продовольства [8]

Країни-лідери у 2018 році	
з експорту продовольства	з імпорту продовольства
- країни ЄС (у середньому 40,6 %);	- країни ЄС (у середньому 40 %);
- США (11 %);	- США (9,3 %);
- Бразилія (4,4 %);	- Китай (3,3 %);
- Китай (3,7 %);	- Японія (7,5 %);
- Канада (3,7 %);	- Росія (2,36 %);
- Аргентина (2,6 %);	- Канада (2,3 %);
- Австралія (2,4 %);	- Мексика (1,56 %);
- Індія (1,8 %);	- Корея (1,42 %);
- Таїланд (2,3 %);	- Саудівська Аравія (1,32 %);
- Індонезія (2,1 %);	- Малайзія (1 %);
- Малайзія (1,7 %);	- Туреччина (0,9 %);
- Мексика (1,7 %);	- Індонезія (0,74 %);
- Нова Зеландія (1,4 %);	- Індія (0,68 %);
- Росія (у середньому 1,23 %);	- ОАЕ (у середньому 0,76 %)
- В'єтнам (0,8 %)	

У середньому на зазначені країни припадає майже 80 % світового імпорту продовольства. Країни ЄС хоча і є беззаперечними лідерами серед країн – найбільших імпортерів продовольства у світі, але більшість їх імпорту має внутрішньорегіональний характер, лише 11,3 % продовольства імпортується із країн, що не входять до ЄС.

Міжнародна торгівля продовольчими товарами включає торгівлю продукцією землеробства, тваринництва, рибальства, морського промислу, лісового господарства, а також напівфабрикатами і готовими товарами. Основною продовольчою продукцією є зернові й продукти їх перероблення,

олійне насіння, рослинна олія, жири, овочі, фрукти, м'ясо, м'ясопродукти, молочні продукти, кава, какао, чай, риба, морепродукти.

### *Запитання для самоконтролю*

1. Які розрізняють ринки промислових товарів?
2. Які принципи сегментації ринку товарів промислового призначення?
3. Що таке позиціонування промислового товару?
4. Охарактеризуйте світові ринки сировинних та промислових товарів.
5. Назвіть основні фактори, що впливають на поведінку покупців товарів промислового призначення.
6. Охарактеризуйте сучасну систему ринків промислових товарів.
7. Перелічіть основні експортні та імпорتنі потоки продовольства та визначте внесок України у світовий процес торгівлі продовольством.

### *Проблемні питання для обговорення*

1. Які фактори зумовлюють становлення й розвиток того чи іншого ринку промислових товарів?
2. Україна на світових ринках сировини та промислових товарів.
3. Прокоментуйте значення ринків сировини та промислових товарів.
4. Які сучасні тенденції розвитку ринків сировини та промислових товарів?
5. Проблеми та перспективи розвитку промислового ринку в Україні.
6. Які особливості дії ринку сировинних товарів?
7. Конкуренція на ринках сировинних і промислових товарів.
8. Проблеми та перспективи розвитку промислового ринку в Україні.

### *Завдання для набуття практичних навичок*

1. Проаналізувати стан світового ринку сировинних товарів (вид товару на вибір).
2. Проаналізувати стан світового ринку промислових товарів (вид товару на вибір).
3. Проаналізувати стан і розвиток міжнародної торгівлі машинно-технічною продукцією (вид продукції на вибір).
4. Проаналізувати зміни, які відбулися протягом останніх п'яти років, у зовнішній торгівлі промисловою продукцією окремої країни, групи країн (країна та вид послуг на вибір).
5. Виявити зміни, які відбулися протягом останніх п'яти років у машинобудуванні (вид зустрічної торгівлі та країна на вибір).

## 5 ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ

### 5.1 Характеристика послуг як товару. Класифікація послуг у міжнародній торгівлі

**Послуги** по своїй суті – це зміна у становищі інституціональної одиниці, що відбувається внаслідок дій і на основі взаємної згоди з іншою інституціональною одиницею [7,19].

*Особливості послуг як товару:*

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

*Причини зростання сфери послуг:*

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

За класифікацією Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (ГАТТ/СОТ) послуги поділяються на такі:

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

За класифікацією Світового банку послуги поділяються на такі:

- *факторні* (factor services) – платежі, що виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва, насамперед капіталу й робочої сили (доходи на інвестиції, роялті й ліцензійні платежі, зарплата, виплачена нерезидентам);

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

Надання послуг здебільшого відбувається одночасно з продажем товару або здійсненням інвестицій у ту чи іншу країну.

Залежно від зв'язку з матеріальним продуктом розрізняють такі послуги:

- 1) виробничі (матеріальні), що пов'язані з матеріальним продуктом;

2) невиробничі (нематеріальні), які спрямовуються безпосередньо на людину та її оточення.

Існує корисний з аналітичної точки зору розподіл міжнародних угод із послуг залежно від характеру поведінки продавця й покупця послуг.

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

До класифікації послуг також є різні підходи, основні з яких наведено в таблиці 5.1.

Таблиця 5.1 – Класифікації міжнародних послуг [11]

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

## 5.2 Характеристика основних секторів світового ринку послуг

*Міжнародний туризм* – це багатопланова система послуг, спрямована на задоволення потреб осіб, які є представниками одних країн і перебувають із короткостроковим візитом в інших [7]. Як приклад, розглянемо такі системи послуг:

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

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

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

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

Види страхування в МЄВ:

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

*Міжнародний інжиніринг* – сукупність інтелектуальних послуг, спрямованих на одержання найкращих підсумків від капітальних вкладень, рішень для реалізації проектів за рахунок раціонального та ефективного добробуту й використання ресурсів і технологій [23, 26].

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

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

Структура системи консалтингових послуг:

- дослідження кон'юнктури світових ринків товарів і послуг;
- стратегічне планування та менеджмент;
- дослідження проблем світових цін;
- фінансові питання;
- маркетинг та організація збуту;
- з вибору партнера;

- з питань оподаткування;
- з оцінювання добору кадрів;
- з організації інвестування і створення спільних підприємств (СП);
- з розроблення нових виробничих концепцій;
- з питань структурної перебудови виробництва.

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

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

#### *Міжнародні транспортні послуги*

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

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

#### *Сегменти ринку транспортних послуг:*

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

#### *Етапи міжнародного перевезення вантажу:*

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

#### *Суб'єкти міжнародних транспортних відносин:*

- перевізник – укладає контракт на перевезення товару та здійснює перевезення;
- експедитор (фрахтовий агент, комісіонер, брокер) – організує перевезення вантажів перевізниками та супроводжує вантажі;
- стивідор – оператор вантажних терміналів.

#### *Особливості розвитку міжнародного транспорту:*

- наслідком роботи транспорту є не новий продукт, а певний корисний ефект, що полягає в переміщенні або зміні переміщення вантажів і пасажирів;
- використовується не сировина, а засоби виробництва й допоміжні матеріали;
- своєю діяльністю продовжує виробничий процес;
- пов'язаний із усіма галузями національного господарства;
- характерне лінійне розміщення;



- прискорює соціально-економічний розвиток;
- зумовлює розміщення окремих галузей виробництва.

Транспортні витрати враховують у загальних витратах виробництва двічі:

- а) на стадії виробництва;
- б) на стадії обороту.

*Фактори, що впливають на вибір транспорту для міжнародних сполучень:*

1. Державно-політичні:

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

2. Природно-географічні:

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

3. Технічні й експлуатаційні характеристики транспортних засобів:

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

4. Торговельно-економічні:

- рівень і темпи розвитку країн і регіонів;
- стан загальної ринкової кон'юнктури;
- стан ринкової кон'юнктури на відповідному ринку транспортних послуг;
- стан платіжного й торгового балансу;
- стан валютних ринків;
- особливості цінової (тарифної) політики, розміри пільг, знижки;
- грошові й розрахунково-кредитні відносини;

- рівень інформаційного (у тому числі рекламного) забезпечення перевізників і їхніх клієнтів;
- рівень розвитку, характер і форми посередництва в міжнародних транспортних операціях.

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

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

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

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

*Коносамент* – юридичний документ, який:

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

*Види коносамента:*

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

*Види фрахтування суден:*

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

*Правове регулювання транспортних відносин на світовому ринку*  
Міжнародні транспортні конвенції – міжнародні угоди, які визначають умови перевезення вантажів і пасажирів тими чи іншими видами транспорту:

1. Морські перевезення:

- Гаазькі правила про коносаменти (1924 р.);
- Брюссельський протокол з перегляду Гаазьких правил про коносаменти (правила Гаага-Вісбі) (1968 р.), який набрав чинності в 1978 р.;
- Конвенція ООН про морські перевезення вантажів (Гамбурзькі правила);

- Європейська угода про найважливіші внутрішні водні шляхи міжнародного значення (1996 р.);

- Європейська угода про міжнародні перевезення небезпечних вантажів внутрішніми водними шляхами (ВОПОГ).

#### 2. Залізничні перевезення:

- Бернська конвенція про міжнародні залізничні перевезення (COTIF, 1980 р.);

- Міжурядова організація з міжнародних перевезень залізничним транспортом (ОТІФ);

- Угода про міжнародне залізничне вантажне сполучення (1951р.).

#### 3. Автомобільні перевезення:

- Конвенція про договір міжнародного перевезення вантажів (1956 р., діє в редакції 1978 р.);

- Європейська угода про міжнародні автомобільні перевезення небезпечних вантажів (1968 р.);

- Митна конвенція про міжнародні перевезення вантажів із застосуванням книжки МДП (Конвенція МДП, 1959 р., 1975 р. – нова редакція, набула чинності в 1978 р.);

- Європейська угода щодо роботи екіпажів транспортних засобів, які виконують міжнародні автомобільні перевезення (ЄУТР);

- Конвенція ООН з міжнародних змішаних перевезень вантажів (24.05.1980 р.).

#### 4. Повітряні перевезення:

- Конвенція про уніфікацію деяких правил, що стосуються міжнародних авіаперевезень (1929 р.);

- Гаазький протокол (1955 р.);

- Гватемальський протокол (1971 р.);

- Монреальський протокол (1975 р.);

- Гвадалахарська конвенція (1961 р.).

#### 5. Міжнародні транспортні організації:

- Організація співробітництва залізниць (ОСЗ);

- Міжнародний союз залізниць (МСЗ);

- Міжнародна авіаційна транспортна асоціація;

- Європейська економічна комісія (ЄЕ) (IATA);

- Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО);

- Європейська конференція міністрів транспорту (ЄКМТ);

- Комітет з внутрішнього транспорту (КВТК) ООН;

- Міжнародний союз автомобільного транспорту (МСАТ);

- Міжнародна морська організація (ІМО);

- Європейська конференція цивільної авіації (ЄКЦА);

- Міжнародна організація морського супутникового зв'язку (ШМАРСАТ, 1978 р.) [1, 6, 15–17, 24].

### *Запитання для самоконтролю*

1. Назвіть основні чинники, які зумовлюють зростання потреб у послугах.
2. Дайте характеристику загальному поняттю «послуга».
3. У чому полягає міжнародна природа послуги?
4. Які об'єктивні критерії покладено в основу класифікації послуг?
5. Назвіть різновиди послуг за різними підходами до класифікації міжнародних послуг.
6. Які способи постачання послуг розрізняють за ГАТС?
7. Які країни світу є провідними експортерами та імпортерами комерційних послуг?
8. Проаналізуйте особливості структури світових послуг.
9. Які основні тенденції характерні для сучасної світової торгівлі послугами?
10. Спрогнозуйте, які види послуг переважатимуть у майбутньому. Обґрунтуйте відповідь.

### *Проблемні питання для обговорення*

1. Визначте суть послуг та їх відмінність від товарів.
2. Особливості сучасної практики міжнародних лізингових операцій.
3. Визначте сучасне значення сервісного, гарантійного та післягарантійного обслуговування товарів.
4. Особливості маркетингової діяльності на ринках різних країн.
5. Страхування та перестраховування у міжнародному бізнесі.
6. Особливості організації міжнародних морських перевезень.
7. Роль логістики у виконанні контрактів ЗЕД.
8. Огляд сучасного світового ринку послуг.

### *Завдання для набуття практичних навичок*

1. Проаналізувати стан світового ринку послуг (вид послуги на вибір).
2. Проаналізувати стан світового ринку консалтингових товарів.
3. Проаналізувати стан і розвиток міжнародної торгівлі інжиніринговими послугами.
4. Проаналізувати зміни, які відбулися протягом останніх п'яти років, у зовнішній торгівлі послугами окремої країни, групи країн (країна та вид послуг на вибір).
5. Визначте, що треба зробити в законодавчому та інституційному плані для суттєвого збільшення обсягу зовнішньої торгівлі України послугами.
6. Сформулюйте перспективи впливу інформаційно-комп'ютерних технологій на міжнародну торгівлю послугами.

## 6 МЕТОДИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

### 6.1 Систематизація методів міжнародної торгівлі. Переваги та недоліки прямої торгівлі

Під методом міжнародної торгівлі слід розуміти організаційну форму та порядок здійснення зовнішньоторговельної операції, тобто це засіб здійснення торговельного обміну (торговельної операції чи торговельної угоди). В міжнародній торговельній практиці використовується два основні **методи торгівлі** [11, 13, 18]:

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

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

Серед переваг організації безпосередньої зовнішньої торгівлі слід виділити :

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

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

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

*Переваги залучення посередників полягають у такому:*

- підвищують оперативність збуту;

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

До непрямой торгівлі відносять:

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

Крім того, якщо поставка товару відбувається не безпосередньо між експортером та імпортером в країні, що виробляє товар, або в країні, що купує товар, а через транзитного торговця в третій країні, то така торгівля називається транзитною.

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

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

## 6.2 Особливості міжнародної торгівлі через посередників

Види і характер торговельно-посередницьких операцій обумовлюються функціями, які виконують посередники. У сучасних умовах посередницькі функції значно розширилися, що пов'язано зі зростанням ролі торговельно-посередницьких фірм у міжнародній торгівлі. Збільшилися обсяги надання різноманітних *видів послуг*, серед яких слід виділити [12, 15, 18, 20, 22]:

- операції з організації збуту – пошук контрагентів, підписання угод від імені продавця, надання гарантій сплати за товар покупцем, проведення рекламних кампаній і дослідження ринків;
- транспортно-експедиторські операції, операції з транспортування та страхування вантажів;

- фінансування торговельних операцій;
- надання технічних послуг, здійснення післяпродажного технічного обслуговування;
- збір, оброблення та надання інформації про стан і тенденції розвитку регіональних товарних ринків.

Залучення торговельного посередника дає змогу:

- запобігти інвестуванню значних коштів в організацію збутової мережі на території країни-експортера або за рубіж, оскільки торговельно-посередницькі фірми мають власну матеріально-технічну базу (складські приміщення, демонстраційні зали, ремонтні майстерні, а з часом і свої роздрібні магазини);
- збільшити прибуток шляхом продажу товару на іноземному ринку безпосередньо з моменту поліпшення кон'юнктури за більш високими цінами внаслідок того, що посередники, перебуваючи поруч з кінцевими споживачами, чутливо реагують на будь-які зміни попиту;
- звільнити експортера від багатьох операцій, пов'язаних з реалізацією товару (доставка до країни-імпортера, сортування та пакування, підбір за асортиментом, пристосування до вимог місцевого ринку, реклама тощо);
- скористатися капіталом торговельно-посередницьких фірм для фінансування угод на основі як короткотермінового, так і середньотермінового кредитування;
- проникнути на регіональні ринки деяких товарів, що цілком монополізовані торговими посередниками і є недосяжними для встановлення прямих контактів зі споживачами.

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

Залежно від характеру взаємодії між експортером та торговим посередником і функцій, які виконує торговий посередник, розрізняють операції:

- з перепродажу;
- комісійні;
- агентські;
- брокерські.

**Операції з перепродажу** здійснюються торговим посередником від свого імені та за свій рахунок. Це означає, що торговий посередник самостійно виступає стороною договору як з експортером, так і з кінцевим покупцем і стає власником товару після його оплати. Розрізняють два види операцій з перепродажу:

- операції, в яких торговий посередник є відносно експортера покупцем, що купує товари на основі договору купівлі-продажу. Він стає

власником товарів і може реалізувати їх на свій розсуд на будь-якому зарубіжному ринку і за будь-якою ціною. Відносини між експортером і такого роду посередником припиняються після виконання сторонами своїх зобов'язань за договором купівлі-продажу;

- операції, для здійснення яких експортер і торговий посередник підписують договір про продаж товарів на певній території та на конкретний термін з глибокою деталізацією всіх інших аспектів угоди.

*Дистриб'ютори* продають товари від власного імені та за власні кошти. Вони самостійно відповідають за всі види ризиків, пов'язаних з псуванням чи втратою товарів, а також з неплатоспроможністю покупця.

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

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

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

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

Агент лише сприяє здійсненню угоди купівлі-продажу, але сам у ній (як сторона контракту) не бере участі і не купує за свій рахунок товари. Він діє лише як представник принципала в межах відповідальності, покладеної на нього агентською угодою, а також виконує функції повіреного. У цьому полягає відмінність агентської угоди від договору на надання права на продаж.



Залежно від місця на ринку, агентів поділяють:

- на простих;
- з правом «першої руки»;
- ексклюзивних.

*Прості агенти* отримують право здійснювати збут певної номенклатури товарів принципала на обумовленій території та одержувати від нього винагороду. Така угода не обмежує права принципала, який може самостійно або через інших агентів виходити з цими ж товарами на той самий ринок без виплати простому агенту будь-якої винагороди чи компенсації. Агентство з правом «першої руки» є різновидом простого. Відповідно до угоди про агентство з правом «першої руки» принципал зобов'язаний спочатку запропонувати товар агенту й лише після його відмови продавати товар на цьому ринку самостійно або через інших посередників без виплати винагороди агенту.

*Ексклюзивні агенти* отримують монопольне право продавати товари принципала певної номенклатури на обумовленій території протягом встановленого терміну та одержувати за це винагороду. При цьому принципал втрачає право виходити на цей ринок з товарами, номенклатура яких була визначена в угоді, самостійно чи через інших агентів.

**Брокерські операції** здійснюються професійними посередниками, які сприяють укладанню угод між зацікавленими сторонами – клієнтами. Такі посередники задіяні у збуті та купівлі товарів, але самі не є стороною угоди – вони лише надають необхідну інформацію зацікавленим сторонам, які беруть на себе зобов'язання за угодою. На відміну від агента, брокер не перебуває в договірних відносинах зі сторонами, а діє на основі окремих доручень. Його головне завдання – знайти покупця для продавця (і, навпаки), а також сприяти підписанню контракту між ними. Брокерські або маклерські операції з підготовки угод зводяться до надання замовникові комерційної інформації про стан ринку, пошук контрагента та ведення з ним переговорів на основі отриманих від клієнта матеріалів (специфікацій, прейскурантів тощо), підготовки проекту контракту, направлення кожній стороні підписаних відповідним чином примірників контракту, доставки сторонам іншої документації щодо здійснення угоди. Винагороду за посередництво брокер, зазвичай одержує від тієї сторони, яка звернулася до нього першою. Така винагорода дістала назву «*брокеридж*» і її розмір при товарних операціях коливається в межах 0,25 – 3 % від вартості угоди.

До торговельно-посередницьких належать фірми, які в юридичному та господарському відношенні не залежать від виробника та споживача товарів і діють з метою одержання прибутку, джерелами якого є або різниця між цінами закупівлі товарів у експортерів і цінами, за якими ці товари продаються покупцям, або винагорода за надані послуги з просування товарів на зовнішні ринки. До таких фірм відносять **торгові фірми**, які зазвичай здійснюють операції за свій рахунок і від свого імені та працюють

в основному з постійними постачальниками, підтримуючи з ними довготривалі відносини.

За характером здійснюваних операцій *торгові фірми* поділяються на такі:

- торгові дома;
- комісійні;
- агентські;
- брокерські.

*Торгові дома* купують товари у виробників або оптовиків своєї країни та перепрошують їх за рубежем і закупають іноземні товари за рубежем, щоб перепродати їх місцевим оптовикам або роздрібним торговцям, а також промисловим споживачам.

*Експортні фірми* є торговельними підприємствами, які закупають на власні кошти товари на внутрішньому ринку з метою перепродажу їх від свого імені за рубежем (можуть бути універсальні та спеціалізовані).

*Імпортні фірми* закупають за свій рахунок товари за рубежем і продають їх потім на внутрішньому ринку промисловцям, оптовим і роздрібним продавцям. Ці фірми мають на складах товарні запаси і за вимогою негайно здійснюють поставки на внутрішній ринок.

*Оптові фірми* є посередниками між промисловими або заготівельними підприємствами і роздрібними торговельними фірмами. Вони закупають за свій рахунок товари за рубежем великими партіями і реалізують їх на місцевому ринку окремим споживачам дрібнішими партіями, одержуючи при цьому прибуток внаслідок різниці в цінах.

*Роздрібні фірми* здійснюють свою зарубіжну діяльність у двох формах: у створенні власних зарубіжних філій у вигляді магазинів роздрібної торгівлі та заснуванні зарубіжних представництв та агентств для закупівлі товарів у дрібних місцевих продуцентів. Великі роздрібні фірми мають широку мережу філій, дочірніх компаній і закупівельних контор за рубежем.

*Дистриб'ютори* здійснюють здебільшого операції з імпортування і є торговцями за договором на основі угоди про надання їм права на закупівлю й продаж устанавленого кола товарів або послуг на певних ринках. Дистриб'ютор купує та продає товари від свого імені і за свій рахунок, перебуваючи зазвичай в країні імпортера.

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

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

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

**Брокерські фірми** є особливим видом посередницьких фірм, до обов'язків яких належать функція зведення контрагентів. За законами деяких країн брокери не можуть бути самі покупцями або продавцями товарів, які їм доручено продати чи купити.

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

### **6.3 Особливості міжнародної торгівлі через інституціональних посередників**

Серед посередників виділяють так званих **інституціональних посередників**, до яких відносять товарні біржі, міжнародні аукціони та міжнародні торги (тендери) [7, 12, 17].

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

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

Біржовий ринок складається з *двох основних секторів*:

- ринку реального товару;
- ринку абстрактного контракту, тобто сучасної ф'ючерсної біржі.

**Угоди з реальним товаром** укладають з метою передачі прав власності на товар продавцем споживачу за визначений грошовий еквівалент. Виконання таких угод полягає у фактичному постачанні товару.

**Угоди з абстрактним товаром** укладаються на основі купівлі-продажу стандартних ф'ючерсних контрактів після здійснення біржових операцій.

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

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

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

Торгівля ще 10 років тому на біржі здійснювалася публічно шляхом вигуків у спеціально обумовленому місці, яке називається кільцем (у західноєвропейських країнах), або ямою (у США), наразі все автоматизовано.

**Міжнародні товарні аукціони** – це спеціально організовані, періодично діючі в спеціально визначеному місці ринки, де шляхом публічних торгів здійснюється продаж раніше оглянутих товарів, які переходять у власність покупця. Міжнародні аукціони спеціалізуються на збуті реальних товарів з визначеними індивідуальними властивостями.

У міжнародній торгівлі склалася досить обмежена номенклатура товарів, що продаються з аукціонів.

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

Торги на аукціонах проводяться або з підвищенням ціни, або зі зниженням ціни («голландський аукціон») (таблиця 6.1).

Таблиця 6.1 – Види і способи ведення аукціонних торгів

Аукціонні торги	
Види	Способи
З пониженням ціни	Гласний
	Негласний
З підвищенням ціни	Автоматизований

Перевага аукціонної форми продажу полягає в можливості продажу значної кількості товарів у короткий термін. Розклад аукціонів на рік установлюється Міжнародною федерацією (по конкретному товару) за узгодженням з аукціонними компаніями світу.

