

# МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ

ПІДРУЧНИК

*4-те видання, перероблене та доповнене*

*За редакцією:*

*доктора економічних наук, професора,*

*академіка АЕН України Ю. Г. Козака,*

*доцента Н. С. Логвінової,*

*кандидата економічних наук М. І. Барановської*

*Затверджено*

*Міністерством освіти і науки України  
для студентів вищих навчальних закладів*

Київ  
«Центр учбової літератури»  
2011

УДК 339.5(075.8)  
ББК 65.428я73  
М 58

*Гриф надано  
Міністерством освіти і науки України  
(Лист № 272/1-А від 27.07.1999 р.)*

**Рецензенти:**

**Єрохін С. А.** – доктор економічних наук, професор, президент Національної академії управління;  
**Макогон Ю. В.** – доктор економічних наук, професор, академік АЕН України, Донецький національний університет;  
**Черваньов Д. М.** – доктор економічних наук, професор, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

**Автори:**

Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Барановська М. І., Захарченко О. В., Кравченко Є. В., Левицький М. А., Антощишина Н. І., Ганущак Л. М., Козуб Н. М., Каракасіді О. Ф., Топалова А. І.

**Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Барановська М. І. та ін.**

**М 58** Міжнародна торгівля. 4-те вид. перероб. та доп. Підручник. / За ред. Козака Ю. Г., Логвінової Н. С., Барановської М. І. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 512 с.

**ISBN 978-966-364-906-1**

У четвертому, переробленому та доповненому виданні підручника розглядаються основні питання функціонування та розвитку сучасної системи міжнародної торгівлі. Висвітлюються сутність та роль міжнародної торгівлі в економічному розвитку, основні теорії міжнародного торговельного обміну, торговельна політика, організаційні та фінансові аспекти міжнародної торгівлі, нормативно-правове регламентування та практика укладання міжнародних торговельних угод.

Підручник призначається для викладачів, студентів економічних вузів та факультетів, а також для фахівців-практиків у галузі міжнародної торгівлі.

УДК 339.5(075.8)  
ББК 65.428я73

ISBN 978-966-364-906-1

© Козак Ю.Г., Логвінова Н. С.,  
Барановська М. І. та ін., 2011.  
© Центр учбової літератури, 2011.

## ПЕРЕДМОВА

Перебудова економіки України на ринкових засадах супроводжується дедалі більшим залученням нашої країни до існуючої системи світоторговельних зв'язків. XXI століття відкриває сприятливі перспективи щодо посилення ефективності зовнішньоторговельної діяльності України за рахунок оптимального використання переваг світогосподарського та міжнародного поділу праці. Водночас залишаються складні проблеми інтегрування народного господарства у світовий ринок. Наша держава певною мірою є «новачком» серед головних суб'єктів світоторговельного простору. Як і всі пострадянські країни, вона тільки формує зовнішньоторговельну модель, адекватну об'єктивним процесам глобалізації та міжнародної економічної регіоналізації. Це формування неможливе без з'ясування стану та провідних тенденцій функціонування й розвитку світоторговельних відносин, виявлення геополітичної орієнтації зовнішньоторговельної діяльності України, вільного від впливу політичних чинників, які придушують економічний сенс.

У зв'язку з викладеним особливого значення набуває вивчення дисципліни «Міжнародна торгівля» при підготовці фахівців з міжнародної економіки для підприємств та організацій усіх галузей народного господарства. Метою цієї дисципліни є формування в студентів теоретико-прикладних знань про сучасну роль, функціональне наповнення та інструментарій міжнародної торгівлі у висококонкурентному середовищі.

Розгляд комплексу питань щодо функціонування та розвитку сучасної системи міжнародної торгівлі з урахуванням специфіки країн з транзитивною економікою, насамперед України, зумовлює структуру запропонованого підручника. Четверте його видання складається з шести розділів, які містять оновлений та перероблений матеріал, новітні методики роботи зі студентами.

Розділ I присвячений висвітленню сутності та значенню міжнародної торгівлі в системі міжнародних економічних відносин, особливостям її розвитку, оцінці результативності, взаємозв'язку між міжнародною торгівлею та економічним розвитком країни.

У розділі II послідовно розглядаються основні концепції міжнародної торгівлі, вивчення яких дає змогу пояснити причини міжнародного обміну, його динаміки, структури, ефективності.

Розділ III присвячений питанням регулювання міжнародної торгівлі на національному та наднаціональному рівнях.

Розділ IV стосується організаційних аспектів міжнародної торгівлі. В ньому подано характеристику форм міжнародної торгівлі, методів здійснення експортно-імпортних операцій, а також діяльності організованих товарних ринків.

Фінансові аспекти міжнародної торгівлі розглядаються в V розділі, де увага зосереджується на сутності та формах міжнародних розрахунків, особливостях фінансування міжнародної торгівлі.

Розділ VI дає можливість ознайомитися з нормативно-правовим регламентуванням міжнародних торговельних угод, з процесами укладання та виконання контрактів міжнародної купівлі-продажу, з урегулюванням міжнародних торгових суперечок.

У підготовці підручника брали участь аспіранти та пошукачі зі спеціальності «Міжнародна економіка»: Л. П. Апостолюк, І. О. Уханова, М. Є. Бикова, О. С. Кіро.

Для написання підручника використано праці провідних вітчизняних та зарубіжних учених, які містяться в наведеній бібліографії.

# **РОЗДІЛ І. ВСТУП ДО КУРСУ «МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ»**

## **ГЛАВА 1. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- дати визначення міжнародної та зовнішньої торгівлі й провести між ними різницю;
- відрізнити географічну структуру міжнародної торгівлі від товарної;
- розумітися на основних видах ринків і товарів, які класифікуються за різними ознаками;
- визначати специфічні риси міжнародної торгівлі;
- описати основні етапи розвитку міжнародної торгівлі та сформулювати критерії їхнього виокремлення;
- пояснити доцільність міжнародної торгівлі для окремих її учасників;
- розраховувати показники розвитку міжнародної торгівлі.

### **1.1. Сутність міжнародної торгівлі та її специфічні риси**

У сучасному світі однією з основних рушійних сил економічного розвитку виступає міжнародна торгівля, яка є сферою міжнародних економічних відносин і являє собою сукупність зовнішньої торгівлі товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці всіх країн світу. Нині вона становить 80% усіх міжнародних відносин.

Для окремої країни участь у міжнародній торгівлі набуває форми зовнішньої торгівлі, тобто це торгівля однієї країни з іншими країнами

світу, яка складається з двох зустрічних потоків товарів та послуг: оплачуваного вивезення (експорту) та ввезення (імпорту).

Міжнародна торгівля — це торгівля між резидентами різних країн, якими можуть бути фізичні та юридичні особи, фірми, ТНК, некомерційні організації тощо. Вона передбачає добровільний обмін товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці між сторонами торговельної угоди. Оскільки такий обмін добровільний, то обидві сторони угоди повинні бути впевненими, що одержать вигоду від цього обміну, інакше угода не буде укладена.

Міжнародна торгівля є характерною рисою існування світового ринку, який являє собою сферу товарно-грошових відносин між країнами, що ґрунтуються на міжнародному поділі праці та інших чинниках виробництва. Товар, який перебуває на світовому ринку в фазі обміну, виконує інформаційну функцію, оскільки повідомляє про середні величини сукупного попиту та пропозиції. Через це країни мають змогу оцінювати та адаптувати параметри своєї продукції та виробництва (тобто що саме, скільки, для кого слід виробляти) до вимог світового ринку.

Міжнародна торгівля товарами була історично першою і до певного часу головною сферою міжнародних економічних відносин. Лише наприкінці ХХ ст. провідну роль у системі міжнародної економіки почали відігравати різні форми фінансових операцій. Але значення міжнародної торгівлі і тепер дуже суттєве. Про це свідчить зростання обсягів міжнародної торгівлі. За даними експертів СОТ, обсяг міжнародної торгівлі в 2006 р. зріс на 7,6%, у 2007 р. — 15,2%, у 2008 р. — 15,4%. Такий прискорений розвиток міжнародної торгівлі пов'язаний насамперед з посиленням процесу лібералізації міжнародних відносин, підвищенням попиту на промислові товари, частка яких у сукупному обсязі світового експорту становить 70%.

Міжнародна торгівля, як і раніше, є важливим стимулом зростання міжнародної економіки. Міжнародні торговельні потоки помітно випереджають зростання світового обсягу виробництва (рис. 1.1).

Це відбувається внаслідок поглиблення міжнародного поділу праці, становлення та розвитку нових видів поділу праці, які лежать в основі міжнародної економічної інтеграції та внутрішньофірмового обміну. У зв'язку з цим слід сказати, що в ЄС — найбільш інтегрованому міжнародному економічному угрупованні — торгівля випереджає виробництво в 3 рази.

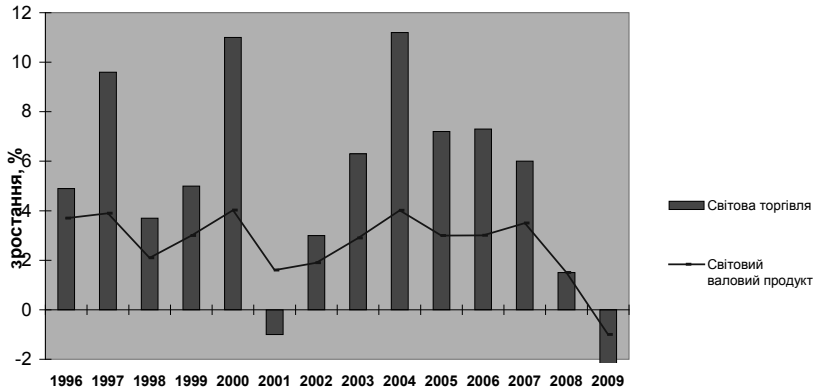


Рис. 1.1. Темпи зростання обсягів світової торгівлі та світового валового продукту

Провідні експортери та імпортери у світовій торгівлі представлені в табл. 1.1.

Таблиця 1.1

**Основні країни-експортери та країни-імпортери у світовій торгівлі товарами в 2008 р.**

Країни-експортери	Обсяг, млрд дол.	Частка, %	Країни-імпортери	Обсяг, млрд дол.	Частка, %
Німеччина	1461,9	9,1	США	2169,5	13,2
Китай	1428,3	8,9	Німеччина	1203,8	7,3
США	1287,4	8,0	Китай	1132,5	6,9
Японія	782,0	4,9	Японія	762,6	4,6
Нідерланди	633,0	3,9	Франція	705,6	4,3
Франція	605,4	3,8	Велика Британія	632,0	3,8
Італія	538,0	3,3	Нідерланди	573,2	3,5
Бельгія	475,6	3,0	Італія	554,9	3,4
Російська Федерація	471,6	2,9	Бельгія	469,5	2,9
Велика Британія	458,6	2,9	Корея	435,3	2,7

Продовження табл. 1.1

Канада	456,5	2,8	Канада	418,3	2,5
Корея	422,0	2,6	Іспанія	401,4	2,4
Гонконг	370,2	2,3	Гонконг	393,0	2,4
Сінгапур	338,2	2,1	Мексика	323,2	2,0
Саудівська Аравія	313,4	2,0	Сінгапур	319,8	2,0
Мексика	291,7	1,8	Індія	293,4	1,8
Іспанія	268,3	1,7	Російська Федерація	291,9	1,8
Тайвань	255,6	1,6	Тайвань	240,4	1,5
Об'єднані Арабські Емірати	231,6	1,4	Польща	204,3	1,2
Швейцарія	200,3	1,2	Туреччина	202,0	1,2
Малайзія	199,5	1,2	Австралія	200,3	1,2
Бразилія	197,9	1,2	Австрія	183,4	1,1
Австралія	187,3	1,2	Швейцарія	183,2	1,1
Швеція	183,4	1,1	Бразилія	182,4	1,1
Австрія	181,0	1,1	Таїланд	178,7	1,1
Таїланд	177,8	1,1	Швеція	167,2	1,0
Індія	177,5	1,1	Об'єднані Арабські Емірати	165,6	1,0
Норвегія	172,5	1,1	Малайзія	156,9	1,0
Польща	168,0	1,0	Республіка Чехія	141,5	0,9
Республіка Чехія	146,3	0,9	Індонезія	126,2	0,8
<b>Світ</b>	<b>16070,0</b>	<b>100,0</b>	<b>Світ</b>	<b>16422,0</b>	<b>100,00</b>

Джерело: [www.wto.org]

З таблиці видно, що з перших 20 провідних країн-експортерів та імпортерів вісім розміщені в Західній Європі, що свідчить про ключову роль цього регіону в світовій економіці.

Порядок країн не один і той самий для експортуючих і імпортуючих країн. Так, п'яте місце Нідерландів у списку експортуючих країн



і сьоме в списку імпортуючих свідчить про пасивний торговельний баланс країни.

Сукупний експорт цих 20 країн становить 69,6% світового експорту, а сукупний імпорт – 72,2% світового імпорту. На решту країн припадає 30,4 та 27,8% відповідно.

Швидкі темпи зростання міжнародної торгівлі сприятливо впливають на економіку країн, що розвиваються, стимулюючи їхній експорт. Середньорічне зростання експорту цих країн в 2003–2008 рр. становило в середньому близько 18% (табл. 1.2; рис. 1.2).

Таблиця 1.2

**Динаміка розвитку світової торгівлі товарами та послугами**

Показники	Темпи приросту, %					
	2003 р.	2004 р.	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.
Світова торгівля товарами та послугами	4,9	9,9	7,4	7,6	15,2	15,4
<b>Імпорт</b>						
Промислово розвинуті країни	3,6	8,5	6,5	6,3	12,9	11,7
Країни, що розвиваються, та країни з перехідною економікою	8,9	15,5	12,0	11,0	13,2	27,7
<b>Експорт</b>						
Промислово розвинуті країни	2,8	8,1	5,9	6,8	14,6	11,7
Країни, що розвиваються, та країни з перехідною економікою	10,7	13,8	9,9	9,7	24,6	38,2

Джерело: [www.wto.org]

До країн, що розвиваються найшвидшими темпами, належать країни неформальної групи БРІК (Бразилія, Росія, Індія, Китай). За ВВП країни БРІК уже перевищують ВВП ЄС, а за сукупним обсягом золотовалютних запасів випереджають індустріальні країни «великої сімки». Очікується, що до 2050 р. вони будуть виробляти

44% світового ВВП і обженуть промислово розвинуті країни за основними економічними показниками (Росія зможе обігнати західно-європейські країни до 2030 р., Індія випередить Японію до 2035 р., Китай до 2040 р. пережене США) [www.top-personal.ru/newsissue.html; www.rosvesty.ru/1856-1/russia]. У найближчі десятиріччя країни БРІК умовно сприйматимуться як «другий ешелон» після країн Тріади (США, Японії, країн ЄС). Темпи зростання компаній-лідерів цих держав становлять не менше ніж 15% на рік, а їхні доходи становлять від 100 млн до 2 млрд дол. щорічно. Найпозитивніший вплив на приватний бізнес в усьому світі чинить зростання економіки Китаю, друге місце поділяють Росія та Індія, на третьому місці — Бразилія.

Усе більша кількість великих ТНК Західної Європи та США починають співробітництво з країнами БРІК, використовуючи феномен їхнього економічного зростання в своїх інтересах. Вони перестають сприймати БРІК як джерело дешевої робочої сили та природних ресурсів, а розглядають їх як найбільший новий ринок збуту. Головною метою їхнього виходу на ринки БРІК є пошук нових споживачів, замовників, підвищення якості їхнього обслуговування, можливість зниження витрат та підвищення продуктивності, використання висококваліфікованих фахівців.

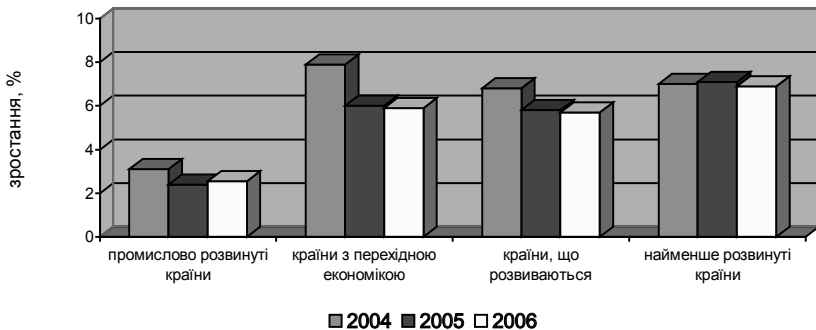


Рис. 1.2. Економічне зростання в країнах, що розвиваються, порівняно з промислово розвинутими країнами

У країнах БРІК швидко розвивається промисловість, послуги, інформаційні технології, телекомунікації. До факторів такого бурхливого зростання належать:

- реформи, які спрямовані на розвиток ринку та посилення його привабливості в очах великих інвесторів;
- велика кількість сільського населення, тобто потенційних споживачів, які все більше починають цікавитися новою продукцією (pent-up rural demand);
- вільний ринок та майже повна відсутність конкуренції серед компаній;
- дешева інфраструктура.

Сукупність цих факторів і швидке зростання обсягів виробництва роблять ринок країн БРІК привабливими щодо великих інвестицій. Інвестиції в країни БРІК дають змогу одержувати 40–80% прибутку щорічно. Найбільший інтерес у інвесторів з точки зору ринкових можливостей викликає Китай, за ним послідовно йдуть Індія, Росія, Бразилія. Активність інвесторів досить висока, про що свідчить динаміка ринку акцій: у 2007 р. ринок акцій Китаю зріс на 85,4%, Бразилії – 75,9%, Індії – 60%, Росії – 18,5% [<http://www.ulkvartira.ru/document94.html>].

Країни БРІК підвищують свої позиції на світовому ринку енергоресурсів. Вони відкрито суперничають із США, витискуючи їх з таких регіонів, як Африка, Латинська Америка, та уклали негласну «енергетичну угоду», яка фактично вже діє, щодо контролю над ресурсами більшої частини Євразії. Про це свідчать дво- та багатосторонні угоди між країнами регіону. Так, Індія підписала комплексну торговельну угоду з Росією та Іраком (на 40 млрд дол.), яка передбачає, зокрема, довгострокове постачання нафти та газу; Китай з Іраком підписали угоду щодо постачання газу; Бразилія домовилася з Індією про «нову торговельну геометрію», яка зв'яже «Південь – Південь», а також про те, що американський південь буде постачати на азіатський південь паливо, зокрема нафту; Китай підписав із Бразилією 11 угод (на 10 млрд дол.) щодо участі своєї країни в нафтових та газових проєктах.

Перед країнами «великої сімки» в БРІК є важливі переваги в галузі енергетики, оскільки до його складу входять як споживачі, так і постачальники енергоресурсів, що робить БРІК більш самодостатнім об'єднанням.

Ринки країн БРІК відкриті для світових автовиробників. При цьому найбільший інтерес представляє Росія, яка, відповідно з прогнозами, стане найбільшим європейським ринком автомобілів, оскільки випереджає Бразилію, Китай, Індію за наявністю виробничої бази, логістика, кваліфікацією робочої сили, професійною підготовленістю постачальників.

До головних відмітних рис розвитку телекомунікаційних ринків БРІК, лідерами яких виступають Індія та Китай, належать:

- єдина державна політика в сфері телекомунікацій;
- низькі ціни для споживачів, що стимулює зростання галузі;
- відкритість ринку щодо іноземних інвестицій та інновацій;
- контроль за ланцюжком утворення споживчої вартості (науково-дослідні розробки, дизайн товару, виробництво, маркетинг, післяпродажне обслуговування).

Однак у країнах БРІК на шляху розвитку бізнесу існують певні перешкоди: надмірне регулювання, торговельні обмеження, несприятлива валютна політика, політична нестабільність, соціальні проблеми, тероризм, корупція. Проте підприємці вважають, що переваги від комерційної діяльності значно перевищують ризики й планують здійснювати в цих країнах більше ніж три види міжнародного бізнесу.

Навколо БРІК групуються інші країни: Ірак, Казахстан, Венесуела. Таким чином, у майбутньому можливо створення міцного об'єднання, з яким будуть рахуватися «велика сімка» та ОПЕК.

### ***Структура міжнародної торгівлі***

Важливою характеристикою міжнародної торгівлі є її географічна та товарна структура, тобто структура з точки зору географічного розподілу і товарного 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 укрупненої 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 виділені в певну групу за обраним критерієм (країни–експортери нафти, країни – цілковиті боржники тощо).

Географічна структура міжнародної торгівлі сформувалася під впливом світогосподарського поділу праці, тобто поглибленого міжнародного поділу праці й розвитку науково-технічної революції (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

**Географічна структура світової торгівлі товарами за окремими регіонами 2008 р.**

Експорт		Регіон	Імпорт	
Обсяг			Обсяг	
млрд дол.	%		млрд дол.	%
15775	100,0	Світ	16120	100,0
2049	13,0	Північна Америка	2909	18,0
602	3,8	Латинська Америка	595	3,7
6456	40,9	Європа	6833	42,4
5913	37,5	Європейський Союз	6268	38,9
703	4,5	СНД	493	3,1
472	3,0	Російська Федерація	292	1,8
561	3,6	Африка	466	2,9
1047	6,6	Близький Схід	575	3,6
4355	27,6	Азія	4247	26,3
782	5,0	Японія	762	4,7
1428	9,1	Китай	1133	7,0
179	1,1	Індія	292	1,8
1033	6,5	Нові індустріальні країни	1093	6,8
279	1,8	Меркосур	259	1,6
990	6,3	Асеан	936	5,8

Джерело: [www.un.org]

Перше місце за обсягом експорту та імпорту на світовому ринку посідає Європа, друге – Азія, третє – країни Північної Америки.

Внесок у світову торгівлю регіонів Латинської Америки, Близького Сходу та Африки незначний. Країни Центральної Європи, як і

країни СНД, також відіграють незначну роль у міжнародній торгівлі, їхні зовнішні економічні зв'язки перебувають у стадії формування.

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, які залежать від двох груп чинників.

**Першу групу** чинників формують природні конкурентні переваги. До них належать 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 надбані в процесі розвитку народного господарства.

У торгівлі товарами характерною тенденцією є зростання частки торгівлі продукцією обробної промисловості (близько  $\frac{3}{4}$  вартісного обсягу світового експорту) і скорочення частки сировини й продовольства (близько  $\frac{1}{4}$ ). У продукції обробної промисловості провідне місце належить устаткуванню і транспортним засобам (близько 50% експорту товарів цієї групи), а також хімічним товарам, чорним та кольоровим металам, текстилю. Серед сировини та продовольчих товарів найбільшу роль відіграють продовольство й напої, мінеральне паливо та інша сировина (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

**Зростання обсягів світового товарного експорту і виробництва за основними групами товарів, %**

	2000–2008	2006	2007	2008
Світовий товарний експорт	5,0	8,5	6,0	1,5
С/г продукція	4,0	6,0	5,0	2,5
Паливо та видобувна продукція	3,0	4,0	3,5	0,5
Обробна промисловість	6,0	10,5	7,5	2,0
Світове товарне виробництво	2,5	4,0	1,5	-0,5

Продовження табл. 1.4

Сільське господарство	2,5	1,5	2,5	3,0
Гірничовидобувна промисловість	1,5	1,0	0,0	1,0
Обробна промисловість	2,5	5,5	1,5	-1,5
Світовий ВВП	3,0	3,5	3,5	1,5

Джерело: [www.wto.org]

У світовій торгівлі товарними видами продукції найвищі показники зростання за 2000–2008 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.

Товарну структуру в розрізі регіонів показано в табл. 1.5.

Таблиця 1.5

**Структура світового експорту основної групи товарів  
за регіонами, 2008 р.**

Регіон	Сільське господарство		Добувна промисловість		Обробна промисловість		Разом	
	млрд дол.	%	млрд дол.	%	млрд дол.	%	млрд дол.	%
Європа	602,6	9,5	767,9	12,1	4953,6	78,3	6324,1	100
Азія	260	6,1	540,2	12,7	3447,8	81,2	4248	100
Північна Америка	212,1	10,9	345,9	17,8	1389,2	71,3	1947,2	100
Латинська Америка	156,9	26,8	255,8	43,7	172,6	29,5	585,3	100
СНД	47,7	6,9	470	67,9	174,8	25,2	692,5	100
Африка	37,9	7,1	393,9	74,1	99,9	18,8	531,7	100
Близький Схід	24,2	2,4	756,5	75,6	220,3	22,0	1001,0	100
<b>Разом</b>	<b>1341,4</b>	<b>8,8</b>	<b>3530,2</b>	<b>23,0</b>	<b>10458,2</b>	<b>68,2</b>	<b>15329,8</b>	<b>100</b>

Джерело: [www.wto.org]

Наведені в табл. 1.5 дані свідчать про взаємозв'язки між рівнем економічного розвитку країн і структурою їхнього зовнішньоторговельного обігу. Так, для країн Західної Європи, Північної Америки та Азії, які належать до промислово розвинутих і нових індустріальних країн і в яких переважають набуті конкурентні переваги, в структурі експорту переважає продукція обробної промисловості (82,2% обсягу зовнішньоторговельного обігу). А в країнах Близького Сходу та Африки, які володіють багатими природними ресурсами, досить висока частка видобувної промисловості. Країни СНД інтенсивно використовують свої природні конкурентні переваги, а тому в їхній товарній структурі, що відрізняється від середніх світових показників, висока частка продукції добувних галузей промисловості (відхилення від середнього показника становить 44,9 відсоткових пунктів) і порівняно низька — продукції обробної промисловості (відхилення від середнього показника становить 43 відсоткових пунктів).

### **Основні види ринків та товарів**

Ринки можуть класифікуватися за різними ознаками. Загально визнана класифікація, яка наведена в табл. 1.6.

Таблиця 1.6

#### **Класифікація ринків**

<b>Ознака класифікації</b>	<b>Види ринків</b>
Галузева належність товару як об'єкта обміну	Товарні ринки. Вони охоплюють ринок якого-небудь конкретного товару чи групи товарів, пов'язаних між собою певними ознаками виробничого характеру чи таких, що задовольняють одну й ту саму потребу (наприклад, ринок взуття, ринок чорних металів, ринок автомобілів, ринки сировинних товарів)
Об'єкт обміну і межі його охоплення	Товарні ринки країн та регіональні товарні ринки. В основі підрозділу лежить належність до країн чи регіональна галузева належність об'єктів обміну. Ці ринки охоплюють ринок конкретного товару, групи товарів чи товарів певної галузі однієї країни чи регіону (наприклад, ринок взуття Туреччини, ринок побутової електротехніки України, ринок автомобілів ЄС)



*Продовження табл. 1.6*

<p>3. Сфера міжнародного товарного обміну і галузева належність об'єктів обміну</p>	<p>Світові товарні ринки — це сукупність національних ринків. В основі економічних відносин між їхніми учасниками лежить міжнародний поділ праці (наприклад, світовий ринок зерна, світовий ринок гумовотехнічної продукції). Об'єктами світового товарного ринку є конкретні товари чи групи товарів.</p> <p>Основні риси світового ринку полягають у тому, що він:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– є категорією товарного виробництва, що вийшло в пошуках збуту своєї продукції за національні кордони;</li> <li>– проявляється в міждержавному переміщенні товарів, які перебувають під впливом не лише внутрішнього, а й зовнішнього попиту і пропозиції;</li> <li>– оптимізує використання чинників виробництва, підказуючи виробникові, в яких галузях і регіонах вони можуть бути застосовані найефективніше;</li> <li>– виконує санаційну роль, прибираючи з міжнародного обміну товари і часто навіть їх виробників, котрі не спроможні забезпечити міжнародного стандарту якості за конкурентними цінами.</li> <li>– Відмітні особливості світового ринку полягають у тому, що:             <ul style="list-style-type: none"> <li>– на світовий ринок впливають міждержавні кордони і зовнішньоекономічна політика окремих країн;</li> <li>– на світовому ринку діє система світових цін;</li> <li>– світовий ринок товарів доповнюється ринком послуг;</li> <li>– структура і напрям торгівлі окремих країн на світовому ринку визначаються зміною конкурентоспроможності їхніх товарів і послуг;</li> <li>– світовій торгівлі притаманна нерівномірність зростання як торгівлі окремих країн, так і всього світового товарообігу;</li> <li>– розвиток міждержавних форм регулювання світового ринку: міжнародні торговельні організації (зокрема СОТ) і регіональні інтеграційні економічні організації (Бенілокс, ЄС, ЄАВТ, Латиноамериканська асоціація інтеграції, Асоціація країн Південно-Східної Азії та ін.)</li> </ul> </li> </ul>
---	---

*Продовження табл. 1.6*

<p>4. Відношення до національних кордонів сфери обміну</p>	<p>Внутрішній (місцевий) і зовнішній (іноземний) ринок. Внутрішній ринок — це форма господарського спілкування, за якого усе, що призначено для продажу, збуває сам виробник усередині країни. Зовнішній ринок охоплює всю сферу товарного обігу, що виходить за національні кордони конкретної країни. Міжнародний ринок, ринки країн, світові товарні ринки є зовнішніми (іноземними) тільки для однієї конкретної країни. Економічні відносини між учасниками товарного обміну припускають, що учасники мають різну національну належність і об'єкт обміну перетинає національні митні кордони відповідних країн</p>
<p>5. Характер об'єкта товарного обміну</p>	<p>Ринок товарів, ринок послуг, ринки технологій, ринки капіталів, робочої сили, цінних паперів</p>
<p>6. Особливості та рівень попиту та пропозиції на ринку</p>	<p>Ринок продавця, на якому попит перевищує пропозицію. Ринок покупця, на якому пропозиція перевищує попит. Для ринку продавця характерна обмеженість товарного асортименту і кількісної пропозиції товару, а також наявність дефіциту, що спонукає покупця здобувати те, що пропонує продавець, не пред'являючи особливих вимог до якості і техніко-економічних характеристик товару. Ринок покупця характеризується наявністю різноманітного асортименту товарів, що випускаються різними виробниками. Це породжує конкуренцію між продавцями виробів, які задовольняють ті ж самі чи аналогічні потреби покупців</p>
<p>7. Взаємини між продавцем і покупцем</p>	<p>Ринки вільні, замкнуті, регульовані. На вільних ринках немає обмежень для укладання комерційних угод між контрагентами. У торгівлі різними товарами частка вільних ринків неоднакова (наприклад, на світовому нафтовому ринку — 70%, на ринку цукру — 30%). Під замкнутими (закритими) ринками мають на увазі внутрішньокорпоративні постачання ТНК, що становлять у цілому близько 40% міжнародного товарообігу. До регульованих належать ринки, що підпадають під дію міжнародних товарних угод, спрямованих на їхню стабілізацію</p>

В основу класифікації товарів можуть бути покладені різні ознаки: міжнародна мобільність, призначення, термін використання, рівень попиту і ціна, характер споживання і ступінь оброблення, спосіб виготовлення.

**Міжнародна мобільність.** Для визнання торгівлі міжнародною, продажу товару — експортом, а купівлі — імпортом необхідно, щоб товар перетнув кордон держави і цей факт був зареєстрований у відповідній звітності. При цьому немає значення, змінює товар власника чи ні. Так, якщо телевізор продано (передано) японською компанією своїй філії в Україні, він вважається експортом Японії й імпортом України, незважаючи на те, що власником товару залишилась японська компанія.

У міжнародній економіці товар розглядається не як продукт виробництва, а як об'єкт попиту і пропозиції.

Товар (послуга) стає таким за умов:

- якщо він комусь потрібен;
- якщо на нього спрямовані дві основні сили ринкової економіки — попит і пропозиція;
- якщо хоча б одна з цих сил (попит і пропозиція) діють із-за рубежу.

Здатність виготовити продукт для внутрішнього ринку не означає, що він буде визнаний товаром на світовому ринку, тобто його куплять за рубежом. Товари можуть не продаватися за рубежом з таких причин:

- у зв'язку з їхньою неконкурентоспроможністю;
- через початкову неможливість поставити їх на зовнішній ринок;
- через їхню принципову неторговність.

Виходячи з міжнародної мобільності, товари поділяються на «ринкові», тобто такі, що торгуються (РТ), і на «неринкові», такі, що не торгуються (НТ).

«Ринкові товари» — це такі товари, які можуть пересуватися між різними країнами.

«Неринкові товари» — товари, котрі споживаються в тій самій країні, де й виробляються, і не переміщуються між країнами.

Головні відмінності між «ринковими» і «неринковими» товарами показано в табл. 1.7.

Таблиця 1.7

**Відмінності між РТ та НТ за основними ознаками**

<b>Ознака</b>	<b>«Ринкові» товари</b>	<b>«Неринкові» товари</b>
Ціни	Визначаються співвідношенням попиту і пропозиції на світовому ринку і перебувають під впливом попиту і пропозиції на них як усереднені країни, так і за рубежом	Визначаються співвідношенням попиту і пропозиції на національному ринку. Колівання цін на такі товари в інших країнах не мають значення
Підтримання внутрішнього балансу попиту і пропозиції	Підтримання балансу не особливо істотне, оскільки недостатність внутрішнього попиту можна компенсувати збільшенням попиту за кордоном, а нестачу внутрішнього споживання — збільшенням поставок іноземних товарів	Підтримання балансу дуже важливе. З його порушенням можливі соціально-економічні диспропорції
Внутрішні ціни	Їхня динаміка та рівень йдуть за динамікою й рівнем цін в інших країнах	Вони можуть істотно відрізнятися від цін інших країн, а їхня зміна може не призводити до зміни зарубіжних цін на такі товари

До «ринкових» товарів, як правило, належать такі групи товарів: сільського господарства, полювання, лісового господарства, рибальства, товари видобувної й обробної промисловості; до «неринкових» — комунальні послуги і будівництво, оптова і роздрібна торгівля, ресторани, готелі, оборона, соціальні послуги, охорона здоров'я, суспільні роботи і т.п.

Розподіл товарів на «ринкові» і «неринкові» багато в чому залежить від транспортних витрат на їх переміщення за рубіж і від торговельних бар'єрів, що існують на цьому шляху. Скорочення транспортних витрат у зв'язку з розвитком технології приводить до збільшення кількості «ринкових» товарів, а зростання державного протекціонізму спричинює їхнє зменшення.

«Ринкові» товари поділяються на експортовані й імпортовані (рис. 1.3).

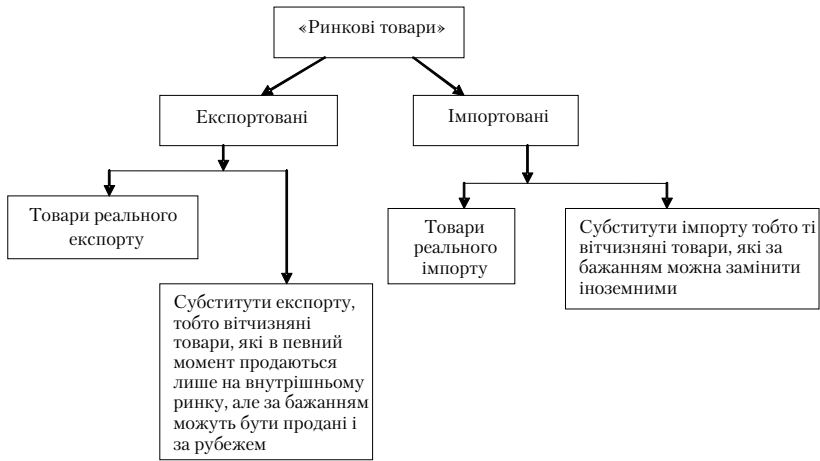


Рис. 1.3. Класифікація «ринкових» товарів

**Призначення.** За цією ознакою товари поділяються на:

- товари споживчого попиту, що призначені для особистого споживання, індивідуального використання і відзначаються широкою номенклатурою та асортиментом (телевізори, холодильники, пральні машини, відеомагнітофони, автомобілі і т.д.);
- товари виробничого призначення, що використовуються в процесі виробництва інших товарів та визначають специфіку конкретної галузі виробництва (технологічне устаткування) або мають загальне призначення (мотори, крани). До них також належать транспортні засоби і пристрої, які застосовуються у виробничому процесі.

**Термін використання.** Товари поділяються на товари короткострокового і тривалого використання.

**Рівень попиту і ціна.** За цією ознакою товари класифікуються на:

- товари повсякденного попиту, які купуються систематично, орієнтуючись на певні якісні характеристики;
- товари вибіркового попиту, які купуються після порівняння з аналогічними товарами щодо ступеня задоволення потреб, рівня якості, ціни і т.п.;

- престижні товари, що мають унікальні властивості, які визначаються модою, підвищеною комфортабельністю;
- предмети розкоші, що задовольняють індивідуальні потреби людей з великими коштами, які значно перевищують їхні повсякденні потреби.

**Характер споживання і ступінь оброблення.** Це сировина, напівфабрикати, готові вироби, комплектуючі вироби, деталі.

**Спосіб виготовлення.** Продукція поділяється на стандартну (випускається для невідомого кінцевого споживача) та унікальну (виробляється на основі попередніх замовлень покупця і виготовляється з урахуванням погоджених заздалегідь між постачальником і покупцем техніко-економічних параметрів).

### ***Специфічні риси міжнародної торгівлі***

Міжнародна торгівля як особлива сфера міжнародної економіки має ряд специфічних рис, які відрізняють її від внутрішньонаціональної торгівлі: урядове регулювання міжнародної торгівлі; самостійна національна економічна політика; соціально-культурні відмінності країн; фінансові та комерційні ризики [54, с. 8; 68, с. 23–25].

**Урядове регулювання міжнародної торгівлі.** Кожна країна функціонує в своєму правовому середовищі. Її уряд активно втручається і піддає жорсткому контролю відносини міжнародної торгівлі і пов'язані з торговельними операціями валютно-фінансові відносини. Це втручання і контроль помітно відрізняються від ступеня та характеру тих, що застосовуються по відношенню до внутрішньої торгівлі. Уряд кожної суверенної країни своєю торговельною та фінансово-бюджетною політикою породжує свою власну систему ліцензування експорту та імпорту, імпортних та експортних квот, мита, ембарго, експортних субсидій, своє власне податкове законодавство тощо. Серйозною перешкодою в міжнародній торгівлі можуть виявитись урядові постанови щодо валютного регулювання (система валютного контролю за припливом і відпливом іноземної валюти в країну і з країни регулює міжнародний рух товарів, послуг і капіталу), а також постанови, що стосуються стандартів якості, безпеки, охорони здоров'я, гігієни, патентів, торговельних марок, упаковки товарів та обсягу інформації, яка наводиться на упаковках.

Під час проведення міжнародних торговельних операцій фірма повинна враховувати не тільки закони своєї країни, а й закони країни-партнера, від яких залежать методи здійснення цих операцій. Закони кожної з країн визначають вибір ринків, ціни на товари, які фірма може запропонувати, вартість ресурсів (робочої сили, сировинних матеріалів, технологій) тощо.

Постанови уряду, закони можуть впливати на конкурентоспроможність відчизняних компаній на міжнародному ринку через збільшення обсягу їхніх витрат. Так, уряд країни може зобов'язати свої промислові компанії виплачувати робітникам пакет різних грошових допомог, що відобразатиметься на собівартості продукції та знижуватиме можливості компанії в сфері цінової конкуренції на зовнішньому ринку.

**Самостійна національна економічна політика.** Національна економічна політика може дозволити вільний потік товарів і послуг між країнами, регулювати чи заборонити його (так, обмеження торгівлі можуть набувати форми «добровільного» обмеження експорту, бойкотування товарів країни, відмови від преференційних тарифів та видавання нових кредитів, обмеження доступу до високотехнологічних товарів). Усе це істотно впливає на міжнародну торгівлю.

Щоб підтримати збалансованість міжнародних платежів, країна повинна пов'язувати свою економіку зі світовою економікою, тобто проводити політику, яка забезпечувала б конкурентоспроможність цін і витрат порівняно з іншими країнами і не допускала розбіжностей між внутрішнім законодавством і міжнародним регулюванням, що могло б призвести до конфліктної ситуації у сфері зовнішньої торгівлі.

Якщо внутрішня економічна політика держави шкодить її зовнішній стабільності, то негативні наслідки цього відчувають усі торгуючі країни. Для функціонування міжнародної торгівлі в атмосфері свободи уряди країн повинні проводити узгоджену з торговельними партнерами внутрішню і міжнародну політику, яка не ущемлює інтересів кожної зі сторін. Якщо національна економічна політика у сфері міжнародної торгівлі ґрунтується лише на внутрішніх інтересах держави без погодження або без консультацій з її торговельними партнерами, то це призводить до виникнення політичної напруженості між партнерами (обкладання окремих товарів митами, введення квот на

імпорт тощо). Отже, міжнародна торгівля часто виступає об'єктом впливу самостійної національної економічної політики окремих держав.

**Соціально-культурні відмінності країн.** Країни, які беруть участь у міжнародній торгівлі, відрізняються одна від одної звичаями, мовою, пріоритетами, культурою. І хоча такі відмінності не впливають істотно на міжнародну торгівлю, вони ускладнюють відносини між урядами і вводять багато нових елементів у діяльність міжнародних підприємств. Недостатнє знання звичаїв, законів країни експортера чи імпортера призводить до невизначеності і недовіри між продавцем і покупцем.

**Фінансові та комерційні ризики.** До головних фінансових ризиків належать валютний та кредитний ризики.

Міжнародна торгівля відбувається між країнами, що мають різні валютні системи, які зумовлюють обмін однієї валюти на іншу. Через неусталеність валютних курсів виникає валютний ризик. Валютний ризик — це небезпека валютних втрат унаслідок зміни курсу валюти ціни щодо валюти платежу в період між підписанням зовнішньоторговельної угоди і здійсненням платежу за цією угодою.

Однією з проблем імпортера є необхідність отримання іноземної валюти для виконання платежу. Валютний ризик для нього виникає, якщо підвищується курс валюти ціни щодо валюти платежу.

У експортера може виникнути проблема обміну отриманої іноземної валюти своєї країни, він зазнає збитків при зниженні курсу валюти ціни щодо валюти платежу, оскільки отримує меншу реальну вартість порівняно з контрактною.

Наприклад, у контракті на купівлю-продаж товару між імпортером зі США і експортером з України встановлено, що валютою ціни (ВЦ) є валюта країни-експортера (України), а валютою платежу (ВП) — валюта країни-імпортера (США). Якщо імпортер зі США закупає товари в постачальника з України за 50 000 грн при обмінному курсі 1 дол. = 5,5 грн, то імпортер очікує, що заплатить за ці товари (50 000 : 5,5) 9091 дол. Однак, якщо на дату платежу обмінний курс буде 1 дол. = 5,3 грн (тобто 1 дол. впаде в ціні щодо гривні), то імпортер заплатить 9434 дол., що на 343 дол. більше, ніж передбачалося.

Український експортер отримує 50 000 грн і не втратить від зміни валютного курсу. Якщо ж валютою контракту (ВЦ = ВП) є валю-



та країни-імпортера, тобто долари США, то український експортер має отримати 9091 дол., а не 50 000 грн, і американський імпортер не матиме валютного ризику. Навпаки, український експортер зазнає збитку внаслідок зміни валютного курсу з 5,5 грн до 5,3 грн, оскільки отримає лише 48 182 грн (9091 дол.  $\times$  5,3) замість 50 000 грн.

Валютний ризик може бути зменшений завдяки підписанню форвардних валютних контрактів, валютних опціонів, позики в іноземній валюті за фіксованим курсом обміну, а потім погашення позики за рахунок майбутніх надходжень у цій валюті.

При здійсненні міжнародної торгівлі необхідно мати час для перевезення товару, тому експортер піддається кредитному ризику і потерпає від незручностей, пов'язаних з відстанню та часом, який потрібен для перевезення товару за кордон і отримання платежу. Розрив у часі між заявкою іноземному постачальникові і отриманням товару пов'язаний, як правило, з тривалістю періоду перевезення і необхідністю підготовки відповідної документації для перевезення.

Експортерів для фінансування підготовки і доставки товару за кордон можуть знадобитися додаткові кошти, за якими він звертається до банку. При цьому кредит потрібен на більш тривалий час, ніж йому необхідно було б, якби він продавав товари на внутрішньому ринку своєї країни. Експортер повинен виконати свої зобов'язання відповідно до строків і умов кредитної угоди. Однак може виникнути ризик неповернення боргу. Це може бути статися за таких умов:

а) якщо товар перебуває в іншій країні, покупець став власником товару, а потім відмовився заплатити за нього;

б) якщо покупець відмовився прийняти товар після того, як він був доставлений у його країну.

У експортера є декілька варіантів вирішення проблеми, що робити з товаром, який міститься в іншій країні: знайти іншого покупця, відмовитися від товару, пройти кліринг (очистити товар від мита на експорт), сплатити мито і здати на товарний склад або відправити товар назад до вітчизняного порту. Однак усі ці варіанти непривабливі і пов'язані зі збитками.

Кредитний ризик також може виникнути, якщо уряд країни отримує позику від іноземного кредитора чи видає гарантію на позику від імені третьої сторони у своїй країні, але потім або уряд, або третя сторона відмовляється погасити позику і заявляє про імунітет від судового

переслідування. Експортер виявиться безсилим стягнути борг, оскільки йому буде заборонено проводити свої вимоги через суд.

Комерційні ризики, які пов'язані з можливістю недоодержання прибутку або виникнення збитків у процесі проведення торговельних операцій, можуть виявитися в таких випадках:

- неплатоспроможність покупця на момент оплати товару;
- відмова замовника від оплати продукції;
- зміна цін на продукцію після укладання контракту;
- зниження попиту на продукцію;
- неможливість переказу коштів у країну експортера у зв'язку з валютними обмеженнями в країні покупця (імпортера) або з відсутністю валюти, або з відмовою уряду країни-імпортера в наданні цієї валюти з будь-яких інших причин.

### **Найпростіша модель міжнародної торгівлі**

Світовий ринок є сферою міжнародного балансу попиту та пропозиції на товари, що експортуються й імпортуються різними країнами.

Основні функціональні взаємозв'язки між внутрішнім попитом та пропозицією і попитом та пропозицією на товари на світовому ринку, кількісні обсяги експорту й імпорту, рівень ціни, за якою здійснюється торгівля, можна проілюструвати на найпростішій моделі міжнародної торгівлі або моделі часткової рівноваги, в якій використовуються криві попиту та пропозиції (рис. 1.4).

а) країна А                      б) світовий ринок товару X                      в) країна В

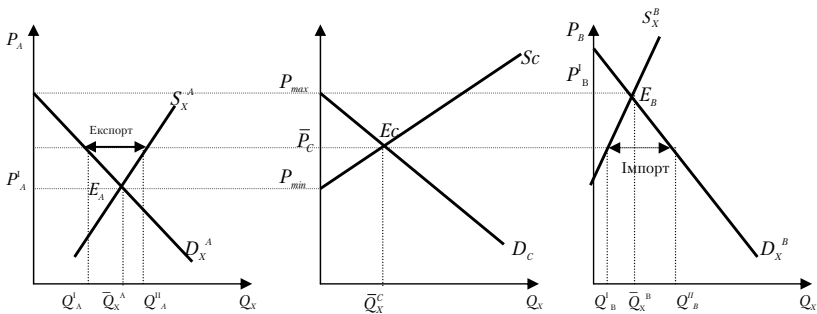


Рис. 1.4. Баланс попиту та пропозиції на світових ринках

Припустимо, що в країнах А та В виробляється і споживається один і той самий товар Х. Витрати на виробництво товару в цих країнах різні.

В умовах відсутності зовнішньої торгівлі товар Х продається в країнах А і В за різними цінами, а перетин національних кривих попиту ( $D_X^A$  та  $D_X^B$ ) і пропозиції ( $S_X^A$  та  $S_X^B$ ) у кожній з країн дає рівноважне значення цін і обсягів продаж.

У країні А рівноважний обсяг  $\bar{Q}_X^A$  продається за ціною рівноваги  $P_A^I$ , а в країні В рівноважний обсяг  $\bar{Q}_X^B$  — за ціною  $P_B^I$ . При цьому  $P_A^I < P_B^I$ . Це співвідношення цін створює стимули в кожній країні для взаємовигідного обміну:

- країна А зацікавлена в продажу товару Х за рубежем, оскільки отримає прибуток (у країні В ціна вища);
- країна В зацікавлена в купівлі товару Х, оскільки він дешевший, і їй немає необхідності неефективно використовувати ресурси у власному виробництві.

В умовах вільної торгівлі країна А продає товар у країну В. Рівноважна ціна  $P_A^I$  означає мінімальне значення ціни товару Х на світовому ринку, і його експорт за нижчою ціною неможливий.

Рівноважна ціна  $P_B^I$  означає максимальне значення світової ціни товару Х і його імпорт за ціною, що перевищує  $P_B^I$  в країну В буде не вигідним.

У цій «спрощеній» моделі надлишкова пропозиція товару Х у країні А повинна відповідати надлишковому попиту на нього в країні В. Іншими словами, експорт країни А повинен дорівнювати імпорту країни В. Ця рівність означає:

$$Q_A^I Q_A^{II} = Q_B^I Q_B^{II}.$$

Знаючи  $\min$  і  $\max$  значення світової ціни на товар Х і рівновеликі значення експорту та імпорту цього товару, можна побудувати криві попиту  $D_c$  і пропозиції  $S_c$  на світовому ринку.