**Міжнародні торги** – метод розміщення замовлень купівлі-продажу або підяду, при якому покупець (замовник) оголошує конкурс для продавців (підрядників) на товар (роботи) з раніше визначеними у спеціальному документі – тендері – техніко-економічними характеристиками і після порівняння отриманих пропозицій укладає договір з тим продавцем (підрядником), що запропонував більш вигідні умови для покупця (замовника) [20].

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

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

2) фінансові (надійний фінансовий стан продавця (підрядника); масштаби підрядної чи торгової діяльності, яку він здійснює; можливість здійснення фінансових операцій в іноземній валюті).

Оголошення про проведення *відкритих* торгів публікуються покупцями (замовниками) у газетах або спеціалізованих журналах. Інформація про великі торги з'являється за 2–4 місяці до дня їх проведення, про звичайні – за 1–1,5 місяця, про невеликі – іноді за 20 днів. У день закриття торгів у присутності всіх учасників керівники тендерних комітетів відкривають пакети з пропозиціями, а також повідомляють запропоновані учасниками ціни та рішення тендерних комітетів про передачу замовлень переможцям. Такі торги називають *гласними*. Запрошення до участі в *закритих* торгах розсилаються замовниками найбільш відомим постачальникам і підрядникам. Закриті торги зазвичай проводяться при постачанні дорогого устаткування з високими технічними характеристиками і на складні підрядні роботи, що потребують високої кваліфікації. Тендерні комітети не проводять публічного розкриття пропозицій і не повідомляють ні складу учасників, ні запропонованих ними умов. Рішення про передачу замовлень не публікується, а з'являється переможець у конфіденційній формі. Такі торги є *негласними*.

Ухвалення рішення і присудження замовлення відбуваються через певний період часу (до 8–10 місяців) після ретельної перевірки відповідності всіх пропозицій поставленим умовам.

Для виграшу торгів на постачання устаткування вирішальне значення мають рівень цін і умови платежу, а для виграшу торгів на об'єкти будівництва – ціна продукції, термін виконання, рівень експлуатаційних послуг, надійність запропонованих методів будівництва.

### *Запитання для самоконтролю*

1. Що розуміють під методом міжнародної торгівлі?
2. Охарактеризуйте суть прямої торгівлі.
3. У чому полягають переваги та недоліки прямої торгівлі?
4. Охарактеризуйте внутрішньо корпоративну торгівлю.
5. Що розуміють під трансфертними цінами і для чого їх використовують?
6. Які основні методи трансфертного ціноутворення?
7. Охарактеризуйте суть непрямой торгівлі.
8. У чому полягають переваги й недоліки непрямой торгівлі?
9. Дайте визначення торговельних посередників.
10. З яких основних статей складаються витрати торговельних посередників?
11. Назвіть особливості діяльності торговельних посередників у сучасних умовах.
12. Які існують види торговельно-посередницьких операцій та типи посередників?
13. У чому полягає суть операцій з перепродажу?
14. У чому полягає суть комісійних операцій?
15. У чому полягає суть агентських операцій?
16. У чому полягає суть брокерських операцій?
17. Які існують методи виплати винагороди посередникам у міжнародній торгівлі?
18. На які види поділяються торговельно-посередницькі фірми?

### *Проблемні питання для обговорення*

1. Які основні тенденції внутрішньо корпоративної торгівлі?
2. Для чого використовуються трансфертні ціни?
3. Як впливають трансфертні ціни на податки й тарифи?
4. Які методи контролю трансфертних цін рекомендує використовувати Організація економічного співробітництва та розвитку?
5. Які особливості діяльності торговельно-посередницьких фірм у сучасних умовах?

6. Як можна охарактеризувати торговельне посередництво на українських ринках?
7. Який обсяг прав посередників на ринках?
8. У чому полягає доцільність участі посередників в системі товаропросування?

#### *Завдання для набуття практичних навичок*

Навчальна група поділяється на три малі групи, кожна з яких виконує такі індивідуально-групові завдання:

1. Підібрати й узагальнити матеріали щодо трансфертного ціноутворення в різних країнах.
2. Підготувати приклади розрахунку трансфертних цін.
3. Зібрати інформацію щодо складання міжнародного комерційного контракту купівлі-продажу торговельно-посередницьких послуг.
4. Проаналізувати комерційні умови міжнародних договорів з торговельними посередниками, які установлено в окремих країнах.

## 7 РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

### 7.1 Організація системи регулювання зовнішньої торгівлі. Міжнародна торгова політика

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

З огляду на це залежно від масштабів втручання держави в міжнародну торгівлю розрізняють *політику вільної торгівлі і протекціоністську торгову політику* [12].

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

**Протекціонізм** (protectionism) – державна політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції шляхом використання тарифних і нетарифних інструментів торгової політики. Розрізняють декілька *форм протекціонізму* (таблиця 7.1).

Таблиця 7.1 – Форми протекціонізму [4]

Форма	Характеристика
Селективний	Скерований проти окремих країн або окремих видів товарів
Галузевий	Скерований на захист окремих галузей, найчастіше сільського господарства
Коллективний	Проводиться об'єднаннями країн щодо країн, які не входять до цих об'єднань
Прихований	Здійснюється методами внутрішньої економічної політики

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

Мистецтво торгової політики полягає в тому, щоб знайти точку рівноваги між двома тенденціями: вільної торгівлі й протекціонізму. Кожна



політика має свої позитивні якості й недоліки, котрі залежать від обставин місця і часу її застосування.

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

**Країни з перехідною економікою** стикаються з проблемами, аналогічними проблемам країн, що розвиваються: зміна економічної структури, адаптація до ринкової економіки, модернізація виробничого апарату та інфраструктури тощо. Для країн з перехідною економікою саме через їх слабку підготовленість до комерційної діяльності, до міжнародної конкуренції є необхідним період адаптації до принципів лібералізму, а з боку світового співтовариства – вироблення форм довіри і співробітництва у відносинах з цими країнами [4, 21].

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

1. Коли групи, які зацікавлені в експорті, мають лобістську (боротьба між групами ) організацію, державна політика більшою мірою орієнтується на вільну торгівлю.

2. Політика більшою мірою орієнтована на вільну торгівлю в країнах, де імпортована продукція не конкурує з внутрішнім виробництвом або є сировиною для важливих галузей. Протекціонізм непереконаливий, коли нічого захищати.

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

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

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

2. *Збільшення внутрішньої зайнятості* – передбачає збільшення сукупних витрат унаслідок скорочення імпорту, що спричиняє зростання

доходів і зайнятості. Серйозною причиною застосування протекціоністських заходів є безробіття. Безробітні утворюють найбільш сильну групу тиску на підтримку обмеження імпорту.

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

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

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

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

$$\text{Витрати на робочу силу} = \frac{\text{Заробітна плата}}{\text{Продуктивність праці}} \quad (7.1)$$

Вибір *інструментів*, які застосовуються для обмеження торгівлі, залежить від двох основних чинників:

- 1) співвідношення сил груп тиску, що наполягають на реалізації тих чи інших заходів;
- 2) можливих заходів у відповідь з боку урядів інших країн.

## 7.2 Тарифні методи регулювання міжнародної торгівлі

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

До тарифних обмежень міжнародної торгівлі належать:

**1. Митний тариф** (customs tariff), який залежно від контексту може визначатися як:

а) інструмент торгової політики і державного регулювання внутрішнього ринку країни при його взаємодії зі світовим ринком;

б) перелік ставок мита, які застосовуються до товарів, що переміщуються через митний кордон, систематизований відповідно до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності;

в) конкретна ставка мита, що підлягає сплаті при вивезенні або ввезенні певного товару на митну територію країни. У цьому випадку поняття митного тарифу цілком збігається з поняттям мита.

**2. Мито** (customs duty) – обов'язковий податок, що стягується митними органами при імпорті або експорті товару [3, 7, 13] .

Мито виконує три основні функції:

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

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

в) балансує, що стосується експортного мита, встановленого з метою запобігання небажаного експорту товарів, внутрішні ціни на які з тих або інших причин нижче світових.

Розрахунок фактичного рівня митного захисту дає змогу побачити, кого саме захищає митний тариф, і, отже, приймати правильні рішення в області зовнішньоторговельної політики, захищаючи одні галузі й стимулюючи конкуренцію в інших.

### 7.3 Нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі

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

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

*Система квотування товарів* – це обмеження щодо вартості або кількості, які вводяться на імпорт або експорт певних товарів на певний період.

**Імпортні квоти** застосовуються для захисту вітчизняних виробників або для диверсифікації імпорту з метою уникнення залежності від будь-якої країни.

**Експортні квоти** встановлюються з метою забезпечення вітчизняних споживачів достатньою кількістю товарів за низькими цінами, попередження виснаження природних ресурсів, підвищення цін на експорт шляхом обмеження обсягу поставок.

Тип квотування, який повністю забороняє торгівлю певними видами товарів або всіма товарами, називається *ембарго*.

*Міжнародний картель* являє собою монополістичне об'єднання експортерів якого-небудь товару з різних країн, спрямоване на забезпечення контролю за обсягами виробництва й установлення вигідних цін. Можливість картелю одержувати додатковий дохід шляхом установлення монополно високих цін на світовому ринку залежить від еластичності попиту.

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

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

**«Добровільне» обмеження експорту** (voluntary export restraint) – це кількісне обмеження експорту, що базується на зобов'язанні одного з партнерів по торгівлі добровільно обмежити або не збільшити обсяг експорту товару, прийнятий у межах офіційної міжурядової або неофіційної угоди про встановлення квот на експорт товару. За останні роки між різними країнами укладено понад 100 угод про «добровільні» експортні обмеження. Специфіка «добровільних» експортних обмежень полягає в тому, що торговельний бар'єр, який захищає країну-імпортера, вводиться країною-експортером.

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

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

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

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

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

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

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

- валютні обмеження – регламентація операцій резидентів і нерезидентів з валютою й іншими валютними цінностями [4, 7, 17, 18].

Таким чином, використання протекціоністських інструментів у торговельній політиці має своїх переможців і переможених. Споживачі програють, коли не одержують більше дешевих іноземних товарів. Платники податків програють, якщо платять за експортні субсидії. Робітники і виробники в захищених галузях виграють від торговельних обмежень, якщо ці обмеження допомагають їм конкурувати з іноземними виробниками.

#### **7.4 Міжнародні організації з регулювання та сприяння розвитку міжнародної торгівлі**

Аналізуючи процеси, що відбуваються у світовій торгівлі, слід підкреслити, що *лібералізація є її основною тенденцією*, проте існує кілька *протиріч*, основне з яких – нарощування протекціоністських тенденцій на рівні економічних угруповань та торгово-економічних блоків країн.

*Регулювання міжнародної торгівлі здійснюється на певних рівнях* (таблиця 7.2).

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

Таблиця 7.2 – Рівні регулювання міжнародної торгівлі [12]

Рівень	Характеристика
Фірмовий	здійснюється між фірмами при розподілі ринку сировини, матеріалів, збуту товарів, сфер впливу, цінової політики
Національний	здійснюється відповідно до національно-правового забезпечення регулювання зовнішньоекономічної діяльності
Міжнаціональний	здійснюється при укладанні відповідних угод між державами, групами держав
Наднаціональний	здійснюється в загальних умовах розвитку світового співтовариства та регулювання міжнародної торгівлі за допомогою міжнародних організацій (СОТ, ЮНКТАД, МТЦ, ЮНСІТРАЛ, МТП та ін.).

*Одностороннє регулювання* полягає у застосуванні методів впливу урядами країн в односторонньому порядку без погодження або консультацій з торговими партнерами. Такі заходи вживають здебільшого під час загострення політичних відносин.

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

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

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

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

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

*Принципова різниця між СОТ і ГАТТ* полягає в такому:

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

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

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

4. ГАТТ стосувалася тільки торгівлі товарами. На СОТ покладені функції регулювання торгівлі не тільки товарами, але й послугами, включаючи такі специфічні, як права на інтелектуальну власність. СОТ крім принципів ГАТТ містить Угоду щодо торгівлі послугами (ГАТС) і Угоду про торговельні аспекти інтелектуальної власності (ТАІВ).

5. Система врегулювання спірних торговельних питань, що діяла в межах ГАТТ давала змогу окремим країнам блокувати прийняття рішень. Система врегулювання торговельних спорів, що діє у СОТ, дає змогу приймати багато рішень, що не можуть бути заблоковані окремими країнами, на автоматичній основі [12].

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

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

### *Запитання для самоконтролю*

1. У чому полягає різниця між політикою вільної торгівлі та протекціонізмом?

2. Які причини протекціоністського втручання держави?

3. Як можна визначити тип торговельної політики?

4. Які існують види мита?

5. У чому полягають економічні наслідки запровадження мита?

6. У чому суть оптимального тарифу?

7. Що таке квота і які існують її види?

8. У чому полягає специфіка ліцензування?

9. Що розуміється під «добровільним» обмеженням експорту?

10. Які існують приховані види торговельних обмежень?
11. У чому полягають фінансові методи торговельної політики?
12. Для чого використовують експортні кредити?
13. У чому суть торгової дискримінації?
14. Які особливості розвитку митно-тарифного регулювання в Україні?

### *Проблемні питання для обговорення*

1. Чиї інтереси уряд має враховувати насамперед при визначенні своєї торговельної політики – інтереси виробників чи споживачів?
2. Імпортні та експортні тарифи більш поширені в розвинутих країнах чи в країнах, що розвиваються? Що є найважливішою функцією тарифу в цих групах країн?
3. Який аргумент на користь протекціонізму є найістотнішим і чому?
4. Чому протекціонізм є таким стійким, незважаючи на умовну економічну обґрунтованість аргументів захисту?
5. Вважаєте Ви справедливим чи несправедливим твердження: «Державне втручання є вигідним, якщо воно сприяє індустріалізації»?
6. Які аргументи на користь тарифного захисту є водночас і найбільш уразливими? Чому?
7. Обґрунтуйте твердження: «Тарифи забезпечують дохід для уряду і захист галузей всередині країни. Чим вищою є ставка мита, тим більшим буде дохід і більшим захист».
8. Які сильні та слабкі сторони аргументу захисту молодих галузей?
9. У чому полягають інтереси національної оборони при їх захисту за допомогою протекціоністських заходів?
10. Чи згодні Ви з таким висловлюванням: «Імпортний тариф завдає більш шкоди внутрішнім споживачам цього товару, ніж переваг для його виробника»? Поясніть.
11. Чи має ембарго більше шансів на успіх, якщо його вводити поступово, а не несподівано?

### *Завдання для набуття практичних навичок*

1. Навчальну групу поділити на дві малі групи, які розглядають ситуацію: українська фірма «Шостка», щоб захистити робочі місця, може прийняти рішення про зменшення імпорту сиру на 50 %. Цього можна досягти:
  - а) шляхом введення високих тарифів для того, щоб знизити імпорт на 50 %,
  - б) змусити іноземні фірми добровільно обмежити свій експорт сиру в Україну на 50 %.Кожна група повинна визначити, яка тактика є менш втратною для України, а яка – для решти світу, і довести свою точку зору.



2. Кожна з двох малих груп студентів обирає одну галузь або товар, складає довідку щодо торговельних обмежень, які вводяться будь-якими п'ятьма країнами на імпорт цієї продукції (до переліку країн може входити лише одна країна – член ЄС), та оцінює одержані результати.

3. В Україні діє правило, що в країну можна імпортувати тільки дині, які вирощуються та збираються з дотриманням технологій, які використовують українські виробники. Така вимога відповідає державним стандартам щодо безпеки робітників та якості товару.

Формуються дві малі групи студентів. Перша група повинна виступити в ролі представника України в СОТ та захистити цю імпорتنу політику. Друга група виступає в ролі іноземного виробника динь та доводить, що ця вимога є несправедливим обмеженням торгівлі.

4. Швейцарська фірма виробляє телевізори в Китаї, а потім експортує їх до Швейцарії та інших країн. Складання телевізорів у Китаю було організовано з метою скористатися перевагами дешевої та кваліфікованої робочої сили. При виборі місця для складального виробництва як варіанти розглядалися також Таїланд і Гонконг. Уряд Швейцарії вирішив запровадити 100-відсоткове вартісне мито на імпорт телевізорів з Китаю, щоб покарати цю країну за встановлення адміністративних торговельних бар'єрів, спрямованих на обмеження швейцарського експорту в Китай.

Формують дві малі групи студентів, кожна з яких вирішує, як слід діяти швейцарській фірмі у зв'язку з такою постановою уряду, та обґрунтувати свою позицію.

5. В Україні лише одна компанія виробляє автобуси. Без державної підтримки вона цілком збанкрутує через конкуренцію з боку Угорщини. Який з варіантів буде найдорожчим та найдешевшим для України:

I варіант політики: виплачувати українській компанії субсидію за кожний автобус, не захищаючи ринок від імпорту;

II варіант політики: ввести тарифи, які дорівнюють субсидії в політиці I;

III варіант політики: ввести імпортні квоти, які призведуть до такого ж скорочення, як і політика II.

Створюються дві малі групи студентів, які формулюють свої варіанти відповіді на поставлене запитання, а потім їх обговорюють.

## 8 СИСТЕМА МІЖНАРОДНИХ КОМЕРЦІЙНИХ КОНТРАКТІВ

### 8.1 Міжнародна комерційна операція. Етапи проведення міжнародної комерційної операції

Процеси глобалізації та інтернаціоналізація промислового виробництва на основі взаємних постачань продукції, послуг, результатів творчої діяльності є характерною рисою сучасних світових господарських відносин. Саме такий характер економічного співробітництва визначає форми, методи, зміст зовнішньоторговельних операцій.

**Міжнародна комерційна операція (МКО)** – це дії, спрямовані на організацію, проведення та регулювання процесу обміну товарами, послугами і результатами творчої діяльності між двома або кількома контрагентами різної національної належності [3, 22].

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

Об'єктами МКО є процеси обміну товарами, послугами та результатами творчої діяльності. Вони визначають види МКО.

#### **Етапи міжнародної практики здійснення МКО [17]:**

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

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

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

Слід зауважити, що практика міжнародної торгівлі характеризується значним ступенем правової уніфікації, метою якої є скорочення юридичних перешкод у міжнародній торгівлі шляхом розроблення та впровадження міжнародно-правових документів, прийнятих на міждержавному рівні. Це стосується насамперед міжнародних договорів купівлі-продажу товарів.

### 8.2 Класифікація контрагентів як суб'єктів міжнародних комерційних операцій

**Суб'єкти МКО** – це суб'єкти господарської діяльності, що належать до різних форм власності, самостійно здійснюючи зовнішньоекономічні операції із зарубіжними партнерами, ці суб'єкти належать до мікрорівня.

У ст. 3 «Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності» Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» міститься перелік *суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності* нашої країни, що належать до **суб'єктів мікроекономічного рівня** [32]:

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

2) юридичні особи, які зареєстровані і постійно знаходяться території України;

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

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

5) інші суб'єкти господарської діяльності, у тому числі держава в особі її органів, органів місцевого самоврядування в особі створених ними зовнішньоекономічних організацій, що беруть участь у господарській діяльності на території України [36].

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

- максимізація індивідуального прибутку;
- розширення виробництва;
- розширення ринків збуту завдяки проникненню в господарську сферу зарубіжних країн;
- підвищення ефективності виробництва через наближення до іноземного споживача;
- подолання інституційних, тарифних та нетарифних перешкод;
- вирішення проблем, пов'язаних з нестабільністю міжнародних цін.

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

*Завдання названих вище органів* такі:

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

## Міждержавний рівень зовнішньоекономічної діяльності

утворюють:

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

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

3. Міжнародні організації з регулювання світової торгівлі, які здійснюють координацію і багатостороннє регулювання міждержавних торгово-економічних відносин.

4. Міжнародні валютно-кредитні організації, які сприяють здійсненню валютно-кредитних відносин та розрахунків.

Існують різні науково-практичні підходи у визначенні суб'єктів ЗЕД. Така різноманітність пов'язана з різними критеріями, що взяті за основу класифікації (таблиця 8.1).

Таблиця 8.1 – Класифікація суб'єктів ЗЕД за різними критеріальними ознаками [3, 16]

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

Усі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають однакове право здійснювати будь-які її види, прямо не заборонені законами України, незалежно від форм власності та інших ознак. Фізичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність з моменту набуття ними цивільної дієздатності згідно з законами України. Фізичні особи, які мають постійне місце проживання на території України, мають зазначене право, якщо вони зареєстровані як підприємці згідно із Законом України «Про підприємництво». Юридичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність відповідно до їх статутних документів з моменту набуття ними статусу юридичної особи.

Втручання державних органів у зовнішньоекономічну діяльність її суб'єктів у випадках, не передбачених законом, у тому числі через видання підзаконних актів, які створюють для її здійснення умови, гірші від встановлених законом, є обмеженням права здійснення зовнішньоекономічної діяльності і як таке забороняється.

До суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності може бути застосована санкція у вигляді тимчасового призупинення права здійснення такої діяльності у випадках порушення чинних законів України, що стосуються цієї діяльності.

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

### **8.3 Загальна характеристика та класифікація міжнародних комерційних контрактів**

Відповідно до Закону України від 16.04.91 № 959-XII «Про зовнішньоекономічну діяльність» зовнішньоекономічний договір (контракт) – це матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності [32].

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

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

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

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

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

Форма зовнішньоекономічного договору визначається правом місця його укладання.

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

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

Залежно від виду зовнішньоекономічного договору здійснюється вибір того чи іншого застосованого права:

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

- договір про створення спільних підприємств: застосовується право країни, на території якої спільне підприємство створюється та офіційно реєструється;

- договір укладений на аукціонах, торгах або на біржі: застосовується право країни, на території якої проводиться аукціон, торги або знаходиться біржа.

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

#### **Основні функції зовнішньоекономічних контрактів:**

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

У міжнародній практиці використовують різні зовнішньо-економічні договори.

#### **Основні види зовнішньоекономічних контрактів:**

- 1) разового постачання;
- 2) періодичного постачання;
- 3) на постачання комплектного устаткування;
- 4) з оплатою в грошовій формі;
- 5) з оплатою в товарній або змішаній формі;
- 6) на управління;
- 7) «під ключ»;
- 8) колективні.

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

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

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

*Контракти з оплатою в грошовій формі* передбачають розрахунки у визначеній сторонами валюті із застосуванням обумовлених у контракті

способів платежу (готівковий платіж, платіж з авансом і в кредит) і форм розрахунку (інкасо, акредитив, чек, вексель).

*Контракти з оплатою в товарній або змішаній формі*, наприклад, при будівництві на умовах цільового кредитування підприємства «під ключ», коли оплата витрат відбувається частково в грошовій, а частково в товарній формі.

*Контракти з оплатою в товарній формі* – бартерні угоди (товарообмінні і компенсаційні договори), які передбачають простий обмін погоджених кількостей одного товару на інший. У цих угодах встановлюється або кількість товарів, що взаємно постачаються, або обумовлюється сума, на яку сторони зобов'язуються поставити товари.

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

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

*Коллективні контракти*. Одним із найбільших секторів ринку колективних контрактів, що бурхливо розвиваються, стали проекти, які є надто великими для однієї компанії. З початку проекту кілька компаній різних країн погоджуються розділити між собою високі витрати і рівень ризику, пов'язані з розроблення багатьох компонентів, необхідних для кінцевого виробу; потім провідна (головна) компанія купує компоненти у фірм, кожна з яких виконувала певну частину розробок [25].

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



**Типовий контракт** – це розроблений за встановленими правилами документ, який містить багато уніфікованих умов, прийнятих у практиці міжнародної торгівлі, тобто наперед узгоджених, типових умов [3].