Обсяги експорту та імпорту дорівнюють один одному і збігаються на відрізку  $\bar{P}_C E_c$ . Світова ціна товару Х становитиме

$$\bar{P}_C = \frac{P_A^I + P_B^I}{2}.$$

Досягнута на світовому ринку товару X рівновага в точці  $E_c$  стала. Будь-яке відхилення світової ціни від її рівноважного значення  $P_c$  створює передумови для автоматичного повернення до її вихідного рівня.

Якщо світова ціна  $P_c$  підвищиться, то збільшиться обсяг експорту. Однак збільшеному обсягу експорту буде протистояти скорочена можливість імпорту, а зменшення попиту поверне ціну до її рівноважного рівня  $\bar{P}_c$ .

Якщо світова ціна знижується, то збільшуються можливості імпорту. Проте вони не зможуть реалізуватись на практиці через обмежену пропозицію товару X.

Отже, найпростіша модель міжнародної торгівлі свідчить про те, що:

- на світовому ринку зіштовхуються попит і пропозиція на товари, які імпортуються одними країнами і експортуються іншими;
- обсяг експорту визначається надлишком на національному ринку даного товару, а обсяг імпорту залежить від обсягу дефіциту;
- порівняння рівноважних внутрішніх цін на світовому ринку дає можливість установити наявність надлишку пропозиції товару з одних країн і надлишок попиту на нього в інших країнах;
- мінімальні та максимальні рівноважні ціни внутрішнього ринку різних країн на один і той самий товар задають нижню і верхню межі світової ціни, за якою цей товар реалізуватиметься на світовому ринку;
- міжнародні потоки товарів складаються під впливом прагнення держав експортувати порівняно дешеві товари в умовах автаркії (відособленості країни) та імпортувати порівняно дорогі;
- між обсягами експорту й імпорту певного товару, з одного боку, і рівнем світової ціни на нього — з іншого, існує взаємозв'язок і взаємозалежність. Зміна світової ціни призводить до зміни кількості експортованих та імпортованих товарів на світовому ринку, а зміна кількості експортованих та імпортованих товарів — до зміни світової ціни;
- на конкурентному ринку виникають доцентрові тенденції, які гасять відхилення фактичної ціни світового ринку на товар від його рівноважного значення [34, с. 32; 52, с. 99–108; 70, с. 74–75].

## 1.2. Основні етапи розвитку міжнародної торгівлі

Ретроспективу розвитку міжнародної торгівлі найчастіше розглядають за таким критерієм, як основні події в світі. Виокремлюють п'ять основних етапів еволюції міжнародної торгівлі [34, с. 29; 71, с. 11; 82, с. 19]:

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 — до нашого часу).

*Перший етап* починається з часів великих географічних відкриттів, які зумовили активне вивезення товарів у нововідкриті землі. Експортні товари являли собою готові вироби, виготовлені з місцевої сировини. Торгівля колоніальними товарами сприяла становленню капіталізму в Європі і понад 300 років визначала розвиток міжнародної торгівлі. Здійснення колоніальних подорожей супроводжувалося великим ризиком, але отримання швидких та значних прибутків було сильним стимулом для залучення нових учасників торгівлі.

Із XVI до середини XVIII ст. панувало мануфактурне виробництво, яке ґрунтувалося на розподілі праці та створювало умови для масштабного виробництва. Поступово вузька мануфактурна база перестає відповідати ринковим потребам. Промислові революції замінюють її фабрично-заводською машинною індустрією.

Цей період позначається нововведеннями в галузі транспорту. Парова машина, двигун внутрішнього згорання, пароплави, електрика тощо — все це радикально змінило засоби національного та міжнародного спілкування. Почали швидко створюватися шосе, канали, залізниці.

У таких умовах внутрішні міські ринки стають тісними і починають розширюватися до регіональних, міждержавних масштабів. Локальні центри міжнародної торгівлі переростають у єдиний світовий ринок.

Міжнародна торгівля дуже швидко розвивається. Її значення для економіки окремих країн стає вирішальним, що підтверджується випереджаючими темпами зростання міжнародного товарообігу порівняно з темпами зростання промислового виробництва.

Центром міжнародної торгівлі стає Європа.

Характерні риси першого етапу:

- зростання державного впливу на взаємовідносини країн та міжнародну торгівлю;
- зміцнення підтримки державою національних товаровиробників. У більшості країн панує протекціонізм;
- зародження політики вільної 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 процвітала в попередні століття, замінюється обміном сировинними товарами (близько 60% усієї торгівлі) та переходом до обміну промисловими виробами.

Основні фактори зростання міжнародної торгівлі:

- подальша еволюція техніки та технології у виробництві;
- інновації в транспортній сфері;
- різні темпи розвитку європейських держав;
- відмінності в запасах корисних копалин;
- підйом інвестиційної діяльності;
- розширення ринків збуту;
- використання вигідних умов місцевого законодавства;
- рівень освіти населення.

Етап 1850–1875 рр. розглядається все ще як фаза порівняно вільного обміну. Однак наступні роки характеризуються посиленням протекціонізму, що пояснюється зростаючим впливом монополій на зовнішньоекономічну політику своїх держав. Якщо раніше протекціонізм характеризувався як захисний, то тепер він стає наступальним і охороняє від іноземної конкуренції не слабкі галузі національної економіки, а найбільш розвинуті та високо монополізовані.

*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, в 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.

Внаслідок порушення міжнародних торговельних зв'язків та економічних криз зростання міжнародної торгівлі перебувало на дуже низькому рівні та суттєво відставало від темпів розвитку виробництва.

Основними експортними товарами стають сировина, продовольство, паливо (60% світового експорту).

Перша світова війна та економічні кризи спричинили дезінтеграцію міжнародної торгівлі та посилення митного протекціонізму. У прагненні захистити власну економіку країни починають нерозсудливо застосовувати тарифні та кількісні методи регулювання торгівлі, що лише поглиблювало економічну кризу.

Після Другої світової війни питання лібералізації торгівлі опинилися в центрі уваги урядів майже всіх країн світу.

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 господарства — 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.

Цей етап вважається «золотим» періодом всесвітнього економічного зростання та міжнародної торгівлі. Середні щорічні темпи зростання промислового виробництва становлять 6%, а в Японії вони перевищують 10%. Обсяги світової торгівлі за 1953–1963 рр. зростали щорічно на 6,1%, а сукупний світовий дохід — на 4,1% на рік. У

1963–1973 рр. ефективність була ще вищою, і темп приросту обсягів світової торгівлі становив 8,9%, а приріст сукупного світового доходу – 5,1% щорічно.

Для товарної структури експорту характерно збільшення частки машинно-технічних виробів (машин, устаткування, транспортних засобів) і зменшення сільськогосподарської продукції.

На розвиток зовнішньої торгівлі поширюється вплив держави. Відбувається перехід від жорсткого протекціонізму до політики лібералізації.

Масштаби, напрями та інструменти торговельної політики відображають бурхливе зростання міжнародної торгівлі, ускладнення її структури (товарної та географічної), переплетення новими формами світогосподарських зв'язків. Це зумовило відповідну модернізацію механізму регулювання зовнішньої торгівлі, спрямовану на полегшення взаємного обміну розвинутих країн та поширення їхнього доступу на ринки товарів країн, що розвиваються, а також на зміну зовнішньоторговельної політики промислово розвинутих країн по відношенню до країн, що розвиваються.

Лібералізації зовнішній торгівлі в цей період сприяло також те, що формування структури міжнародних економічних відносин відбувалося в умовах різкої зміни балансу сил на користь США. Необхідність лібералізації обґрунтовувалася США тісною взаємозалежністю між вільною торгівлею та досягненням повного й стабільного використання ресурсів, а також загальними потребами в поширенні міжнародного поділу праці [44, с. 97].

Головних успіхів політика лібералізації досягла в сфері митно-тарифних заходів. На Женевській міжнародній конференції в 1947 р. було розроблено та ухвалено Генеральну угоду з тарифів і торгівлі (ГАТТ).

У межах інтеграційних угруповань спостерігається застосування преференційних митно-тарифних заходів.

*П'ятий етап* характеризується такими основними подіями:

1. Світова фінансова криза в 1971 та 1973 роках, що призвело до краху Бреттон-Вудської валютної системи. Введення в дію в 1978 р. Ямайської валютної системи.

2. Перша та друга нафтові кризи в 1974 і 1979 роках, спричинені суттєвим підвищенням цін на нафту Організацією країн-експортерів нафти (ОПЕК).



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 та поява нових інтеграційних угруповань (у 1989 р. — АТЕС, у 1992 р. — ЄС, у 1994 р. — НАФТА, КОМЕСА, у 1995 р. — МЕРКОСУР та ін.).

6. Зміна політичних систем у східноєвропейських комуністичних країнах (1989–1992) і перехід від централізовано-планової економіки до ринкової. Окремі країни Азії, Латинської Америки також починають рухатися в напрямі 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 в Мексиці (1994–1995), 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 рамках 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 знизилися обсяги виробництва в Європі, Китаї, Японії, Індії. Це призвело до різкого звуження світового ринку товарів і послуг, зниження цін на сировину, зростання безробіття.

Усі названі події, що відбувалися і відбуваються нині, впливають на зміну торговельних процесів.

Зростає роль зовнішньої торгівлі в економіці більшості країн на підставі довгострокових зв'язків між експортерами та імпортерами, що підтверджується збільшенням експортної квоти за окремими країнами (табл. 1.8).

Таблиця 1.8

## Динаміка експортної квоти, %

Країни	Останні етапи розвитку міжнародної торгівлі			
	IV етап (1960 р.)	V етап		
		1973 р.	2006 р.	2008 р.
США	4,0	7,2	7,7	9,0
Велика Британія	13,9	14,3	20,0	20,6
Німеччина	15,8	21,2	39,6	50,2
Франція	11,4	15,5	22,7	28,4
Італія	9,8	20,3	25,3	29,6
Нідерланди	35,9	43,1	67,5	93,7
Бельгія та Люксембург	29,8	44,6	88,2	122,1
Швеція	21,0	25,1	46,8	53,6
Швейцарія	22,4	23,9	43,0	64,0
Данія	24,9	24,6	36,6	57,2

Джерело: [www.wto.org]

Спостерігається подальший розвиток мультинаціональності в міжнародній торгівлі. Збільшується кількість неамериканських ТНК, насамперед у країнах, що розвиваються, а також кількість міні-ТНК. В середині ТНК зростає частка внутрішньофірмових поставок. У торгівлі між промислово розвинутими країнами на внутрішньофірмові поставки корпорацій припадає 30% взаємної торгівлі [82, с. 34].

У товарній структурі міжнародної торгівлі зростає частка машинно-технічної продукції (78% світового товарообміну) і одночасно знижується частка сировинних та продовольчих товарів; динамічно розвивається світова торгівля послугами та продукцією інтелектуальної праці.

Зміцненню міжнародних обмінів сприяє розвиток внутрішньогалузевої торгівлі, тобто коли дві країни-партнери обмінюються

(експортують чи імпортують) товарами, які належать до однієї галузі або категорії виробів. Цей вид торгівлі свідчить про міжнародну спеціалізацію в тонкішій формі, ніж, наприклад, експорт верстатів на імпорт продовольства. Так, у випадку внутрішньогалузевої торгівлі одні види телевізорів обмінюються на інші, запчастини до них — на зібрані вироби або аналогічні споживчі товари, але вони повинні відрізняються за якісними характеристиками.

Завдяки економічним та політичним подіям у світі змінюється географічна структура торгівлі. Якщо в 1950 р. на США припадало 32% світового товарообміну, а друге місце посідала Велика Британія, то в 70-х роках роль цих країн зменшується на користь Німеччини та Японії. Нині найбільшу частку в світовій торгівлі товарами мають США, Німеччина, Японія. На них у 2007 р. припадало 26,8% експорту та 31% імпорту. Із 70-х років у світовій торгівлі важливу роль починає відігравати група «нових індустріальних країн» (НІК). Їм притаманні такі риси: частка у світовому експорті промислових виробів постійно зростає; високі темпи індустріалізації та збільшення національного виробництва; спрямована на зовнішній ринок політика, яка характеризується стратегією заохочування експорту. Пріоритетними експортними галузями в 70-х роках були судно- та автомобілебудування, в 80-х — інформатика, електротехнічне машинобудування, у 90-х — новітні технології, електроніка, аерокосмічна промисловість. Товари цих галузей імпортують переважно промислово розвинуті країни.

Найдинамічніші світові товарообмінні потоки характерні для країн Тріади: США — країни ЄС — Японія, які є учасниками різних торговельних блоків і між якими посилюється конкуренція.

Регулювання міжнародної торгівлі характеризується подальшою уніфікацією правил торгівлі в рамках СОТ. Створено механізм зміцнення взаємодії СОТ, Міжнародного валютного фонду та Всесвітнього банку.

Із 1980-х років спостерігається повернення до протекціонізму, який одержав назву «неопротекціонізму».

Протекціоністські настрої почали поширюватися, оскільки митно-тарифні заходи стали ліберальнішими й не забезпечували необхідного рівня захисту внутрішнього ринку. Багато країн світу знайшли способи обійти вимоги ГАТТ і застосовують нетарифні торговельні обмеження.

### 1.3. 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, виникає 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, то 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 нині жодна країна світу не може обійтися без зовнішньої торгівлі. Усі країни так чи інакше залежать від міжнародної торгівлі. Але міра залежності в них різна. Вона визначається як відношення половини вартісного обсягу зовнішньоторговельного обігу (експорт + імпорт) до валового внутрішнього продукту. За цим показником усі країни можна розподілити на три групи: високозалежні (45–93%), середньозалежні (14–44%) та низькозалежні (2,7–13%).

Країни з високою залежністю — це, як правило, країни, що розвиваються, або мають невеликі території, що й зумовлює їхній 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 слабко розвинуті в економічному відношенні, котрі через це не можуть перейти до

відкритої економіки. Це Заїр – 2,7%, Ліберія – 3,8, Бразилія і Японія – 7,2, США – 8,7, Сомалі – 11,2, Білорусь – 13%.

Міжнародна торгівля доцільна тоді, коли вона приносить який-небудь вигаш. 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.

Експортна діяльність країни активізує окремі аспекти національної економіки: забезпечує замовленнями національних постачальників товарів, створює робочі місця для робітників своєї держави, дає змогу виплачувати дивіденди національним акціонерам компаній.

У той же час ввезення товарів із інших країн може змусити вітчизняних виробників знизити ціни на продукцію, щоб підвищити рівень своєї конкурентоспроможності. Нездатність компанії адекватно реагувати на конкуренцію може призвести до банкрутства підприємства, його закриття та звільнення робітників.

Вигаш від міжнародної торгівлі для вітчизняних міжнародних фірм можна розглядати з точки зору експортних та імпортних можливостей [31, с. 22; 54, с. 7].

У разі експортної діяльності підприємства отримують вигоди внаслідок:

- використання надлишкових виробничих потужностей, які іноді мають компанії у своєму розпорядженні, але які не користуються відповідним внутрішнім попитом. Це можуть бути розвідані запаси природних ресурсів, конкретні потужності для виробництва визначеної продукції, які неможливо використати в процесі виробництва інших товарів. Часто завдяки технології виробництва компанія може рентабельно випускати продукцію тільки в разі багатосерійного виробництва, у більших обсягах, ніж це потрібно для задоволення попиту в своїй країні;

- отримання вищого прибутку. Завдяки тому, що конкурентне середовище на закордонному ринку відрізняється від вітчизняного, виробник може там продати продукцію з більшою вигодою. Це пов'язано з тим, що на зовнішньому ринку товар може опинитися на іншому етапі життєвого циклу. Так, етап зрілості всередині країни, як правило, приводить до зниження внутрішніх цін, а для етапу зрілості продукції за кордоном буде характерним збільшення прибутків та продаж. Підвищення прибутковості може досягатися завдяки розходженню всередині країни та за кордоном державних заходів щодо оподаткування прибутків, регулювання цін;
- 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 внаслідок досвіду, набутого під час виробництва великих партій продукції; масовими закупівлями матеріалів і перевезенням їх значними партіями. Взагалі компанії можуть зменшувати свої витрати на 20–30% у випадку підвищення в 2 рази обсягів випуску продукції;
- розподілу ризику. Виробник може зменшувати коливання попиту, організовуючи збут на зарубіжних ринках, оскільки цикли ділової активності країн перебувають у різних фазах, а ті самі товари знаходяться на різних етапах життєвого циклу;
- знань та досвіду, отриманих фірмами в процесі роботи на закордонних ринках, що сприяє підвищенню ефективності їхньої діяльності під час проведення маркетингових операцій на внутрішньому ринку.

У разі імпортової діяльності підприємства отримують вигоди внаслідок:

- уникнення обмежень внутрішнього ринку через зниження витрат на виробництво або підвищення якості продукції (наприклад, компенсування несподіваних змін у доступі до вітчизняних джерел сировини протилежними змінами в імпорті сировини);

- отримання дешевих високоякісних матеріалів, комплектуючих, технологій для їхнього використання у своєму виробництві. Завдяки цьому компанія отримує більшу стійкість проти конкуренції з боку імпортованих готових виробів або ж сама може ефективніше конкурувати на експортних ринках;
- використання надлишкових потужностей торговельно-збутової мережі;
- доповнення наявних асортиментних груп товарів, завдяки чому фірми можуть більше продукції запропонувати на продаж;
- можливості розподілу операційних ризиків, оскільки розширюючи коло постачальників, компанія менше залежить від диктату єдиного постачальника.

Вплив міжнародної торгівлі на вітчизняні імпортоконкуруючі фірми неоднозначний. Зіткнення інтересів фірми з конкуренцією з боку імпорту може призвести до негативних наслідків у вигляді звільнення частини робочої сили або до зменшення їхньої заробітної плати. Неприятливий ефект конкуренції з боку імпорту особливо помітний, якщо імпортоконкуруюча галузь функціонує в специфічній сфері. Однак згадані втрати, спричинені конкуренцією імпорту, тимчасові. В економіці, що розвивається, невикористані ресурси будуть переміщуватись у більш продуктивні галузі, наприклад, у галузі, що виробляють продукцію на експорт, а імпортоконкуруючі фірми пристосовуватимуться до сприйняття нових технологій, попиту на нові товари і послуги та їхнього виробництва.

Споживачі зацікавлені в міжнародній торгівлі, щоб:

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

Отже, споживачі виграють від збільшення кількості й різноманітності товарів, нижчих цін, а завдяки цьому зростає рівень їхнього добробуту.

### **Система аналітичних показників результативності міжнародної торгівлі**

Участь у міжнародному поділі праці дає змогу досягнути визначеної економічної мети за менших витрат виробничих ресурсів. Міжнародний обмін товарами, послугами, технологіями буде вигідний усім учасникам торгівлі за умови раціональної структури експорту та імпорту, розроблення та реалізації ефективної зовнішньоторговельної політики. Початковим етапом цього процесу є визначення місця країни у світовому господарстві, аналіз розвитку її зовнішньоторговельної діяльності, структурних змін, інтенсивності ведення зовнішньої торгівлі та ефективності здійснення операцій із зовнішніми партнерами. Це здійснюється за допомогою системи різних показників, які можна поділити на п'ять груп [18, с. 14–32; 31, с. 28–34; 34, с. 136; 82, с. 32–91].

**Група I. Абсолютні показники.** Більшість із них є засадними, але можуть бути також похідними. Абсолютні показники звичайно мають вартісне вираження, але за необхідності для їхнього вираження застосовуються натуральні одиниці виміру. Так, міжнародна торгівля металами, цитрусовими, молочними продуктами, м'ясом вимірюється тоннами, кави — мішками, яйцями — штуками, живими тваринами — головами тощо.

Міжнародну торгівлю утворюють два зустрічних потоки товарів і послуг: експорт та імпорт.

**1.1.** Відповідно до визначень статистичної комісії ООН під **експортом** розуміють:

- вивезення з країни товарів, виготовлених, вирощених чи добутих у країні, а також товарів, раніше завезених через кордон і перероблених на митній території;
- вивезення товарів, раніше завезених, які перероблялися під митним контролем;
- вивезення за кордон раніше завезеного товару, що не піддавався в країні експорту якому-небудь переробленню. Такий експорт називається реекспортом. Предметом реекспорту найчастіше виступають товари, реалізовані на міжнародних аукціонах і товарних біржах. До реекспорту відносять також вивезення (експорт) товарів з території вільних зон і з приписних складів<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Під *приписним складом* розуміють усі площі та приміщення, які приписані до певної митниці, де може міститися товар під митним контролем.



**1.2. Під імпортом** розуміють:

- ввезення в країну товарів іноземного походження безпосередньо з країни-виробника чи з країни-посередника для особистого споживання, для промислових, будівельних, сільськогосподарських та інших підприємств або для перероблення з метою споживання усередині країни, чи з метою вивезення з неї;
- ввезення товарів з вільних зон чи приписних складів;
- ввезення через кордон раніше вивезених вітчизняних товарів, що не піддавалися там переробленню. Такий імпорт називається реімпортом. До реімпорту належать товари, не продані на аукціоні, повернуті з консигнаційного складу, забраковані покупцем та ін.;
- ввезення товарів для перероблення під митним контролем. Це товари, які ввозять у країну для перероблення з метою вивезення готової продукції, що містить у собі даний товар у переробленому чи зміненому вигляді (наприклад, ввезення маслинової олії для виробництва на експорт сардинових консервів). Імпортер звичайно звільняється від сплати мита.

До вартості експорту й імпорту включаються також усі товари, що поставляються материнськими компаніями ТНК своїм дочірнім фірмам, які розміщені на території інших країн. Так враховується внутрішньфірмовий обмін, здійснюваний у рамках ТНК, що включається в міжнародний товарообмін.

**1.3. Торговельне сальдо ( $S$ )** визначається як різниця вартісних обсягів експорту ( $E$ ) й імпорту ( $I$ ) країни за перший період:

$$S = E - I. \quad (2.1)$$

Активне торговельне сальдо — це перевищення експорту товарів і послуг над імпортом. Воно свідчить про те, що зовнішньоторговельні відносини позитивні для країни.

Пасивне торговельне сальдо — це перевищення обсягу імпорту над експортом країни.

**1.4. Зовнішньоторговельний обіг ( $ZTO$ )** — це сума вартісних обсягів експорту та імпорту країни за певний період:

$$ZTO = E + I. \quad (2.2)$$

**1.5. Генеральна (загальна) торгівля (ГТ)**, яка являє собою суму вартісних обсягів експорту, імпорту та транзитних товарів (Т), перевезених через територію країни, тобто зовнішньоторговельне «навантаження» на країну:

$$ГТ = E + I + T. \quad (2.3)$$

**Група II. Відносні показники.** Вони переважно похідні й виражаються у формі коефіцієнтів, часток, відсотків та інших безрозмірних величин.

**2.1. Індекси динаміки експорту та імпорту.** Для аналізу розвитку експортної та імпоротної діяльності використовують такі показники: темпи зростання (індивідуальні, агрегатні, середні) та темпи приросту обсягів відповідно експорту, імпорту або зовнішньоторговельного обсягу.

Індивідуальний індекс стосується зміни фізичних обсягів експорту, імпорту або зовнішньоторговельного обсягу. За його допомогою визначається динаміка фізичного обсягу, а також зростання фізичного обсягу порівняно з базовим роком. Але він враховує лише зміни у фізичному обсязі.

За агрегатним індексом фізичного обсягу зовнішньої торгівлі з врахуванням цін поточного року ( $I_{\phi.o}$ ) можна оцінити експорт або імпорт товарів у незмінних цінах одного періоду для отримання інформації щодо руху товарної маси без впливу коливання цін, тобто враховує ціновий фактор. Його розраховують за формулою

$$I_{\phi.o} = \frac{\sum_{i=1}^n V_{i1} \times P_{i1}}{\sum_{i=1}^n V_{i0} \times P_{i1}}, \quad (2.4)$$

де  $V_{i1}$  — обсяг обороту  $i$ -того товару в поточному році в натуральному вимірі (м<sup>3</sup>, шт., т тощо);

$V_{i0}$  — обсяг обороту  $i$ -того товару в базисному році в натуральному вимірі;

$P_{i1}$  — ціна  $i$ -того товару в поточному році в грошових одиницях.

**2.2. Коефіцієнт покриття** імпорту експортом (індекс стану балансу) ( $I_{i/e}$ ) визначається відношенням обсягів експорту товарів і послуг ( $E$ ) до обсягів імпорту ( $I$ ):

$$I_{\%} = \frac{E}{I}. \quad (2.5)$$

Торговельний баланс має позитивне сальдо, якщо даний коефіцієнт буде більшим за одиницю, і має від'ємне сальдо, якщо він буде меншим за одиницю.

**2.3. Індекс «умови торгівлі».** Це — співвідношення експортних та імпорتنих цін. Від зміни експортних та імпорتنих цін залежить виграш від міжнародної торгівлі. Існують товарні, доходні та факторні умови торгівлі.

*Товарні умови торгівлі* можуть бути виражені через співвідношення експортних та імпорتنих цін на певний товар або через співвідношення індексу експортних та індексу імпорتنих цін у цілому, якщо вивчається зовнішня торгівля всіма товарами. В останньому випадку використовується така формула:

$$T = \frac{P_x}{P_{im}}, \quad (2.6)$$

де  $P_x$  — індекс експортних цін;

$P_x = \sum x_i p_i$  — ( $x_i$  — частка кожного  $i$ -того товару в сумарній вартості експорту в базисному році);

$p_i$  — відношення поточної ціни  $i$ -того товару до його ціни в базисному році;

$P_{im}$  — індекс імпорتنих цін;

$P_{im} = \sum im_i p_i$  ( $im_i$  — частка кожного  $i$ -того товару в сумарній вартості імпорту в базисному році).

Якщо індекс умов торгівлі  $T = 1$ , то це означає, що ціни експорту й імпорту однаковий і умови торгівлі залишилися незмінними. Якщо  $T > 1$ , то це означає, що на кожну одиницю експортованого товару можна придбати більше імпорتنих товарів. Оскільки більший обсяг імпорту стає можливим замість колишньої кількості експорту, добробут країни зростає. Таким чином, умови торгівлі поліпшилися порівняно з базовим періодом.

Якщо індекс умов торгівлі  $T < 1$ , то це означає, що на кожну одиницю експортованого товару можна придбати усе менше імпорتنих товарів. Оскільки менший обсяг імпорту стає можливим замість

колишньої кількості експорту, то добробут країни падає. Таким чином, умови торгівлі погіршилися.

*Доходні умови торгівлі* — це індекс, що показує потенціальну спроможність країни імпортувати товари за рахунок виторгу, одержуваного від експорту в цілому. Він обчислюється як товарні умови торгівлі, помножені на кількісний індекс експорту:

$$T_g = \frac{P_x}{P_{im}} \times Q, \quad (2.7)$$

де  $Q$  — індекс обсягу експорту.

Зростання показника свідчить, що внаслідок зростаючих доходів від експорту імпортний потенціал збільшується.

*Факторні умови торгівлі* — це індекс, який пов'язує імпортні ціни із продуктивністю (ефективністю) одного чи декількох факторів виробництва. Він показує, яка кількість імпорту може бути отримана на одиницю зростання продуктивності в експортних секторах.

Однофакторні умови торгівлі ( $T_{o.f}$ ) обчислюються за формулою:

$$T_{o.f} = \frac{P_x}{P_{im}} \times Z_x, \quad (2.8)$$

де  $Z_x$  — індекс продуктивності в експортному секторі країни.

Таким чином,  $T_{o.f}$  вимірює кількість імпорту, яку країна отримує за одиницю внутрішнього фактору виробництва, вкладеного в експорт.

Двофакторні умови торгівлі ( $T_{д.ф}$ ) обчислюються як товарні умови торгівлі, помножені на частку індексу продуктивності (ефективності) експортних галузей у даній країні ( $Z_x$ ) та індексу продуктивності експортних галузей у країні, з якої імпортуються товари, тобто індексу продуктивності імпорту ( $Z_{im}$ ):

$$T_{д.ф} = \frac{P_x}{P_{im}} \times \frac{Z_x}{Z_{im}} \times 100. \quad (2.9)$$

Індекс двофакторних умов торгівлі, показує скільки одиниць внутрішніх факторів міститься в експорті країни, який обмінюється на одиницю іноземних факторів, що містяться в імпорті.

Взагалі умови торгівлі залежать від коливань попиту на світовому та внутрішньому ринках, змін в умовах виробництва, ступеня монополізації окремих товарних ринків.

**2.4. Індекс концентрації експорту ( $I_{к.е}$ ).** Він використовується для визначення експорту певного виду продукції у сукупному виробництві даної продукції та має вигляд:

$$I_{к.е} = \frac{E_i}{V_{вир.i}} \times 100\%, \quad (2.10)$$

де  $E_i$  — обсяг експорту  $i$ -того виду продукції;

$V_{вир.i}$  — сукупний обсяг виробництва  $i$ -того виду продукції.

Чим більше цей індекс наближається до 100%, тим більша частка експорту в сукупному виробництві. Це свідчить про те, що країна є світовим експортером даного виду продукції.

**2.5. Індекс імпортової залежності країни ( $Z_{ij}$ )** визначається як частка імпорту в сукупному споживанні:

$$Z_{ij} = \frac{I_{ij}}{P_{ij}} \times 100\%, \quad (2.11)$$

де  $I_{ij}$  — обсяг імпорту  $i$ -того товару в країну  $j$ ;

$P_{ij}$  — обсяг споживання  $i$ -того товару в країні  $j$ ;

$$P_{ij} = V_{ij} + I_{ij} - E_{ij},$$

де  $V_{ij}$  — обсяг виробництва  $i$ -того товару в країні  $j$ ;

$I_{ij}$  — обсяг імпорту  $i$ -го товару в країну  $j$ ;

$E_{ij}$  — обсяг експорту  $i$ -го товару з країни  $j$ .

Цей показник характеризує залежність країни від зовнішнього ринку в тих чи інших товарах, тобто рівень задоволення попиту на певний вид продукції за рахунок власних потужностей та імпортних поставок. Якщо він дорівнюватиме 100%, то це буде свідчити, що потреба країни у даному товарі повністю задовольняється імпортом.

**2.6. Індекс чистої торгівлі ( $I_{чт}$ )** показує по кожному виду продукції рівень перевищення експорту над імпортом (при позитивному значенні показника) або рівень перевищення імпорту над експортом (при від'ємному його значенні):

$$I_{ч.м} = \frac{E_i - I_i}{E_i + I_i}, \quad (2.12)$$

де  $E_i$  – експорт  $i$ -того товару;  
 $I_i$  – імпорт  $i$ -того товару;

Індекс може коливатися від  $-1$  до  $+1$ . Якщо він ближчий до  $-1$ , то товар тільки ввозиться, що негативно характеризує торгівлю даної країни, а якщо ближчий до  $+1$ , то товар тільки вивозиться, що свідчить про позитивну торгівлю.

**2.7. Індекс концентрації експорту (індекс Хіршмана)**, який показує, наскільки різноманітні товари експортує країна. Його розраховують за формулою

$$H_j = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^{239} \left(\frac{X_i}{X}\right)^2} - \sqrt{\frac{1}{239}}}{1 - \sqrt{\frac{1}{239}}}, \quad (2.13)$$

де  $H_j$  – індекс концентрації експорту країни  $j$  ( $j$  – індекс країни)  
 $239$  – кількість видів продукції за класифікацією ООН;  
 $i$  – індекс товару (від 1 до 239);  
 $x_i$  – вартість експорту  $i$ -тих товарів країною  $j$ ;  
 $x$  – загальна вартість експорту країни  $j$ , яка розраховується за формулою

$$X = \sum_{i=1}^{239} x_i.$$

Значення індексу  $H_j$  перебуває в таких межах:



**Група III. Показники структури.** Структура експорту та імпорту дає якісну характеристику міжнародної та зовнішньої торгівлі.

Товарна структура експорту (імпорту) — це частка окремих груп товарів (послуг) у загальному обсязі експорту (імпорту). Вона передбачає систематизацію за певними ознаками сукупності товарів, що вивозяться з країни (групи країн, усіх країн світу), або ввозяться до країни чи групи країн.

Належність товару до певної групи визначають згідно з існуючими правилами класифікації товарів. Для класифікації товарів можна використовувати Стандартну міжнародну торговельну класифікацію, Гармонізовану систему опису і кодування товарів, Класифікатор товарів за укрупненими економічними угрупованнями.

**3.1. Індекс диверсифікації експорту (імпорту).** Він показує відхилення структури експорту (імпорту) від структури світового експорту (імпорту). Його використовують для визначення розбіжностей у структурі зовнішньої торгівлі країн, експорт або імпорт яких досить різнобічний. Цей індекс розраховують як відхилення частки товару в експорті країни від його частки у світовому експорті за формулою

$$S_j = \frac{\sum_{i=1}^n |h_{ij} - h_j|}{n}, \quad (2.14)$$

де  $S_j$  — індекс диверсифікації експорту (імпорту) країни  $j$ ;

$h_{ij}$  — частка  $i$ -того товару в загальному світовому експорті (імпорті) країни  $j$ ;

$h_j$  — частка  $i$ -того товару в загальному світовому експорті (імпорті);

$n$  — кількість досліджуваних груп.

Іноді замість світової структури експорту (імпорту) як бази порівняння використовують структуру експорту (імпорту) географічного регіону, до якого належить досліджувана країна.

Значення індексу  $S_j$  перебуває в таких межах:



Позитивне значення, тобто структура експорту (імпорту) не відрізняється від світової або тієї, з якою порівнюється

Негативне значення, тобто структура експорту (імпорту) значно відрізняється від світової або тієї, з якою порівнюється

**3.2. Частка високотехнологічної продукції в експорті продукції обробної промисловості.** За рекомендаціями Всесвітнього банку ця частка не повинна бути більшою ніж 15%.

**3.3. Частка продукції обробної промисловості в загальному обсязі експорту продукції.** За рекомендаціями Всесвітнього банку вона не повинна бути меншою ніж 40%.

Показники 3.2 та 3.3 свідчать про ефективність структури експорту країни.

Географічні (регіональні) структури експорту та імпорту характеризують розподіл товарних потоків (в обох напрямках) за місцями (країнами, регіонами) призначення або походження і класифікуються за структурами експорту та імпорту країни, структурами експорту та імпорту товару (або товарної групи), а також за внутрішньою та зовнішньою структурами. Таким чином, розрізняють такі географічні (регіональні) структури експорту (імпорту):

а) зовнішня географічна структура експорту (імпорту) країни — це розподіл експорту (імпорту) за країнами або регіонами його призначення (походження);

внутрішня географічна структура експорту (імпорту) країни — це розподіл експорту (імпорту) за регіонами (адміністративними одиницями) його походження (споживання) всередині країни;

б) зовнішня географічна структура експорту товару — це розподіл експорту конкретного товару за країнами (регіонами) споживання, а імпорту товару — це розподіл країн-постачальників певного товару за їхньою часткою у формуванні загального обсягу імпорту певного товару;

внутрішня географічна структура експорту товару — це розподіл експорту конкретного товару за регіонами (адміністративними одиницями) його формування всередині країни-експортера, а імпорту — частка регіонів усередині країни в споживанні певного товару;

в) географічна структура експорту (імпорту) групи країн — це розподіл загального обсягу експорту (імпорту) країн певної групи за регіонами (країнами) призначення (походження);

г) географічна структура експорту (імпорту) товару групою країн, що засвідчує розподіл загального обсягу експорту (імпорту) певного товару за країнами (регіонами) споживання (походження);

д) географічна структура світового експорту (імпорту) показує частку кожної країни (регіону) у світовому експорті (імпорті), визначаючи провідних світових експортерів (імпортерів);



е) географічна структура світового експорту (імпорту) товару демонструє частку кожної країни (регіону) у світовому експорті (імпорті).

**3.4. Індекс географічної концентрації експорту (імпорту)** товару (індекс Херфінделя–Хіршмана). Він характеризує стан світового ринку конкретного товару за такими ознаками: кількість експортерів (імпортерів) та частка основного експортера (імпортера).

Цей індекс тим вищий, чим менша загальна кількість експортерів (імпортерів) та чим більша частка основного експортера (імпортера). Його розраховують за формулою

$$S_k = \sqrt{\sum_{i=1}^n \left( \frac{X_i^k}{X^k} \right)^2}, \quad (2.15)$$

де  $S_k$  — індекс географічної концентрації експорту (імпорту) товару  $k$ ;  
 $X_i^k$  — обсяг експорту (імпорту) товару  $k$  країною  $i$ ;  
 $X^k$  — обсяг світового експорту (імпорту) товару  $k$ ;  
 $n$  — кількість країн-експортерів (імпортерів) товару  $k$ .

#### **IV група. Показники інтенсивності.**

**4.1. Експортна квота ( $K_e$ )**, яку розраховують за формулою

$$K_e = \frac{E}{ВВП} \times 100\%, \quad (2.16)$$

де  $E$  — обсяг експорту за певний період;  
 ВВП — валовий внутрішній продукт країни за аналогічний період.

**4.2. Імпортна квота ( $K_i$ )**, яку розраховують за формулою

$$K_i = \frac{I}{ВВП} \times 100\%, \quad (2.17)$$

де  $I$  — обсяг імпорту за певний період.

**4.3. Зовнішньоторговельна квота ( $K_{sm}$ )**, яку визначають за формулою

$$K_{sm} = \frac{0,5(E + I)}{ВВП} \times 100\%. \quad (2.18)$$

**4.4. Обсяг експорту, імпорту, зовнішньоторговельного обігу на душу населення.** Їх розраховують за формулами:

$$E_{\partial} = \frac{E}{\mathcal{Q}}; \quad (2.19)$$

$$I_{\partial} = \frac{I}{\mathcal{Q}}; \quad (2.20)$$

$$ЗТО_{\partial} = \frac{ЗТО}{\mathcal{Q}}, \quad (2.21)$$

де  $E_{\partial}, I_{\partial}, ЗТО_{\partial}$  – відповідно експорт, імпорт, зовнішньоторговельний обіг на душу населення;

$E$  та  $I$  – вартість національного експорту та імпорту за рік;

ЗТО – зовнішньоторговельний обіг країни за рік;

$\mathcal{Q}$  – чисельність населення країни за відповідний рік.

**4.5. Інтенсивність внутрішньогалузевої торгівлі між країнами ( $U$ )** розраховуються за формулою

$$U_i = \frac{(E_i + I_i) - |E_i - I_i|}{E_i + I_i} \times 100\%, \quad (2.22)$$

де  $E_i, I_i$  – відповідно експорт та імпорт галузі  $i$ ;

$|E_i - I_i|$  – абсолютна вартість різниці між експортом та імпортом виробів певної галузі, що дорівнює обсягу міжгалузевої торгівлі галузі  $i$ ;

$(E_i + I_i)$  – вартість зовнішньоторговельного обігу галузі  $i$ ;

$(E_i + I_i) - |E_i - I_i|$  – рівень внутрішньогалузевої торгівлі.

Середній рівень інтенсивності внутрішньогалузевого обміну серед галузей країни (групи країн) визначаються так

$$\overline{U}_i = \sum_{i=1}^n \frac{(E_i + I_i) - |E_i - I_i|}{E_i + I_i} \times 100\%, \quad (2.23)$$

де  $n$  – кількість галузей або країн.

**$V$  група. Показники економічної ефективності (ефекту) зовнішньої торгівлі.**

**5.1. Макроекономічні показники.** Під економічною ефективністю зовнішньої торгівлі розуміють ступінь економії національної

праці, яка досягається завдяки участі країни в міжнародному поділі праці.

**5.1.1. Ефективність зовнішньоторговельного обороту ( $E_{зт}$ ),** яка визначається за формулою:

$$E_{зт} = \frac{B_i}{B_e}, \quad (2.24)$$

де  $B_i$  — витрати на вітчизняне виробництво імпортованих товарів;

$B_e$  — національні витрати на виробництво експортної продукції.

Країна економить працю своїх робітників, беручи участь у міжнародному товарообміні, за умови, що національні витрати на експорт будуть меншими за витрати в результаті імпорту.

**5.1.2. Ефективність експорту ( $E_e$ ):**

$$E_e = \frac{V_e}{B_e}, \quad (2.25)$$

де  $V_e$  — валютна виручка від експорту;

$B_e$  — витрати на виробництво та реалізацію експортної продукції.

**5.1.3. Ефективність імпорту ( $E_i$ ):**

$$E_i = \frac{B_i}{V_i}, \quad (2.26)$$

де  $B_i$  — витрати на вітчизняне виробництво імпортованої продукції.

$V_i$  — валютні витрати на оплату імпортованих товарів.

**5.1.4. Бюджетна ефективність експорту ( $E_e^{\delta}$ ):**

$$E_e^{\delta} = \frac{V_e}{\Pi_e}, \quad (2.27)$$

де  $\Pi_e$  — відпускна ціна промисловості продукції, що експортується.

**5.1.5. Бюджетна ефективність імпорту ( $E_i^{\delta}$ ):**

$$E_i^{\delta} = \frac{\Pi_i}{V_i}, \quad (2.28)$$

де  $\Pi_i$  — ціна поставки імпортованих товарів на внутрішній ринок.

**5.1.6. Ефект державного бюджету від зовнішньоторговельного товарообміну ( $E_{зт}^{\phi}$ ):**

$$E_{зт}^{\phi} = (Ц_i - Ц_e) + K_v(V_e - V_i), \quad (2.29)$$

де  $K_v$  — валютний коефіцієнт переводу іноземної валюти в національну.

**5.2. Мікроекономічні показники.** Їх розраховують перед укладанням зовнішньоторговельних угод, у процесі планування зовнішньоекономічної діяльності, а також для оцінювання ефективності експортно-імпортних операцій за попередній період.

**5.2.1. Ефективність виробництва фірмою продукції на експорт:**

$$E_e^{\phi} = \frac{Ц_e}{B_e}, \quad (2.30)$$

Цей показник повинен бути більшим за одиницю, тоді виробництво та продаж даного товару буде ефективним на зовнішньому ринку.

**5.2.2. Ефективність використання імпортованого товару ( $E_i^{внк}$ ) або його споживання:**

$$E_i^{внк} = \frac{B_i}{Ц_i}, \quad (2.31)$$

Якщо  $E_i^{внк} > 1$ , то це показує, що виробництво імпортованого товару власними силами є неефективним і його доцільно імпортувати.

**5.2.3. Рентабельність експорту ( $P_e$ ):**

$$P_e = \frac{H_e}{C_e} \times 100\%, \quad (2.32)$$

де  $H_e$  — гривневі надходження від експорту, які розраховуються перерахуванням валютної виручки в гривні за курсом НБУ на день надходження валютної виручки;

$C_e$  — собівартість виробництва експортного товару.

**5.2.4. Економічний ефект від експорту ( $EE_e$ ):**

$$EE_e = H_e + B_n - B_e, \quad (2.33)$$

де  $B_n$  — грошова виручка від обов'язкового продажу частини валюти державі.

**5.2.5. Економічний ефект від імпорту (EE<sub>i</sub>):**

$$EE_e = \Pi_p - \Pi_{ni}, \quad (2.34)$$

де  $\Pi_p$  — ціна реалізації імпортних товарів на внутрішньому ринку;  
 $\Pi_{ni}$  — ціна придбання імпортних товарів, куди входять усі витрати, пов'язані з їхнім придбанням (контрактна вартість, митні платежі, податки, транспорт тощо).

**5.2.6. Інтегральний економічний ефект фірми від експортно-імпортової діяльності (EE<sub>e/i</sub>):**

$$EE_{e/i} = EE_e + EE_i, \quad (2.35)$$

Цей показник розраховують, якщо фірма займається експортом та імпортом одночасно.

**1.4. Україна в системі світоторговельних зв'язків**

Україна належить до групи країн, які високозалежні від міжнародної торгівлі (її зовнішньоторговельна квота дорівнює 51,1%).

У 2009 р. зовнішньоторговельні операції з товарами Україна здійснювала з партнерами із 211 країн світу.

Обсяг експорту зовнішньої торгівлі товарами становив 39,703 млрд дол. США, обсяг імпорту — 45,435 млрд дол. Однак внаслідок світової фінансової кризи темпи зростання як експорту, так і імпорту значно знизилися. Головні торгові партнери України в 2009 р. показані в табл. 1.9.

Таблиця 1.9

**Основні країни партнери України в експорті та імпорті товарів у 2009 р.**

Країни	Експорт			Країни	Імпорт		
	Вартість, тис. дол. США	% до 2008 р.	Частка в загальному обсязі, %		Вартість, тис. дол. США	% до 2008 р.	Частка в загальному обсязі, %
Російська Федерація	8495072,3	54,0	21,40	Російська Федерація	13235774,4	68,2	29,13
Туреччина	2126526,4	45,9	5,36	Німеччина	3852129,1	53,8	8,48

Продовження табл. 1.9

Китай	1434404,7	262,0	3,61	Китай	2734257,1	48,8	6,02
Казахстан	1418429,7	77,4	3,57	Польща	2170311,2	50,7	4,78
Білорусь	1258938,2	59,8	3,17	Казахстан	2033942,1	65,2	4,48
Німеччина	1248125,7	67,9	3,14	Білорусь	1692833,9	60,3	3,73
Італія	1227560,5	42,2	3,09	Узбекистан	1640771,1	77,5	3,61
Польща	1213109,5	51,9	3,06	Італія	1139755,2	46,9	2,51
Індія	1152457,0	114,6	2,90	Франція	971500,6	57,7	2,14
Єгипет	1013336,4	65,0	2,55	Туреччина	952243,6	48,8	2,10
Іран, Ісламська Республіка	755820,1	88,0	1,90	Туркменістан	718288,5	12,8	1,58
Сирійська Арабська Республіка	753297,8	72,6	1,90	Угорщина	678320,9	52,9	1,49
Угорщина	730223,1	53,4	1,84	Нідерланди	677540,1	52,8	1,49
Ліван	694099,1	204,2	1,75	Чеська Республіка	622148,8	45,2	1,37
Молдова	693621,2	59,2	1,75	Австрія	612206,8	59,4	1,35
Корея, Республіка	562677,4	89,9	1,42	Сполучене Королівство	651103,1	47,3	1,43
Віргінські Острови, Британські	378527,0	43,9	0,95	Корея, Республіка	567640,2	27,7	1,25
Йорданія	474486,0	47,5	1,20	Японія	519505,9	18,6	1,14
Ізраїль	393597,2	85,0	0,99	Румунія	488119,5	41,7	1,07
Об'єднані Арабські Емірати	318628,1	35,4	0,80	Індія	476788,7	73,4	1,05
Решта країн світу	13359946	—	33,65	Решта країн світу	9000378,4	—	19,81
<b>Усього</b>	<b>39702883,3</b>	<b>59,3</b>	<b>100</b>	<b>Всього</b>	<b>45435559,2</b>	<b>53,1</b>	<b>100</b>

Джерело: [www.ukrstat.gov.ua]

Серед головних партнерів у експорті зросли поставки тільки до Китаю, Індії, Лівану. Імпортні поставки найбільших країн-партнерів зменшилися.

Серед регіонів світу в експорті лідирує СНД та Азія (39,9 та 30,5%), а в імпорті – СНД та Європа (43,34 та 35,73%) (табл. 1.10).

Таблиця 1.10

**Зовнішня торгівля України товарами по регіонах світу у 2009 р.**

	Експорт			Імпорт			Сальдо
	Вартість тис. дол США	% до 2008 р.	Частка в загальному обсязі, %	Вартість тис. дол США	% до 2008 р.	Частка в загальному обсязі, %	
<b>Усього</b>	<b>39702883,3</b>	<b>59,3</b>	<b>100</b>	<b>45435559,2</b>	<b>53,1</b>	<b>100</b>	<b>-5732675,9</b>
Країни СНД	13473894,8	58,2	33,94	19692666,1	59,0	43,34	-6218771,3
Європа	10269594,2	52,0	25,87	16233790,4	53,3	35,73	-5964196,2
Азія	12131818,3	76,4	30,56	6540951,6	42,2	14,40	5590866,7
Африка	2628600,7	67,4	6,62	617592,6	39,6	1,36	2011008,1
Америка	1124437,0	27,1	2,83	2197967,1	52,5	4,84	-1073530,1
Австралія і Океанія	21607,2	33,8	0,05	149420,8	34,6	0,33	-127813,5
Інші країни світу	52931,10	—	0,13	3170,60	—	0,01	49760,5

Джерело: [www.ukrstat.gov.ua.]

З 2002 р. намітилася негативна тенденція витіснення українських товарів із найпривабливіших ринків – ЄС і Північної Америки.

Товарна структура зовнішньої торгівлі в 2009 р. має чітко виражений сировинний характер (табл. 1.11).

Таблиця 1.11

**Товарна структура експорту та імпорту України у 2009 р.**

Основні товарні групи	Частка в експорті, %	Частка в імпорті, %
Недорогоцінні метали та вироби з них	32,3	5,9
Мінеральні продукти	9,8	34,5
Сільськогосподарська продукція	18,7	6,4

Продовження табл. 1.11

Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	7,7	17,6
Машини, устаткування та механізми	13,3	15,3
Коштовне або напівкоштовне каміння, дорогоцінні метали та вироби з них	0,2	0,4
Текстиль, взуття, головні убори, шкіряна, хутряна сировина	2,6	4,0
Продукція деревообробної та целюлозної промисловості	3,7	3,6
Готові харчові продукти	5,3	4,5
Різні товари і вироби	1,5	2,5
Транспортні засоби та шляхове обладнання	4,0	4,8

Джерело: [www.ukrstat.gov.ua.]

Отже, основу товарної структури експорту становлять недорогочінні метали та вироби з них, продукція хімічної промисловості, мінеральні продукти. У загальному обсязі імпорту товарів переважають мінеральні продукти, машини, устаткування, продукція хімічної промисловості, засоби транспорту.