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

#### **Способи використання типового контракту:**

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

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

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

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

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

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

**Основними джерелами правового регулювання договорів** вважаються:

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

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

1. Віденська конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (1980 р.) – найбільш широко використовується в практиці регулювання міжнародної торгівлі.

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

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

**Віденська конвенція про МДКП товарів** – це міжнародна економічна угода, що забезпечує широку уніфікацію національних законодавств, які застосовують її до договору купівлі-продажу, коли комерційні підприємства сторін договору знаходяться в різних країнах. 11 квітня 1980 р. у Відні було підписано договір «Конвенція Організації Об'єднаних Націй про контракти на міжнародний продаж товарів». Конвенція набула чинності 1 січня 1988 р. Україна ратифікувала її 1 лютого 1991 р. Ця Конвенція стала одним з найважливіших комплексів міжнародних норм у галузі приватного права. У Конвенції містяться уніфіковані правила, що регулюють міжнародну купівлю-продаж товарів, стосуються більшості країн з різними економічними і правовими системами і спрямовані на усунення правових бар'єрів у міжнародній торгівлі.

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

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

Конвенція містить 101 статтю і складається з чотирьох частин:

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

*Укладання МДКП* згідно з положеннями Віденської конвенції полягає у встановленні форми договору – усна або письмова (в Україні, Росії, Білорусі – лише письмова) та у визначенні способу укладання договору.

#### **8.4 Поняття акцепту й оферти у контракті. Основні етапи оформлення типової зовнішньоторгової угоди купівлі-продажу**

Договір вважається укладеним у випадку **акцепту** покупцем (погодження на оплату) **оферти** (комерційної пропозиції) продавця, яка містить істотні умови контракту (строк поставки, кількість та якість товару, ціна, платіж) [3, 11, 24] .

Розрізняють такі **види оферти**:

1. Тверда оферта надається лише одному покупцеві із зазначенням строку, протягом якого діє пропозиція продавця, і наділяє продавця юридичною відповідальністю.

2. Вільна оферта надається декільком покупцям водночас і не наділяє продавця юридичною відповідальністю.

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

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

### **Основні етапи оформлення типової зовнішньоторгової угоди купівлі-продажу:**

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

1. Вимога покупця надати відомості про товар чи виклик на торги продавця.

2. Одержання відповіді.

3. Перевірка продавцем платоспроможності покупця і її підтвердження.

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

*II. Другий етап.* Оформлення замовлення покупцем:

1) письмове повідомлення покупця про доставку товарів чи надання послуг;

2) встановлення графіка доставок;

3) визначення мінімальної ціни;

4) прийняття замовлення.

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

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

*III. Третій етап.* Забезпечення доставки і розрахунків:

1) визначення контрактної ціни;

2) визначення базисних умов поставки;

3) узгодження умов розрахунку і методів платежу покупцем.

Документи, необхідні для оформлення цієї частини угоди:

- консульський рахунок;
- рахунок-фактура;
- фірмові каталоги;
- преїскуранти;

- біржові котирування;
- конкурентний лист;
- Інкотермс-2010;
- акредитивний лист;
- інкасове доручення;
- чеки та ін.

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

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

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

Рахунок-фактура – це рахунок, що випикується продавцем на ім'я покупця після того, як покупець замовить товар, він містить відомості про товар та його ціну, є підставою для оплати або розрахунку.

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

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

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

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

*IV. Четвертий етап.* Виконання замовлення продавцем:

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

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

*Інвойс* (комерційний рахунок) – пакет документів, що є основою для розрахункових операцій. До його складу входить рахунок-фактура з докладним переліком надісланих покупцю товарів і повної інформації про кількість, якість і ціну товару, про нумерацію і маркування вантажних місць, про способи постачання товару. Крім того, в інвойсі перераховують всі додаткові витрати, а також проставляють номер контракту, вказують величину знижки і методи її надання, номер замовлення і накладної, дату відвантаження, умови і форми платежу. Повідомлення про готовність товару надсилається покупцеві. Складається накладна, яка супроводжує вантаж. Транспортування вантажу доповнюється завантажувальним ордером.

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

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

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

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

**Зовнішньоторговельний договір купівлі-продажу** – це угода українських підприємців з іноземними фірмами і громадянами, предметом якої є зовнішньоекономічні операції, пов'язані з обміном товарів [3, 11].

*Основні ознаки зовнішньоторговельного договору купівлі-продажу:*

- одним з контрагентів за угодою є юридична або фізична особа іноземної держави; товар знаходиться на території іноземної держави;

- при виконанні договору товар зазвичай перетинає територію одного або декількох іноземних держав;

- договір підписується уповноваженими особами, їхні підписи скріплюються печатками.

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

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

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

**Обов'язкові умови договору (контракту):**

- назва, номер договору (контракту), дата і місце укладення;  
- преамбула із зазначенням повного і скороченого найменування сторін та найменування документів, якими керуються контрагенти під час укладення договору (контракту);

- предмет договору (контракту) – його опис, найменування, характеристика, модель, сорт і т.ін.;

- кількість та якість товару (обсяги виконання робіт, надання послуг);

- одиниці виміру кількості, порядок визначення кількості, система вимірів та ваги;

- якість товарів;

- вибір способу визначення якості (за стандартом, технічними умовами, за специфікацією, описом, попереднім оглядом, змістом окремих речовин у товарі, виходом готового продукту, натуральною вагою, способом «тель-кель», тобто така, як є – умова договору, згідно з яким покупець приймає товар незалежно від якості, виключно щодо відповідності його найменування, зазначеного в договорі);

- базисні умови поставки товарів (приймання/здавання виконаних робіт або послуг);

- ціна і загальна вартість договору (контракту);

- умови платежів (містять спосіб платежу, засоби платежу, форму платежу);

- пакування та маркування;

- гарантії та технічне обслуговування;

- порядок здавання та приймання товару;

- форс-мажорні обставини;

- санкції та рекламації;
- арбітраж; юридичні адреси, поштові та платіжні реквізити сторін.

**Додаткові умови договору (контракту):**

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

З огляду на універсальність умов (статті, параграфи) контракту можна поділити на універсальні й індивідуальні.

**Універсальні (типові) умови:**

- здавання-приймання товару;
- базисні умови поставки;
- пакування та маркірування;
- умови платежу;
- гарантії;
- санкції і рекламації;
- форс-мажорні обставини;
- арбітраж.

**Індивідуальні умови:**

- найменування сторін-учасників угоди;
- предмет контракту;
- кількість товару;
- якість товару;
- термін поставки;
- ціна;
- юридичні адреси і підписи сторін.

**Основні засади запровадженого порядку реєстрації зовнішньоекономічного договору (контракту):**

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

Зазвичай зовнішньоекономічні договори, укладені підприємствами, не потребують реєстрації в органах державної влади. Однак для окремих видів зовнішньоекономічних договорів така реєстрація є обов'язковою.

### *Запитання для самоконтролю*

1. Розкрийте поняття міжнародної комерційної операції.
2. Дайте визначення суб'єктів міжнародних комерційних операцій.
3. Згідно з якими критеріями можна класифікувати суб'єкти міжнародних комерційних операцій?
4. Розкрийте поняття «об'єкт міжнародної комерційної операції».
5. Як можна класифікувати міжнародні комерційні операції за предметом торгівлі?
6. Опишіть основні етапи проведення міжнародної комерційної операції.
7. Дайте характеристику поняття «міжнародний комерційний контракт» (МКК).
8. Перелічіть ознаки, згідно з якими комерційний контракт можна вважати міжнародним.
9. Назвіть обов'язкові й додаткові умови МКК.
10. Назвіть універсальні й індивідуальні умови МКК.

### *Проблемні питання для обговорення*

1. У чому полягає основний принцип укладання контрактів? Охарактеризуйте його.
2. У яких випадках розпорядженням може передбачатись обов'язковий вибір контрагентів, змісту, способу укладання і форми МКК?
3. Визначте різницю між обов'язковими й додатковими умовами МКК.
4. Чому пакування й маркування відносять до обов'язкових умов МКК, а страхування – до додаткових?
5. Визначте різницю між універсальними й індивідуальними умовами МКК.
6. Чому базисні умови поставки відносять до універсальних умов, а якість та кількість товару – до індивідуальних?
7. У чому полягає суперечливість умов реєстрації МКК в органах державної влади?
8. За яких умов доцільно використовувати спосіб «тель-кель» у визначенні якості товарів?
9. За яких умов організації МКО доцільно одразу акцептувати оферту, а за яких припускатися її контрооферти?
10. Від якої оферти Ваш потенційний партнер точно не відмовиться?



## *Завдання для набуття практичних навичок*

1. Проаналізуйте такі ситуації на предмет сумлінності партнера і чесної ділової практики:

а) фірма «Фенікс» дає фірмі «Барс» сорок вісім годин для акцепту її оферти. Коли фірма «Барс» незадовго до закінчення цього строку приймає рішення про акцепт, вона не в змозі зробити це: настають вихідні, факсовий апарат в бюро фірми «Фенікс» відімкнено, немає також телефонного автовідповідача, який міг би записати повідомлення. У понеділок фірма «Фенікс» відмовляється від акцепту своєї оферти фірмі «Барс»;

б) контракт на поставку і встановлення спеціальної виробничої місії містить пункт, відповідно до якого продавець – фірма «Фенікс» – зобов'язаний повідомити покупцеві – фірмі «Барс» – про будь-які технологічні вдосконалення, введені фірмою «Фенікс» на цій лінії. Через рік фірма «Барс» дізнається про вдосконалення, про яке вона не була проінформована. Фірма «Фенікс» намагається звільнити себе від відповідальності через те, що виготовлення цього типу виробничих ліній не є її власністю, оскільки свого часу її було передано у повне розпорядження фірмі «Артус», що є філією фірми «Фенікс» і самостійним суб'єктом.

2. На жаль, досить часто у практиці МКК існує загроза волевиявлення і свободи волі до укладання МКК, яка полягає у залякуванні іншої сторони певним злом з метою примусити її до укладання контракту. Наведіть приклади такої ситуації. Оцініть можливі варіанти позбутися загрози, спрямованої проти репутації або економічних інтересів

### *Приклади розв'язання типових задач за темою*

1. Скласти тверду оферту за умовними даними, спираючись на приклад.

#### *Умова*

Пропонуємо твердою офертою протягом п'яти днів 250 метричних тонн біхрому натрію, вмістом 75 % оксиду хрому, упакованим у металевих барабанах місткістю 200 кг, за ціною \_\_\_\_\_ дол. США за метричну тонну-нетто, включаючи упаковку; передбачаються готівковий платіж за безвідкличним акцептом і подільний акредитив, який відкривається протягом 10 днів після отримання телексу щодо готовності товару до відвантаження з терміном поставки протягом \_\_\_\_\_ кварталу \_\_\_\_\_ р.; умови постачання – СІФ Гамбург. Інші умови відповідно до умов Контракту № \_\_\_\_\_

Підпис експортера.

2. Скласти вільну оферту за умовними даними, спираючись на приклад.

*Умова*

Пропонуємо без зобов'язань \_\_\_\_\_ метричних метрів пальтової тканини, вміст бавовни 75 %, кольори в асортименті, упакованої у поліетиленову плівку та паперові тюки об'ємом 100 м<sup>3</sup>, за ціною \_\_\_\_\_ дол. США за метричний метр, включаючи упаковку; передбачається платіж за інкасовою формою розрахунку з терміном постачання протягом \_\_\_\_\_ кварталу \_\_\_\_\_ р.; умови постачання – СІФ Одеса. Інші умови відповідно до умов Контракту № \_\_\_\_.  
Підпис експортера.

3. Скласти приклад запиту за умовними даними, спираючись на приклад.

*Умова*

Просимо запропонувати 1000 тонн каустичної соди твердої в шматочках звичайної якості, упакованої в металеві барабани вагою 100 кг, з постачанням у вересні – жовтні \_\_\_\_\_ р. на умовах СІФ Одеса. Нас влаштовує оплата акредитивом.  
Підпис імпортера.

*Задачі для самостійного розв'язання*

1. Скласти тверду оферту за умовними даними.
2. Скласти вільну оферту за умовними даними.
3. Скласти приклад запиту за умовними даними.

## 9 СТРУКТУРА І ЗМІСТ МІЖНАРОДНОГО КОМЕРЦІЙНОГО КОНТРАКТУ

### 9.1 Структура та зміст міжнародного контракту купівлі-продажу товарів

Найчастіше в міжнародній торгівлі укладаються двосторонні контракти. Тому розглянемо їх структуру, склад позицій, механізм дії.

У міжнародній торгівлі існують певні вимоги і правила формулювання умов (статей, параграфів) контрактів [14–16].

**Текст контракту** складається з *трьох частин*:

- преамбули (вступу);
- предмета контракту;
- заключної частини.

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

**Вступна частина** контракту передує тексту договору і має зазвичай такий зміст: найменування і номер контракту, дата і місце укладання, визначення сторін (фірмове найменування, під яким їх зареєстровано, правовий стан, місце знаходження). Зазначення місця підписання має велике значення з огляду на те, право якої країни буде застосовано до контракту, якщо яке-небудь питання в контракті не урегульоване. Іноді у вступній частині робиться посилання на попередні контрактіві переговори (із вказанням номера і дати укладання попереднього контракту) із зазначенням місця і терміну їх проведення або попередня пропозиція продавця.

#### **I. Преамбула**

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

- повні фірмові найменування продавця та покупця, під якими контрагенти зареєстровані в торговому реєстрі своєї країни, їх правовий стан, місцезнаходження (назва країни або міста);
- найменування осіб, що підписали контракт, із зазначенням їхніх посад та назва документа, що надає особі право підписання контракту (устав, договір доручення);
- найменування сторін у тексті контракту (зазначення, хто конкретно є продавцем, а хто – покупцем).

#### **II. Предмет контракту**

Сторони повинні чітко визначити *предмет контракту*, тобто дію або сукупність дій, які визначають тип і характер умов угоди, що укладається. Тут описується товар, який є предметом купівлі-продажу. Залежно від предмета контракту, що стисло відображається в його назві, визначаються вид контракту, право і звичаї, що застосовуються, проформа тексту.

Необхідно давати точну назву товару, а якщо найменувань багато, то

треба скласти їх список і занести до окремого додатка в контракті – **специфікації**. Для опису товару зі складними технічними характеристиками вводиться спеціальний розділ: «Технічні умови» або «Технічні специфікації», за допомогою якого потім здійснюється перевірка фактично поставленого устаткування. У контракті також вказується його об'єкт. Стосовно контракту купівлі-продажу сфера об'єктів договору досить чітко обговорена у Віденській конвенції. Ця частина може містити 17 окремих умов (статей, параграфів).

### **№ 1. Предмет контракту**

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

### **№ 2. Кількість**

При визначенні кількості товару в контракті купівлі-продажу встановлюються одиниця виміру кількості, порядок установаження кількості, система міри і ваги. Кількість товару у контракті може вказуватися у мірах ваги, обсягу, довжини, площі, у штуках, у кількості товару, що знаходиться в одиниці упакування – бутелі, коробці, мішку, пачці.

У більшості країн континентальної Європи поширення набула метричну систему встановлення міри і ваги. Однак країни, що застосовують її, запровадили різні найменування для одних і тих же одиниць. Наприклад, 100 кг називають: у Франції – квінтал; у Німеччині – подвійний центнер; у багатьох країнах – метричний центнер.

Серед інших систем найбільш поширеною є *англо-американська*. У торгівлі деякими товарами одиницею виміру є не вага товару, а його кількість у певній упаковці. Так, для ртуті зазвичай одиницею виміру є бутель (34,5 кг), для кави – мішок (60 англійських фунтів).

У контракті також зазначається, чи входять тара й упакування до кількості товару, що поставляється. Залежно від цього розраховують: вагу брутто – вагу товару із внутрішнім і зовнішнім упакуванням; вагу легального нетто – вагу товару без будь-якого упакування; вагу брутто за нетто – вагу товару з тарою, коли вартість тари прирівнюється до вартості товару (у тих випадках, коли вага тари становить не більше 1–2% ваги товару і коли ціна тари мало відрізняється від ціни такої ж вагової одиниці товару – мішки, поліетиленові пакети).

### **№ 3. Якість товару**

*Якість* – це сукупність властивостей (техніко-економічних, естетичних), що обумовлюють здатність задовольнити певні потреби, пов'язані з призначенням товару, речі або продукції. Визначення якості товару в контракті полягає у встановленні якісних характеристик. Для

занесення до тексту контракту умов про якість товару можуть бути використані такі способи визначення якості:

- за стандартом;
- за зразком;
- за технічними умовами;
- за специфікацією, яка повинна містити необхідні технічні параметри, що характеризують товар;
- за попереднім оглядом;
- за змістом окремих речовин у товарі;
- за виходом готового продукту;
- за справедливою середньою якістю;
- за натуральною вагою;
- за способом «тель-кель» (така, як є).

Крім цього, якість товару можуть визначати показники розміру окремих частин товару (вугілля, насіння, солі), показники забарвлення товару (бавовни, цукру, каучуку), запаху та ін.

Якість товару в контракті може визначатися двома і більше способами.

Зарубіжний досвід управління якістю базується на єдиних підходах і методах роботи. Найбільш поширеними є статистичні методи контролю якості, включені в міжнародний стандарт ІСО 9004-4 і рекомендовані для широкого застосування. Водночас кожна країна має характерні риси в практичному застосуванні загальних принципів керування якістю.

В основному за рубежем використовують американський і японський підходи, але існує також підхід, що називається «чотири тигри» (Сінгапур, Гонконг, Тайвань, Південна Корея) (таблиця 9.1).

Таблиця 9.1 – Порівняння підходів до визначення якості

Західний підхід (США і Європа)	Східний підхід (Японія)
- якість ґрунтується на низькому рівні цін;	- якість ґрунтується на низькому рівні дефектів;
- перша мета – прибуток, а якість – категорія випадкова;	- первинна мета – якість, а прибуток – вторинна;
- з питань якості покупці повинні просити згоди постачальника	- згода з вимогами покупця з питань якості

*Американський досвід управління якістю* відрізняється твердим контролем якості виготовлення продукції на основі математико-статистичних методів, плануванням виробництва за кількісними і якісними показниками із системою адміністративного контролю за виконанням планів, великою пропагандистською роботою на національному рівні за підтримки своїх товаровиробників і створення їм сприятливих умов на ринку.

*Японський досвід* характеризується широким упровадженням наукових розробок в області технологій і керування, високим ступенем

комп'ютеризації всіх операцій контролю, аналізу і керування виробництва, максимальним використанням можливостей людини завдяки прийнятим заходам для стимулювання творчої активності.

Відміні риси *європейського підходу* полягають у такому:

- створення законодавчої бази для проведення всіх робіт, пов'язаних з оцінюванням і підтвердженням якості;
- гармонізація вимог національних стандартів, правил і процедур сертифікації;
- розвиток регіональної інфраструктури і мережі національних організацій, уповноважених проводити роботи з сертифікації продукції і систем якості, акредитації досліджень лабораторій і реєстрації фахівців з якості. Подібні заходи дають змогу захистити загальноєвропейський ринок від недоброякісної продукції і підвищити рівень якості продукції.

#### **№ 4. Базис поставки**

Укладаючи угоду зовнішньоторговельного контракту купівлі-продажу сторони повинні чітко поділити між собою численні обов'язки, пов'язані з доставкою товару від продавця до покупця. Базисні умови зазвичай визначають такі обов'язки і встановлюють основу (базис) ціни залежно від того чи входять до ціни витрати з доставки товару. Ці умови визначаються положеннями ІНКОТЕРМС.

#### **№ 5. Ціна та загальна сума контракту**

У зовнішньоторговельній діяльності є багато особливостей щодо визначення контрактних цін порівняно з розрахунком внутрішніх цін на товари підприємств і організацій. Існує також і специфіка в класифікації цін і використанні спеціальної термінології, яка застосовується при розрахунку цін на експортні або імпортні товари.

*Ціна товару* – це кількість грошових одиниць, які має заплатити покупець продавцю в зазначеній у контракті валюті за погоджену одиницю виміру товару і прийняті базисні умови постачань.

Для встановлення ціни товару в контракті купівлі-продажу визначаються одиниці виміру, базис ціни, валюта ціни, спосіб фіксації цін і їх рівень, а також знижки.

Узгодження ціни може проводитися як усно, так і в письмовій формі. Після узгодження договірна ціна вказується в договорі й у специфікації.

Порядок *визначення одиниці виміру ціни* залежить від характеру товару і практики торгівлі цим товаром. Ціна в контракті встановлюється таким чином:

- за визначену кількісну одиницю товару, зазначену в зазвичай застосовуваних у торгівлі цим товаром одиницях виміру (ваги, довжини, площі, обсягу) або в рахункових одиницях (десятках, сотнях);
- за вагову одиницю, виходячи зі змісту основної речовини в товарі (для корисних копалин);
- за вагову одиницю залежно від коливання натурної ваги (для речовин, що випаровуються, маса яких залежить від щільності й

температури).

Контрактна ціна товару не дорівнює внутрішній ціні товару. Для перерахування останньої в ціну контракту використовуються різні **виправлення і знижки** (метод уторгування ціни). Серед виправлень найбільш важливими є:

1. Виправлення на техніко-економічні параметри, яке дає змогу порівнювати технічні параметри товару, на який встановлюється ціна, і базового виробу за допомогою параметрів новизни.

2. Виправлення на комплектацію, яке може виражатися в присутності або відсутності комплектувальних виробів. Зазвичай ціна комплектувальних виробів становить 15–20% від ціни товару.

3. Виправлення за фактором базису, коли у контрактній ціні товару необхідно враховувати витрати на базис постачання. До таких витрат залежно від вибраного базису можуть належати: страхування (10 % від ціни товару), навантаження (2 %), вивантаження (2 %), фрахт (3 %), вартість тари й упакування (12 %), митна і транспортна складові (якщо відстань більше 2000 км, то транспортні витрати становлять 3%, якщо менше 2000 км, то – 2 % від ціни).

4. Виправлення за термінами постачання (інфляційне), коли необхідно врахувати зміну цін на світовому ринку. Ціна контракту буде зростати пропорційно зростанню індексу цін у країні продавця.

5. Виправлення на умову платежу, які можуть бути готівкою або з відстроченням, що є рівносильним платежу в кредит. При платежу готівкою продавець надає покупцеві знижку. Готівковим є платіж протягом 30 днів після пред'явлення платіжних документів.

6. Виправлення на серійність – при збільшенні кількості (серійності) зменшуються витрати виробництва. Продавцю вигідніше продати більше товару, а покупцю рекомендується, роблячи запит, указувати меншу кількість товару, що цікавить.

7. Виправлення на валюту, при якому відбувається вибір валюти контракту методом перерахування ціни товару в різні валюти за офіційним курсом, а потім вибирається найбільш прийнятна.

Крім зазначених виправлень на ціну контракту впливають різні *знижки на уторгування ціни*. Зазвичай у світовій практиці передбачається певний відсоток завищення пропонованої ціни з урахуванням можливості таких знижок. Наприклад, ціни комерційних пропозицій завищені в середньому на 10 %, преїскурантні ціни – на 30 %. Розрізняють такі види знижок:

1. Кількісні знижки, які застосовуються, якщо було зроблено виправлення на збільшення кількості товару, тому що ведуть до зменшення витрат виробництва (12 %).

2. Бонусні знижки, що надаються оптовим постійним клієнтам (7 %).

3. Знижки сконто, які надаються за оплату готівкою і за дострокове виконання платежів (2 %).

4. Тимчасові знижки (сезонні) – знижки для споживачів, що купують

несезонні товари (2%).

5. Спеціальні знижки, що надаються постійним покупцям (6 %).