Основні статті експорту української продукції до економічних союзів:

- країни Азіатсько-Тихоокеанського економічного співробітництва (АТЕС): чорні і кольорові метали, а також вироби з них;
- країни СНД: продукція машинобудування, чорні і кольорові метали, а також вироби з них, готові продукти харчування;
- країни Центрально-Європейської зони вільної торгівлі (ЦЕФТА): мінеральні продукти, чорні і кольорові метали, а також вироби з них;
- країни ЄС: чорні і кольорові метали, а також вироби з них, мінеральні продукти, продукти рослинного походження;
- країни Організації виробників і експортерів нафти (ОПЕК): чорні і кольорові метали, а також вироби з них, продукти рослинного походження.

Таким чином, у структурі українського експорту переважають товари з низьким ступенем оброблення (близько 66%). Ця обставина спричинює його вразливість до змін у зовнішній кон'юктурі, яка



залишається головним чинником динаміки експорту. Така структура свідчить, що формування зовнішнього сектора відбувається на основі використання природних конкурентних переваг.

Характерною рисою зовнішньої торгівлі є те, що експорт чорних металів та виробів з них і продукції хімічної промисловості збільшуватиметься повільнішими темпами, порівняно з рештою галузей, передусім через нижчі темпи зростання зовнішнього попиту на цю продукцію. Водночас завдяки інвестиціям у нові технології підприємства чорної металургії, машинобудування, хімічної та харчової промисловості зможуть поліпшити якість продукції, і в такому разі частка продукції з порівняно високим ступенем оброблення в експорті в подальшому збільшиться.

Здає свої позиції в експорті товарів машинобудівна галузь. Її частка в обсязі експорту зменшилася до 13,3%. Це значною мірою пов'язано зі скороченням попиту на цю категорію продукції українських підприємств з боку її традиційних споживачів у Росії та в ряді країн СНД.

Спостерігається тенденція збільшення імпорту готових продуктів харчування: кондитерських виробів, місцевих продуктів, макаронних виробів.

Основні постачальники продуктів харчування — Росія, Польща, країни близького зарубіжжя. Знизився імпорт в Україну м'яса і субпродуктів, що пов'язано із забороною на імпорт окремих продуктів і переорієнтацією вітчизняних експортерів цієї продукції з іноземного ринку на внутрішній.

Розширюється імпорт пшениці з Росії і Казахстану. Збільшуються постачання в Україну добрив (в основному з Росії), оскільки через низькі ціни на енергоносії російська продукція набагато привабливіша, ніж українська.

Серед регіонів України найбільші обсяги експорту товарів припадають на м. Київ, Донецьку, Дніпропетровську, Запорізьку, Луганську, Полтавську та Миколаївську області.

Найбільші імпортери надходження здійснюються в м. Київ, Донецьку, Дніпропетровську, Запорізьку, Київську, Харківську та Одеську області.

Про рівень конкурентоспроможності українських товарів на світовому ринку свідчать дані табл. 1.12.

Таблиця 1.12

**Оцінка рівня конкурентоспроможності України  
за окремими галузями**

Галузь	Кількість країн-експортерів	Місце України серед країн-експортерів	Лідери на ринку певної галузі
1. Транспортні засоби	87	45	Франція, Німеччина, Республіка Корея
2. Хімікати	123	38	Німеччина, Нідерланди, Бельгія й Люксембург, Сінгапур
3. Неелектронна продукція машинобудування	93	49	Німеччина, Італія, Швеція, Швейцарія
4. Засоби інформатики	68	52	Японія, Республіка Корея, Сінгапур, Ірландія
5. Комплектуючі до електронної техніки	87	61	Німеччина, Франція, Японія, Італія
6. Мінеральна сировина	144	43	Австралія, Велика Британія, ПАР, Росія
7. Базова продукція обробної промисловості	124	21	Німеччина, Швеція, Італія, Японія
8. Інша продукція обробної промисловості	122	74	Німеччина, Нідерланди, Швейцарія, Японія
9. Неперероблені товари продовольчого призначення	168	51	Нідерланди, Франція, Австралія, Данія
10. Продукція харчової промисловості	141	54	Нідерланди, Франція, Данія, Бельгія й Люксембург
11. Продукція лісового комплексу	115	56	Швеція, Фінляндія, Австрія, Малайзія
12. Одяг	118	56	Італія, Китай, Португалія, Республіка Корея
13. Текстиль	112	78	Італія, Німеччина, Республіка Корея, Бельгія й Люксембург
14. Вироби із шкіри	82	53	Італія, Тайвань, Республіка Корея, Бельгія й Люксембург.

Джерело: [www.wto.org]

В Україні у 2005–2008 рр. постійно зростали обсяги зовнішньої торгівлі послугами, але у 2009 р. вони знизилися: темп росту експорту порівняно з 2008 р. становив 81,1%, імпорту – 79,9%. Зовнішньоторговельні операції з послугами здійснюються зі 209 країнами світу.

Головні торгові партнери України в торгівлі послугами наведені в табл. 1.13.

Таблиця 1.13

**Основні країни партнери України в експорті та імпорті послуг у 2009 р.**

Країни	Експорт			Країни	Імпорт		
	Вартість, тис. дол. США	% до 2008р.	Частка в загальному обсязі, %		Вартість, тис. дол. США	% до 2008 р.	Частка в загальному обсязі, %
Російська Федерація	3452191,6	89,6	36,26	Російська Федерація	652017,6	72,9	12,61
Сполучене Королівство	538453,2	77,5	5,66	Австрія	226300,4	67,8	4,38
Сполучені Штати Америки	441454,9	79,5	4,64	Кіпр	668281,4	101,0	12,93
Кіпр	457721,4	71,8	4,81	Сполучене Королівство	641162,3	74,2	12,40
Німеччина	369488,5	67,5	3,88	Німеччина	362864,6	70,9	7,02
Швейцарія	301129,1	48,7	3,16	Сполучені Штати Америки	302327,3	70,9	5,85
Віргінські Острови, Британські	247077,0	91,3	2,60	Франція	301511,8	107,8	5,83
Бельгія	228540,6	96,1	2,40	Віргінські Острови, Британські	26737,2	54,2	0,52
Туреччина	175870,9	88,3	1,85	Бельгія	228102,2	88,4	4,41
Австрія	162987,7	62,4	1,71	Австрія	226300,4	67,8	4,38
Канада	134029,3	111,2	1,41	Туреччина	177856,4	78,5	3,44
Італія	120201,1	72,5	1,26	Швеція	129340,1	88,5	2,50
Нідерланди	118080,3	72,9	1,24	Нідерланди	125508,9	94,3	2,43

Продовження табл. 1.13

Панама	115930,6	100,4	1,22	Польща	114860,5	49,8	2,22
Естонія	108085,8	57,0	1,14	Бельгія	67032,7	84,9	1,30
Мальта	103799,3	178,2	1,09	Чеська Республіка	66204,6	95,2	1,28
Казахстан	95858,9	84,8	1,01	Норвегія	5648,6	82,4	0,11
Франція	86537,1	70,0	0,91	Македонія, колишня Югославська Республіка	50046,7	429,9	0,97
Білорусь	84821,6	68,8	0,89	Канада	50119,5	151,3	0,97
Греція	83061,2	59,1	0,87	Італія	48074,3	88,3	0,93
<b>Інші</b>	<b>2095437,2</b>	<b>—</b>	<b>22,01</b>	<b>Інші</b>	<b>698506,1</b>	<b>—</b>	<b>13,51</b>
<b>Усього</b>	<b>9520757,3</b>	<b>81,1</b>	<b>100</b>	<b>Усього</b>	<b>5168803,6</b>	<b>79,9</b>	<b>100</b>

Джерело: [www.ukrstat.gov.ua.]

Із загального обсягу експорту послуг 46% становлять послуги до країн СНД та 23% — до країн ЄС. Російська Федерація залишається основним партнером з країн СНД (36,26% обсягу всіх наданих послуг). Обсяг експорту послуг зріс тільки до Мальти, Канади та Панами.

Найбільшими імпортерами послуг у 2009 р. були Російська Федерація, США та Кіпр. Суттєво збільшився обсяг імпортованих послуг з Франції (430%) та Білорусі (151,3%).

Товарну структуру послуг за 2009 р. ілюструють дані табл. 1.14.

Таблиця 1.14

## Структура експорту-імпорту послуг у 2009 р.

Види послуг	Експорт			Імпорт		
	тис.дол. США	% до загального обсягу	% до 2008 р.	тис.дол. США	% до загального обсягу	% до 2008 р.
Послуги — всього	9520757,3	100,0	81,1	5168803,6	100,0	79,9
Транспортні послуги	6256533,2	65,7	81,9	981112,3	19,0	59,2
Подорожі	298260,9	3,1	60,5	282468,5	5,5	66,3
Послуги зв'язку	320513,6	3,4	96,9	152058,7	2,9	105,9

Продовження табл. 1.14

Будівельні послуги	123128,5	1,3	93,9	157800,7	3,1	148,3
Страхові послуги	80186,5	0,8	41,9	124089,7	2,4	66,7
Фінансові послуги	369934,5	3,9	76,0	1318907,0	25,5	90,0
Комп'ютерні послуги	277929,8	2,9	102,8	156468,4	3,0	66,0
Роялті та ліцензійні послуги	14589,2	0,2	36,9	250053,3	4,8	87,1
Інші ділові послуги	94984,3	1,0	68,1	156841,1	3,0	97,4
Різні ділові, професійні та технічні послуги	1210188,1	12,7	78,5	884656,6	17,1	78,8
Послуги приватним особам та послуги в галузі культури й відпочинку	30769,8	0,3	60,9	143481,1	2,8	78,1
Державні послуги, які не віднесені до інших категорій	14904,5	0,2	335,0	515579,6	10,0	112,9
Послуги з ремонту	428834,4	4,5	100,7	45286,6	0,9	129,6

Джерело: [www.ukrstat.gov.ua.]

Найбільша частка в загальному обсязі українського експорту припадала на транспортні (65,7%), різні ділові, професійні та технічні послуги (12,7%), послуги з ремонту (4,5%). Найбільшого зростання досягли комп'ютерні, державні послуги та послуги з ремонту.

Найбільшу частку в загальному обсязі імпорту послуг становили транспортні (19%) та фінансові послуги (25,5%). Найшвидшими темпами зростає імпорту будівельних (148,3%) та ремонтних (129,6%) послуг.

У цілому український ринок послуг ще недостатньо розвинутий, на ньому досить вузький спектр секторів, у яких спостерігається активність і розвиток.

Україна має перспективи для розвитку таких секторів послуг, як:

- послуги зв'язку (телекомунікаційні, аудіовізуальні);
- фінансові послуги, в тому числі банківські і страхові;
- транспортні послуги (морський, річковий, авіаційний, космічний, автомобільний, залізничний, трубопровідний транспорт);
- комп'ютерні та пов'язані з ними послуги;
- науково-дослідницькі послуги;

- будівельні та пов'язані з ними інженерні послуги;
- послуги туризму;
- послуги, пов'язані з охороною здоров'я.

У секторах телекомунікаційних і фінансових послуг вагоме значення має наявність капіталів. У сфері фінансових послуг діє значна кількість порівняно невеликих банків. Слабкість інститутів фінансового посередництва та інфраструктури в секторі телекомунікацій створює перешкоди для економічного зростання, не сприяє швидкому впровадженню новітніх технологій. Іноземні інвестиції в ці сектори можуть принести більш перспективні, економічні нові технології.

Україна як транзитна держава, має надавати більшу увагу, крім трубопровідного транспорту, розвитку інших видів транспортних послуг. Завдяки технологічним можливостям та потенціалу в галузях літако- і суднобудування Україна має хороші перспективи для розвитку додаткових транспортних послуг, пов'язаних з ремонтом та обслуговуванням.

Україна також має значний науково-технічний потенціал та напрацювання в багатьох наукомістких галузях (літако- і ракетобудування, супутникові технології, інформатика, біотехнології та ін.). Розвиток секторів комп'ютерних, науково-дослідницьких та пов'язаних з ними послуг сприятиме стимулюванню технологічного прориву в різних секторах економіки, розширенню використання інформаційних технологій, розвитку національної інформаційної структури.

В Україні до товарів високотехнологічного експорту належать групи 84–90 за товарною класифікаційною схемою Єдиного митного тарифу України, що ґрунтується на Гармонізованій системі опису і кодування товарів (ГС):

- машини та устаткування;
- електричні машини;
- локомотиви залізничні і рухомий склад, трамваї та ін.;
- засоби наземного транспорту, крім залізничного;
- літальні, космічні апарати, їхні частини;
- судна, човни, інші плавучі засоби;
- прилади.

Відсутність окремих вітчизняних наукоємних товарів компенсується імпортом. Так, середня частка наукоємних товарів у загальному обсязі експорту дорівнює 14,5%, а в загальному обсязі імпорту — 30,4%.

Це свідчить про те, що середній рівень «інтелектуалізації» вітчизняного імпорту вищий за середній рівень «інтелектуалізації» вітчизняного експорту на 15,9 відсоткових пункти. Це є індикатором певної імпортозалежності України в сегменті високотехнологічних товарів.

У чотирьох групах товарів (машини та устаткування; електро-технічні машини; засоби наземного транспорту, крім залізничного; прилади) коефіцієнти покриття імпорту експортом значно менші від одиниці – в середньому на рівні 0,41. Найнижчі значення коефіцієнтів має група приладів – 0,22, однак спостерігається тенденція щодо поступового збільшення значень цього коефіцієнта.

Таким чином, на вітчизняних ринках цих груп високотехнологічних товарів панують закордонні, а не українські виробники, тобто внутрішній ринок України формується без урахування потреб пріоритетного розвитку його наукоємного сегмента.

На українському ринку технологічних послуг виділяються чотири групи послуг із узагальненої класифікації послуг зовнішньоекономічної діяльності: комп'ютерні послуги, роялті та ліцензійні платежі, науково-дослідні та дослідно-конструкторські послуги, послуги в архітектурних, інженерних та інших технічних галузях.

У 2008 р. частка експорту технологічних послуг у загальному обсязі послуг становила 13,7%, а частка імпорту – 31,1%, тобто набагато більше, що свідчить про існування певної імпортозалежності країни і від технологічних послуг. Коефіцієнт покриття імпорту технологічних послуг їхнім експортом дорівнює 0,86. На низький рівень цього коефіцієнта впливає насамперед низька конкурентоспроможність науково-дослідних послуг та послуг у технічних галузях [<http://www.ukrstat.gov.ua>]. Наведені дані свідчать про недостатній розвиток технологічних послуг у країні. В результаті витрачаються чималі кошти на імпорт цих послуг.

Технологічні послуги часто не знаходять споживача через погано організовану рекламу і недостатнє вивчення кон'юнктури ринку таких видів послуг. Подолати ці недоліки допомагають постійно діючі міжнародні ви-ставки-ярмарки, які призначені, зокрема, показати потенційним партнерам можливості виконавців послуг у розвитку науково-технічного співробітництва.

В Україні останніми роками спостерігається активізація ліцензійної торгівлі. Переважна більшість закуплених у зарубіжних країнах

ліцензій технологічні. Підприємства щорічно укладають понад 200 ліцензійних угод на право використання різних об'єктів інтелектуальної власності, серед яких майже 21,2% займають винаходи, 14% — ноу-хау і 44% — послуги типу «інжиніринг» [54, с. 170].

Намітилася тенденція поліпшення структури закуплених ліцензій. Щорічно зростає частка більш цінних об'єктів інтелектуальної власності, захищених патентами, і зменшується частка безпатентних послуг. Прибуток від реалізації продукції, виготовленої на підставі ліцензій, останніми роками зріс більше ніж утричі.

Українськими міжгалузевими об'єднаннями, консорціумами, асоціаціями, акціонерними товариствами, торговельними будинками та іншими організаціями, створеними на добровільній основі, ліцензійними договорами забезпечено 63,3% загального прибутку від використання зарубіжних ліцензій. Проте приблизно 1/5 діючих технологічних ліцензій не приводить до економічного зростання виробництва. Закуплені ліцензії часто виявляються нерентабельними. Так, найбільших збитків у розмірі 3,3 млн. грн. зазнало ВАТ «Запорізький абразивний комбінат» внаслідок використання одержаного зі США ноу-хау, в якого строк дії ліцензійного договору закінчився ще в 1980 р.

Серед продукції, що виробляється за ліцензійними договорами, вищу рентабельність (902,7%) має продукція ЗАТ «Луганський трубний завод», що виробляється на основі ліцензійного договору з Італією. Строк окупності витрат (менше ніж один рік) мали лише 26% з усіх діючих ліцензій, за якими було організовано виробництво певних видів продукції.

Кількість проданих ліцензій на об'єкти інтелектуальної власності також зростає. Основним ліцензіатом України є Росія (близько 33,9% проданих за кордон ліцензій). Продають ліцензії також у Польщу, Китай, Молдову, США, Іран, Південну Корею, Сірію, Нідерланди та ще в 13 країн світу.

Серед продаж вітчизняних ліцензій переважає частка безпатентних об'єктів інтелектуальної власності, зокрема інжиніринг та ноу-хау.

Україна має зв'язки з багатьма країнами світу щодо експорту ліцензійної продукції. Найбільша його частка припадає на Росію і Білорусь, а найменша — на США. Це свідчить про порівняно низький



рівень технологічності вітчизняної ліцензійної продукції, що також вказує на її низьку конкурентоспроможність. У високорозвинутих країнах ця продукція ще не користується значним попитом. Коефіцієнт покриття імпорту об'єктів інтелектуальної власності їхнім експортом по Україні в середньому становить 0,12.

Переважна кількість переданих закордонним споживачам за ліцензійними договорами об'єктів (у середньому 44,3%) належать до екологічно чистої енергетики та ресурсозберігаючої технології. Практично технології з охорони навколишнього природного середовища не передаються. Це свідчить про те, що найбільше користується попитом за кордоном ліцензійна продукція, пов'язана з ресурсозберігаючими технологіями. Але темпи передачі ліцензій поступово знижуються, в тому числі таких пріоритетів світового значення, як створення нових речовин і матеріалів. Ліцензійна діяльність за соціальними напрямками інтелектуальної власності розвивається ще досить слабо.

### **Підсумки глави**

1. Міжнародна торгівля — це сфера міжнародних економічних відносин, яка являє собою сукупність зовнішньої торгівлі товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці усіх країн світу. Зовнішня торгівля — це торгівля однієї країни з іншими країнами світу, яка складається з двох зустрічних потоків товарів та послуг: оплачуваних експорту та імпорту.

2. Міжнародна торгівля — основна рушійна сила економічного розвитку. Її темпи зростання помітно випереджають темпи збільшення світового обсягу виробництва, що відбувається внаслідок поглиблення міжнародного поділу праці.

Міжнародну торгівлю характеризує її географічна й товарна структура, тобто структура з точки зору географічного розподілу і товарного наповнення.

Географічна структура — це розподіл торговельних потоків між окремими країнами та їхніми групами, створеними за територіальною або організаційною ознакою. Вона сформувалася під впливом міжнародного поділу праці й розвитку науково-технічної революції.

Товарна структура формується під впливом конкурентних переваг країни, які є у випадках, якщо внутрішні ціни на експорті товари нижчі від світових. Відмінності в цінах зумовлені природними конкурентними перевагами та набутими (соціально-економічними) конкурентними перевагами.

3. Для аналізу структури міжнародної торгівлі важливого значення набуває класифікація ринків. Розрізняються такі види ринків: світові та регіональні товарні ринки; товарні ринки окремих країн; внутрішні та зовнішній ринки; ринок товарів, послуг, технологій; ринки продавця та покупця.

4. В основу класифікацій товарів можуть бути покладені такі ознаки: міжнародна мобільність («ринкові» та «неринкові» товари); призначення (товари споживчого попиту та виробничого призначення); термін використання (коротко- та довгострокового використання); рівень попиту та ціна (товари повсякденного та вибіркового попиту); престижні товари; предмети розкоші).

5. Основні специфічні риси міжнародної торгівлі, які відрізняють її від внутрішньонаціональної торгівлі: урядове регулювання, яке передбачає активне втручання уряду у відносини міжнародної торгівлі й пов'язані з торговельними операціями валютно-фінансові відносини; самостійна національна політика, яка може дозволити вільний потік товарів і послуг між країнами, регулювати чи забороняти його; соціально-культурні відмінності країн; фінансові (валютний та кредитний) та комерційні ризики.

6. Найпростіша модель міжнародної торгівлі (модель часткової рівноваги) показує основні функціональні взаємозв'язки між внутрішнім попитом і пропозицією та попитом і пропозицією на товари на світовому ринку, кількісні обсяги експорту й імпорту, рівень цін, за яким здійснюється торгівля.

7. Еволюцію розвитку міжнародної торгівлі найчастіше розглядають за таким критерієм, як основні події в світі. Виокремлюють п'ять основних етапів: I етап — початковий комерційний період (1500–1850); II етап — період становлення міжнародного товарообігу (1850–1914); III етап — період між двома світовими війнами (1914–1945); IV етап — повоєнний період (1945 — перша половина 70-х років); V етап — період глобалізації світової економіки (з кінця 70-х років до нашого часу).

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

Беручи участь у міжнародній торгівлі країни, фірми отримують можливість експортувати ті товари, у виробництві яких більше споживаються ресурси, які є в них, у порівняно великій кількості; можливість імпортувати ті 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. Споживачі вииграють від збільшення кількості й різноманітності товарів, нижчих цін.

Виграш від міжнародної торгівлі залежить від зміни експортних та імпортних цін, співвідношення яких називається умовами торгівлі. Умови торгівлі характеризують зміну положення країни в міжнародній торгівлі і залежать від коливань попиту на світовому та внутрішньому ринках, від змін в умовах виробництва, від ступеня монополізації окремих ринків.

Для визначення місця країни у світовому господарстві, аналізу інтенсивності ведення зовнішньої торгівлі та ефективності здійснення операцій із зовнішніми партнерами використовується система показників результативності зовнішньої торгівлі: абсолютні та відносні показники, показники структури, інтенсивності та економічної ефективності.

Україна належить до групи країн, які високозалежні від міжнародної торгівлі. Обсяги експорту зовнішньої торгівлі постійно зростають (винятком став 2009 р. через світову фінансову кризу). Головними експортерами та імпортерами є Росія, Італія, Туреччина, Китай, Німеччина, США. Основу товарного експорту становить недорогочінні метали та вироби з них, продукція хімічної промисловості, мінеральні продукти. Збільшується імпорт готових продуктів харчування. Обсяги зовнішньої торгівлі послугами також мають тенденцію до зростання. В структурі експорту-імпорту послуг переважають транспортні послуги, різні ділові, професійні та технічні послуги. В цілому ринок послуг ще недостатньо розвинутий. Існує певна імпортозалежність України в сегменті високотехнологічних товарів.

### **Ключові поняття**

Міжнародна торгівля; зовнішня торгівля; експорт; імпорт; країни-експортери; країни-імпортери; географічна та товарна структура міжнародної торгівлі; світовий товарний ринок; «ринкові» та «неринкові» товари; специфічні риси міжнародної торгівлі; модель часткової рівноваги; етапи розвитку міжнародної торгівлі; виграш від торгівлі; умови торгівлі; економічний ефект та ефективність міжнародної торгівлі.

### **Запитання для самоконтролю**

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

### **Запитання для обговорення**

1. Чому вивчення дисципліни «Міжнародна торгівля» має велике значення?
2. Чому на деякі галузі економіки в товарній структурі міжнародної торгівлі припадає найбільша частка, в той час як інші залишаються місцевими або регіональними?
3. Чим можна пояснити випереджальні проти ВВП темпи зростання міжнародної торгівлі?
4. У 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 зумовлюють постійне зростання обсягів торгівлі в межах регіональних інтеграційних угруповань?

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

8. Обґрунтуйте, які товари, що їх використовує турецька фірма для будівництва готелю в Україні, можна вважати «ринковими», а які — «неринковими».

9. Чому специфічні риси міжнародної торгівлі є визначальними?

10. Кожному етапу розвитку міжнародної торгівлі притаманні свої підходи регулювання торговельних операцій. Поясніть, із чим це пов'язано.

11. Чому, незважаючи на низьку залежність від міжнародної торгівлі, деякі промислові країни є основними учасниками світової торгівлі? Назвіть ці країни.

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

13. У товарній структурі експорту США значну частину займають промислові товари, зокрема автомобілі, а в 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;
- низький урожай пшениці в Росії?

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

15. Визначте напрями вдосконалення географічної структури зовнішньої торгівлі України в її взаємозв'язку з диверсифікацією товарної структури з точки зору зменшення сировинно-енергетичної залежності України від Росії та нарощування українського експорту високотехнологічної продукції на ринках країн ЄС.