Вибравши прийнятні виправлення і знижки, необхідно скорегувати на них і на кількість товару внутрішню ціну товару, виражену у вибраній валюті. Результат цих підрахунків – контрактна ціна, яку потрібно визначити за **способом фіксації**. Застосовують такі варіанти:

1. *Тверда ціна*, яка визначається в контракті у вигляді конкретних цифр, що не підлягають ніяким змінам. Зазвичай використовується при короткострокових поставках (менше одного року).

2. *Змінна ціна*, яка обчислюється в момент виконання угоди шляхом перерахування ціни з урахуванням зміни у витратах в умовах інфляції. Застосовується при тривалих поставках (більше одного року). Можливі її зміни на 10–15 %.

3. *Рухлива ціна* – ціна із застереженням про можливість зміни узгодженого показника індексу цін. При його зміні на 2–5 % перегляд не робиться, при зміні на 5–15 % ціни перераховуються на певний ступінь зміни цін (1/5 від відсотка зміни індексу цін). Застосовуються при поставках із тривалим періодом (більше одного року), з наданням кредиту.

Після узгодження контрактної ціни й обсягу продукції, що поставляється, розраховується загальна сума контракту. При встановленні ціни у контракті вказують одиницю виміру ціни, загальну суму контракту, валюту ціни, спосіб фіксації ціни, базис ціни.

*Валюта ціни* – це валюта, в якій виражено ціну товару. Це може бути валюта країни покупця, продавця або валюта третьої країни.

*Базис ціни* встановлює, чи входять до ціни товару транспортні, страхові, складські та інші витрати на його доставку. При встановленні базису ціни використовують базисні умови поставки ІНКОТЕРМС.

#### **№ 6. Умови платежу**

Цей розділ контракту містить узгоджені сторонами умови платежу, спосіб і порядок розрахунків між ними, а також гарантії виконання сторонами взаємних платіжних обов'язків. При визначенні умов платежу в контракті встановлюють: валюту платежу, застереження, спрямовані на зменшення або усунення валютного ризику, термін платежу, спосіб платежу, засіб платежу і форми розрахунків, гарантії виконання сторонами платіжних зобов'язань.

*Валютою платежу* можуть бути валюта країни-імпортера, країни-експортера або валюта третьої країни, розрахункові одиниці (СДР, Євро). Іноді в умовах контракту передбачається право імпортера на свій вибір провести платежі в різних валютах. Зазвичай використовуються стійкі валюти або традиційні для даного виду товарів, наприклад: ціни на нафту та нафтопродукти, ціни на пшеницю, які виражаються у доларах США, а на кольорові метали – в англійських фунтах.

Термін платежу зазвичай встановлюють сторони договору, тобто в контракті вказується конкретна дата. Якщо терміни не встановлено прямо



або опосередковано, то платіж здійснюється через певну кількість днів після повідомлення продавцем покупця про те, що товар надано в його розпорядження, або про відправлення товару.

*Спосіб платежу* визначає, коли здійснюється платіж за товар відносно його фактичної поставки.

*Основні способи платежу*: готівковий, авансовий платіж або у кредит.

У практиці міжнародної торгівлі застосовуються такі засоби платежу, як чеки, векселі, поштові й телеграфні перекази, інструкції системи SWIFT.

*Інструкції системи SWIFT* (міжнародні експрес-перекази) – це особливий вид переказів, що дає змогу істотно скоротити час передачі інструкцій між банками-кореспондентами, що є членами системи.

*Основними формами розрахунків* у міжнародній комерційній практиці є інкасова, акредитивна, банківський переказ, відкритий рахунок.

### **№ 7. Строк і дата поставки товару**

Під *поставкою* розуміють момент, коли продавець зобов'язаний передати товар у власність покупцю або з його доручення особі, що діє від його імені. Іноді встановлюється термін одноразової поставки, а іноді проміжні терміни при поставці вроздріб. Існують різні способи встановлення терміну поставки:

- «негайно», тобто продавець зобов'язується поставити товар у будь-який день протягом двох тижнів;

- визначення календарного дня поставки;

- визначення періоду (найбільш поширений у зарубіжній практиці): місяць, квартал, рік, час місяця або кварталу. У цих випадках додають слова «протягом», «не пізніше», а при періодичних поставках – «щомісяця», «щокварталу»;

- указання кількості днів, тижнів або місяців з моменту здійснення будь-якої дії.

Іноді контрагенти взагалі не встановлюють терміну поставки, а обмовляють його в погоджених умовах, наприклад «у міру готовності», «після відкриття навігації», «у міру нагромадження партії». Збільшуючи терміни поставки товарів, імпортери одержують додаткову вигоду від економії оборотних коштів.

Окремо вирішується питання про дострокову поставку, що може і не допускатися або допускатися при письмовій згоді покупця.

Дата поставки залежить від способу поставки і визначається датою документа, що підтверджує передачу права власності на предмет купівлі-продажу.

### **№ 8. Упакування і маркування товару**

Упаковка повинна забезпечити повну схоронність товару, запобігти його ушкодженню при транспортуванні всіма видами транспорту з урахуванням перевантажень, а також охороняти товар від атмосферних впливів. Зазвичай в контракті обговорюють вимоги до упаковки:

- у зв'язку з транспортуванням;

- у зв'язку з кліматичними особливостями;
- обумовлені митним режимом;
- обумовлені законодавством країни призначення товару, яке у багатьох країнах забороняє ввезення товарів у деяких видах упаковки (склі).

Розрізняють упаковку *зовнішню* – тару (ящики, картонні коробки, бочки, контейнери й ін.) і *внутрішню* – упаковку невід'ємну від товару.

Під маркуванням розуміють необхідні підписи, зображення й умовні позначки, що розміщуються на упаковці, бирках або самому товарі і є необхідними для належного перевезення і здавання вантажу одержувачу.

Маркування повинне містити:

- позначення, необхідні для адресата (одержувача вантажу): найменування, вагу нетто і брутто, номери контракту й наряду, номер даного місця – товарне маркування;

- дані, необхідні для транспортної організації, що перевозить вантаж: найменування країн і пунктів відправлення, маршрут при перевантаженнях – вантажне маркування;

- позначення, необхідні під час перевезення: номери вагонів, люків, назву судна тощо – транспортне маркування (наноситься транспортною організацією-перевізником);

- позначення, що вказують, як треба поводитися з товаром під час його перевезення, вантажно-розвантажувальних робіт, збереження – спеціальне маркування.

#### **№ 9. Порядок відвантаження**

Указується в контракті на строк (у днях) до початку строку поставки, протягом якого продавець зобов'язаний попередити покупця про готовність товару до відвантаження, а покупець сповістити про отримання повідомлення (при цьому обов'язково вказується технічний засіб зв'язку).

#### **№ 10. Здавання та приймання товару**

Під *здаванням товару* розуміють передачу товару продавцем у володіння покупця відповідно до умов контракту купівлі-продажу. Передача товару покупцеві, іменована постачанням, виробляється за рахунок продавця. До витрат на здавання товару включаються вартість зважування, підрахунку, маркірування, упакування, можливі митні збори.

Під *прийманням* розуміють перевірку відповідності якості, кількості й комплектності товару його характеристикам і технічним умовам, зазначеним у договорі.

Зазвичай до контракту включаються такі умови про здавання-приймання: вид, строк і місце фактичного здавання-приймання; засоби перевірки та методи визначення кількості та якості поставленого товару; хто здійснює здавання-приймання.

Розрізняють кілька видів здавання-приймання товарів:

- попереднє;
- залишкове;
- з кількості;

- з якості.

Під час приймання перевіряється відповідність кількості фактично поставленого товару за умовами контракту. Покупець може відмовитися оплачувати лишки товару, сплативши лише ту кількість, яку передбачено контрактом. У контракті зазвичай вказуються засоби визначення кількості товару, фактично поставленого і такого, що підлягає оплаті покупцем.

Приймання товару з якості здійснюється:

- на основі документа, в якому підтверджується відповідність якості товару до умов контракту;
- шляхом перевірки якості фактично поставленого товару в місці приймання (огляд товару, порівняння його зі зразками, проведення аналізу).

У практиці торгівлі використовуються два основні *методи перевірки фактично поставленого товару*: суцільний і вибірковий. Суцільний зазвичай застосовується до товарів, що постачаються в тарі та упаковці. При використанні вибіркового методу в контракті передбачається частка, у відсотках, від усієї партії товару, що підлягає перевірці, або визначається мінімум одиниць, що підлягають перевірці, та засоби їх відбору. Вибірковий метод застосовується до товарів, що постачаються накидом у тарі або упаковці, якщо на це прямо вказано в контракті.

*Строк здавання-приймання* – це період, протягом якого покупець зобов'язаний провести перевірку кількості товару відразу ж після отримання товару, а якості – лише протягом тривалого терміну. Таким чином, строки приймання товару з кількості та якості можуть не збігатися.

Місце здавання-приймання в контракті визначається точно. Це можуть бути підприємство, склад, порт, станція.

У контракті вказується, ким здійснюється здавання-приймання товару: сторонами чи представниками спільно, компетентною організацією в країні експортера, що надає сертифікат якості; зазначеною в контракті незалежною організацією, яку призначено за згодою сторін. Перехід товару під контроль перевізника, який виключає контроль з боку продавця, також є актом здавання та приймання. Здавання-приймання – єдиний акт.

### **№ 11. Рекламації**

*Рекламації* – претензії, спрямовані покупцем до продавця у зв'язку з невідповідністю якості або кількості поставленого товару умовам контракту. Рекламації можуть пред'являтися покупцем тільки з тих питань, що не були предметом прийняття товару, зробленого відповідно до умов контракту, а також у тих випадках, коли виявлено, що подані продавцем документи не відповідають фактичним даним, що характеризують виконання постачання товару.

Сторони контракту визначають такі: порядок надання рекламації; строки, протягом яких вона може бути заявлена; права та обов'язки сторін у зв'язку з наданням рекламації; засоби її врегулювання. Надання покупцем рекламації не може бути підставою для відмови як від поставки товару, так

і від прийняття наступних партій товару з того ж контракту. Рекламация надається лише у письмовій формі.

Рекламация надсилаються у письмовій формі з додаванням усіх необхідних документів, що обґрунтовують претензії (акти експертизи, рекламацийні акти, складені за участю незацікавлених осіб, коносаменти, пакувальні листи і т.ін.).

### **№ 12. Гарантії якості**

У зовнішньоторговельних контрактах на машини й устаткування зазвичай міститься умова, за якою продавець приймає відповідальність за якість товару протягом визначеного гарантійного терміну. Ці умови визначають: обсяг наданої гарантії, гарантійний термін; обов'язки продавця у випадку виявлення дефектності товару або невідповідності його контракту; обсяги наданої гарантії, що залежать від характеру товару та технічних умов контракту.

Більшість контрактів містять *комерційні гарантії якості*, які являють собою зобов'язання продавця поставити покупцеві товар протягом встановленого гарантійного періоду, що має визначені контрактом властивості. При невідповідності товару технічним вимогам контракту покупці протягом гарантійного періоду мають право пред'явити продавцю претензії стосовно якості.

У контракті можуть бути передбачені санкції, які покупці мають право застосовувати до продавців за неякісне постачання товарів. Якщо виявлені дефекти не дають змоги покупцю використовувати товар, то він має право стягнути з продавця штраф. Сторони можуть також включити в контракт пункт, що передбачає право покупця пред'являти продавцю вимоги відшкодувати завдані збитки на величину, що перевищує штрафні санкції.

Технічні гарантії зазвичай перевіряються під час використання товарів споживачами, а за необхідності — шляхом спеціальних досліджень.

Гарантійний період може обчислюватися: з дати поставки товару; з моменту отримання покупцем від продавця повідомлення в письмовій формі про те, що товар готовий до відправлення; з дня введення обладнання в експлуатацію.

### **№ 13. Штрафні санкції та страхування**

Нерідко під час виконання контрактів експортер допускає деякі тимчасові затримки в постачаннях товарів. Для того щоб стимулювати експортерів до своєчасного виконання зобов'язань і компенсувати можливі втрати імпортерів, в контрактах передбачається стягнення з експортерів штрафів, зазвичай у розмірах, що збільшуються залежно від тривалості затримок.

Найбільшого поширення в міжнародній практиці набуло нарахування *прогресивних штрафних санкцій*:

- протягом перших 30 днів по 0,05 % за кожний день;
- протягом наступних 30 днів по 0,08 % за кожний день;
- надалі по 0,12 % за кожний день затримки поставки.

Гранична величина штрафу – 8–10% вартості не поставленого в термін товару. Необґрунтована жорсткість санкцій імпортером часто викликає відповідну реакцію експортерів, вони закладають можливі штрафи в ціни. Положення про штрафні санкції зазвичай формулюється на основі взаємної відповідальності, наприклад поряд зі штрафами за затримку постачання експортером передбачається штраф за затримку платежу.

#### **№ 14. Форс-мажор (застереження про обставини непереборної сили)**

Положення контракту, що передбачає відстрочення з виконання або повне звільнення сторін від зобов'язань за ним у зв'язку з настанням подій, що не залежать від сторін контракту, які роблять його виконання неможливим. Настання обставин непереборної сили має бути засвідчено нейтральною організацією. Їх перелік визначається контрактом з урахуванням конкретних умов.

Розрізняють дві категорії обставин непереборної сили:

- тривалі (війни, блокади, заборона експорту або імпорту, валютні обмеження або заходи уряду);
- короточасні (пожежі, повені, інші стихійні лиха, відхилення від маршруту, спричинене військовими діями, страйками, замерзанням морів тощо).

У міжнародній практиці застосовується форма форс-мажорного застереження, що передбачає дві стадії в наслідках форс-мажору. На першій стадії на визначений період (30 днів) продовжується термін виконання контракту. На другій стадії якщо після закінчення цього періоду форс-мажор продовжує діяти, кожна зі сторін має право на розірвання контракту.

Контракти передбачають обов'язки сторони, для якої настали такі обставини, подати в обумовлений термін свідчення Торговельної палати, яке підтверджує наявність форс-мажору.

#### **№ 15. Арбітражне застереження**

У цьому параграфі контракту встановлюється порядок вирішення суперечок, що можуть виникнути між сторонами і не можуть бути вирішені шляхом переговорів і які передаються до арбітражного суду. При цьому в контракті вказуються:

- норми права, що застосовуються;
- назва арбітражу з указанням його місцезнаходження;
- термін надання позову до арбітражу;
- Положення про незаперечність рішення арбітражу для всіх сторін угоди;
- порядок призначення арбітрів.

Арбітраж призначається з трьох осіб: по одній призначають сторони угоди, а третю – на основі домовленості. У цьому розділі контракту сторони можуть встановлювати, що суперечка або розбіжність, яка може виникнути щодо контракту або у зв'язку з ним, підлягає, за винятком підсудності

загальним судам, передачі справ на розгляд постійно діючих арбітражів у своїх або третіх країнах.

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

При зверненні до арбітражу покупець не має права ні припиняти платежі, що він повинний робити відповідно до договору, ні відмовлятися від прийняття інших партій товару, що становлять предмет того ж договору. Кожна зі сторін зобов'язана виконати в терміни, установлені рішенням або правилами арбітражного органу, винесене проти неї арбітражне рішення.

#### **№ 16. Транспортні умови**

Транспортні умови містять: вказівку про термін відвантаження товару; порядок здавання товару продавцем покупцю; найменування пунктів перевантаження та здавання товару; відомості щодо того, ким оплачуються витрати на завантаження та розвантаження; транзитні перевезення; порядок розрахунків демереджу, диспачу; призначення стивідорів і агентів у разі морського транспортування.

#### **№ 17. Експортно-імпортні ліцензії та інші умови**

У контракті обумовлюють, хто і в які терміни зобов'язаний отримати ліцензії та повідомити про це іншу сторону (у випадку змінення ліцензійної угоди та неможливості отримання ліцензії сторони звільняються від відповідальності). Угода набуває чинності з моменту одержання ліцензії (в Україні надають ліцензії лише за наявності контракту). Зазвичай отримання експортної ліцензії – обов'язок продавця, імпортної – покупця.

При укладанні контракту можна застосовувати одну або кілька інших умов, сформульованих таким чином:

1. Жодна зі сторін не вправі передавати матеріальні засоби й обов'язки за контрактом третім особам без узгодження з іншими.
2. Покупець не має права реекспортувати товари.
3. Усі зміни до даного контракту мають бути оформлені в письмовому виді і підписані сторонами.
4. Уся попередня переписка і переговори втрачають силу з моменту підписання контракту.
5. Усі збори, мита, податки, пов'язані з виконанням контракту на території своєї країни, несе продавець, а поза – покупець.
6. Мова контракту і кореспонденції.
7. Усі додатки (доповнення) є невід'ємною частиною контракту.

#### **III. Заключна частина**

У заключній частині контракту вказують юридичні адреси сторін, найменування осіб, які підписали контракт, коли набуває сили, після чого ставляться підписи та печатки сторін.

Контракт складається в двох екземплярах, обидва екземпляри мають однакову силу. У випадку, коли сторони не з'ясували питання щодо мови

контракту, то згідно зі звичаєм, що склався у практиці міжнародної торгівлі, мовою листування вважається та мова, якою зроблено пропозицію укласти угоду.

Зазвичай зовнішньоторговельний контракт купівлі-продажу складається двома мовами: мовою продавця та мовою покупця. При цьому в контракті обумовлюють, що обидва тексти мають однакову юридичну силу, але оскільки точний переклад юридичних та інших термінів з однієї мови на іншу в принципі є неможливим і між відповідними текстами контракту, які написані різними мовами, може виникнути невідповідність, то в тексті контракту необхідно зробити посилання, якій мові надається перевага у випадку незбіжності або розходжень. Слід зазначити, що переклад іноземного правового тексту передбачає знання не лише іноземної мови, а й законодавства іноземної країни, причому дуже часто у повному обсязі.

Часто до контракту вносяться доповнення та зміни.

Остаточний варіант контракту є результатом спільних зусиль контрагентів, але безпосереднє друкування тексту зазвичай виконує приймаюча сторона, і вона забезпечує партнера необхідною кількістю копій. Зазвичай для кожної сторони – по одному примірнику оригіналу контракту.

Найбільш вигідну позицію має сторона, яка готувала проект контракту для обговорення, тому що текст умов сформульований у найбільш зручній для них редакції. Внесення змін потребує певних зусиль від іншої сторони в зв'язку з необхідністю швидкої і доказової аргументації своїх контрпропозицій.

## **9.2 Суть і види ризиків, що виникають при здійсненні міжнародної комерційної діяльності**

Комерційна підприємницька діяльність на зовнішньому ринку неминуче пов'язана з ризиками, що загрожують різним майновим інтересам учасників зовнішньоекономічної діяльності. Ризики – це можливі несприятливі події, що можуть відбутися і внаслідок яких можуть виникнути збитки, майнові втрати учасників ЗЕД.

Робота з управління зовнішньоекономічними ризиками полягає у такому:

- аналіз ситуації та визначення можливих ризиків;
- оцінювання ймовірного збитку й прийняття рішення щодо управління потенційними ризиками;
- реалізація прийнятих рішень і контроль за їх виконанням.

Політика учасника ЗЕД щодо потенційних ризиків має декілька різновидів:

1. Виключення ризиків – це відмова від здійснення будь-яких дій, пов'язаних з можливістю появи ризиків у ЗЕД.

2. Прийняття ризиків, яке означає, що підприємство бере на себе відповідальність за проведення зовнішньоекономічної операції та ризики, пов'язані з нею.

3. Зменшення ризиків – це прийняття рішень, які дають змогу знизити рівень витрат від прийнятих ризиків.

4. Передача ризиків, яка означає, що підприємство передає відповідальність за ризики своєму партнеру або третій особі. Структура ризиків у зовнішньоекономічній діяльності є доволі змістовною і налічує сотні різновидів, які можна класифікувати за певними ознаками (рисунок 9.1).

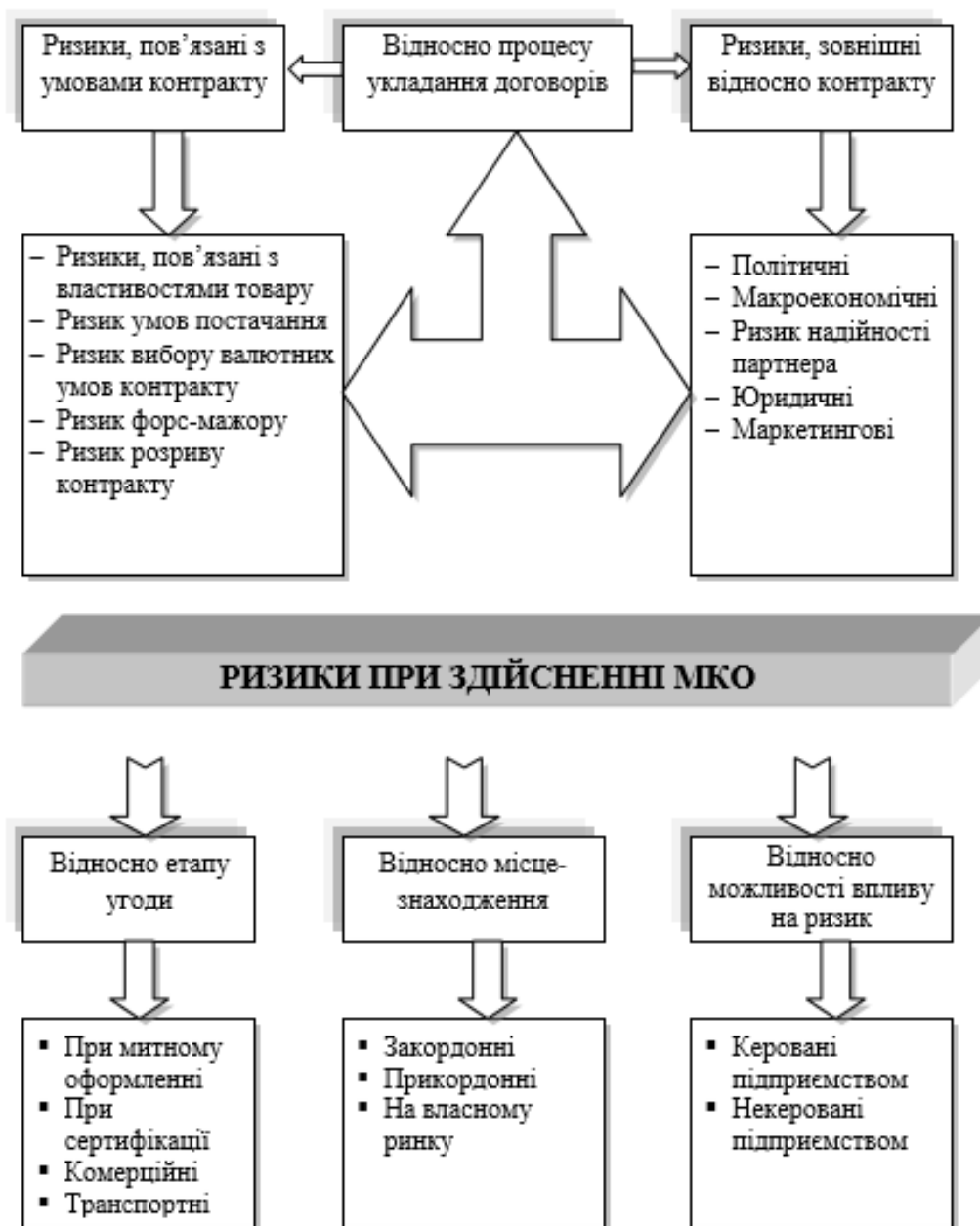


Рисунок 9.1 – Класифікація ризиків при здійсненні міжнародної комерційної операції [20]



Найбільшою групою ризиків у зовнішньоекономічній діяльності є маркетингові ризики, пов'язані з реалізацією товару на ринках збуту. До таких ризиків відносять інформаційні, інноваційні та кон'юнктурні. Для проведення успішної збутової діяльності на зовнішніх ринках потрібно проводити їх ретельний ситуаційний аналіз, який ґрунтується на розробленні таких експертних або маркетингових систем, які дають змогу враховувати невизначеність інформації про ринок.

Оцінювання маркетингової групи ризиків ґрунтується на визначенні ступеня можливості виникнення маркетингових ризиків, тобто на їх імовірності. Маркетингові ризики є багатомовними, їх зумовлюють як внутрішні, так і зовнішні фактори, дію яких досить важко скерувати в потрібному напрямку.

Існують також ризики, пов'язані з умовами контракту: щодо властивостей товару, щодо умов постачання, щодо вибору валютних умов контракту (валютні ризики), ризик форс-мажору, ризик розірвання контракту.

*Валютні ризики* – це ризики валютних втрат, пов'язані зі зміною курсу валюти платежу під час здійснення зовнішньоторговельних операцій. Розрізняють два види валютного ризику: ризик наявних валютних збитків; бухгалтерський ризик валютних збитків, що виникає під час переоцінювання активів і пасивів, а також прибутку від іноземних інвестицій у зарубіжні філії та СП.

Головна проблема управління ризиками в зовнішньоекономічній діяльності підприємства полягає в управлінні тими ризиками, настання яких не залежить від зусиль підприємств.

Можна виокремити такі групи методів, спрямованих на зменшення можливих збитків, спричинених цими ризиками:

1. Страхування, тобто використання різних видів полісів, договорів страхування.

2. Хеджування як метод використання біржових ф'ючерсних контрактів і опціонів.

3. Застосування різних форм і методів розрахунково-кредитних відносин, що зводять до мінімуму ризик неплатежу за поставлені товари або неотримання товарів після їх сплати.

4. Аналіз і прогнозування кон'юнктури (попиту, пропозиції, ціни) на зовнішньому ринку, планування і своєчасне розроблення заходів з метою уникнення можливих збитків, спричинених несприятливими кон'юнктурними змінами.

5. Інші методи.

### *Запитання для самоконтролю*

1. Охарактеризуйте структуру МКК.
2. Визначте основний зміст контрактного базису поставки на товар.

3. Визначте основний зміст визначення одиниці виміру ціни на товар у контракті.
4. Що являє собою метод уторгування ціни?
5. Як формується контрактна ціна товару?
6. Визначте способи фіксації ціни в контракті.
7. Що являють собою базис і валюта ціни?
8. Які параметри встановлюються в контракті при визначенні умов платежу?
9. Що розуміють під здаванням і прийманням товару?
10. Що являють собою комерційні гарантії якості?
11. Визначте види ризиків, що виникають при здійсненні міжнародної комерційної діяльності.

### *Проблемні питання для обговорення*

1. Чи може виникнути ситуація, коли у контракті немає вказівок щодо якості товару? Як у такій ситуації, якщо вона є можливою, бути з її забезпеченням, чому вона має відповідати?
2. Порівняйте американський і японський підходи щодо управління якістю товарів у практиці міжнародної торгівлі. Яку з них Ви вважаєте досконалішою?
3. Оцініть важливість визначення у контракті відповідних базисів поставки товару.
4. Чому контрактна ціна товару не дорівнює внутрішній ціні на товар?
5. У яких ситуаціях доцільно визначати ціну у контракті способом рухливої ціни?
6. Яку додаткову вигоду отримують імпортери, збільшуючи терміни поставки товарів?
7. Які основні завдання маркування товарів?
8. Які процедури необхідно провести контрагентам для зменшення ризиків при укладенні зовнішньоекономічних контрактів?

### *Завдання для набуття практичних навичок*

1. Який з наведених способів визначення якості має бути указано в тексті контракту:
  - а) унаслідок домовленості було визначено необхідність права огляду покупцем всієї партії товару, який було придбано на аукціоні;
  - б) унаслідок домовленості було визначено еталон продукції, а також погоджено і підтверджено його сторонами;
  - в) товар необхідно поставити таким, яким він є, при цьому продавець не несе відповідальності за якість товару, а покупець зобов'язаний прийняти товар незалежно від його якості;

г) від замовника було отримано індивідуальне замовлення на товар, для якого немає стандартів і який потребує встановлення спеціальних вимог до його якості;

д) від замовника було отримано замовлення на товар відповідної специфікації, яка повинна містити необхідні технічні параметри, що характеризують товар;

е) у контракті на зерно необхідно зазначити фізичні властивості зерна (форму, величину, наповненість і т.д.) і дати уявлення про кількісний вихід борошна і крупи з нього;

ж) у контракті відносно товару встановлюється у відсотках мінімально припустимий вміст корисних речовин і максимально припустимий вміст небажаних елементів або домішок;

з) у контракті необхідно встановити показник у відсотках, який визначає кількість кінцевого продукту, що має бути отриманий із сировини;

и) у контракті на зерно у визначений період і у встановленому місці відвантаження необхідно вказати його справедливую якість.

2. Як контрагентам необхідно діяти в ситуації, коли:

- платіж за контрактом здійснюється в нестабільній валюті;  
- у контракті прямо або опосередковано не встановлено терміни платежу;

- у контракті не встановлено терміни поставки;

- маркування не обговорено в контракті?

3. Які метод управління внутрішніми ризиками комерційної діяльності слід застосовувати в таких ситуаціях:

- для усунення ризиків аварій, пожеж;  
- для зменшення ризиків невиконання виробничих завдань за об'ємом і якістю продукції, що випускається;  
- для зменшення ризиків невиконання планових завдань у встановлений термін і випуску неякісної продукції.

### *Завдання 1*

1. Скласти вступну частину контракту (преамбулу) за умовними даними, спираючись на приклад.

### *Приклад*

*КОНТРАКТ № \_\_\_\_\_*

М. Харків (Україна)

10 січня 2021р.

Організація (фірма) \_\_\_\_\_,

(повне найменування організації, країни належності)

іменована надалі «Продавець», з одного боку, та організації (фірма)

\_\_\_\_\_,

(повне найменування організації, країни належності)

іменована надалі «Покупець», з іншого боку, уклали цей контракт про нижченаведене.

2. Скласти, спираючись на приклад, статтю «Предмет контракту» за умовними даними.

*Приклад*

*Варіант 1*

1. Предмет контракту

1.1. Продавець продав, а покупець купив на умовах франко-вагон Харків – Сортувальна (Інкотермс-2010) устаткування, що повністю відповідає технічній характеристиці й комплектності згідно з додатком № 1 чинного контракту.

*Варіант 2*

1. Предмет контракту.

1.1. Продавець продав, а покупець купив на умовах франко-склад покупця (м. Харків, вул. Шекспіра, 2) згідно з Інкотермс-2010 товари відповідно до специфікації, що є невід'ємною частиною цього контракту.

3. Скласти за умовними даними, спираючись на приклад, статтю «Якість товару» МДКП.

*Приклад*

*Варіант 1* (для товару, що не потребує складної процедури визначення якості)

Якість товару, що поставляється, повинна відповідати державним стандартам України.

*Варіант 2* (для товарів широкого споживання)

Якість товару, що поставляється, повинна відповідати каталогам та проспектам, що є невід'ємною частиною цього контракту.

*Варіант 3* (для складного устаткування, якість якого повинна визначатися за спеціальними документами)

Якість товару повинна цілком відповідати зразкам-еталонам, погодженим і затвердженим обома сторонами, а також технічним умовам викладеним у специфікаціях до цього контракту.

*Варіант 4* (у випадках, коли продавець не є виробником продукції)

Якість устаткування повинна цілком відповідати технічним характеристикам, зазначеним фірмами-виробниками устаткування, а також умовам цього контракту.

4. Скласти за умовними даними, спираючись на приклад, статтю «Базис поставки» МДКП.

*Приклад*

Якщо контракт укладено на умовах франко-завод, то умови статті «Базис поставки» можуть бути сформульовані таким чином.

Обов'язки сторін (франко-завод):

1. Продавець зобов'язаний:

а) надати товар у розпорядження Покупця у встановлений у контракті термін на своєму підприємстві \_\_\_\_\_;

(назва підприємства, його адреса та місце, де товар буде передано покупцю)

б) забезпечити за свій рахунок упакування товару, обумовлене в дійсному контракті;

в) повідомити покупця про дату, коли товар буде надано у його розпорядження, не менш ніж за \_\_\_\_\_ (термін) тижня (місяця);

г) нести витрати, пов'язані з перевіркою якості товару, його зважуванням та вимірюванням;

д) на прохання Покупця зробити останньому за його рахунок повне сприяння в одержанні документів, виданих в країні постачання або країні походження товару, що можуть знадобитися Покупцеві при вивезенні його з країни.

2. Покупець зобов'язаний:

а) прийняти товар у місці та у термін, зазначений у чинному контракті;

б) сплатити вартість товару в порядку, передбаченому чинним контрактом;

в) нести всі витрати і всі ризики, яким може піддаватися товар, з моменту, коли його надано у розпорядження Покупця;

г) нести витрати, пов'язані зі сплатою митних тарифів і податків (якщо такі стягуються при експорті товару).

5. Скласти за умовними даними, спираючись на приклад, статтю «Ціна» МДКП.

### *Приклад*

#### *Варіант 1*

5. Ціна

5.1. Ціна товару, зазначеного в п.1.1. чинного контракту, становить

\_\_\_\_\_ ,

(сума прописом, грошові одиниці) за одиницю

5.2. Загальна вартість проданого за чинним контрактом товару становить

\_\_\_\_\_ ,

(сума прописом, грошові одиниці)

5.3. До вартості товару включається вартість упакування та маркування товару, витрати на його навантаження, укладання \_\_\_\_\_ ,

(перелік інших витрат)

#### *Варіант 2*

5. Ціна товару, зазначеного в п.1.1 чинного контракту, становить \_\_\_\_\_ доларів США за одиницю.

5.2. Загальна вартість проданого товару за чинним контрактом становить \_\_\_\_\_ доларів США.

5.3. Оплата вартості проданого товару за чинним контрактом буде здійснюватися в гривнях за курсом долара США на момент початку постачання в \_\_\_\_\_  
(повне найменування банку)

\_\_\_\_\_ (місто, країна)

6. Скласти за умовними даними, спираючись на приклад, статтю «Умови платежу» МДКП.

### Приклад

#### Варіант 1

6. Оплата.

6.1. Вартість товару, що поставляється, зазначена в п. \_\_\_\_ чинного контракту, оплачується шляхом передплати.

6.2. Покупець зобов'язаний перерахувати грошову суму на сплату повної вартості товару, що поставляється, на р/рахунок

\_\_\_\_\_ (номер р/рахунка, назва банку, його адреса)

До \_\_\_\_\_  
(дата)

#### Варіант 2

6. Оплата.

6.1. Оплата загальної вартості поставленого за чинним контрактом товару повинна бути зроблена Покупцем протягом \_\_\_\_\_ банківських днів \_\_\_\_\_ після \_\_\_\_\_ одержання банком \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (найменування банку, його адреса)

інкасового доручення від банку Продавця.

6.2. Оплата буде здійснюватися після подання таких документів:

рахунка у \_\_\_\_\_ екз.;

коносаменту у \_\_\_\_\_ екз.;

сертифіката якості у \_\_\_\_\_ екз.

6.3. Продавець зобов'язаний перелічені в п. 6.2 чинного контракту документи пред'явити до банку \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (найменування банку, його адреса)

для оплати не пізніше \_\_\_\_\_ днів після відправлення товару.

6.4. Покупець має право відмовитися від оплати рахунка у випадку подання не всіх зазначених у п. 6.2 документів.

6.5. Покупець має право утримання із суми, призначеної для оплати інкасового доручення, суми штрафів, передбачених чинним контрактом.

Продавець повинен подбати про те, щоб банк, який виставляє документи на інкасо, передбачив в інкасовому дорученні це право Покупця.

6.6. Усі банківські витрати на території Покупця виплачуються Покупцем. Усі банківські витрати поза територією Покупця оплачуються Продавцем.

6.7. У випадку виникнення суперечок з питань оплати вартості товару, що постачається, не врегульованих чинним контрактом, вони вирішуються відповідно до «Уніфікованих правил по інкасо» у редакції 1978 р.

7. Скласти за умовними даними, спираючись на приклад, статтю «Строк і дата поставки товару» МДКП.

#### *Приклад*

##### *Варіант 1*

7.1. Поставка товару, зазначеного в п. 1.1 чинного контракту, буде здійснена протягом \_\_\_\_\_

(період часу)

Термін поставки може бути пов'язаний з певними діями покупця, наприклад, від часу одержання продавцем оплати товару, зі здійсненням попередньої оплати товару покупцем і т.ін.

##### *Варіант 2*

7.1. Товари, зазначені в п.1.1 чинного контракту, мають бути поставлені в терміни, указані в графіку виконання постачання, доданого до чинного контракту; графік є його невід'ємною частиною.

У випадку, якщо поставку товару зроблено до настання встановленої контрактом календарної дати, Покупець має право відмовитися від його прийняття, хоча має право і прийняти його. Тому, коли Продавцю вигідна довгострокова поставка товару і він має можливість її здійснити, в умовах контракту слід узгодити право Продавця на поставку товару до встановленого терміну, наприклад....

##### *Варіант 3*

Датою поставки вважається дата товарно-транспортної накладної, виписаної на ім'я Покупця. Допускається включення в текст контракту умов про зміст товарно-транспортної накладної, виписаної на ім'я Покупця...

##### *Варіант 4*

Датою поставки вважається дата надходження товарів:

- на склад Покупця – при транспортуванні товару автомобільним транспортом;

- в аеропорт «Бориспіль» м. Києва – при транспортуванні авіатранспортом;

- на ст. Харків – Сортивальна – при транспортуванні залізничним транспортом.

8. Скласти за умовними даними, спираючись на приклад, статтю «Упаковка та маркування» МДКП.

*Приклад*

8. Упаковка та маркування.

8.1. Упаковка товару, що поставляється, має відповідати встановленим стандартам (або технічним умовам) і гарантувати при належному ставленні до товару його цілісність під час транспортування.

8.2. На кожний ящик (контейнер, мішок) має бути нанесено таке маркування: найменування пункту призначення, адреса одержувача товару – Покупця, найменування й адреса Продавця із зазначенням країни відправлення товару, номер місця, вага брутто, вага нетто та інші реквізити, що можуть бути завчасно, до початку поставки, повідомлені Покупцем Продавцеві.

8.3. У випадку, якщо упаковка не забезпечить схоронності товару, на що буде складено комерційний акт, Продавець відшкодовує Покупцеві збитки, завдані неналежною упаковкою.

У випадку здійснення зовнішньоторговельної операції на імпорт складного устаткування умови контракту про упаковку та маркування повинні бути сформульовані.

9. Скласти за умовними даними, спираючись на приклад, статтю «Здавання-приймання товару» МДКП.

*Приклад*

9. Приймання товару за кількістю та якістю.

9.1. Приймання товару за кількістю та якістю здійснюватиметься Покупцем у присутності представника Продавця (або Перевізника) відразу ж після прибуття товару \_\_\_\_\_.

(місце приймання)

9.2. У випадку, якщо буде встановлено порушення якості товару або нестачу його за кількістю, Покупець разом із представником Продавця (або перевізника) складе протокол і залежно від причин порушення якості товару та виникнення нестачі його за кількістю, пред'явить відповідні рекламации.

9.3. Продавець несе відповідальність за всі пошкодження товару, що виникли після передачі його Покупцеві, якщо причина їх була ще до цієї передачі і Покупець пред'явив рекламацию не пізніше шести місяців з дня приймання товару.

9.4. Продавець зобов'язаний негайно відшкодувати нестачу товару і замінити недоброякісний товар на якісний.



10. Скласти за умовними даними, спираючись на приклад, статтю «Штрафні санкції» МДКП.

*Приклад*

10. Санкції.

10.1. У випадку запізнень у поставці, зазначених у чинному контракті, Продавець зобов'язаний сплатити Покупцеві штраф у розмірі 0,5 % від вартості не поставленого своєчасно товару за кожен тиждень прострочення протягом перших чотирьох тижнів та 1 % за кожен наступний тиждень.

10.2. Загальна сума штрафу не повинна перевищувати 20% від вартості непоставленого в термін товару.

10.3. Розмір штрафу не може бути змінений в арбітражному процесі.

10.4. У випадку, якщо запізнення в поставці товару перевищить три місяці, Покупець має право відмовитися від контракту або його частини.

11. Скласти за умовними даними, спираючись на приклад, статтю «Форс-мажор» МДКП.

*Приклад*

*Варіант 1*

Жодна зі сторін цього контракту не несе ніякої відповідальності перед іншими сторонами за несвоєчасність або неможливість виконання своїх зобов'язань внаслідок дії непереборних сил у тому разі, коли таке відстрочення або невиконання не може бути віднесено до провини або недогляду сторони, яка може претендувати на захист у межах чинної в контракті статті.

Використовуване тут поняття дії непереборних сил означає випадки, що не піддаються розумному контролю сторін, включаючи такі природні явища, як пожежі, повені, землетруси та інші події, а також такі, як війна, блокада або ембарго, окупація, громадянська війна, випадки цивільної непокори працівників або дії будь-яких законів, декларацій, норм, вказівок або декретів, виданих державними органами, та що знаходяться під контролем сторони, яка повідомляє про форс-мажор.

*Варіант 2*

При виникненні форс-мажорних обставин сторони не несуть відповідальності щодо виконання укладеного контракту. Форс-мажорні обставини визначаються відповідно до міжнародних норм.

*Задачі для самостійного розв'язання*

Скласти контракт, ураховуючи всі наведені вище приклади.

## 10 УКЛАДАННЯ МІЖНАРОДНИХ КОМЕРЦІЙНИХ КОНТРАКТІВ

### 10.1 Уніфікація правил укладання міжнародних торговельних угод з купівлі-продажу товарів

Уніфікація у сфері міжнародної торгівлі спричинена необхідністю впровадження єдиних норм, виходячи з того, що на національному рівні юридичною базою діяльності є різні національно-правові системи. Ці системи не є тотожними щодо регулювання однотипних питань міжнародної торгівлі, і до того ж, вони нерідко мають дуже істотні розбіжності з положеннями міжнародного торговельного права. Тому усунення суперечності в різних правових положеннях здійснюється шляхом їх уніфікації.

**Уніфікація** – створення за допомогою міжнародних договорів однакових норм, що підлягають сприйняттю права державою і, таким чином, забезпечують подолання розбіжностей щодо регулювання міжнародних торговельних зв'язків [3, 14–16].

Питаннями уніфікації займаються кілька міжнародних організацій. Серед них – *Гаазька конференція з міжнародного приватного права* [12].

У 1955 р. нею була підготовлена й ухвалена Гаазька конвенція про право, що застосовується міжнародним договором купівлі-продажу товарів. У 1986 р. ця Конвенція була замінена іншою – Конвенцією про право, що застосовується до договорів міжнародної купівлі-продажу товарів. У Римі на постійній основі працює Міжнародний інститут з уніфікації приватного права. У 1964 р. у Гаазі були ухвалені й підготовлені цим інститутом «Конвенція про однаковий закон про міжнародну купівлю-продаж товарів» та «Конвенція про однаковий закон про укладання договорів міжнародної купівлі-продажу товарів».

У 1966 р. під егідою ООН була заснована Комісія ООН із права міжнародної торгівлі «ЮНСІТРАЛ». Основними завданнями Комісії є гармонізація й уніфікація права міжнародної торгівлі та сприяння кодифікації міжнародних торговельних звичаїв. ЮНСІТРАЛ підготувала кілька проектів міжнародних конвенцій з різних питань міжнародної торгівлі, які були ухвалені.

Серед них:

- Міжнародна конвенція про морське перевезення вантажів (Гамбург, 1978 р.);
- Віденська конвенція про договори міжнародної купівлі-продажу товарів 1980 р.;
- Конвенція про морське перевезення вантажів, яка значною мірою уніфікувала раніше існуючі та регламентовані кількома правовими актами правовідносини у сфері морських вантажоперевезень тощо.

Проте найбільш велике значення щодо уніфікації норм міжнародного торговельного права має Віденська конвенція 1980 р., яка сприяла

усуненню розбіжностей у різних міжнародно-правових актах, ухвалених різними міжнародними органами й існуючих у різних правових системах. Як зазначено в преамбулі Віденської конвенції, її положення будуть сприяти усуненню правових бар'єрів у міжнародній торгівлі й створенню сприятливих умов для її розвитку.

## **10.2 Правила використання та порядок укладання міжнародних комерційних контрактів згідно з положеннями «ІНКОТЕРСМ-2010»**

Сторони, що укладають контракт, найчастіше недостатньо інформовані про розбіжності в торговельних порядках країн, де знаходяться комерційні підприємства партнерів. Це може призвести до суперечок, судових розглядів, які тягнуть за собою втрати часу і фінансові збитки.

Для запобігання протиріч між торговельними партнерами Міжнародна торговельна палата (англ. International Chamber of Commerce (ICC)) в 1936 році розробила і випустила збірники тлумачень торговельних термінів, які найбільш часто зустрічаються – «Інкотермс» [9].

Правила тлумачення міжнародних комерційних термінів («Інкотермс») регулюють питання, пов'язані з доставкою товарів від продавця до покупця, а також про відповідальність за експортне та імпорнтне очищення товарів. Подальші зміни та доповнення відображались у редакціях Правил 1953 р., 1967 р., 1976 р., 1980 р., 1990 р., 2000 р., 2010 р.

Застосування базисних умов постачань істотно раціоналізує механізм дії контракту на основі спрощення в складанні й узгодженні його позицій і статей, наданні допомоги контрагентам у пошуку рівноправних способів вирішення розбіжності, що виникають, які влаштовують обидві сторони.

**Базисними умовами поставок** у зовнішньоторговельному контракті називають сукупність основних обов'язків контрагентів щодо транспортування й страхування на шляху їх руху від експортера до імпортера. Базисні умови постачання спрощують процес розроблення і укладання контракту, допомагають партнерам знайти спосіб розподілу відповідальності.

У контракті купівлі-продажу базисними умовами постачання є умови, що визначають:

1) права й обов'язки сторін щодо постачання проданих товарів:

- хто і за чий рахунок забезпечує транспортування товарів по території країн експортера, імпортера, транзитних країн, а також при перевезенні товару морським, річковим, повітряним транспортом;

- стан вантажу стосовно транспортного засобу, що визначає зобов'язання продавця за встановлену в контракті ціну доставити вантаж у певне місце, або завантажити товар на транспортний засіб, або підготувати його до завантаження, або передати транспортній організації;

- зобов'язання продавця щодо упаковки і маркування товарів, а також зобов'язання сторін щодо страхування вантажів;
- зобов'язання сторін щодо оформлення комерційної документації відповідно до діючих у міжнародній торговельній практиці вимог;
- де і коли переходять від продавця до покупця права власності на товар;

2) момент переходу ризику випадкової загибелі або ушкодження товару і витрати, що можуть виникнути у зв'язку з цим.

«Інкотермс» – це міжнародний правовий документ, в якому наведено перелік міжнародних комерційних термінів, визначено обов'язки продавця і покупця з доставки товару та зафіксовано момент переходу ризику випадкової втрати або пошкодження товару від продавця до покупця.

Умови «Інкотермс» визначають, яким чином продавець і покупець розподіляють між собою відповідальність, витрати і ризики при здійсненні контракту. При встановленні базисних умов поставки визначається, хто несе витрати, пов'язані з транспортуванням товару від експортера до імпортера.

Умови «Інкотермс» є стандартизованими. «Інкотермс-2010» – це остання редакція міжнародних стандартних правил з тлумачення торгових умов, які найчастіше використовуються в галузі зовнішньої торгівлі та регламентують момент передачі права власності на товар і всіх пов'язаних із цим ризиків.