16. У випадку продажу Україною Росії обладнання, а Росією Україні — природного газу, можна це вважати міжнародним поділом праці, міжнародною кооперацією праці, міжнародним поділом інших чинників виробництва чи першим, другим і третім разом?

### **Набуття практичних навичок**

1. Дайте порівняльну оцінку розвитку міжнародної торгівлі за окремими країнами та по світу разом на основі даних за останні п'ять років.

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

3. Проаналізуйте економічне зростання в країнах, що розвиваються. Поясніть причини бурхливих темпів зростання в окремих країнах. У яких галузях вони підвищують свої позиції?

4. Визначте міру залежності країн світу від міжнародної торгівлі та згрупуйте їх за такими ознаками: високо-, середньо- та низькозалежні. Яку позицію серед них займає Україна? Прокоментуйте.

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

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

### WEB-сайти

- www.wto.org** Сайт СОТ, який надає статистичні та аналітичні матеріали щодо сучасних тенденцій і закономірностей у розвитку міжнародних торговельних відносин та особливостей їхньої глобальної регуляторної системи, щорічник «International Trade Statistics».
- www.worldbank.org** Сайт групи Всесвітнього банку, який надає статистичні матеріали, різні звіти з інформацією щодо загального огляду світового розвитку, економіки, глобальних зв'язків. Можна ознайомитися зі статистичним щорічником «World Development Indicators».
- www.unctad.org** Сайт ЮНКТАД, на якому публікуються огляди аналітичного дослідження «World Investment Report» щодо міжнародних торговельних відносин.
- www.europa.eu.int** Сайт статистичної служби Європейської комісії (Євростат), основною публікацією на якому є щорічник «Eurostat Yearbook». Надається інформація, щодо політичної, економічної, соціальної діяльності країн ЄС та основних партнерів з економічного співробітництва.
- www.customs.gov.ua** Сайт державної митної служби України, який подає митну статистику зовнішньоторговельних операцій держави.
- www.ukrdzi.com** Сайт «Держзовнішінформ», на якому розміщується різноманітна зовнішнь-оторговельна інформація, бюлетень «Огляд цін українського та світових товарних ринків», часопис «Огляд українського ринку». Має пошукову систему.

## **ГЛАВА 2.**

# **МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ ТА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- перелічити чинники, що впливають на економічний розвиток країни та міжнародну торгівлю;
- пояснити, як впливають різні типи технічного прогресу на виробничі можливості країни;
- перелічити критерії економічної свободи;
- визначати взаємозв'язок між економічним зростанням та нагромадженням людського капіталу;
- визначати взаємозв'язок між міжнародною торгівлю та економічним розвитком країни;
- визначати конкурентоспроможність експорту;
- пояснити сутність еластичності експорту та імпорту;
- характеризувати відмінності типів економічного зростання.

### **2.1. Визначальні чинники сприяння економічному розвитку та міжнародній торгівлі**

Одними з важливих завдань країн світу є прискорення темпів економічного розвитку, удосконалення соціально-економічних та міжнародних торговельних відносин, використання переваг системи міжнародної торгівлі. Щоб вирішити ці завдання, потрібно виявити основні чинники економічного розвитку країн та сприяння міжнародній торгівлі.

Економічний розвиток розглядається як стійке збільшення національного виробництва товарів та послуг і вимірюється різними показниками. Наприклад, приріст ВВП або ВВП на душу населення. Останній показник ще називають «ефектом багатства» чи «ефектом економічного розвитку».

Економічний розвиток та міжнародна торгівля являють собою складні, взаємозумовлені процеси, які є результатом взаємодії різних чинників: економічних, політичних, соціальних.

На різних етапах розвитку країни ті чи інші чинники можуть відігравати роль основного двигуна зростання. Однак у більшості випадків економічний розвиток, а через це й міжнародну торгівлю, стимулюють інновації та технологічні зрушення, які підвищують ефективність діяльності та створюють нові конкурентні переваги; рівень економічної свободи, який свідчить про наявність ринкової економіки; природно-географічні умови, які формують природні конкурентні переваги; якість підготовки робочої сили [24, с.91; 62, с. 420].

На сьогодні вважається, що рушійною силою довготривалого економічного розвитку є технологічні інновації (науково-технічний прогрес), оскільки більша частина підвищення реальних доходів на душу населення в розвинутих країнах відбувається завдяки їм. Це поняття охоплює як машини, обладнання, різноманітні форми технологічного забезпечення, які мають фізичне вираження, так і сукупність технічних та управлінських знань для організації виробництва та здійснення зовнішньоторговельних операцій.

Відмінності в технологіях, які мають країни, зумовлюють різний рівень їхнього економічного розвитку й створюють основу порівняльних переваг. Технологічна нерівність змушує країну виробляти ті товари, технологія виробництва яких у цій країні краща. Технологічно обґрунтована порівняльна перевага виникає у випадку здійснення технологічних змін у різних галузях та країнах.

Розвиток технології тісно пов'язаний з факторами виробництва (капіталом та працею). Так, технологічні зрушення роблять капітал продуктивнішим і породжують стимули для нових інвестицій. Технологія також може матеріалізуватися в нове устаткування, тобто в ті чи інші форми фізичного капіталу, а недостатня увага до людських ресурсів підриває потенційні можливості країни розвиватися через інновації й технологічний прогрес.

Англійський економіст Джон Хікс, який одержав Нобелівську премію з економіки в 1972р., охарактеризував різні типи науково-технічного прогресу (НТП) та показав, як вони пов'язані з факторами виробництва (капіталом та працею) і як впливають на економічний розвиток країни [70, с.73]. Він поділяє НТП на нейтральний, працевибірковий та капіталозберігальний:

- нейтральний НТП збільшує продуктивність праці та капіталу в однаковій пропорції. Результатом цього є те, що даний обсяг



- випуску продукції може бути вироблений з меншими витратами праці та капіталу;
- працевзберігальний НТП підвищує продуктивність капіталу більше, ніж продуктивність праці. Внаслідок цього капітал заміщує працю у виробництві, й відношення капіталу до праці збільшується, тобто на одиницю праці використовується більше капіталу. Цей обсяг випуску продукції виробляється з меншою кількістю капіталу та праці, але при вищому відношенні капіталу до праці;
  - капіталозберігальний НТП збільшує продуктивність праці більше, ніж продуктивність капіталу. Внаслідок цього праця заміщує капітал у виробництві продукції, й відношення праці до капіталу підвищується, тобто на одиницю капіталу більше використовується праці. Цей обсяг випуску продукції може вироблятися з меншою кількістю праці та капіталу, але при вищому відношенні праці до капіталу.

Таким чином, будь-який НТП незалежно від його типу скорочує кількість праці та капіталу, яка необхідна для виробництва будь-якого обсягу продукції, тобто підвищує продуктивність факторів виробництва. Під впливом інноваційних зрушень змінюється структура експорту країни, зокрема, зростає його наукомісткість, що дає нові імпульси динамізації економічного розвитку.

На темпи економічного зростання та відкритість до міжнародної торгівлі впливає економіко-політична ситуація в країні, про яку свідчить рівень її економічної свободи.

Американським аналітичним центром Heritage Foundation розроблено показник, за допомогою якого емпірично вимірюється рівень економічної свободи в різних країнах світу (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

**Загальний рівень економічної свободи окремих країн світу в 2009 р.**

Країни	Місце в рейтингу країн	Рівень економічної свободи (%)
<b>Розвинуті країни</b>		
Гонконг	1	90,0
Австралія	3	82,6

Продовження табл. 2.1

Швейцарія	6	79,4
Канада	7	80,5
США	8	80,7
Японія	19	72,8
Швеція	21	70,5
Німеччина	23	70,5
<b>Країни з перехідною економікою</b>		
Латвія	50	66,6
Румунія	63	63,2
Польща	71	60,3
Болгарія	75	64,6
Китай	140	53,2
Росія	143	50,8
Україна	162	48,8
<b>Найменш розвинуті країни</b>		
Лаос	138	50,4
Ангола	154	47,0
Сьєрра-Леоне	157	47,8
Бурунді	160	46,8
Ліберія	163	48,1
Конго	169	42,8
Зімбабве	178	22,7

Джерело: [www.heritage.org]

Розраховують як загальносвітовий індекс, який у 2009 р. становив 60,6%, так і індекси по регіонах світу: в Американському регіоні він становив 62,3%, Європейському – 67,5, Азіатсько-Тихоокеанському – 59,1, Середньосхідному та Північно-Африканському – 54,7, Південно-Африканському – 60,6%.

Індекс розраховують на підставі десяти об'єктивних економічних критеріїв, які дають можливість визначити загальний рейтинг кожної країни. До критеріїв належать:

- податкова свобода;
- свобода права власності;
- свобода інвестування;

- свобода трудових відносин;
- свобода підприємницької діяльності;
- фінансова свобода (розвинутість банківського сектора);
- свобода від корупції;
- свобода від втручання держави в економіку;
- свобода торгівлі (торгова політика);
- свобода грошових відносин (монетарна політика) (табл. 2.2).

По кожному з цих десяти критеріїв використовується близько 50 незалежних економічних параметрів. Усі країни в рейтингу поділені на п'ять категорій: «свободні» (80–100), «в основному свободні» (70–79,9); «із середнім рівнем свободи» (60–69,9), «відносно свободні» (50–59,9), «пригнічені» (0–49,9).

За підсумками рейтингу економічних свобод Україна в 2009 р. опустилася з 88 (2004 р.) на 173 місце й потрапила в групу країн „пригнічених». Її рейтинг становив 48,8%.

Рівень економічної свободи України за окремими критеріями наведено на рис. 2.1 [[www.heritage.org/research/features/index/country.cfm?id=Ukraine](http://www.heritage.org/research/features/index/country.cfm?id=Ukraine)].

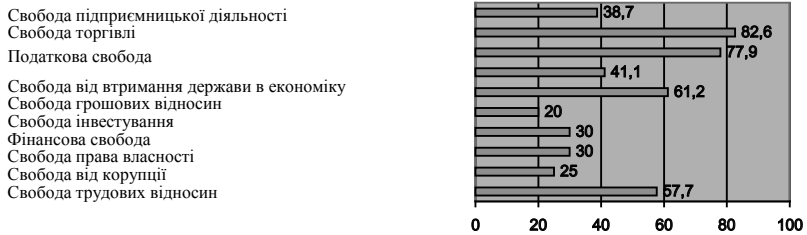


Рис. 2.1. Критерії економічних свобод України в 2009 р.

Найвищі показники свободи Україна демонструє за критерієм свободи торгівлі (82,6 %), на рівень якої вплинули існуючий рівень ставок імпортного мита та різні нетарифні бар'єри: внутрішні податки та збори, вимоги щодо ліцензування імпорту, санітарні та фітосанітарні обмеження, національні стандарти якості, а також податкової свободи (77,9%), оскільки враховувалися лише розміри ставок прибуткового податку (13%) й податку на прибуток (25%).

Таблиця 2.2

## Країни з найбільшим індексом економічної свободи в 2009 р., %

Країни	Загалний індекс економічної свободи	Свобода підприємницької діяльності	Свобода торгівлі	Податкова свобода	Свобода від втручання держави в економіку	Свобода грошових відносин	Свобода інвестування	Фінансова свобода	Свобода власності	Свобода від корупції	Свобода від трудових відносин
Гонконг	90,0	92,7	95	93,4	93,1	86,2	90	90	90	83	86,3
Сінгапур	87,1	98,3	90	91,1	93,8	86,8	80	50	90	93	98,1
Австралія	82,6	90,5	84,8	61,4	64,3	84,7	80	90	90	86	94,7
Нова Зеландія	82,0	99,9	84,6	62,5	49,6	84,6	80	80	95	94	89,6
Ірландія	82,2	93,0	85,8	69,2	64,9	84,3	90	90	90	75	79,7
Швейцарія	79,4	82,9	85,4	67,5	65,3	83,9	70	80	90	90	79,2
Канада	80,5	96,5	88,2	76,6	53,7	80,8	70	80	90	87	81,9
Сполучені Штати	80,7	91,9	86,8	67,5	59,6	84	80	80	90	72	95,1
Данія	79,6	99,9	85,8	35,4	20,4	86,6	90	90	95	94	99,4
Чилі	78,3	66,3	85,8	78,2	90,1	77,3	80	70	90	70	75,0
Велика Британія	79,0	89,8	85,8	61,0	40,3	80,4	90	90	90	84	78,5
Маврикій	74,3	83,3	86,8	92,2	80,8	71,1	80	70	60	47	71,5
Бахрейн	74,8	79,6	80	99,9	79,4	74,0	60	80	60	50	85,1
Люксембург	75,2	76,2	85,8	66,3	54,4	80,2	90	80	90	84	45,1
Нідерланди	77,0	86,5	85,8	50,9	36,2	87,0	90	90	90	90	63,3
Естонія	76,4	75,9	85,8	81,5	67,3	79,7	90	80	90	65	48,5
Фінляндія	74,5	95,1	85,8	64,3	28,6	87,4	70	80	95	94	44,8
Ісландія	75,9	93,6	88	76,2	44,0	75,3	70	70	90	92	59,9
Японія	72,8	85,8	82	67,5	61,1	93,6	60	50	70	75	82,5
Макао	72,0	60,0	90	79,3	93,3	80,3	70	70	60	57	60,0

[http://www.heritage.org/index/pdf/2010/Index2010\\_ExecutiveHighlights.pdf](http://www.heritage.org/index/pdf/2010/Index2010_ExecutiveHighlights.pdf)

Найгірші позиції зафіксовані у сфері:

- боротьби з корупцією — 25%. Так, за результатами Міжнародного рейтингу корупції Україна займає 107 місце серед 158 країн;
- захисту прав власності (30%), оскільки судова система є об'єктом тиснення як з боку влади, так і з боку організованої злочинності, а також не завжди сприяє запобіганню експропріації майна та виконання контрактів;
- захисту прав інвестицій — 20%. Існують певні обмеження діяльності нерезидентів у сферах радіомовлення, видавничої справи, енергетики та страхування. Іноземні інвестиції заборонені у виробництві зброї та алкогольних напоїв. Об'єктом обмежень є резидентські та нерезидентські рахунки в іноземній валюті, а іноді — й урядові санкції. Платежі та перекази є предметом різноманітних вимог та кількісних обмежень, а деякі операції з капіталом підлягають регулюванню та ліцензуванню.

Існує стійкий зв'язок між економічною свободою та економічним розвитком. Країни зі стабільно високим рейтингом економічної свободи мають і більш високий показник ефекту економічного розвитку. Так, у 2009 р. до країн, у яких спостерігається максимальний ступінь економічної свободи, належать Гонконг (90,0), Сінгапур (87,1), Австралія (82,6), Нова Зеландія (82,0), а показник їхнього ефекту економічного розвитку становить відповідно 43,8 тис. дол., 52 тис. дол., 38,1 тис. дол. та 27,9 тис. дол. (при середньосвітовому — 10,0 тис. дол.). Країни з найбільш низьким рівнем економічної свободи мають і низький рівень життя. Так, у Зімбабве й Бірмі рівень економічної свободи становить відповідно 35,8 і 40,1, а ВВП на душу населення — 0,2 і 1,2 тис. дол. відповідно. В Україні також простежується цей зв'язок: при рівні економічної свободи 48,8% її показник ефекту економічного розвитку становить 6,9 тис. дол. — менше від середньосвітового на 31%.

На економічний розвиток країн та міжнародну торгівлю впливають і природно-географічні чинники. Країни, що мають гарні природні умови, як правило, експортують сировину та сільськогосподарські продукти. Негативний вплив на розвиток справляють: нездоровий або суворий клімат, бідні ґрунти, відсутність водних шляхів. Так, вчені Гарвардського інституту міжнародного бізнесу встановили, що

країни, які не мають виходу до моря, розвиваються повільніше, ніж прибережні держави, а повна відрізаність від моря сповільнює річні темпи розвитку приблизно на 0,7%; тропічні країни розвиваються на 1,3% повільніше, ніж країни, розташовані в зоні помірного клімату [24, с. 94].

На сучасному етапі важливим чинником зростання вважається поліпшення якості людських ресурсів. Освіта, охорона здоров'я, професійна підготовка являють собою інвестиції в людський капітал.

Взаємозв'язок між економічним зростанням і нагромадженням людського капіталу демонструється через показник інтелектуаловіддачі виробництва [62, с. 458]:

$$\frac{\Delta Y}{Y} = \frac{\Delta Y}{I_r} \times \frac{I_r}{Y}, \quad (2.1)$$

де  $Y$  – результат виробництва (національний доход, ВНП тощо);

$\Delta Y$  – підвищення виробництва в  $i$ -тому році;

$\frac{\Delta Y}{Y}$  – темп економічного зростання;

$I_r$  – інвестиції в людський капітал;

$\frac{\Delta Y}{I_r}$  – інтелектуаловіддача виробництва;

$\frac{I_r}{Y}$  – частка соціальних інвестицій у національному доході (ВНП).

Підвищення якості робочої сили, зменшення безробіття, забезпечення зайнятості є важливими складовими розвитку всіх країн.

Між розвинутими країнами та країнами, що розвиваються, є певний розрив за рівнем людського капіталу. Так, у промислово розвинутих країнах на 1000 осіб припадає 80 вчених та техніків, а в країнах, що розвиваються, – 9. В останніх налічується понад 900 млн неграмотних, 1,5 млрд осіб не отримують медичної допомоги [62, с. 460]. Доведено, що Малайзія, Сінгапур, Індонезія виявилися здатними подолати негативний вплив свого тропічного географічного середовища й розвиватися набагато швидшими темпами, ніж тропічні країни Африки та Латинської Америки, оскільки багато інвестицій спрямовували в людський капітал, насамперед в освіту [24, с. 94].

Усі ці чинники роблять країни більш схильними до відкритості, сприяють їхньому економічному зростанню, що створює кращі умови для розвитку міжнародної торгівлі.

## 2.2. Роль міжнародної торгівлі в економічному розвитку

Міжнародна торгівля може розглядатися з двох боків: як рушій економічного зростання і як похідна від економічного зростання. Про її роль в економічному розвитку свідчать емпіричні дослідження відомих економістів: М. Мікалопулоса, К. Джея, М. Мікаелі, А. Крюгера, Б. Баласса. Результати їхніх робіт показують, що:

- темпи зростання ВВП і темпи зростання експорту високо корелюють між собою;
- існує досить значна кореляція (0,38) між зміною частки експорту у ВВП і темпами змін ВВП. Цей зв'язок особливо сильний у країн з більш розвинутим промисловим потенціалом, однак не простежувався в найменш розвинутих країнах, що свідчить про те, що зростання під впливом експорту відбувається тоді, коли країна досягла певного мінімального вихідного рівня розвитку;
- збільшення темпів зростання експортних доходів на 1 % щорічно пов'язано із збільшенням темпів зростання ВВП на 0,1% [62, с. 483].

Міжнародна торгівля сприяє економічному розвитку країн, створюючи можливість для реалізації їхніх істотних порівняльних переваг і розвитку нових. Вона стимулює швидше й ефективніше використання внутрішніх ресурсів і дає змогу отримувати вигоди та переваги спеціалізації та участі в міжнародному поділі праці. Країни мають можливість задовольняти свої потреби в сировині, капітальних товарах, технології, які не виробляються місцевими підприємствами або виробляються з високими витратами, нарощувати виробництво з урахуванням попиту світового ринку на ті товари, щодо яких вони мають порівняльні переваги спеціалізації.

Додатковий попит за рахунок світового ринку допомагає подолати вузькість внутрішнього ринку, збільшити ефект економії масштабів завдяки доступу на більші та різноманітніші ринки. Міжнародна торгівля не тільки прямо впливає на темпи відтворення. Багатогранний

непрямий вплив пов'язаний зі створенням численних підприємств, які обслуговують зовнішній сектор (суміжні й допоміжні виробництва, постачальники, субпідрядники), допомагають подолати інерційність і є ще однією складовою економічного зростання.

Зміна експорту (пропозиція товару на вивезення) та імпорту (попиту на закордонні товари) залежить від зміни умов торгівлі. Ця залежність характеризується поняттями «еластичність експорту» (відносна пропозиція експорту) та «еластичність імпорту» (відносний попит на імпорт) [34, с. 137–138].

Еластичність імпорту ( $E_{im}$ ) — це зміна попиту на імпорт, що впливає зі зміни умов торгівлі. Еластичність імпорту вимірюється як відношення відсоткової зміни обсягів імпорту до відсоткової зміни його ціни, тобто

$$E_{im} = \frac{\Delta IM (\%)}{\Delta P (\%)} \quad (2.2)$$

Якщо ціни на імпортні товари спадають, то обсяги імпорту збільшуються, а якщо ціни зростають, то імпорт скорочується. Попит на імпорт вважається еластичним, якщо  $E_{im} < 1$ . Це означає, що падіння ціни на імпортні товари на 1% привело до зростання попиту на них більше, ніж на 1%.

Попит на імпорт вважається нееластичним, якщо  $E_{im} > 1$ . Це означає, що падіння ціни на імпортні товари на 1% призвело до зростання попиту на них менше, ніж на 1%.

Країна збільшуватиме витрати на імпорт при падінні цін (тому що падіння цін імпорту означає поліпшення умов торгівлі), якщо попит на імпорт еластичний, оскільки попит на імпортні товари зростає швидше, ніж падає їхня ціна.

Країна скорочуватиме витрати на імпорт, якщо попит на імпорт нееластичний. Але оскільки обсяг імпорту обмежений можливостями експорту (експортом заробляються кошти на імпорт), то у випадку еластичності імпорту і падінні його ціни обсяг експорту повинен збільшуватися.

Еластичність експорту ( $E_x$ ) — це зміна пропозиції товарів на експорт, що впливає зі змін умов торгівлі. Еластичність експорту вимірюється як відношення відсоткової зміни обсягів експорту до відсоткової зміни ціни імпорту, тобто



$$E_x = \frac{\Delta X (\%)}{\Delta P (\%)} \quad (2.3)$$

При зниженні цін на імпортні товари обсяги експорту збільшуються, а при зростанні – зменшуються.

Таким чином, еластичність попиту на імпорт і еластичність пропозиції товару на експорт тісно взаємозалежні. Висока еластичність свідчить про розвинутість ринкового механізму, що дає змогу виробникам швидко реагувати на зміну цін. Низька еластичність свідчить про недостатній розвиток механізму регулювання економічними процесами, що створює для суспільства серйозні економічні проблеми.

Значну роль для економічного розвитку країни відіграє підвищення конкурентоспроможності національного виробництва. Під конкурентоспроможністю, згідно з визначенням Організації економічного співробітництва і розвитку, розуміють «рівень, якого країна може досягти за вільних і справедливих умов, виробляючи товари і послуги, що відповідають вимогам міжнародних ринків, і водночас підтримуючи та підвищуючи реальні доходи протягом тривалого часу» [30, с. 207].

Аналізуючи значення і роль конкурентоспроможності в сучасному світі, враховують взаємозв'язок між навколишнім середовищем конкретної країни та процесом створення багатства, а також вплив на нього певних чинників. Так, «Звіт про глобальну конкурентоспроможність», який видає організація Всесвітній економічний форум (ВЕФ) у співпраці з Центром міжнародного розвитку при Гарвардському університеті визначає дванадцять чинників конкурентоспроможності, які покладено в основу розрахунку індексу глобальної конкурентоспроможності (GCI):

- 1) якість державних і суспільних інститутів;
- 2) інфраструктура;
- 3) макроекономічна стабільність;
- 4) охорона здоров'я та шкільна освіта;
- 5) вища освіта та професійна підготовка;
- 6) ефективність ринків товарів і послуг;
- 7) ефективність ринку праці;
- 8) розвинутість фінансового ринку;
- 9) технологічний рівень;
- 10) розмір ринку;

- 11) конкурентоспроможність компаній;  
 12) інноваційний потенціал.

Індекс глобальної конкурентоспроможності – синтетичний показник. Він на  $\frac{1}{3}$  складається зі статистичних даних та на  $\frac{2}{3}$  – з експертних оцінок, для одержання яких у 2009 р. було опитано 11 тис. топ-менеджерів компаній, які працюють у 125 країнах світу (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

**Індекс глобальної конкурентоспроможності окремих країн у 2009 р.**

Країни	Місце в рейтингу 133-х країн	Індекс конкурентоспроможності
<b>Розвинуті країни</b>		
Швейцарія	1	5,60
США	2	5,59
Швеція	4	5,51
Данія	5	5,46
Фінляндія	6	5,43
Німеччина	7	5,37
Канада	9	5,33
Велика Британія	13	5,19
<b>Країни з перехідною економікою</b>		
Польща	46	4,33
Словаччина	47	4,31
Індія	49	4,30
Азербайджан	51	4,30
Угорщина	58	4,22
Туреччина	61	4,16
<b>Найменш розвинуті країни</b>		
Барбадос	44	4,35
Гондурас	89	3,86
Кенія	98	3,67
Еквадор	105	3,56
Буркіна Фасо	128	3,23
Зімбабве	132	2,77
Бурунді	133	2,58

Джерело: [www.handelsblatt.com]

Україна за першими чотирма базовими чинниками конкурентоспроможності посідає відповідно 104-е, 69-е, 74-е та 94-е місця; за чинниками 5–10, що характеризують ефективність економіки, – відповідно 48-е, 80-е, 78-е, 50-е, 60-е та 90-е; за інноваційними чинниками 11 та 12 – 76-е та 73-е місця. Таким чином, найгіршу оцінку Україна отримала за якістю державних та суспільних інститутів, тобто якість влади та управління є головним чинником неконкурентоспроможності нашої країни.