Отже, базисні умови постачання визначають, хто несе витрати на транспортування товару від продавця до покупця. Витрати, що несе експортер, включаються в ціну товару (іноді вони досягають 40–50% ціни). Базисні умови встановлюють базис ціни товару і впливають на рівень ціни. Кожен термін являє собою абревіатуру з трьох літер. «Інкотермс-2010» відображає торгову практику останнього десятиліття і містить кілька нововведень.

#### **Структура «Інкотермс-2010» – зобов'язання контрагентів:**

- група E: зобов'язання продавця є мінімальними і обмежуються наданням товару в розпорядження покупця;
- група F: зобов'язання продавця обмежуються відправленням товару, основне перевезення їм не оплачується;
- група C: продавець організує і оплачує перевезення без прийняття на себе пов'язаних з ним ризиків;
- група D: витрати і ризики продавця є максимальними, тому що він зобов'язаний надати товари в розпорядження покупця в узгодженому місці призначення (забезпечити прибуття).

Усередині груп основні зобов'язання розрізняються несуттєво. Наприклад, у групі 3 базисів CIF і CIP продавець зобов'язаний додатково застрахувати товар, а в групі D на умові DDP – сплатити імпортні мита. Усередині груп F і D є відмінності, пов'язані з навантаженням (розвантаженням).

Особливості «Інкотермс-2010» порівняно з «Інкотермс-2008»:

1) загальну кількість термінів скорочено з 13 до 11, при цьому 2 з них є абсолютно новими – DAT (постачання на терміналі) і DAP (постачання в пункті);

2) максимально висвітлено питання безпеки вантажів з урахуванням відмінності правових систем;

3) введення до кожного терміна нових правил дає змогу точно вибрати коректний термін для торгового контракту;

4) терміни, які були адаптовані для використання у внутрішніх контрактах, – враховано;

5) вимоги сучасного контейнерного транспорту.

Ключова умова застосування «ІНКОТЕРМС»: регулювання моменту переходу права власності має бути узгоджено в контракті окремо, і, бажано, щоб з переходом права власності збігався перехід до покупця ризику випадкової загибелі або ризику пошкодження товару.

### *Запитання для самоконтролю*

1. Визначте суть поняття «уніфікація».
2. Назвіть міжнародні організації, які займаються питаннями уніфікації.
3. Визначте місце «ЮНСІТРАЛ» у міжнародній торгівлі.
4. З якою метою було розроблено «Інкотермс»?
5. Що визначають базисні умови постачання?
6. Визначте категорії термінів «Інкотермс».
7. Дайте характеристику структури «Інкотермс-2010» стосовно зобов'язань контрагентів.

### *Проблемні питання для обговорення*

1. Чи погоджуєтесь Ви з твердженням, що застосування базисних умов постачань істотно раціоналізує механізм дії контракту?
2. Проаналізуйте усі відмінності останньої редакції «Інкотермс-2010» від попереднього «Інкотермс-2000».
3. Чому існує численна кількість редакцій Правил «Інкотермс»?
4. Чому регулювання моменту переходу права власності має бути узгоджено в контракті окремо, і, бажано, щоб з переходом права власності збігався перехід до покупця ризику випадкової загибелі або ризику пошкодження товару?

## Приклади розв'язання типових задач за темою

1. Вітчизняне підприємство уклало контракт на продаж зарубіжній фірмі 1000 м<sup>3</sup> дубових пиломатеріалів на суму 220 тис. дол. США. Основне перевезення здійснюється морським транспортом. Інші витрати (у перерахунку в доларах США за офіційним курсом) для перевезень продукції є такими (таблиця 10.1). Зробіть розподіл накладних витрат на експорт і визначте ціни експортованої продукції на умовах EXW, FOB, CIF.

Таблиця 10.1 – Вихідні дані

№ п/п	Показник	Сума, тис. дол. США
1	Збори за митне оформлення і мито	1,3
2	Вартість експортної ліцензії	1,0
3	Витрати на транспортування до порту експортера	1,5
4	Фрахтування судна	15,6
5	Вантажно-розвантажувальні роботи	2,0
6	Страховання перевезення	4,0

### *Розв'язання*

Визначення цін можна подати у формі таблиці:

№ п/п	Показник	Умови поставки		
		EXW	FOB	CIF
1	Вартість товару, тис. дол. США	220,0	220,0	220,0
2	Збори за митне оформлення і мито, тис. дол. США	-	1,3	1,3
3	Вартість експортної ліцензії, тис. дол. США	-	1,0	1,0
4	Витрати на транспортування до порту експортера, тис. дол.	-	1,5	1,5
5	Фрахтування судна, тис. дол. США	-	-	15,6
6	Вантажно-розвантажувальні роботи, тис. дол. США	-	2,0	2,0
7	Страховання перевезення, тис. дол. США	-	-	4,0
8	Всього (тис. дол. США)	220,0	225,8	245,4
9	Ціна (тис. дол. США)	220,0	225,8	245,4

### *Відповідь*

Ціна становитиме: EXW – 220 тис. дол. США; FOB – 225,8 тис. дол. США; CIF – 245,4 тис. дол. США.

2. Фірма «А» (м. Одеса, Україна) уклала договір купівлі-продажу з фірмою «В» (м. Галаць, Румунія), який передбачає виконання фірмою «А» транспортних умов контракту.

Так, для здійснення міжнародного перевезення товару фірмі «А» необхідно скласти й оформити транспортну документацію. Фірма «А» вже оформила необхідні документи з підготовки товару до відвантаження, а також комерційні, страхові та митні товаросупроводжувальні документи.

Які транспортні документи повинна оформити фірма «А», якщо вантаж перевозиться залізничним транспортом?

Які транспортні документи повинна оформити фірма «А» у разі перевезень вантажу морським транспортом?

### *Розв'язання*

У разі перевезень вантажу залізничним транспортом фірма «А» повинна оформити:

- залізничну накладну;
- дорожню відомість.

У разі перевезень вантажу морським транспортом фірма «А» повинна оформити:

- коносамент;
- штурманську розписку;
- морську накладну;
- докову розписку.

### *Задачі для самостійного розв'язання*

1. Імпортер з Токіо одержує одночасно від двох експортерів оферти на постачання товарів однакової якості на різних умовах. Визначити, яка з двох оферт при укладанні МКК є для імпортера вигіднішою.

Оферта 1:

- умови постачання – СІР Токіо;
- умови платежу – 20 % у момент поставки товарів;
- 40 % через 3 місяці після поставки;
- 40 % через 6 місяців після поставки;
- пропонована ціна – 500 тис. євро.

Оферта 2:

- умови постачання – FOB Нью-Йорк;
- умови платежу – документарний безвідкличний акредитив;
- пропонована ціна – 300 тис. дол.;
- тривалість транспортування Нью-Йорк – Токіо – 15 днів;
- вартість фрахту і страховки Нью-Йорк – Токіо – 9 тис. євро;
- вантажно-розвантажувальні роботи – 1 тис. євро;
- рефінансування на термін до 90 днів за дисконтною ставкою 7 %;

- можливість використання кредиту на ринку євромарок максимум на 6 місяців за твердою відсотковою ставкою 8,5 %;
- валютний курс дол./євро – 0,988/0,990.

2. Визначити спосіб транспортування верстатів, виходячи з транспортних витрат.

Німецька машинобудівна фірма з Гамбурга здійснює поставку 10 верстатів загальною масою 10,8 тонн і обсягом близько 25 м<sup>3</sup> на умовах CIF до Калькутти. Вартість устаткування, що поставляється, – 600 тис. євро. Експедиторською службою запропоновано такі варіанти можливих транспортних витрат:

- морський фрахт Гамбург – Калькутта, включаючи страховку і накладні витрати, – 25 719 євро, тривалість поставки – 24 дні;
- повітряний фрахт Гамбург – Калькутта, включаючи страховку та накладні витрати, – 62 111 євро, тривалість поставки – 2 дні;
- комбіноване транспортування (залізничний – морський транспорт) через Брест, включаючи страховку та накладні витрати, – 21 311 євро, тривалість поставки – 38 днів.



## 11 ПРАВИЛА І ПРОЦЕДУРИ ВРЕГУЛЮВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ СУПЕРЕЧОК

### 11.1 Правила врегулювання торговельних суперечок у СОТ

Механізм вирішення суперечок у СОТ надає країнам-членам можливість врегулювання торговельних конфліктів у межах міжнародного правового поля, не вдаючись до розгортання торгових воєн.

Особливість механізму вирішення торговельних суперечок у СОТ полягає у тому, що, перш ніж доводити конфлікт до самої суперечки, країна-ініціатор зобов'язана провести консультації зі стороною, яка порушує норми СОТ. Проблеми між сторонами можуть бути вирішені вже на цій стадії. Це дає змогу не відволікати значні фінансові та людські ресурси на тривалий процес офіційного вирішення суперечок. Якщо сторонам за підсумками таких консультацій не вдається досягти компромісу, вони застосовують механізм вирішення суперечок, передбачених нормами і правилами СОТ.

Дуже важливою на сучасному етапі є та обставина, що тепер встановлено чіткі часові обмеження на кожен з етапів суперечки. Це визначає орієнтири для учасників суперечки, а також запобігає його затягуванню.

#### **Основні етапи вирішення суперечок у межах СОТ [12, 19]:**

1. *Консультації* – мають конфіденційний характер, зазвичай тривають до двох місяців. Протягом процесу консультацій сторони можуть користуватися так званими «добрими послугами» – допомогою будь-якої держави чи міжнародної організації у встановленні контакту та початку вирішення суперечок між сторонами і досягнення компромісу. Крім того, за згодою сторін на етапі консультацій до суперечки можуть приєднатися інші країни-члени СОТ як спостерігачі. Якщо компромісу досягти не вдається, країна-ініціатор суперечки може вимагати створення третейської групи.

2. *Створення третейської групи* – відбувається на засіданні Органу з вирішення суперечок СОТ, якщо тільки не досягнуто «негативного консенсусу» (всі країни проголосують проти). Країна, проти якої ведеться суперечка, може заблокувати створення третейської групи лише один раз. Якщо сторона, яка ініціювала суперечку, наполягатиме далі, третейська група буде створена.

3. *Визначення повноважень третейської групи* – визначення кола питань, які вирішуватиме третейська група, приймаючи рішення по суті проблеми. Члени третейської групи обираються сторонами таким чином, щоб забезпечити незалежність при вирішенні суперечки, з індикативного списку урядових і неурядових осіб, які мають відповідну кваліфікацію у сфері міжнародного торгового права. Третейська група складається зазвичай з трьох осіб. Якщо сторони суперечки не можуть визначити склад третейської групи, це робить Генеральний директор СОТ. Члени

третейської групи розглядають, спираючись винятково на положення, зазначені ініціатором суперечки в його позові.

4. *Розслідування третейської групи* – у процесі проведення своєї роботи третейська група повинна забезпечувати високу якість та оперативність своїх доповідей щодо суті суперечки, що вирішується.

5. *Попередній розгляд* – передбачає формування описової частини проекту доповіді третейської групи, який міститиме факти, аргументи, а також надані у письмовому вигляді зауваження сторін суперечки.

6. *Подання попереднього звіту* – звіт містить не лише описові розділи, але й висновки та зауваження третейської групи. За правилами, ця стадія настає не пізніше ніж через 6 місяців після створення третейської групи.

7. *Подання остаточної версії звіту* – звіт третейської групи проходить процедуру затвердження на засіданні Органу з вирішення суперечок СОТ. Якщо сторона, що програла суперечку, подає апеляцію, звіт затверджується після її розгляду.

8. *Прийняття Органом з вирішення суперечок СОТ звіту третейської групи* – звіт третейської групи заслуховується і схвалюється на засіданні. У разі подання апеляції вона триває протягом двох місяців з можливістю продовження процедури ще на місяць. За її підсумками Орган з вирішення суперечок СОТ схвалює доповідь Апеляційного органу.

9. *Упровадження рекомендацій Органу з вирішення суперечок СОТ стороною, яка програла суперечку*. Протягом 30 днів сторона, що програла суперечку, зобов'язана надати інформацію про те, яким чином вона збирається виконати відповідні рекомендації. Важливим аспектом функціонування СОТ у цьому випадку є обов'язковість виконання рішення Органу з вирішення суперечок стороною, що програла.

10. *Компенсації* – якщо країна, що програла суперечку, не має можливості виконати рекомендації Органу з вирішення суперечок у встановлені строки, вона може розпочати переговори з протилежною стороною суперечки щодо надання взаємно прийнятної компенсації. Така компенсація не має грошового вираження, а пов'язана з наданням додаткових преференцій у торгівлі.

11. *Відшкодування* – якщо сторони не можуть домовитися з приводу компенсації, потерпіла сторона звертається до Органу з вирішення суперечок СОТ з проханням дати дозвіл на призупинення торговельних преференцій відносно сторони, яка порушила норми СОТ. Перевага в даному випадку надається призупиненню в тих сферах, які були предметом суперечки.

12. *Перехресне відшкодування* – якщо торгівля має явно односторонній характер і призупинення торговельних преференцій у тому секторі, який був предметом суперечки, не дає жодних переваг для потерпілої сторони, призупинення торговельних преференцій відбувається за іншими секторами торгівлі чи угодами СОТ.

Слід зазначити, що механізм урегулювання суперечок є поширеним засобом вирішення проблем порушення правил СОТ серед його учасників.

## 11.2 Міжнародний арбітраж

*Міжнародний комерційний арбітраж* вирішує комерційні суперечки, що виникають між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, чиї підприємства зареєстровані на території різних держав, або вирішує міждержавні суперечки із зовнішньоекономічної діяльності.

Міжнародний комерційний арбітраж є одним з найбільш важливих інститутів сучасного міжнародного приватного права. Але міжнародний комерційний арбітраж – не нове явище в правовій дійсності. Третейські торгові суди відомі з найдавніших часів.

Недержавна природа міжнародного комерційного арбітражу відрізняє його від державних арбітражних судів. Основою функціонування міжнародного комерційного арбітражу є арбітражна угода сторін суперечки.

**Арбітражна угода** – це угода сторін про передачу до арбітражу всіх або певних суперечок, які виникли або можуть виникнути між ними у зв'язку з будь-якими конкретними правовідносинами, незалежно від того, мають вони договірний характер чи ні. Відсутність належного арбітражного застереження або арбітражної угоди може призвести до тяжких матеріальних наслідків для сторони, право якої порушено. Вибір того чи іншого способу вирішення суперечок значною мірою залежить від учасників суперечок. Особливо це характерно в сфері зовнішньоекономічної діяльності. Подібний (альтернативний) порядок зарекомендував себе як найбільш прийнятний у сучасних умовах спосіб вирішення спорів [1, 4, 10, 14–16].

У міжнародній практиці слова «арбітраж» та «арбітражний» зазвичай відносять до третейського (недержавного) способу вирішення суперечок.

Існує два види міжнародного комерційного арбітражу: інституційний та «ad hoc» (для конкретного випадку/справи). Інституційний комерційний арбітраж є постійно діючим органом, створеним зазвичай при торговій палаті, торговельно-промисловій спілці або асоціації. Арбітраж «ad hoc» створюється тільки для вирішення конкретної суперечки і після винесення рішення припиняє своє існування.

У практиці міжнародної торгівлі можна виокремити кілька найбільш популярних центрів Міжнародного комерційного арбітражу:

- Арбітражний інститут при Торговельній палаті Стокгольма (The Arbitration Institute of the Stockholm Chamber of Commerce);
- Лондонський міжнародний арбітражний (третейський) суд (London Court of International Arbitration (LCIA));

- Міжнародний арбітражний суд при Міжнародній торговій палаті (ICS International Court of Arbitration) – Американська арбітражна асоціація (American Arbitration Association);

- Міжнародний арбітражний суд при Палаті економіки Австрії в м. Відень (Vienna International Arbitral Centre).

Особливу роль у регулюванні діяльності арбітражів «ad hoc» відіграє Арбітражний регламент, розроблений Комісією ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) і рекомендований у 1976 р. Генеральною Асамблеєю ООН для широкого використання при вирішенні зовнішньоекономічних суперечок, зокрема шляхом посилань на нього в міжнародних комерційних контрактах.

Поряд з можливістю звернення до державних судів і арбітражів для вирішення розбіжностей / суперечок з договірних та інших цивільно-правових відносин, що виникають при здійсненні міжнародних економічних зв'язків, є і інші можливості, як альтернативне вирішення суперечок. Серед таких способів, перш за все, можна назвати посередництво.

Під *посередництвом* розуміють процедуру добровільного врегулювання суперечки сторонами за сприяння нейтральної особи (посередника).

Конвенція Організації Об'єднаних Націй про прозорість у контексті арбітражних розглядів між інвесторами та державами на основі міжнародних договорів (Нью-Йорк, 2014 р.) (Маврикійська конвенція про прозорість) була прийнята 10 грудня 2014 року. Конвенція була відкрита для підписання в Порт-Луї (Маврикій), 17 березня 2015 року та згодом в штаб-квартирі Організації Об'єднаних Націй у Нью-Йорку. Конвенція набуде чинності після закінчення шести місяців після здачі на зберігання третього документа про ратифікацію або документа про прийняття, затвердження або приєднання. Наразі Конвенцію ратифікувала лише одна держава – Маврикій, а підписали 16.

**Конвенція** – це документ, за допомогою якого учасники інвестиційних міжнародних договорів, укладених до 1 квітня 2014 року, висловлюють свою згоду застосовувати *Правила ЮНСІТРАЛ про прозорість у контексті арбітражних розглядів між інвесторами та державами на основі міжнародних договорів* («Правила про прозорість», або «Правила»). Правила про прозорість, які набрали чинності з 1 квітня 2014 року, являють собою звід процесуальних норм, що стосуються оприлюднення наявної інформації про арбітражні суперечки між інвесторами та державами, пов'язані з інвестиційними міжнародними договорами. Стосовно інвестиційних міжнародних договорів, укладених до 1 квітня 2014 року, Правила застосовуються, зокрема, у тих випадках, коли учасники відповідного інвестиційного міжнародного договору погоджуються з їх застосуванням. Конвенція є ефективним і гнучким механізмом реєстрації такої згоди. Конвенція доповнює існуючі інвестиційні міжнародні договори в частині зобов'язань, пов'язаних із забезпеченням прозорості. У статті 2, що

є одним з основних положень Конвенції, визначається, коли і яким чином Правила про прозорість застосовуються до арбітражних розглядів між інвесторами та державами, які підпадають під сферу застосування Конвенції.

Разом з Правилами про прозорість Конвенція враховує як інтереси суспільства в таких арбітражних розглядах, так і інтереси учасників у справедливому та ефективному врегулюванні суперечок. Конвенція передбачає, що функції депозитарію виконує Генеральний секретар Організації Об'єднаних Націй через секретаріат ЮНСІТРАЛ.

Іншим джерелом є *Типовий закон ЮНСІТРАЛ про міжнародний торговий арбітраж* (1985 р.) зі змінами, прийнятими в 2006 р., покликаний надавати державам допомогу в реформуванні та оновленні їх законодавства про арбітражну процедуру, з тим щоб врахувати особливі риси та потреби міжнародного комерційного арбітражу. Він охоплює всі етапи арбітражного процесу: від укладання арбітражної угоди, визначення складу арбітражного суду і вирішення питань, пов'язаних з його компетенцією і масштабами можливого втручання з боку судів загальної юрисдикції, до питань визнання і приведення у виконання арбітражного рішення. Закон відображає досягнутий у всесвітньому масштабі консенсус щодо ключових аспектів практики міжнародного арбітражу, прийнятої у багатьох державах світу, які представляють усі регіони і володіють різними правовими та економічними системами.

Арбітражний регламент ЮНСІТРАЛ містить максимум процесуальних норм, щодо яких сторони можуть дійти згоди щодо проведення арбітражного розгляду, пов'язаного з їх комерційними відносинами, і широко використовується під час як спеціального арбітражу, так і арбітражного розгляду, що проводиться під егідою будь-якої установи. Регламент охоплює всі аспекти арбітражного процесу: передбачає типові арбітражне застереження, описує процесуальні норми, що стосуються призначення арбітрів і проведення арбітражного розгляду, і встановлює правила щодо форми, юридичної сили і роз'яснення арбітражного рішення.

У цей час існує три різні **варіанти Арбітражного регламенту**:

- 1) варіант 1976 р.;
- 2) переглянутий варіант 2010 р.;
- 3) варіант 2013 р., який містить Правила ЮНСІТРАЛ про прозорість у контексті арбітражних розглядів між інвесторами та державами на основі міжнародних договорів.

Отже, арбітражний розгляд і альтернативні способи вирішення комерційних суперечок нормативно деталізуються та уніфікуються і, в першу чергу, у межах ЮНСІТРАЛ, ураховуючи тенденції вирішення комерційних суперечок як інституційними арбітражами і арбітражами «ad hoc», так і завдяки посередництву.

### *Запитання для самоконтролю*

1. Визначте основні етапи вирішення суперечок у межах СОТ.
2. Які питання вирішує міжнародний арбітраж?
3. Що являє собою арбітражна угода?
4. Охарактеризуйте види міжнародного комерційного арбітражу.
5. Назвіть кілька найбільш популярних центрів Міжнародного комерційного арбітражу.
6. Охарактеризуйте Конвенцію Організації Об'єднаних Націй про прозорість у контексті арбітражних розглядів між інвесторами та державами на основі міжнародних договорів.
7. Охарактеризуйте Типовий закон ЮНСІТРАЛ про міжнародний торговий арбітраж (1985 р.) зі змінами, прийнятими в 2006 р.
8. Визначте варіанти Арбітражного регламенту.

### *Проблемні питання для обговорення*

1. Чи можна виокремити основну місію міжнародного арбітражу?
2. Охарактеризуйте міжнародні організації, які займаються питаннями розгляду міжнародних суперечок.
3. У чому полягає особлива роль у регулюванні діяльності арбітражів «ad hoc».
4. Значення посередництва у процедурі добровільного врегулювання суперечки.
5. Значення альтернативних способів вирішення комерційних суперечок.

### *Завдання для набуття практичних навичок*

1. Постійне представництво іноземного суб'єкта господарської діяльності – фірми «Барс» уклало з українським підприємством – ТОВ «Фенікс» контракт на виконання робіт, за яким ТОВ «Фенікс» зобов'язувалося виконати ремонтні роботи у приміщенні представництва, а представництво зобов'язувалося оплатити виконані роботи відповідно до узгодженого сторонами кошторису після підписання акта виконаних робіт. ТОВ «Фенікс» роботи виконало, сторони підписали акт виконаних робіт, однак розрахунок за виконані роботи не був проведений. ТОВ «Фенікс» звернулося до господарського суду про стягнення заборгованості за контрактом. Відповідач – фірма «Барс» – у судовому засіданні зазначив, що представництво не мало повноважень укладати контракти такого роду і тому такий контракт є недійсним.

А. Обґрунтуйте, чому відповідачем у суді є не представництво, а іноземний суб'єкт господарської діяльності – фірма «Барс»?

В. Чи мало представництво повноваження на укладання контракту з ТОВ «Фенікс»? Які документи та норми нормативно-правових актів можуть підтвердити Вашу позицію?

С. Яким має бути, на Вашу думку, рішення суду? Обґрунтуйте.

2. Контрагент 1 і контрагент 2, укладаючи контракт купівлі-продажу автомобіля «Мерседес», не знали і не могли знати, що автомобіль уже є вкраденим. У якому випадку відмова від контракту є допустимою, а в якому – неможливою?

3. Якщо сторона, проти якої ведеться суперечка, порушила норми СОТ, не вказані у скарзі ініціатора суперечки, яке рішення стосовно першої сторони буде прийнято третейською групою?

4. Якщо під час виконання своїх обов'язків третейська група стикнеться з питаннями, які прямо не стосуються торгової політики і потребують низки технічних знань, то які будуть її дії?

5. Якщо сторона, що прогала суперечку, подає апеляцію, то коли буде затверджена остаточна версія звіту?

## 12 ЗАСОБИ ТА СПОСОБИ ЗДІЙСНЕННЯ РОЗРАХУНКІВ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ

### 12.1 Загальна характеристика та особливості міжнародних розрахунків

**Міжнародні розрахунки** являють собою систему організації і регулювання платежів за грошовими вимогами й зобов'язаннями у сфері міжнародних економічних відносин [1, 6, 24].

Міжнародні розрахунки охоплюють зовнішню торгівлю товарами й послугами, а також некомерційні операції, кредити і рух капіталу між державами. Більша частина всіх міжнародних розрахунків здійснюється в процесі опосередкування міжнародних торговельних угод.

*Основними суб'єктами міжнародних розрахунків* є експортери, імпортери й банки, що їх обслуговують. Вони вступають у певні відносини між собою з приводу руху товаросупроводжувальних документів і поточного оформлення платежів. При цьому головна роль у міжнародних розрахунках належить банкам.

«Лоро» – іноземні кореспондентські рахунки в банку.

«Ностро» – рахунки банку в іноземному банку.

На стан міжнародних розрахунків впливає багато різних обставин, наприклад, економічні й політичні відносини між країнами; становище країни на товарних і грошових ринках; ступінь державного регулювання ЗЕД і його ефективність; валютне законодавство; міжнародні торгові правила і звичаї, стан платіжних балансів та ін. У зв'язку з цим систему міжнародних розрахунків можна розглядати як відносно самостійну, що має свої **особливості**.

*По-перше*, міжнародні розрахунки регулюються не тільки національними нормативними і законодавчими актами, але й міжнародними законами, банківськими правилами і звичаями (Єдиний вексельний закон, прийнятий Женевською вексельною конвенцією в 1930 р., Уніфіковані правила і звичаї для документарних акредитивів).

*По-друге*, міжнародні розрахунки здійснюються в різних валютах. Тому, з одного боку, на їх ефективність впливає динаміка валютних курсів, а з іншого боку, нормальне функціонування товарно-грошових відносин є можливим тільки в умовах вільного обміну національної валюти на валюти інших країн.

*По-третьє*, імпортери, експортери та їх банки вступають в певні відокремлені від зовнішньоторговельного контракту відносини, пов'язані з оформленням, пересиланням, обробленням товаророзпорядчих і платіжних документів, здійсненням платежів.

*По-четверте*, міжнародні розрахунки мають **документарний характер**, тобто платежі здійснюються тільки після пред'явлення належним чином оформлених комерційних або фінансових документів.



Фінансові документи: прості й переказні векселі; чеки; платіжні розписки.

Комерційні документи: рахунки-фактури; документи, що підтверджують відвантаження, відправлення чи прийняття до завантаження товарів (коносаменти, залізничні, автомобільні й авіаційні накладні, поштові квитанції, комбіновані транспортні документи на змішані перевезення); страхові документи; сертифікати та інші документи.

*По-п'яте*, застосовуються уніфіковані правила гарантій, видані Міжнародною торговельною палатою.

*По-шосте*, міжнародні розрахунки є об'єктом уніфікації, що обумовлено інтернаціоналізацією господарських зв'язків, універсалізацією банківських операцій.

#### **Типи міжнародних розрахунків:**

1. Національною валютою:
  - торгові, кредитні й платіжні угоди між країнами;
  - напрямку.
2. Міжнародною колективною валютою: торгові, кредитні й платіжні угоди у межах інтеграційних угруповань країн.
3. Клірингові розрахунки: міжнародні платіжні угоди клірингового типу – угоди між урядами двох і більше країн про обов'язкове взаємне зарахування міжнародних вимог і зобов'язань.
4. Золото – використовується в міжнародних розрахунках опосередковано: воно продається на ринку золота за валюту, якою продавцю золота необхідно розрахуватися зі своїми постачальниками.

#### **Види міжнародних розрахунків:**

##### *1. Залежно від специфіки суб'єкта:*

- між конкретними контрагентами;
- між банками;
- між банком і контрагентом;
- між державою і банком;
- між державами.

##### *2. Залежно від взаємодії суб'єктів:*

- напрямку;
- через посередників.

##### *3. Залежно від об'єкта:*

- торгові операції;
- інвестиційні операції;
- некомерційні операції.

#### **Найпоширенішими умовами міжнародних розрахунків є:**

1) готівкові (безпосередні) – це повний розрахунок (повна оплата товару до моменту або в момент переходу товару / товаророзпорядчих документів у розпорядження покупця);

2) розрахунок у кредит (з розстроченням) – надання експортером імпортеру кредиту в комерційній формі (для імпортера).

При здійсненні зовнішньоторгових операцій правильний вибір форми розрахунків є дуже важливим, оскільки це дає змогу учасникам угоди знизити витрати і ризики, пов'язані з невиконанням протилежною стороною своїх зобов'язань за угодою.

**Форми розрахунків** – це засоби виконання розрахунків, що регулюються законодавством країни-учасника розрахунків [1, 6, 15–17, 24].

На вибір форми міжнародних розрахунків впливають такі фактори:

- вид товару, який є об'єктом зовнішньоторговельної угоди;
- існування кредитної угоди;
- платоспроможність та репутація контрагентів за зовнішньоекономічними угодами;
- рівень попиту та пропозиції на товар на світових ринках.

Виходячи з особливостей міжнародної торгової і банківської практики, розрізняють *чотири основні форми розрахунків*:

- 1) інкасо;
- 2) акредитив;
- 3) банківський переказ (авансовий платіж);
- 4) відкритий рахунок.

**Ризики, що виникають при міжнародних платежах:**

1. Вартість місцевої валюти при майбутньому платежі в іноземній валюті залежить від обмінного курсу між двома валютами (особливо, коли на курси обміну впливають ринкові сили).

2. Ризик відсутності конвертованості: неможливість власника валюти даної країни конвертувати у валюту іншої країни внаслідок обмеження, накладеного урядом.

3. Ризик невиконання зобов'язання, або несплати (більш імовірний, оскільки порушення судового позову проти боржника, який порушив зобов'язання, в іншій країні потребує більше коштів і часу, а успіх менш імовірний, ніж у випадку з місцевим боржником).

## 12.2 Техніка здійснення міжнародних розрахункових операцій

Використання **інкасової форми розрахунків** регулюється «Уніфікованими правилами по інкасо», прийнятими Міжнародною торговою палатою в 1978 році (публікація МТП № 322) [32].

**Інкасо** — це банківська розрахункова операція, за допомогою якої банк за дорученням свого клієнта одержує на основі розрахункових документів кошти експортера від платника за відвантажені на його адресу товари або за надані йому послуги і зараховує ці кошти на його рахунок у банку.

Інкасо може бути чистим і документальним.

*Чисте інкасо* – це інкасо фінансових документів, яке не супроводжується комерційними документами (переказні й прості векселі, чеки та ін.)

*Документальне інкасо* – це інкасо фінансових документів, які супроводжуються комерційними документами (рахунки, страхові документи та ін.), а також інкасо тільки комерційних документів. Документальне інкасо в міжнародній торгівлі являє собою зобов'язання банку одержати за дорученням експортера від імпортера суму платежу за контрактом після передачі останньому товарних документів і перерахувати її експортеру.

У здійсненні *інкасової операції* при міжнародних розрахунках беруть участь: імпортер (платник); експортер (довіритель); банк імпортера (інкасуєчий або представницький банк); банк імпортера (банк ремітент). Основний документ — інкасове доручення, що виходить від експортера.

Інкасові операції є порівняно простими і недорогими для контрагентів. Переваги інкасо для імпортера полягають у відсутності необхідності завчасно відволікати кошти зі свого обігу. Експортер зберігає юридичне право розпорядження товаром до оплати імпортером.

Разом з тим вони мають серйозні недоліки, які різко знижують переваги в розрахунках по експорту: розрив у часі між відвантаженням товару, передачею документів у банк імпортера й одержанням платежу (інколи від кількох тижнів до кількох місяців), що затримує оборотність коштів експортера; немає гарантій платежу у випадку неплатоспроможності імпортера або його відмови прийняти товар.

Нейтралізувати ці недоліки можна, використовуючи додаткові умови:

1) імпортер оплачує рахунок після отримання повідомлення від банку експортера про приймання або відправлення товару на інкасо товарних документів (телеграфне інкасо);

2) за дорученням імпортера банк видає на користь експортера платіжну гарантію, при цьому бере на себе зобов'язання перед експортером оплатити суму інкасо за умовами неплатежу імпортером. Аваль (гарантія платежу) – вексельне поручительство;

3) експортер використовує банківський кредит для покриття і мобілізації ресурсів.

**Акредитив** являє собою письмове зобов'язання банку провести за проханням і відповідно до вказівок імпортера платіж експортеру після отримання набору документів, що повністю відповідають умовам акредитиву.

У міжнародній торгівлі і банківській практиці використовуються єдині стандартизовані процедури і правила використання документальних акредитивів. Ці процедури були сформульовані Міжнародною торговою палатою (МТП) в Уніфікованих правилах і звичаях для документальних акредитивів (УПДА), до яких приєдналася більшість банків світу. УПДА періодично переглядаються. У цей час діє редакція правил 1993 р. (публікація МТП № 500).

При здійсненні міжнародних розрахунків на основі акредитива важливо брати до уваги *види акредитива*, які визначаються за такими ознаками:

1. Залежно від ступеня відповідальності банку:

- відкличні, які можуть бути відкриті імпортером достроково;
- безвідкличні, які не можуть бути відкриті імпортером достроково без згоди всіх сторін угоди.

*Безвідкличні акредитиви бувають:*

а) підтверджені – ті, які підтверджуються додатково банком експортера, тобто гарантовані двома банками;

б) непідтверджені – ті, які гарантовані лише банком імпортера.

2. Залежно від використання засобів з акредитива:

- подільні – відкриваються на єдину суму, але оплата проводиться частинами;

- неподільні – акредитив відкривається на єдину суму і стягується єдиною сумою.

3. З огляду на можливість використання акредитива іншим *бенефіціаром* (безпосереднім постачальником товару):

- переказні (трансферабельні) – надають право експортеру передати кошти з акредитива третій особі (у межах терміну дії акредитива і суми акредитива). Використовуються, якщо експортер є посередником або постачання товару здійснюється багатьма постачальниками.

4. З огляду на важливість поновлення акредитива:

- роловерні (револьверні, поновлювані) — відкриваються на всю суму, але стягуються частинами з одночасним відновленням умов для нового стягнення наступними частинами, поки не буде стягнено всю суму. Використовуються при рівномірних періодичних поставках.

5. З огляду на існування валютного покриття:

- покриті;
- непокриті.

6. З огляду на можливості реалізації акредитива:

- акредитиви з платою після отримання документів;
- акцептні акредитиви, які передбачають акцепт тратт банком-емітентом за умови виконання всіх вимог акредитива;
- акредитиви з відстроченням (розстроченням) платежу;
- акредитиви з угодою документів.

*В акредитивній операції беруть участь:*

1) імпортер, який дає доручення своєму банку на відкриття акредитива (наказодавець акредитива);

2) бенефіціар (зазвичай експортер), на користь якого відкривається акредитив; банк, що виставив акредитив (банк-емітент); банк, через який здійснюється платіж на користь бенефіціара (виконуючий банк).

Головний документ – це акредитивне доручення, яке виходить від імпортера та містить суму, строк дії акредитива, вид акредитива, інструкції банку про умови виплати коштів з акредитива.

Документарний акредитив є найбільш вигідною формою розрахунків для експортера, завдяки надійності платежу і більш швидкому одержанню експортної виручки.

Переваги акредитивної операції для експортера: існує зобов'язання банку оплатити; надійність розрахунків і гарантія своєчасної оплати товарів, оскільки це здійснює банк; швидкість отримання платежу; отримання дозволу імпортера на переказ валюти в країну експортера при виставленні акредитива в іноземній валюті.

Недоліки для імпортера: заморожування грошових коштів на рахунку під час дії акредитива; висока вартість комісійних банку; застосовується банківський кредит; іммобілізація і розпилення його капіталу – відкриття акредитива до отримання і реалізації товарів.

**Банківський переказ** – це операція, за якою імпортер дає доручення своєму банку провести платіж на користь експортера з його валютного рахунка. Оскільки банківські перекази не супроводжуються комерційними документами і містять максимальний ризик неплатежу або непоставки товару, то в зовнішній торгівлі практично не використовуються, за винятком доплат, авансів, перерахунків, штрафних санкцій.

Найбільш поширеною формою банківського переказу є **авансовий платіж**.

**Аванс** – це грошова сума або майнова цінність, передана покупцем продавцю до відвантаження товару в рахунок виконання зобов'язань за контрактом. Аванс може бути наданий в грошовій і товарній формах. Останній передбачає передачу імпортером експортеру сировинних матеріалів чи комплектувальних виробів, необхідних для виготовлення замовленого обладнання. Аванс у грошовій формі передбачає виплату покупцем узгоджених у контракті сум в рахунок платежів за умовами договору до відвантаження товару (надання послуг), а інколи навіть до початку виконання контракту.

У світовій практиці авансові платежі використовуються у випадках:

- 1) коли продавець сумнівається в платоспроможності покупця;
- 2) коли політична і (або) економічна обстановка в країні покупця є нестабільною;
- 3) при поставці дорогого обладнання;
- 4) при поставці товарів стратегічного призначення;
- 5) при тривалих строках здійснення контракту.

Аванс може надаватися як на повну вартість, так і у вигляді певного відсотка від неї. Його величина залежить від мети авансу, характеру товару, його новизни, вартості й строків виготовлення. У світовій практиці авансові платежі зазвичай становлять 10–30% суми контракту. Погашається аванс шляхом зарахування при поставці товару. Ця умова має бути зафіксована

в договорі. Авансові платежі як форма міжнародних розрахунків більш вигідні експортеру і менше – імпортеру.

При розрахунках по **відкритому рахунку** партнери ведуть взаємний облік сум поточної заборгованості. Експортер відвантажує товар імпортеру, відправляє на його адресу товаросупроводжувальні документи і заносить суму заборгованості у дебет рахунка, відкритого на ім'я імпортера. Останній робить такий же запис у кредит рахунка експортера. Після оплати товару експортер й імпортер здійснюють компенсувальні перерахунки [1, 6, 15, 24].

*Особливості цієї форми розрахунків:*

- 1) передбачає проведення контрагентами великого обсягу роботи;
- 2) товаросупроводжувальні документи надходять прямо до імпортера, мимо банку, у зв'язку з чим весь контроль за своєчасністю платежів лягає на плечі учасників угоди;
- 3) рух товару передує руху валютних коштів.

Порядок погашення заборгованості по відкритому рахунку залежить від домовленості сторін угоди. Платіж по відкритому рахунку більшою мірою вигідний імпортеру, оскільки немає ризику оплати недоставленого товару, а відсотки за користування кредитом не знімаються. Для експортера цей платіж є найбільш ризикованою формою розрахунків, оскільки він не має ніяких гарантій, що покупець врегулює свою заборгованість в узгоджений строк. Платежі у формі відкритого рахунка займають сьогодні міцні позиції в торгівлі багатьох країн світу, особливо Західної Європи (до 60 % всіх платежів).

На жаль, в українській практиці, як і в інших постсоціалістичних країнах, розрахунки по відкритому рахунку не набули достатнього поширення. Це пов'язано значною мірою з низькою платіжною дисципліною, нестачею інформації про фінансове становище фірм, відсутністю законодавчої бази для проведення розрахунків у цій формі.

### **12.3 Засоби платежу, що використовуються при здійсненні міжнародних розрахунків**

У практиці міжнародної торгівлі застосовуються такі *засоби платежу*, як векселі, чеки, поштові й телеграфні перекази, інструкції системи SWIFT [1, 6, 15–17, 24].

**Вексель** – це цінний папір, що являє собою безумовне зобов'язання провести платіж у зазначений строк. За економічною природою вексель — це знаряддя комерційного кредиту. Відповідно до правової природи вексель:

- забезпечує платежі за кредитом;
- являє собою абстрактне зобов'язання, тобто відсторонене від причин, що його викликали, та будь-яких умов, що обумовлюють платіж;
- може бути опротестований нотаріальним шляхом у випадку

неплатежу;

- передбачає солідарну відповідальність перед пред'явником векселя всіх осіб, відповідальних за платіж (векселедавця, його гарантів, індосантів);

- це документ строго встановленої форми, тобто відповідно до міжнародних норм він повинен містити набір певних реквізитів, відсутність хоча б одного з яких робить вексель недійсним.

Відповідно до Женевської конвенції про «Єдиний вексельний закон про прості і переказні векселі» (1930 р.) вексель повинний мати такі реквізити:

- «вексельну мітку», тобто вказівку на те, що це вексель;
- безумовний наказ сплатити певну суму (словами та цифрами);
- термін платежу;
- зобов'язання заплатити;
- місце платежу;
- найменування одержувача (ремітента для тратти);
- місце й дату видачі векселя;
- підпис векселедавця (для тратти – особи, що виставила вексель).

У міжнародній практиці застосовуються такі **види векселів**:

*I. За формою*: прості й переказні.

Простий вексель – це документ, виписаний у формі зобов'язання боржника про платіж певної суми кредиторів у зазначений строк. Головні риси: два учасники (векселедавець (боржник), який виписує і підписує вексель, та векселевласник (кредитор); не потрібний акцепт боржника).

Переказний вексель (тратта) – це документ, що містить письмову вимогу однієї особи (кредитора) іншій особі (боржнику) у визначений термін провести платіж третій особі (ремітенту). Головні риси:

1) три учасники:

- трасант – це кредитор, що виставляє вексель;
- трасат – боржник, зобов'язаний сплатити за траттою певну суму третій особі;

- ремітент – це третя особа, на користь якої проводиться платіж за траттою;

2) тратту виставляє кредитор на боржника з оплатою на користь третьої особи;

3) тратта є дійсною лише за наявності акцепту боржника.

*II. За характером походження*: приватні; державні (державної скарбниці), що випускаються державою.

*III. За економічною природою*:

- товарний вексель (комерційна або торговельна тратта);
- банківський вексель (банківський акцепт) – це вексель, виставлений на банк і акцептований останнім (не на імпортера, а на банк імпортера на користь свого банку);

- фінансовий – виставляється банками один на одного та

використовується як знаряддя міжбанківського кредиту (авізо);

- «дружні» («зустрічні», бронзові) – видаються приватними особами один одному для обліку цих векселів у банку або для штучного збільшення пасиву неспроможного боржника у разі загрози банкрутства.

Векселі як *цінні папери мають оборотоздатність*, тобто можуть передаватися із рук в руки за допомогою передатного напису на зворотному боці векселя, що називається **індосаментом**. Особа, яка ставить такий напис, що означає передавання права на отримання грошей за цим векселем будь-кому, називається індосантом. За допомогою індосаменту обертаються звичайні й переказні векселі.

**Види індосаментів** такі:

- іменний – індосант указує конкретну особу, якій передається право одержання коштів за векселем;

- ордерний – коли право на одержання платежу має особа, зазначена у векселі, чи «за його наказом»;

- пред'явницький – особа, яка передає право одержання коштів за векселем, ставить лише свій підпис і дату, після чого вексель набуває пред'явницького характеру;

- безоборотний (лише за правом кількох країн) – індосант звільняється від солідарної відповідальності за платіж при протесті векселя за допомогою напису «без обороту на мене» на зворотному боці векселя (із зазначенням конкретної особи або ні);

- передоручений – коли векселі передаються до банку, який, коли настане час отримання з боржників коштів, стягує їх та зараховує на рахунок векселевласника.

**Чек** – це письмовий безумовний наказ власника поточного рахунка своєму банку про виплату з цього рахунка зазначеної в ньому суми після пред'явлення чи протягом терміну конкретній особі або про переказ зазначеної суми на інший рахунок.

Для того, щоб чек вважався дійсним і підлягав оплаті, він повинен містити обов'язкові реквізити (відповідно до Женевської конвенції про чеки 1931р.):

- найменування «чек» (чекова мітка), зазначене тією мовою, якою виписано чек;

- найменування фірми-платника, яка виписала чек (чекодавця);

- дату видачі чека;

- найменування банку, у якому чекодавець тримає свій рахунок і який здійснить оплату чека;

- найменування особи (фірми), на користь якої здійснюється платіж (бенефіціар);

- безумовний наказ про сплату певної суми прописом;

- місце для заміток (наприклад, номер контракту, місце платежу і т.ін.);

- підпис чекодавця;



- номер рахунка чекодавця в банку.

Розрізняють такі **види чеків**:

*I. За умовами передавання:*

- іменний – виписуються на певне ім'я і не може передаватися звичайним способом (лише нотаріальним шляхом);
- на пред'явника – виписується без зазначення особи / фірми, що має право одержати за ним гроші, і обертається як готівка (без індосаменту);
- ордерний – виписується на користь визначеної особи з застереженням «або за його наказом» з правом передавання іншій особі шляхом індосаменту.

*II. За можливістю отримання за чеком готівки:*

- звичайні – за ними чековласник, подавши чек до банку, отримує гроші лише готівкою;
- розрахункові – застосовуються лише для перерахування суми з рахунка чекодавця на рахунок чековласника;
- кросовані (різновид розрахункових) – за ними можуть здійснюватися лише міжбанківські розрахунки. Такий чек перекреслений двома смугами, між якими зазначається рахунок банку-одержувача.

*III. За кількістю коштів, що підлягають сплаті за чеком:* лімітовані (на певну суму) та *нелімітовані* (на будь-яку суму в межах залишку коштів на рахунку).

Чек може передаватися однією особою іншій шляхом проставлення на оборотному боці чека передатного напису – індосаменту, який підписується особами, що зробили його.

Термін обертання чека – з моменту подання до банку до моменту зарахування коштів на рахунок – обмежений:

- у межах однієї країни – від 8 до 10 днів;
- між країнами одного континенту – 20 днів;
- між країнами різних континентів – 70 днів.

У чека завжди є посередник – банк (три суб'єкти), а вексель завжди передбачає відсутність посередника; у тратти – три суб'єкти (кредитор, боржник, одержувач), але немає посередника.

**Поштовий переказ** – це письмове платіжне доручення, що висилається одним банком іншому і являє собою вказівку цьому банку виплатити певну суму грошей зазначеному одержувачу.

**Телеграфний переказ** – аналогічний поштовому, тільки інструкції банку пересилаються телеграфом.

**Інструкції системи SWIFT** (міжнародні експрес-перекази) – це особливий вид переказів, що дають змогу істотно зменшити час передачі інструкцій між банками-кореспондентами, що є членами системи.

**SWIFT** (Society for World-Wide Interbank Financial Telecommunications) – це співтовариство всесвітніх міжбанківських фінансових телекомунікацій яке є провідною міжнародною організацією у сфері фінансових

телекомунікацій, призначеною для забезпечення передачі та розподілу міжнародних грошових переказів між членами організації.

SWIFT – це акціонерне товариство, власниками якого є банки-члени, яке зареєстровано в Бельгії. Вищий орган – загальні збори банків-членів або їхніх представників (Генеральна асамблея). Усі рішення приймаються більшістю голосів учасників асамблеї відповідно до принципу: *одна акція – один голос*. Головне місце в Раді директорів посідають представники банків країн Західної Європи та США. Кількість акцій розподіляється пропорційно графіку переданих повідомлень. Найбільшу кількість акцій мають США, Німеччина, Швейцарія, Франція, Великобританія.