Ще один індекс конкурентоспроможності (ІМД) складає Центр з вивчення конкурентоспроможності Міжнародного інституту розвитку менеджменту в Лозані. Конкурентоспроможність оцінюється за такими критеріями:

- економічна діяльність;
- урядова ефективність;
- бізнесова ефективність;
- інфраструктура.

Побудова індексу конкурентоспроможності ІМД ґрунтується на такому співвідношенні:  $\frac{2}{3}$  – дані офіційної статистики й  $\frac{1}{3}$  – оцінки експертів. Для ранжирування використовується 314 показників, але кількість аналізованих країн становить лише 60. Це робить індекс ІМД об'єктивнішим, але й більш консервативним.

Взаємодія з іноземними торговельними партнерами змушує національні фірми поліпшувати свою технічну базу, якість продукції, впроваджувати сучасні методи управління, внаслідок чого підвищуються темпи зростання економіки.

Одним із важливих показників конкурентоспроможності країни є конкурентоспроможність експорту. Головними ознаками конкурентоспроможного експорту експерти ЮНКТАД вважають такі:

- частка експорту країни на міжнародних ринках;
- диверсифікація «експортного кошика» країни;
- зростання темпів експортування;
- модернізація технологій і зростання кваліфікації кадрів у експортній сфері;
- розширення кількості фірм-експортерів, які можуть конкурувати на міжнародному рівні;
- частка національної доданої вартості в експорті країни;
- зростання реальної заробітної плати у сфері експортування;
- досягнення ефекту масштабу [30, с. 185; 62, с. 482; 78, с. 163].

Наявність усіх цих ознак дає змогу оцінити експорт як конкурентоспроможний.

Конкурентоспроможний експорт дає змогу країнам одержувати більше іноземної валюти й імпортувати товари, послуги і технології, які необхідні для підвищення продуктивності праці, рівня життя та внутрішнього потенціалу. Завдяки йому підприємства починають орієнтуватися на вищі стандарти, мають можливості для більш простого доступу до інформації, відчувають конкурентний тиск. Це спонукає національні фірми прикладати енергійні зусилля для освоєння нових навичок і можливостей.

Конкурентоспроможний експорт відрізняється від звичайного експорту за чотирма критеріями [78, с. 166]:

- усталеність експорту тобто усталені та дедалі більші його обсяги, частка на відповідних товарних та регіональних міжнародних ринках, інтеграція із закордонними ринками;
- високий рівень ефективності експортних операцій, що свідчить про цінову конкурентоспроможність, реалізацію порівняльних переваг;
- якість експортних товарів і послуг та їхня інноваційність, що забезпечує, згідно з теорією життєвого циклу продукції Р. Вернона, довгострокову присутність на світовому ринку та попит споживачів до продукції фірми;
- добросовісність конкуренції, тобто експортні операції, здійснюються в конкурентному середовищі без використання протекціоністських заходів, заборонених міжнародними угодами, та інструментів, що спотворюють ринковий механізм (рис. 2.2).

Таким чином, експортна конкурентоспроможність країни, фірми свідчить про ефективність їхньої інтеграції у світове господарство та адаптацію до сучасної глобальної економіки.

Міжнародна торгівля може розглядатися як похідна від економічного зростання, тобто економічне зростання безпосередньо впливає на розвиток міжнародної торгівлі. Воно поширює внутрішні виробничі можливості країни, що сприяє зростанню дешевого експорту, виходу на нові ринки. Але в той же час зниження експортних цін може привести до того, що всі переваги прискороеного економічного зростання отримують країни-імпортери цієї продукції. Характер впливу економічного зростання на міжнародну торгівлі залежить від того, які фактори виробництва зростають — імпортозамінні чи експортрозширювальні [34, с. 140–142; 39, с. 124–127; 40, с. 125–127; 70, с. 176–177].

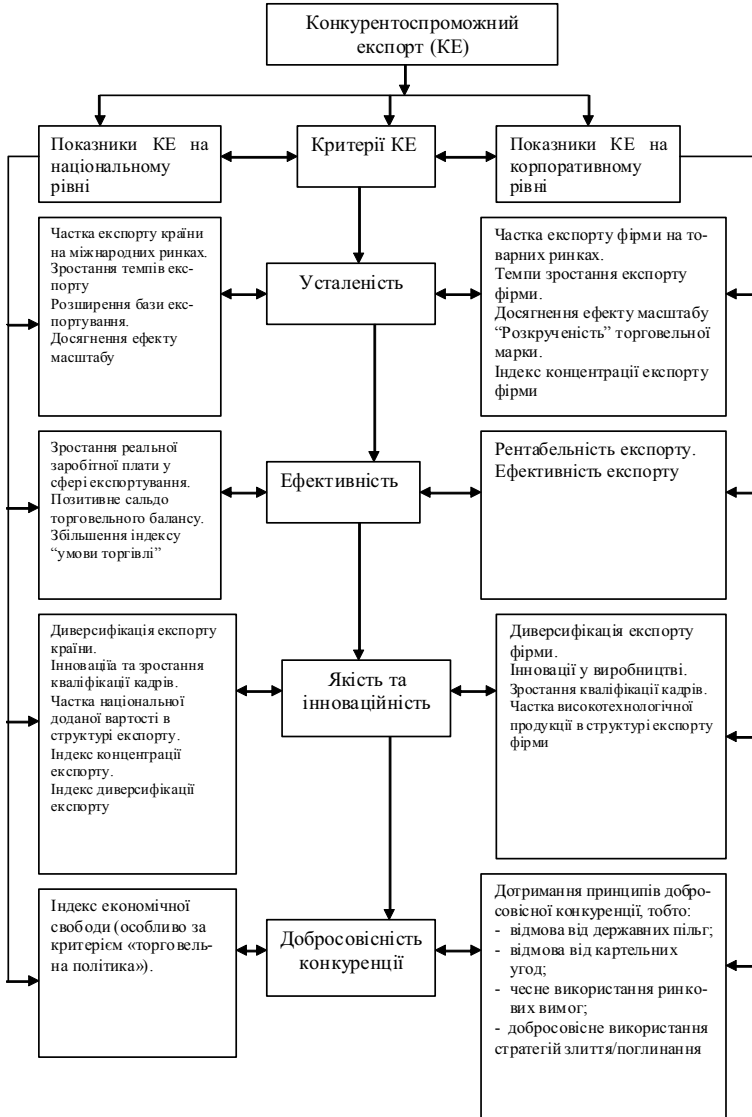


Рис. 2.2 Система критеріїв та показників конкурентоспроможності експорту

З погляду впливу на міжнародну торгівлю економічне зростання може бути експорторозширювальним, імпортозамінним або нейтральним.

Якщо випуск країною експортних товарів зростає в більшій пропорції, ніж випуск товарів, які можуть бути предметом імпорту, то економічне зростання, яке приводить до більшого, ніж пропорційне, поширення торгівлі, називається експорторозширювальним.

Експорторозширювальне зростання визначається зростанням виробництва товарів експорту в країні. Збільшення їхньої пропозиції на світовий ринок приводить до зниження відносних цін, оскільки країна змушена продавати на експорт більше своїх експортних товарів, відносна ціна яких падає, щоб купувати колишню кількість імпортованих товарів, відносна ціна яких зростає. Внаслідок цього експорторозширювальне зростання приводить до погіршення умов торгівлі даної країни і поліпшення в країнах — торговельних партнерах.

Якщо споживання країною товару, який є предметом імпорту, зростає в більшій пропорції, ніж споживання країною товару, який призначається для експорту, то вплив економічного зростання на споживання зумовить поширення торгівлі ще в більшій пропорції й буде називатися імпортозамінним.

Імпортозамінне зростання визначається зростанням виробництва в країні імпортозамінних товарів. Розширення внутрішнього виробництва призводить до падіння попиту на імпорт, відносних цін імпорту і зростання відносних цін експорту. Таким чином, імпортозамінне зростання приводить до поліпшення умов торгівлі (зниження попиту на імпорт викликає зниження цін на імпортовані товари) даної країни і погіршенню їх у країн-торговельних партнерів.

Для конкретної країни вигідний імпортозамінний тип внутрішньоекономічного зростання та експорторозширювальний тип зростання в решті світу, оскільки умови торгівлі країни з іншими країнами світу поліпшуються. Експорторозширювальний тип внутрішньоекономічного зростання та імпортозамінне зростання в решті світу погіршують умови торгівлі даної країни з рештою світу.

Під нейтральним зростанням торгівлі розуміють збільшення фізичного обсягу міжнародної торгівлі без зміни умов торгівлі між країнами.

Нейтральне зростання торгівлі можливе теоретично у випадку, коли всі чинники виробництва в усіх країнах зростають однаковими темпами.

Економічне зростання залежно від умов торгівлі та ефекту зростання по-різному впливає на добробут країни. Позитивний ефект зростання сам по собі свідчить про поліпшення добробуту країни. У протилежному випадку добробут знижується або залишається незмінним. Якщо ефект зростання позитивний і умови торгівлі країни поліпшуються внаслідок економічного зростання та торгівлі, то добробут країни підвищується. Якщо вони несприятливі, то добробут країни знижується, а у випадку їхньої зміни в протилежних напрямках добробут країн може погіршитися, поліпшитися або залишитися незмінними залежно від відносної величини цих показників.

Розрізняють розоряюче зростання, під яким розуміється ситуація, за якої погіршення умов торгівлі перекидає позитивний ефект, одержаний від економічного зростання [34, с. 143; 39, с. 128; 60, с. 104; 70, с. 183]. Деякі економісти вважають, що економічне зростання може мати для країн, що розвиваються, негативні наслідки. На їхню думку, може виникнути ситуація, коли зростання експортних галузей настільки погіршить умови торгівлі, що добробут бідної країни стане ще нижчим, ніж у випадку взагалі відсутності економічного зростання. Це пояснюється тим, що оскільки країни, що розвиваються, є експортерами, як правило, сировини, то їхнє зростання залежить від підвищення видобування та експорту сировини. На відміну від них, розвинуті країни почнуть розроблювати синтетичні замітники природної сировини. Таким чином, зростання в промислово розвинутих країнах буде імпортозамінним, а в країнах, що розвиваються, — експорторозширювальним. Країни, що розвиваються, в умовах такого експорторозширювального зростання експортуватимуть усе більше товарів, які стають дешевшими. Це настільки погіршить умови торгівлі, що перекине позитивний ефект від самого зростання. Вважається, що краще не прямувати до економічного зростання, ніж одержати таке експорторозширювальне зростання.

Американський економіст Джагліт Бхагваті з Колумбійського університету у своїй статті, яку опублікував у 1958 р., показав що такий негативний ефект зростання може виникнути лише в умовах дуже специфічної економічної моделі. Це — екстремальна модель

збільшення пропозиції, в якій гіпертрофоване експорторозширювальне зростання зіштовхується з різним спадом умов торгівлі.

Необхідні три умови для виникнення в країні розоряючого зростання:

- зростання намагається значно збільшити експорт, тобто зростання повинно спрямовуватися в напрямі поширення пропозиції експортних товарів. Зростання експортної пропозиції повинно бути настільки суттєвим, щоб уплинути на світові ціни;
- іноземний попит на експортні товари країни повинен бути настільки нееластичним щодо цін, що поширення експорту приведе до значного зниження світової ціни на даний експортний товар і умови торгівлі країни-експортера значно погіршаться;
- країна настільки сильно залежить від міжнародної торгівлі, що значне погіршення її умов торгівлі призведе до зниження національного добробуту.

Країни, які експортують широкий асортимент товарів ризикують менше. Країна, що розвивається, яка залежить від експорту одного чи декількох видів сировинних товарів, ризикує значно більше.

Однак модель розоряючого економічного розвитку розглядається як теоретична, яка не має практичного застосування.

Економічне зростання, підвищення конкурентоспроможності країни потребує адаптації до структурних змін, що відбуваються в міжнародній торгівлі. Ці зміни характеризують структурні зрушення у виробництві під впливом інновацій, зміни попиту, а також лібералізацію торговельних режимів.

До основних структурних змін відносять:

- падіння частки в міжнародній торгівлі сировинних продуктів, продуктів первинної переробки сировини;
- швидке збільшення в міжнародній торгівлі частки наукомістких товарів;
- поступове збільшення частки проміжних товарів, зростання значення торгівлі напівфабрикатами, компонентами, вузлами.



### Підсумки глави

1. Економічний розвиток країни характеризують такі показники, як приріст ВВП та ВВП на душу населення, який має назву «ефект багатства» або «ефект економічного розвитку». Основними чинниками, що визначають рівень економічного розвитку країн та сприяють міжнародній торгівлі є інновації та технологічні зрушення (науково-технічний прогрес), які підвищують ефективність діяльності та створюють нові конкурентні переваги; рівень економічної свободи, що свідчить про наявність ринкової економіки; природно-географічні умови, що формують природні конкурентні переваги; якість підготовки робочої сили.

2. Міжнародну торгівлю можна розглядати як рушій економічного зростання. Про це свідчать емпіричні дослідження, які показали, що темпи зростання ВВП та експорту тісно корелюють між собою; існує значна кореляція між часткою експорту у ВВП і темпами змін ВВП; збільшення темпів зростання експортних доходів на 1% зумовлює збільшення темпів зростання ВВП на 0,1%.

Розвинутість ринкового механізму країни залежить від рівня еластичності попиту на імпорт і еластичності пропозиції товару на експорт.

Конкурентоспроможність країни, особливо конкурентоспроможність експорту, суттєво сприяє економічному розвитку. Країни починають виробляти та експортувати товари та послуги, які відповідають вимогам міжнародних ринків, що дає змогу одержувати більше іноземної валюти і, тим самим, імпортувати продукцію, яка необхідна для підвищення продуктивності праці, рівня життя, реальних доходів.

3. Міжнародна торгівля розглядається і як похідна від економічного зростання. Характер впливу економічного зростання на торгівлю залежить від того, які фактори виробництва зростають — імпортозамінні чи експорторозширювальні.

Економічне зростання може бути експорторозширювальним, імпортозамінним, нейтральним. Для конкретної країни вигідний імпортозамінний тип внутрішньоекономічного зростання та експорторозширювальний тип зростання в решті світу, оскільки умови торгівлі країни з іншими країнами світу поліпшуються. Експорторозширювальний тип внутрішньоекономічного зростання та імпор-

тозамінне зростання в решті світу погіршують умови торгівлі даної країни з рештою світу.

Існує модель розоряючого економічного розвитку, яку вчені розглядають лише як теоретичну й яка не має практичного застосування.

### **Ключові поняття**

Економічний розвиток; міжнародна торгівля; ефект економічного розвитку; технологічні інновації; науково-технічний прогрес; економічна свобода; природно-географічні умови; якість людського капіталу; економічне зростання; еластичність експорту та імпорту; конкурентоспроможність; конкурентоспроможність експорту; умови торгівлі; експортрозширювальне, імпортозамінне, нейтральне, розоряюче зростання.

### **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 сутність еластичності експорту та імпорту?
6. Охарактеризуйте конкурентоспроможність експорту.
7. Які розрізняють типи економічного зростання і як економічне зростання впливає на міжнародну торгівлю?

### **Запитання 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 по показнику „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 експортоорієнтована модель?

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

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

- а) зростання забезпеченості факторами, яких раніше було недостатньо;
- б) міжнародне поширення інновацій;
- в) зміна смаків споживачів у країні.

Поясніть вашу відповідь.

8. Китай виготовляє трудові 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, український попит на імпорт нафти еластичний чи нееластичний.

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

### **Набуття практичних навичок**

1. Проаналізуйте за країнами світу позитивний вплив збільшення експорту на економічне зростання.

2. Підберіть приклади дії тих чи інших чинників сприяння економічному розвитку та міжнародній торгівлі. Дати їхню оцінку.

3. Проаналізуйте зв'язок між рівнем економічної свободи та ефектом економічного розвитку за країнами світу.

4. Проаналізуйте на прикладах окремих країн зв'язок між темпами зростання ВВП і темпами зростання експорту; між зміною частки експорту ВВП і темпами змін ВВП.

5. Оцініть конкурентоспроможність експорту України.

6. Підберіть приклади різних типів економічного зростання та оцініть їх.

7. Розрахуйте середній рівень економічної свободи та середній індекс конкурентоспроможності за групами країн (розвинуті країни, країни з перехідною економікою, країни, що розвиваються), серед яких виділіть групу найбільш розвинених, групу із середнім та високим ефектом економічного розвитку. Зробіть порівняльний аналіз із розвитком міжнародної торгівлі в групах цих країн.

8. Розподіліть країни залежно від рівня економічної свободи на «свободні», «в основному свободні», «середній рівень свободи», «відносно свободні», «пригнічені» та порівняйте з розвитком їхньої міжнародної торгівлі.

### **Web-сайти**

<b><a href="http://www.kmu.gov.ua">www.kmu.gov.ua</a></b>	Урядовий портал Кабінету Міністрів України. Містить інформацію про зовнішньоекономічну діяльність.
<b><a href="http://www.ukrstat.gov.ua">www.ukrstat.gov.ua</a></b>	Інформація щодо зовнішньоторговельних зв'язків України.
<b><a href="http://www.cia.gov">www.cia.gov</a></b>	Інформація про економічний потенціал країн світу.
<b><a href="http://www.rating.rbc.ru">www.rating.rbc.ru</a></b>	Пошук економічних рейтингів.
<b><a href="http://www.heritage.org">www.heritage.org</a></b>	Інформація американського аналітичного центру Heritage Foundation про загальний рівень економічної свободи за країнами світу.
<b><a href="http://www.handelsblatt.com">www.handelsblatt.com</a></b>	Інформація про загальний індекс конкурентоспроможності країн.

## **РОЗДІЛ II. ТЕОРІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

### **ГЛАВА 3. КЛАСИЧНІ ТЕОРІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- дати визначення теорій меркантилізму, абсолютних та порівняльних переваг, відносної забезпеченості країни факторами виробництва та парадоксу Леонтьєва;
- сформулювати переваги та обмеженість класичних теорій;
- пояснити, що є основою міжнародної торгівлі та який вииграш від неї отримують країни;
- визначати, які товари є предметом торгівлі та які товари експортує та імпортує кожна країна.

#### **3.1. Теорія меркантилізму**

Попередником класичних теорій є теорія меркантилізму.

Меркантилізм — це напрям економічної думки, розроблений європейськими вченими в XVII–XVIII ст., який підкреслює товарний характер виробництва.

Меркантилізм являє собою доктрину, в якій існуючий світ розглядається в статиці, а багатства народів як фіксоване явище — в кожний момент. Тому його адепти (Т. Мен, А. Серра, А. Монкретьєн) вважали, що зростання добробуту однієї країни можливе шляхом перерозподілу наявного багатства, тобто за рахунок зубожіння іншої країни. Меркантилісти асоціювали багатство із запасами дорогоцінних металів (золота і срібла). Країна, на їхню думку, тим багатша, чим більшою кількістю шляхетних металів вона володіє. Наявність більшої кількості грошей в обігу стимулює розвиток національного виробництва і збільшує зайнятість. Держава, на думку меркантилістів, повинна:

- стимулювати експорт і вивозити товарів більше, ніж завозити. Це забезпечить приплив золота;
- обмежувати імпорт товарів, особливо предметів розкоші, що забезпечить позитивне торговельне сальдо;
- заборонити виробництво готових виробів у своїх колоніях;
- заборонити вивозити сировину з метрополій у колонії і дозволити безмитний імпорт сировини, що не добувається всередині країни;
- стимулювати вивезення з колоній переважно дешевих сировинних товарів;
- заборонити будь-яку торгівлю своїх колоній з іншими країнами, крім метрополії, яка єдина може перепродувати колоніальні товари за рубіж.

Таким чином, в основі меркантилістської політики провідних країн було прагнення максимального нагромадження грошового капіталу і мінімального імпорту, тобто держава повинна продавати на зовнішньому ринку якнайбільше будь-яких товарів, а купувати якнайменше. При цьому в країні повинно накопичуватися золото.

Меркантилісти вважали за необхідне здійснювати державний контроль за всіма видами економічної діяльності та виправдовували економічний націоналізм.

Значення меркантилізму:

1. Концепція меркантилізму була першою спробою створити теорію міжнародної торгівлі, що прямо погоджувала торговельні відносини з внутрішньоекономічним розвитком країни, її економічним зростанням.

2. Меркантилісти розробили одну з можливих моделей розвитку міжнародної торгівлі на підставі товарного характеру виробництва. Вони заклали основи категоріального апарату, який використовується в сучасних теоріях міжнародної торгівлі, передусім у неомеркантилізмі.

3. Вперше описано те, що в сучасній економіці називається платіжним балансом [34, с. 81].

Однак меркантилісти не змогли зрозуміти, що збагачення однієї країни може відбуватися не тільки за рахунок зубожіння інших, з якими вона торгує, що міжнародна економіка розвивається, а тому розвиток країн можливий не тільки внаслідок перерозподілу вже іс-

нуючого багатства, а й за рахунок його нарощування. Тобто вони гадали, що країна може мати вигоду від торгівлі тільки за рахунок іншої держави, що робить торгівлю грою з нульовим результатом.

Нині ми бачимо прояви неомеркантилізму, коли країни з високим рівнем безробіття прямують до обмеження імпорту та стимулюють внутрішнє виробництво та зайнятість.

Меркантилістська школа панувала в економіці упродовж 1,5 сторіччя. На початок XVIII ст. у міжнародній торгівлі діяла велика кількість всляких обмежень. Правила торгівлі йшли врозріз з потребами виробництва. Відчувалася необхідність переходу до вільної торгівлі.

Подальший розвиток теорії міжнародної торгівлі набули в працях економістів класичної школи.

### 3.2. Теорія абсолютних переваг

Розвиток міжнародної торгівлі в період переходу провідних країн до великого машинного виробництва зумовив появу теорії абсолютних переваг, автором якої став А. Сміт [16, с. 10–13; 34, с. 83–86; 46, с. 38–39; 52, с. 47–52; 70, с. 23–24]. У праці «Дослідження про природу та причини багатства народів» (1776) він піддав критиці меркантилізм. Сміт дотримувався поглядів, згідно з якими багатство нації залежить не стільки від накопиченого ними запасу шляхетних металів (золота), скільки від можливостей економіки продукувати кінцеві товари і послуги. Тому найважливішим завданням уряду є не нагромадження золота і срібла, а здійснення заходів щодо розвитку виробництва на основі кооперації і поділу праці.

Отже, А. Сміт першим відповів на запитання «Чому країна цікавлена в міжнародному обміні?». Він вважав, що коли дві країни торгують одна з одною, то вони повинні мати вигравш від торгівлі. Коли одна з них нічого не виграє, то вона відмовиться від торгівлі.

Для держави може бути вигідним не тільки продаж, а й купівля товарів на зовнішньому ринку, і А. Сміт зробив спробу визначити, які саме товари вигідно експортувати, а які імпортувати, та звідки виникає вигравш від торгівлі.

Теорія міжнародної торгівлі А. Сміта заснована на таких передумовах:

- праця є єдиним чинником виробництва. Тільки вона впливає на продуктивність і ціну товару;
- повна зайнятість, тобто всі наявні трудові ресурси використовуються у виробленні товарів;
- у міжнародній торгівлі беруть участь тільки дві країни, що торгують між собою тільки двома товарами;
- витрати виробництва залишаються постійними, а їхнє зниження збільшує попит на товар;
- ціна одного товару виражена в кількості праці, витраченої на виробництво іншого;
- транспортні витрати на перевезення товарів з однієї країни в іншу не враховуються;
- зовнішня торгівля вільна від обмежень і регламентацій, тобто уряди не повинні втручатися в зовнішню торгівлю. Їм варто підтримувати режим відкритих ринків і свободи торгівлі;
- міжнародна торгівля збалансована (імпорт оплачується експортом);
- чинники виробництва не переміщуються між країнами.

Ця теорія отримала назву теорії абсолютних переваг, тому що ґрунтувалася на абсолютній перевазі: країна експортує той товар, витрати на вироблення якого менші, ніж у країні–торговельному партнері, та імпортує той товар, який виготовляється за кордоном з меншими витратами. Обидві країни виграють у результаті спеціалізації кожної з них на виробництві того товару, по якому вони мають абсолютну перевагу. Це дає можливість використовувати ресурси найбільш ефективно, внаслідок чого вироблення обох товарів зростає. Збільшення вироблення обох товарів являє собою вигравш від спеціалізації на виробництві, який поділяється між двома країнами в процесі міжнародного товарообміну.