Основу системи SWIFT становлять електронні розподільні центри в Брюсселі, Амстердамі й штаті Вірджинія (США), які обладнано процесорами, що регулюють потік інформації. Кожна країна – член SWIFT – має свій національний вузловий пункт (концентратор повідомлень), що пов'язаний з одним з розподільних центрів і разом з лініями є власністю SWIFT. Банки – члени співтовариства – підключаються до концентраторів за допомогою місцевих ліній зв'язку своєї країни. Через SWIFT здійснюються такі банківські операції, як перекази коштів, передача інформації про стан рахунків у банках, підтвердження валютних операцій, розрахунки по інкасо, акредитивах, торгівля цінними паперами, узгодження спірних питань, ведення електронних рахунків клієнтів і управління їхніми коштами. 9 травня 1977 р. відбулося офіційне відкриття мережі. Крім системи SWIFT у міжнародних розрахунках активно використовуються кілька клірингових і телекомунікаційних систем міжбанківських платежів, у тому числі:

- системи розрахунків у доларах США (Платіжна система Сполучених Штатів, FedWire (ФЕДВАЙР) та інші системи розрахунків ФРС, ЧІПС (CHIPS));
- системи розрахунків у євро (Платіжна система країн зони євро TARGET, система EURO банківської асоціації Euro Banking Association (EBA), системи роздрібних переказів);
- платіжна система Німеччини (RTGS Plus, RPS, мережі Deutsche Postbank AG, ощадних банків (ощадкас), кооперативних банків і великих комерційних банків).

### *Запитання для самоконтролю*

1. У чому суть та особливості міжнародних розрахунків?
2. Який порядок здійснення міжнародних розрахунків за допомогою інкасо?
3. Який порядок здійснення міжнародних розрахунків за допомогою акредитива?
4. У чому суть банківського переказу?
5. У чому особливості авансових платежів?

6. Що являє собою платіж на відкритий рахунок?
7. Який механізм розрахунків з використанням чеків і векселів?

### *Проблемні питання для обговорення*

1. Як у сучасних умовах удосконалюється система міжнародних банківських розрахунків?
2. Які існують проблеми інкасової форми розрахунків?
3. Які існують проблеми акредитивної форми розрахунків?
4. Які виникають ризики при здійсненні міжнародних розрахунків?
5. Яка роль євро в міжнародних розрахунках?
6. Яка роль колективних валют і золота в міжнародних розрахунках?
7. Яку роль відіграють інформаційні технології в міжнародних розрахунках?

### *Завдання для набуття практичних навичок*

Навчальна група поділяється на три малі групи, кожна з яких виконує такі індивідуально-групові завдання:

1. Розробити схеми здійснення платежів за документарними та недокументарними формами розрахунків.
2. Підготувати комплект форм, які необхідно заповнити при використанні акредитивної та інкасової форм розрахунків.
3. Підготувати приклади текстів валютно-фінансових умов контракту при розрахунках за товар у формі документарного акредитива та документарного інкасо.
4. Вивчити та узагальнити положення нормативно-правових актів, які регулюють здійснення міжнародних розрахунків в Україні.

### *Приклади розв'язання типових задач за темою*

1. Визначити дату валютування згідно з угодою UAH/USD, яку було укладено в середу 30 грудня.

#### *Розв'язання*

Відповідно до звичаїв спот ринку дата валютування – це другий робочий день після дня укладання угоди.

У цьому випадку це – п'ятниця 1 січня, але в більшості країн світу (принаймні в Україні та США – у країнах, валюти яких беруть участь в угоді) 1 січня – вихідний день, субота та неділя – також вихідні дні. Першим робочим днем після 1 січня буде понеділок 4 січня.

*Відповідь:* платежі за цією угодою будуть здійснені в понеділок 4 січня.

2. Визначити форвардний курс через 30 днів, якщо спот-курс UAH/USD 28,4500–28,5500 і банк котирує своп-ставки на 30 днів 250–325.

*Розв'язання.* Оскільки своп-ставки їдуть за порядком «менша–більша», то необхідно додати їх до спот-курсу. Слід пам'ятати, що свопставки надаються в базових пунктах (таблиця 12.1).

Таблиця 12.1 – Вихідні дані

UAH/USD	Курс купівлі	Курс продажу
Спот-курс	8,4500	8,5500
Своп-ставки	0,0250	0,0325
Форвардний курс	8,4750	8,5825

*Відповідь:* форвардний курс через 30 днів становитиме UAH/USD 8,4750–8,5825.

3. Вартість товару – 1 млн дол. США, щорічний відсоток – 12 %, термін – 5 років. Розглянемо два методи визначення номінальної вартості векселів, що підлягають форфейтуванню.

#### Метод А

Ціна продажу ділиться на п'ять однакових частин по 200 тис. дол. США і до кожної частини додається відсоток на суму неоплаченої заборгованості (таблиця 12.2).

Таблиця 12.2 – Вихідні дані

Ціна продажу	Ставка 12 % на неоплачену суму боргу	Номінальна вартість векселів	Термін погашення
200 000	$(1\ 000\ 000 \times 12\ %) = 120\ 000$	$200\ 000 + 120\ 000 = 320\ 000$	1 рік
200 000	$(1\ 000\ 000 - 200\ 000) \times 12\ % = 96\ 000$	$200\ 000 + 96\ 000 = 296\ 000$	2 роки
200 000	$(1\ 000\ 000 - 400\ 000) \times 12\ % = 72\ 000$	$200\ 000 + 72\ 000 = 272\ 000$	3 роки
200 000	$(1\ 000\ 000 - 600\ 000) \times 12\ % = 48\ 000$	$200\ 000 + 48\ 000 = 248\ 000$	4 роки
200 000	$(1\ 000\ 000 - 800\ 000) \times 12\ % = 24\ 000$	$200\ 000 + 24\ 000 = 224\ 000$	5 років
<b>1 000 000</b>	<b>360 000</b>	<b>1 360 000</b>	

#### Метод Б

Векселі мають однакову номінальну вартість, розраховану за формулою приблизних сум щорічних платежів.

Середній термін векселів – 3 роки.

$1\ 000\ 000$  дол. США  $\times 0,12 \times 3 = 360\ 000$  дол. США.

Кожен з п'яти векселів буде мати номінальну вартість:

$(1\ 000\ 000 + 360\ 000) / 5 = 272\ 000$  дол. США.

Цей метод розрахунків через свою приблизність не може приносити прибуток точно у 12 % і різниця може бути значною.

### *Задачі для самостійного розв'язання*

1. Визначити крос-курси купівлі та продажу валют AUD/UAH, якщо  $USD/UAH = 28,8000-28,8540$  і  $USD/AUD = 1,9635-1,9955$ .

2. Визначити середній крос-курс AUD/UAH, якщо  $USD/UAH = 28,8500$  і  $USD/AUD = 1,9635$ .

3. Визначити крос-курси купівлі та продажу валют GBP/UAH, якщо  $USD/UAH = 28,8200-28,8700$  та  $GBP/USD = 1,9605-1,9935$ .

4. Визначити дату валютування:

а) якщо спот-угода GBP/UAH була укладена в понеділок 19 березня;

б) якщо спот-угода GBP/UAH була укладена в понеділок 6 березня;

в) якщо спот-угода USD/UAH була укладена в п'ятницю 3 червня;

г) якщо спот-угода CHF/UAH була укладена в середу 15 грудня;

д) якщо спот-угода GBP/UAH була укладена в понеділок 29 грудня.

5. Визначити форвардний курс через 30 днів, якщо спот-курс  $USD/CHF = 2,1030-2,1150$ , своп-ставки на 30 днів становлять 20–30.

6. Якщо спот-курс  $USD/CHF = 2,0045-2,0105$ , своп-ставки на 30 днів становлять 30–20, то яким буде форвардний валютний курс через 30 днів?

7. Визначити номінальну вартість трьох векселів за експортною операцією на 600 тис. грн, якщо вони форфейтуються за відсотковою ставкою 25 %, а термін погашення становить 3 роки. Векселі мають різну номінальну вартість.

8. Визначити номінальну вартість 10 векселів, що підлягають форфейтуванню, якщо вартість товару становить 800 тис. дол. США, щорічний відсоток форфейтування – 12 %, а термін погашення – 5 років. Векселі мають різну номінальну вартість.

## БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

### Основна література

1. Валютно-фінансові операції в міжнародному бізнесі : навч. посіб. / Т. В. Андросова, Л. Л. Носач, К. Ю. Величко, О. І. Печенка, І. Ю. Мелушова. – Харків : ХДУХТ, 2019. – 222 с.
2. ЗЕД підприємства: практикум : навч. посіб. для студ. економ. спец. / Л. О. Чернишова, В. О. Козуб, Л. Л. Носач та ін. – Харків : Форт, 2016. – 238 с.
3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посіб. / Л. Л. Носач, В. О. Козуб, П. Л. Гринько, А. С. Дядін. – Харків : Форт, 2014. – 295 с.
4. Міжнародна економіка: навч. посіб. Ч. 2. Форми міжнародного економічного співробітництва / Л. Л. Носач [та ін.]. – Харків : Форт, 2013. – 328 с.
5. Міжнародна економіка: навч. посіб. Ч. 1. Світова система господарювання / Л. Л. Носач [та ін.]. – Харків : Форт, 2013. – 287 с.
6. Міжнародні кредитно-розрахункові та валютні операції : навч. посіб. / Л. Л. Носач, К. Ю. Величко, О. І. Печенка, Ж. С. Зосимова, Н. А. Сокол. – Харків : Форт, 2016. – 240 с.
7. Світовий ринок товарів та послуг : навч.-метод. посіб. / Л. Л. Носач [та ін.]. – Харків : Форт, 2014. – 295 с.

### Додаткова література

8. World Trade Statistical Review-2018 / World Trade Organization. [Електронний ресурс] – Режим доступу : [https://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/wts2018\\_e/wts2018\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2018_e/wts2018_e.pdf).
9. Інкотермс-2010. Правила ІСС з використання термінів для внутрішньої та міжнародної торгівлі / [пер. з англійської ТОВ «Асоціація експортерів і імпортерів «ЗЕД»]. – Київ : Асоціація «ЗЕД», 2011. – 266 с.
10. Козак, Ю. Е. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: сучасні особливості функціонування та аналізу розвитку / Ю. Е. Козак, Н. С. Логвінова, Т. В. Батанова. – Одеса: Одеський нац. екон. ун-т, 2012. – 182 с.
11. Дунська, А. Р. Зовнішньоекономічна діяльність: теорія і практика: навч. посіб. / А. Р. Дунська. – Київ : Кондор, 2013. – 688 с.
12. Осика, С. Г. Інституційні та процедурні механізми системи ГААТ / СОТ у регулюванні світової торгівлі: монографія / С. Г. Осика [та ін.]. – Київ : УАЗТ, 2000. – 286 с.
13. Гронтковська, Г. Е. Міжнародна економіка: навч. посіб. / Г. Е. Гронтковська, О. І. Ряба, А. М. Венцурик, О. І. Красновська. – Київ : Центр учбової літ., 2014. – 384 с.

14. Семів, С. Р. Міжнародна торгівля : навч. посіб. у тестах / С. Р. Семів, І. Г. Бабець, Н. М. Макар. – Львів : Вид-во Львів. комерц. акад., 2009. – 331 с.
15. Павленко, І. І. Міжнародна торгівля та інвестиції: навч. посіб. / І. І. Павленко, О. В. Варяниченко, Н. А. Навроцька. – Київ : Центр учбової літ., 2012. – 256 с.
16. Бураковський, І. М. Міжнародна торгівля та стандарти в контексті Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС [Електронний ресурс] / І. М. Бураковський. – Режим доступу: [www.knteu.kiev.ua/file/MTc=40290c4fa4.pdf](http://www.knteu.kiev.ua/file/MTc=40290c4fa4.pdf)
17. Андросов, Т. В. Міжнародна торгівля: навч.-метод. посіб. У 2 ч. Ч.1. / Т. В. Андросова, Н. М. Штангей. – Харків : ДОД ХДУХТ, 2007. – 269 с.
18. Міжнародна торгівля: навч. посіб. / за ред. Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової, О. В. Мирошниченка. – Київ : ЦУЛ, 2009. – 668 с.
19. Міжнародна торгівля: навч. посіб. / Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, Н. В. Притула та ін. – 5-те вид., переробл. та доп. – Київ : Центр учбової літ., 2015. – 272 с.
20. Рожкова, Т. С. Міжнародна торгівля: підручник / Т. С. Рожкова. – Київ : КиМУ, 2015. – 665 с.
21. Ревенко, Д. С. Міжнародні економічні відносини : навч. посіб. / Д. С. Ревенко, В. О. Либа, О. О. Шатравка. – Харків : Нац. аерокосм. ун-т «Харків. авіац. ін-т», 2017. – 89 с.
22. Міжнародні комерційні угоди та розрахунки: нормативно-правове регламентування: навч. посіб. / за ред. Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової. – Київ : ЦУЛ, 2010. – 648 с.
23. Міжнародні розрахунки та валютні операції / О. І. Береславська та ін. – Київ : КНЕУ, 2002. – 392 с.
24. Моніторинг розрахункової взаємодії національних підприємства з бізнес-партнерами [Електронний ресурс] / Т. В. Андросова, Л. Л. Носач, Л. О. Чернишова, В. О. Козуб. – Режим доступу : [http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/19306/1/Ст.\\_Словакия\\_АТВ\\_Козуб\\_Чернишова\\_2017.pdf](http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/19306/1/Ст._Словакия_АТВ_Козуб_Чернишова_2017.pdf).
25. Світова економіка і торгівля: навч. посіб. з грифом МОНМС / С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна, М. Г. Шевчик, А. В. Рябчик та ін.; за ред. Є. В. Савельєва, С. І. Чеботаря. – Київ-Чернівці: ВД «Родовід», 2010. – 212 с.
26. Носач, Л. Л. Створення конкурентоспроможного інжинірингового продукту інноваційно-орієнтованого міжнародного бізнесу [Електронний ресурс] / Л. Л. Носач, К. Ю. Величко. – Режим доступу : [https://www.business-inform.net/export\\_pdf/business-inform-2019-4\\_0-pages-34\\_41.pdf](https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2019-4_0-pages-34_41.pdf)
27. Носач, Л. Л. Сучасні тенденції та перспективи розвитку ринку інтернет-торгівлі: міжнародний досвід та національна практика [Електронний ресурс] / Л. Л. Носач, К. Ю. Величко, О. І. Печенка. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp\\_2017\\_1\\_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/esprstp_2017_1_20).

## Анотований перелік web-ресурсів

28. Конференція ООН по праву міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) (United Nations Commission on International Trade Law) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.uncitral.org](http://www.uncitral.org)>.

29. Конференція ООН по торгівлі і розвитку (ЮНКТАД) (United Nations Conference on Trade and Development) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.unctad.org](http://www.unctad.org)>.

30. Офіційний сайт Національного банку України, де публікуються нормативно-правові документи з банківської діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.bank.gov.ua](http://www.bank.gov.ua)

31. Сайт Банку міжнародних розрахунків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.bis.org](http://www.bis.org)>.

32. Сайт Верховної Ради. Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/959-12>

33. Сайт Міжнародної торговельної палати, де публікуються нормативні матеріали щодо здійснення тих чи інших форм міжнародних розрахунків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.iccwbo.org](http://www.iccwbo.org)>.

34. Сайт ООН, де публікуються нормативні документи, що стосуються міжнародних розрахунків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.un.org](http://www.un.org)>.

35. Сайт ЮНСІТРАЛ, де можна ознайомитися з документами Комісії щодо міжнародних розрахунків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.uncitral.org](http://www.uncitral.org)>.

36. Світова організація торгівлі (СОТ) (The World Trade Organization) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <[www.wto.org](http://www.wto.org)>.



## ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК

### S

SWIFT 131

### A

Авансовий платіж 90, 123, 126

Агентські фірми 52

Акредитив 121, 123, 124

Акцепт 75, 76, 125, 128

### Б

Багатостороннє регулювання міжнародної торгівлі 63

Біржовий оборот 53

Брокерські фірми 52

### В

Валовий внутрішній продукт 14, 17, 18, 31,

Вексель 124, 127, 128

Видова структура 19

Віденська Конвенція ООН про МДКП товарів 75

Відкритий рахунок 127

Вільна торгівля 57

### Г

ГАТТ 24, 63, 64

Генеральна (загальна) торгівля 18

Географічна структура 5, 19

### Д

Двостороннє регулювання міжнародної торгівлі 63

Демпінг 25, 59, 62

Дискримінаційна торгівля 31

Дистриб'ютори 49, 51

### Е

Експорт на душу населення 17, 21

Експортна квота 17, 18, 32, 60

Експортні операції 29

### З

Звичайна торгівля 31

Зовнішньоекономічні контракти 72, 73

Зовнішньоторговельний обіг 17, 18

Зустрічна торгівля 29, 30

### І

Імпортна квота 17, 18, 60

Імпортні операції 29

Індекс «умови торгівлі» 20

Індосамент 129, 130

Інжиніринг 40

Інкасо 73, 77, 123, 124  
Інституційна торгівля 19  
Інституціональні посередники 52

## К

Квотування товарів 61  
Кількісні обмеження 61  
Класифікації міжнародних послуг 39  
Комісійні фірми 51, 52  
Коносамент 43  
Консалтинг 40  
Країни з перехідною економікою 5, 25, 58  
Країни, що розвиваються, 58

## Л

Лібералізація міжнародної торгівлі 22,23, 62, 64  
Лізинг 41, 71  
Ліцензування 60, 61

## М

Методи торгівлі 43  
Механізм міжнародної торгівлі 29  
Міжнародна комерційна операція 67  
Міжнародна торгівля 5, 9, 11, 21, 31, 32, 35, 46,  
Міжнародний картель 61  
Міжнародний ринок послуг 31, 32  
Міжнародний ринок промислових товарів 34  
Міжнародний транспорт 41  
Міжнародний туризм 39  
Міжнародні торги 54

## Н

Нетарифні методи регулювання 60

## О

Одностороннє регулювання міжнародної торгівлі 63  
Операції з перепродажу 48  
Оферта 75, 76

## П

Порівняльні (вартісні) переваги 8  
Послуга 38,39, 41, 64, 67, 114, 121  
Поштовий переказ 130  
Правове регулювання договорів 74  
Преференційна торгівля 31  
Принцип відносної переваги 9  
Протекціонізм 57, 58, 59, 62,

## Р

Реекспорт 29  
Реімпорт 29

## С

Сальдо балансу послуг 20  
Сальдо балансу поточних операцій 20  
Сальдо некомерційних операцій 20  
Сальдо торгового балансу 20  
Світова фінансова криза 7, 8  
СОТ 63, 64  
Спеціальна торгівля 18  
Стокісти 51  
Страхові послуги 40  
Субсидії 61, 62

## Т

Тарифні методи регулювання 59  
Телеграфний переказ 130  
Темпи приросту 17, 19, 20,  
Теорія абсолютних переваг 8  
Типовий контракт 74  
Товарна структура 5, 6, 19  
Товарні аукціони 53, 54  
Традиційна торгівля 29  
Транзитна торгівля 47

## У

Угоди з реальним товаром 52  
Умови торгівлі 20

## Ф

Фактор (factor) 52  
Фізичний обсяг торгівлі 18  
Франчайзинг 41

## Ч

Чек 73, 77, 90, 127, 129  
Чинники міжнародної торгівлі 10

## ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	3
1 ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ.....	4
1.1 Суть міжнародної торгівлі та її специфічні риси.....	4
1.2 Основні етапи розвитку міжнародної торгівлі.....	5
1.3 Теоретичні концепції міжнародної торгівлі.....	7
1.4 Сучасне значення міжнародної торгівлі.....	9
2 МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ.....	16
2.1 Система аналітичних показників результативності міжнародної торгівлі.....	16
2.2 Місце і розвиток міжнародної торгівлі в системі міжнародних економічних відносин.....	20
2.3 Україна в системі світових торговельних зв'язків.....	21
3 ФОРМИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ.....	27
3.1 Механізм і форми міжнародної торгівлі.....	27
3.2 Розвиток міжнародного ринку послуг.....	29
4 ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖНАРОДНИХ РИНКІВ ПРОМИСЛОВИХ ТОВАРІВ.....	32
4.1 Загальна характеристика ринку промислових товарів.....	32
4.2 Ринки взуття, одягу та текстилю.....	33
4.3 Характеристика світового ринку продовольства.....	34
5 ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ.....	36
5.1 Характеристика послуг як товару. Класифікація послуг у міжнародній торгівлі.....	36
5.2 Характеристика основних секторів світового ринку послуг.....	37
6 МЕТОДИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ.....	44
6.1 Систематизація методів міжнародної торгівлі. Переваги та недоліки прямої торгівлі.....	44
6.2 Особливості міжнародної торгівлі через посередників.....	45
6.3 Особливості міжнародної торгівлі через інституціональних посередників.....	50
7 РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ.....	55
7.1 Організація системи регулювання зовнішньої торгівлі. Міжнародна торгова політика.....	55
7.2 Тарифні методи регулювання міжнародної торгівлі.....	57
7.3 Нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі.....	58
7.4 Міжнародні організації з регулювання та сприяння розвитку міжнародної торгівлі.....	60
8 СИСТЕМА МІЖНАРОДНИХ КОМЕРЦІЙНИХ КОНТРАКТІВ.....	65
8.1 Міжнародна комерційна операція. Етапи проведення міжнародної комерційної операції.....	65

8.2 Класифікація контрагентів як суб'єктів міжнародних комерційних операцій.....	65
8.3 Загальна характеристика та класифікація міжнародних комерційних контрактів.....	68
8.4 Поняття акцепту й оферти у контракті. Основні етапи оформлення типової зовнішньоторгової угоди купівлі-продажу.....	73
9 СТРУКТУРА І ЗМІСТ МІЖНАРОДНОГО КОМЕРЦІЙНОГО КОНТРАКТУ....	82
9.1 Структура та зміст міжнародного контракту купівлі-продажу товарів.....	82
9.2 Суть і види ризиків, що виникають при здійсненні міжнародної комерційної діяльності.....	94
10 УКЛАДАННЯ МІЖНАРОДНИХ КОМЕРЦІЙНИХ КОНТРАКТІВ.....	105
10.1 Уніфікація правил укладання міжнародних торговельних угод з купівлі-продажу товарів.....	105
10.2 Правила використання та порядок укладання міжнародних комерційних контрактів згідно з положеннями «ІНКОТЕРСМ-2010»	106
11 ПРАВИЛА І ПРОЦЕДУРИ ВРЕГУЛЮВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНИХ СУПЕРЕЧОК.....	112
11.1 Правила врегулювання торговельних суперечок у СОТ.....	112
11.2 Міжнародний арбітраж.....	114
12 ЗАСОБИ ТА СПОСОБИ ЗДІЙСНЕННЯ РОЗРАХУНКІВ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ.....	119
12.1 Загальна характеристика та особливості міжнародних розрахунків.....	119
12.2 Техніка здійснення міжнародних розрахункових операцій.....	121
12.3 Засоби платежу, що використовуються при здійсненні міжнародних розрахунків.....	125
БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК.....	133
ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЖЧИК.....	136

Навчальне видання

**Носач Лариса Леонідівна**

**ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

Редактор А. М. Ємленінова

Зв. план, 2021

Підписано до видання 24.06.2021

Ум. друк. арк. 7,8. Обл.-вид. арк. 8,81. Електронний ресурс

---

Видавець і виготовлювач

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського

«Харківський авіаційний інститут»

61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17

<http://www.khai.edu>

Видавничий центр «ХАІ»

61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17

[izdat@khai.edu](mailto:izdat@khai.edu)

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи  
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів  
видавничої продукції сер. ДК № 391 від 30.03.2001