Модель теорії абсолютних переваг можна продемонструвати на такому прикладі (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Принцип абсолютної переваги**

<b>Показники</b>	<b>Країна А</b>	<b>Країна В</b>
Час, необхідний для виробництва одиниці товару I (год.)	6	24
Час, необхідний для виробництва одиниці товару II (год.)	12	8



Дані табл. 3.1 показують, що на вироблення товару I у країні A потрібно 6 год., а в країні B — 24 год., тобто в країні A на вироблення одиниці товару I витрачається менше часу, ніж у країні B. Це свідчить про абсолютну перевагу країни A у виробленні товару I. У виробленні товару II абсолютну перевагу матиме країна B. Якщо країна A зменшить вироблення товару II і збільшить вироблення товару I, а країна B, навпаки, скоротить вироблення товару I і підвищить випуск товару II, то буде мати місце міжнародний поділ праці (міжнародна спеціалізація) і міжнародна торгівля на основі принципу абсолютної переваги (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Вигоди від міжнародної торгівлі на основі теорії абсолютних переваг**

Види товарів	Країна А	Країна В	Світ у цілому
Товар I	+2 од.	-1 од.	+1 од.
Товар II	-1 од.	+3 од.	+2 од.

Якщо в країні A вироблення товару II зменшиться на 1 шт., то країна зекономить 12 год, які вона може використати для випуску додаткових 2 шт. товару I. Аналогічну ситуацію можна спостерігати і в країні B: внаслідок скорочення вироблення на 1 шт. товару I буде зекономлено 24 год, які можна використати для додаткового випуску 3 шт. товару II. Таким чином, світове вироблення товару I збільшиться на 1 шт., а товару II — на 2 шт. без використання додаткових ресурсів (тобто при незмінній кількості праці), а тільки завдяки міжнародній спеціалізації.

Головний висновок теорії абсолютних переваг полягає в тому, що від міжнародної торгівлі виграє кожна країна і це має вирішальне значення для формування зовнішнього сектора економіки. Міжнародна торгівля є грою не з нульовим, а з позитивним результатом, тобто поділ праці вигідний не тільки на національному, а й на міжнародному рівні. Однак нині за допомогою принципу абсолютної переваги можна пояснити лише невелику частку міжнародної торгівлі (наприклад, деяку частку торгівлі між розвинутими країнами і країнами, що розвиваються). Переважну частину міжнародної торгівлі, особливо між розвинутими країнами, ця теорія не пояснює, оскільки не розглядає ситуацію, коли країни торгують між собою, одна з яких не має абсолютної переваги ні по жодному товару. Це пояснив Д. Рікардо.

### 3.3. Теорія порівняльних переваг

Правило міжнародної спеціалізації залежно від абсолютних переваг виключало з міжнародної торгівлі країни, які таких не мали. Д. Рікардо в праці «Принципи політичної економії й оподаткування» (1817) розвинув теорію абсолютних переваг і довів, що наявність абсолютних переваг у національному виробництві того чи іншого товару не є необхідною умовою для розвитку міжнародної торгівлі — міжнародний обмін можливий та бажаний за наявності порівняльних переваг.

Теорія міжнародної торгівлі Д. Рікардо ґрунтується на таких передумовах:

- вільна торгівля;
- постійні витрати виробництва;
- відсутність міжнародної мобільності робочої сили;
- відсутність транспортних витрат;
- відсутність технічного прогресу;
- повна зайнятість;
- існує один чинник виробництва (праця) [52, с. 53].

Теорія порівняльних переваг говорить, що якщо країни спеціалізуються на виробництві тих товарів, які вони виробляють з відносно нижчими витратами порівняно з іншими країнами, то торгівля буде взаємовигідною для обох країн, незалежно від того, чи буде виробництво в одній з них абсолютно більш ефективнішим, ніж в іншій.

Іншими словами: підставою для виникнення і розвитку міжнародної торгівлі може слугувати винятково різниця у відносних витратах виробництва цих товарів незалежно від абсолютної величини цих витрат. Принцип порівняльних переваг є орієнтиром для спеціалізації країни: сукупний обсяг випуску буде найбільшим, коли кожний товар вироблятиме та країна, де нижчі відносні, тобто альтернативні, витрати (відносна, тобто альтернативна, ціна).

Відносні (альтернативні) витрати — це робочий час, необхідний для вироблення одиниці одного товару, виражений через робочий час, необхідний для вироблення одиниці іншого товару. Так, у випадку, якщо відносні витрати (а) на випуск одних і тих самих двох товарів (I і II) у країні А нижчі, ніж у країні В, то має місце відносна перевага:

$$\frac{a_I^A}{a_{II}^A} < \frac{a_I^B}{a_{II}^B} \left( \text{або } \frac{a_I^A}{a_I^B} < \frac{a_{II}^A}{a_{II}^B} \right).$$

Ця відносна перевага свідчить, що витрати на вироблення товару I, виражені через витрати на вироблення товару II у країні А, нижчі, ніж відносні витрати на випуск цього товару в країні В. Порівняльна перевага залежить від співвідношення продуктивності праці в країні А і В.

Розглянемо приклад принципу порівняльної переваги.

Візьмемо такі країни, як Англія і Португалія, і припустимо, що вони торгують одна з одною. Оскільки дві економіки не взаємодіють, то можна очікувати, що ціни на одні й ті самі товари в Англії і Португалії різні. Цю різницю в цінах Д. Рікардо пояснював неоднаковою продуктивністю праці в цих країнах. Крім того, наслідком неоднакової продуктивності праці була також і різниця в доходах, бо трудові витрати повинні компенсуватися, виходячи з їхньої продуктивності.

Припустимо, що кожна країна може вибирати, куди направляти свої трудові ресурси: на вироблення пива, зерна або якихось поєднань цих товарів. Час, необхідний для їхнього вироблення, і час, який є в наявності, показано в табл. 3.3.

Таблиця 3.3

### Принцип порівняльної переваги

Показники	Англія	Португалія
Час, необхідний для вироблення 1 галона пива, год	6	7,5
Час, необхідний для вироблення 1 фунта зерна, год	4	10
Час, що є в наявності, год	36	60

Зауважимо, що Португалія менш ефективна у виробленні як пива, так і зерна. Ця нижча продуктивність і впливає на те, що португальці бідніші за британців: англійський робітник може виготовити 1 галон за 6 год, а португальський — за 7,5 год. Висловлюючись економічною мовою, Англія має абсолютну перевагу у виробленні обох товарів. Відносні ціни на товари в обох країнах можна легко підрахувати. Витрати на вироблення 1 галона пива в Англії у 1,5 разу вищі, ніж витрати на вироблення 1 фунта зерна. Отже, 1 фунт зерна

коштуватиме 0,66 галона пива. Так само в Португалії відносна ціна фунта зерна відповідає 1,33 галона пива. Виробничі можливості і доходи кожної країни відображені на рис. 3.1.



Рис. 3.1. Ілюстрація вигащу від торгівлі за моделлю Д. Рікардо

Англія може задіяти всі свої трудові ресурси на виготовленні пива і спожити потім 6 галонів пива, але залишитися без зерна (точка *A*). Навпаки, всю працю можна спрямувати на виробництво 9 фунтів зерна (точка *B*). Англія може також виробити і спожити будь-яке поєднання пива і зерна, що показано на лінії *AB*. Припустимо, що таке поєднання вибрано: сукупне вироблення і споживання становить 4 галони пива і 3 фунти зерна (точка *C*). Зазначимо, що ніяка точка, що лежить праворуч від лінії *ACB*, не може бути досягнута, оскільки Англія просто неспроможна виробити більше через брак додаткового робочого часу. Будь-яка точка, що лежить ліворуч від лінії *ACB*, означає, що не всі трудові ресурси будуть використані. З іншого боку, Португалія може виробити і спожити 8 галонів пива (точка *X*) і 6 фунтів зерна (точка *Z*) або будь-яку комбінацію цих товарів, яка знаходиться на лінії *XZ*: припустимо, 2,66 галона пива і 4 фунти зерна (точка *Y*).

Тоді як Англія більш ефективна у виробленні обох товарів, ціни на пиво по відношенню до зерна менші в Португалії. Англія має абсолютну перевагу у виробленні зерна і пива, але Португалія володіє порівняльною перевагою у випуску пива.

Результат аналізу Д. Рікардо такий: торгівля принесе вигоду обох країнам, навіть незважаючи на те, що Англія має абсолютну перевагу у виробленні цих товарів. Якщо Англія і Португалія почнуть торгувати, то Англія платитиме не більше, ніж 1,5 фунта зерна за кожний галон пива, оскільки це ціна внутрішнього ринку, а Португалія — не більше 1,33 галона пива за кожний фунт зерна. Припустимо, що вплив попиту і пропозиції встановив рівноважну ціну 1 галона пива за 1 фунт зерна. Кожна країна спеціалізуватиметься на виробленні порівняно дешевшого товару.

Отже, оскільки в Англії відносно дешевше виробляти зерно ніж пиво, то всю працю краще спрямувати на виробництво 9 фунтів зерна. В Португалії порівняно дешевше виробляти пиво. Якщо вона спеціалізуватиметься на ньому, то виробить 8 галонів пива. Вже за новими цінами британці за свої 9 фунтів зерна отримують 9 галонів пива, тоді як до торгівлі з Португалією кожний фунт зерна міг бути проданий лише за 0,66 галона. Так само в Португалії тепер буде дешевшим зерно. Новий рівень споживання показано на малюнку штриховою лінією. У британців нова точка споживання —  $C_1$ , а у португальців —  $Y_1$ . Спеціалізація завдяки порівняльним перевагам підвищила добробут обох країн.

Таким чином, для того щоб обидві країни отримали вигоду від торгівлі, вони повинні імпортувати товар відносно дешевий, ніж коли б він був вироблений усередині країни, та експортувати товар за відносно вищою ціною, ніж його можна було б продати всередині країни в умовах автаркії (табл. 3.4).

Кожна країна, беручи участь у міжнародній торгівлі, може відокремити споживання від виробництва, що забезпечить вищий рівень задоволення потреб споживачів.

У результаті міжнародної спеціалізації кожна країна отримує позитивний економічний ефект (вигоду від торгівлі), який реалізується у формі зростання випуску (виробничий ефект) і збільшення обсягів споживання (споживчий ефект).

Таблиця 3.4

## Відносна перевага та вигоди від торгівлі

	Вироблення і споживання за відсутності торгівлі		Вироблення за умови спеціалізації		Споживання після продажу Англією 5 ф. зерна та закупівлі в неї 5 г. пива		Збільшення споживання завдяки спеціалізації та торгівлі	
	Зерно	Пиво	Зерно	Пиво	Зерно	Пиво	Зерно (гр.6–гр.2)	Пиво (гр.7–гр.3)
Англія	3	4	9	0	4	5	1	1
Португалія	4	2,66	0	8	5	3	1	0,34
Загальний обсяг виробництва	7	6,66	9	8	–	–	–	–

У моделі Д. Рікардо внутрішні ціни визначаються лише вартістю, тобто умовами пропозиції. Але світові ціни можуть також установлюватися умовами світового попиту, що довів англійський економіст Дж. Стюарт Міль. У праці «Принципи політичної економії» він показав, за якою ціною здійснюється обмін товарами між країнами.

В умовах вільної торгівлі товари будуть обмінюватися за таким співвідношенням цін, що встановлюється десь у проміжку між існуючими усередині кожної з країн відносними цінами на товари, якими вони торгують. Точний кінцевий рівень цін, тобто світових цін, взаємної торгівлі залежатиме від обсягу світового попиту та пропозиції на кожний з цих товарів.

Відповідно до розробленої теорії (теорії взаємного попиту), ціна імпортного товару визначається через ціну товару, який потрібно експортувати, щоб оплатити імпорт. Тому кінцеве співвідношення цін під час торгівлі визначається внутрішнім попитом на товари в кожній з торгуючих країн [34, с. 88–89; 39, с. 37].

Отже, світова ціна встановлюється на основі співвідношення попиту та пропозиції, і її рівень повинен бути таким, щоб дохід від сукупного експорту країни дав їй можливість оплатити імпорт. Однак, аналізуючи порівняльні переваги, досліджується не ринок окремого

товару, а відношення між ринками двох товарів, які виробляються одночасно в двох країнах. Тому слід розглядати не абсолютні обсяги попиту та пропозиції товарів I і II, а їхні відносні обсяги попиту та пропозиції (рис. 3.2).

Відносна світова ціна  
товару I,  $P_I/P_{II}$

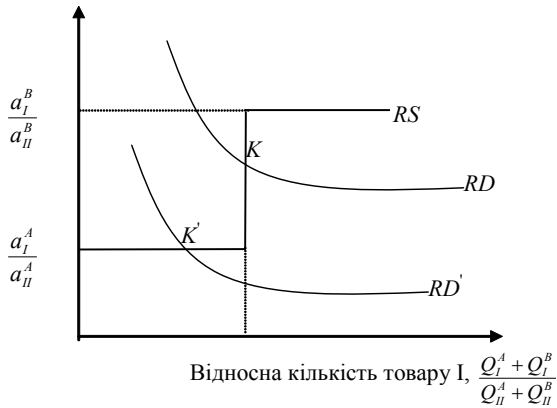


Рис. 3.2. Формування відносної світової ціни та відносні світовий попит і світова пропозиція

На рис. 3.2 розглядаються відносні світовий попит і світова пропозиція товару I. При цьому припускається, що країна А має відносні переваги у виробництві товару I ( $\frac{a_I^A}{a_{II}^A} < \frac{a_I^B}{a_{II}^B}$ ). Відносна світова ціна

товару I, яка виражається за допомогою визначеної кількості товару II, становить  $P_I/P_{II}$ . Крива відносного попиту позначена як  $RD$ , а крива відносної пропозиції —  $RS$ . Відносна світова ціна визначається точкою перетину кривих  $RD$  і  $RS$ , тому що для досягнення загальносвітової рівноваги необхідно, щоб відносний попит дорівнював відносно пропозиції.

Крива  $RS$  являє собою два горизонтальних відрізки, які з'єднуються вертикальним відрізком прямої.

На горизонтальних відрізках відносна світова ціна дорівнює відносним цінам у країнах А і В (тобто в країні А:  $\frac{P_I}{P_{II}} = \frac{a_I^A}{a_{II}^A}$ , а в країні В:

$\frac{P_I}{P_{II}} = \frac{a_I^B}{a_{II}^B}$ ). За таких значень відносної світової ціни кожна країна вироблятиме обидва товари в будь-яких співвідношеннях, оскільки і за товар I і за товар II робітники країни A і B отримують однакову ціну. Країнам стає однаково, який з двох товарів виробляти, і тому повної спеціалізації на виробництві товару I або товару II в країнах не буде.

Якщо  $\frac{P_I}{P_{II}} < \frac{a_I^A}{a_{II}^A}$ , то товар I не вироблятиме. Крива *RS* показує відсутність пропозиції товару I. Країни A і B почнуть спеціалізуватися на виробництві товару II.

Якщо  $\frac{P_I}{P_{II}} > \frac{a_I^B}{a_{II}^B}$ , то обидві країни будуть спеціалізуватися на виробленні тільки товару I. При цьому випуск товару II припиниться, тому відносна пропозиція товару I стане безконечно великою.

Крива відносного попиту (*RD*) відображає ефект заміщення товару I товаром II. Із зростанням ціни товару I споживачі все менше його купують і перевагу віддають товару II. У випадку пересічення кривих відносного попиту та відносною пропозиції на вертикальному відрізку *RS* в точці K значення відносної світової ціни буде знаходитися між відносною ціною товару I в країні A і відносною ціною товару I в країні B, які існували до початку торгівлі. Тоді кожна країна буде спеціалізуватися на товарі, по якому вона має порівняльну перевагу: країна A випускає тільки товар I, а країна B — товар II.

Однак є й інші варіанти. Якщо, наприклад, вихідна крива відносного попиту *RD* займає положення *RD'*, то точка перетину *RS* і *RD'* (K') лежатиме на нижньому горизонтальному відрізку *RS*. В точці K' відносна світова ціна товару I дорівнює його альтернативним витратам ( $\frac{a_I^A}{a_{II}^A}$ ) в країні A. Це означає, що економіка країни A не потребує спеціалізації ні на товарі I, ні на товарі II.

Таким чином, ця теорія є основою визначення ціни товару з урахуванням порівняльних переваг.

Однак її недоліком є те, що вона може застосовуватися тільки по відношенню до майже однакових країн за розмірами, коли внутрішній попит в одній із них може вплинути на рівень цін в іншій.



За умов спеціалізації країн на торгівлі товарами, у виробленні яких вони мають відносні переваги, країни можуть одержати вигоду від торгівлі (економічний ефект).

Вигода від торгівлі виникає внаслідок того, що країна здатна одержати за свої товари більше необхідних їй іноземних товарів із-за кордону, ніж у себе на внутрішньому ринку. Вигода від торгівлі одержується як з боку економії витрат праці, так і з боку зростання споживання.

Значення теорії порівняльних переваг полягає в такому:

- вперше описано баланс сукупного попиту та сукупної пропозиції. Вартість товару визначається співвідношенням сукупного попиту та пропозиції на нього, пропонувані як усередині країни, так і з-за кордону;
- теорія справедлива стосовно будь-якої кількості товару і будь-якої кількості країн, а також для аналізу торгівлі між різними її суб'єктами. У цьому випадку спеціалізація країн на тих чи інших товарах залежить від співвідношення рівнів зарплатні в кожній з країн;
- теорія обґрунтувала існування вигоди від торгівлі для всіх країн, що беруть участь у ній;
- з'явилася можливість будувати зовнішньоекономічну політику на науковому фундаменті [34, с. 96; 52, с. 59].

Обмеженість теорії порівняльних переваг полягає в тих вихідних передумовах, на яких вона будується. Вона не враховує впливу зовнішньої торгівлі на розподіл доходів усередині країни, коливання цін і заробітної плати, міжнародного руху капіталу, не пояснює торгівлі між майже однаковими країнами, жодна з яких не має відносної переваги перед іншою, бере до уваги тільки один чинник виробництва — працю.

### **3.4. Теорія відносної забезпеченості країн факторами виробництва та її тестування В. Леонт'євим**

У класичних теоріях торгівлі між країнами пояснюється різниця в них абсолютними та відносними витратами праці на вироблення товарів, тобто порівняльна перевага виникає лише в умовах міжна-

родної відмінності продуктивності праці. Однак у цих теоріях не пояснено причин походження порівняльних переваг, які має та чи інша країна–торговельний партнер. Виходячи з дослідження чинників, що впливають на товарну номенклатуру й обсяг міжнародної торгівлі, шведські вчені Е. Хекшер і Б. Олін в 20-30-х роках ХХ ст. уточнили і доповнили ключові положення теорії порівняльних переваг і сформулювали концепцію факторів виробництва.

У реальній дійсності розвиток торгівлі ґрунтується не тільки на відмінностях продуктивності праці, а й на відмінностях у наділеності країн ресурсами (землею, капіталом, сировиною). Хекшер і Олін спробували довести, що різна відносна забезпеченість країн виробничими ресурсами зумовлює різницю у відносних цінах на товари, що створює передумови для міжнародної торгівлі.

Теорія ґрунтується заснована на таких передумовах:

- існує дві країни (А і В), два товари (І і ІІ) та два фактори виробництва (праця  $L$  та капітал  $K$ ). Кожна країна по-різному забезпечена факторами;
- товар І трудомісткий, а товар ІІ — капіталомісткий у кожній країні;
- в країнах однакові уподобання (смаки) споживачів;
- економіка країн характеризується досконалою конкуренцією;
- транспортних витрат немає;
- виробництво обох товарів у кожній країні характеризується постійною віддачею від масштабу (збільшення кількості праці та капіталу, які використовуються у виробництві будь-якого товару, збільшує випуск товару в тій самій пропорції);
- технології в обох країнах однакові;
- міжнародний рух чинників виробництва відсутній;
- повної спеціалізації країн на виробництві якого-небудь товару бути не може [16, с. 72; 34, с. 100; 52 с. 68; 39, с. 90–116; 70, с. 97–137].

Щоб показати роль структури факторів виробництва у визначенні напрямів та наслідків розвитку міжнародної торгівлі, Хекшер та Олін формують допущення щодо різної факторомісткості (фактороінтенсивності) окремих товарів (один товар — трудомісткий, інший — капіталомісткий) і різної факторонасиченості окремих країн (в одній країні капіталу порівняно більше, в іншій — менше).

Факторомісткість (фактороінтенсивність) — це показник, що визначає відносні витрати факторів виробництва на створення певного товару.

Згідно з теорією Хекшера–Оліна, один товар (товар I) трудомісткий, а другий (товар II) — капіталомісткий. Сказане означає, що в обох країнах для вироблення товару I необхідно більше праці, ніж для товару II, тобто відношення праці та капіталу ( $L/K$ ) вище у виробленні товару I, ніж товару II при тих самих відносних цінах на фактори виробництва. Це рівнозначно твердженню, що співвідношення  $K/L$  нижче для товару I, ніж для товару II. Наведені порівняння мають такий вигляд:

$$L_I/K_I > L_{II}/K_{II} \quad \text{або} \quad K_I/L_I < K_{II}/L_{II}.$$

Однак це не означає, що відношення  $K/L$  однакове для товару I і в країні А і в країні В. Це тільки свідчить, що  $K/L$  в обох країнах нижче для товару I, ніж для товару II.

Розглянемо числовий приклад. У світі існує два товари (I та II), з яких товар I трудомісткий, а товар II капіталомісткий ( $K_{II}/L_{II} > K_I/L_I$ ), [70, с. 99–101]. Якщо для вироблення однієї одиниці товару II необхідні дві одиниці капіталу ( $2K$ ) та дві одиниці праці ( $2L$ ), то  $K_{II}/L_{II} = 2/2 = 1$ . Якщо для вироблення однієї одиниці товару I необхідно  $1K$  та  $4L$ , то  $K_I/L_I = 1/4$ . Щоб визначити, який з товарів капіталомісткий, а який трудомісткий важливим є тільки відношення  $K/L$ , а не абсолютні значення капіталу та праці. Так, якщо для вироблення одиниці товару I буде необхідно вже  $3K$  та  $12L$  (замість  $1K$  та  $4L$ ), а для вироблення одиниці товару II так само необхідно  $2K$  та  $2L$ , то все рівно товар II залишається капіталомістким, оскільки  $K_{II}/L_{II} = 2/2 = 1$ , а  $K_I/L_I = 3/12 = 1/4$  ( $K_{II}/L_{II} > K_I/L_I$ ).

Проілюструємо графічно капіталомісткість та трудомісткість виробництва товарів (рис. 3.3).

На рис. 3.3 виробництво ілюструється променями, які проведені від початку координат. Їх нахил показує співвідношення між капіталом та працею. Розглянемо ситуацію в країні А. Країна А може виробляти одну одиницю товару II ( $1_{II}$ ), використовуючи  $2K$  і  $2L$ . Маючи  $4K$  і  $4L$ , країна А може виробляти дві одиниці товару II ( $2_{II}$ ). Це виходить з припущення про постійний ефект масштабу. Тобто в нашому прикладі країна А збільшила в два рази кількість  $K$  та  $L$  у виробництві

товару II, значить і обсяг виробленого товару  $II_1$  зросте в два рази. З другого боку, для вироблення однієї одиниці товару I ( $1_I$ ) необхідно  $1K$  та  $4L$ , а для вироблення двох одиниць товару I ( $2_I$ ) –  $2K$  та  $8L$ . Тому в країні А  $K_I/L_I = 1/4$  і нахил променя товару I дорівнює  $1/4$ . Нахил променя товару II ( $K_{II}/L_{II}$ ) більший, ніж для товару I, тому в країні А товар II капіталомісткий, а товар I – трудомісткий.

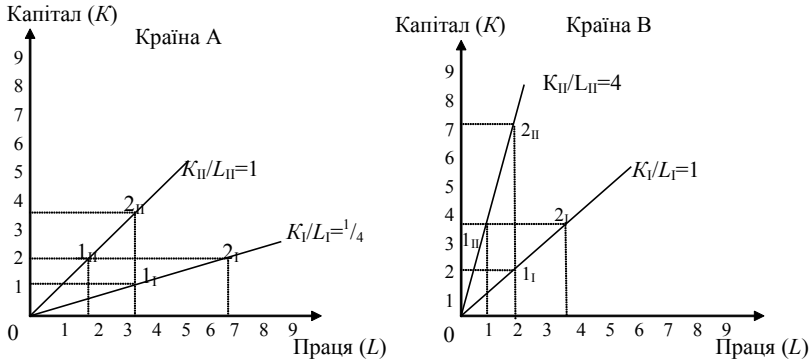


Рис. 3.3. Капіталомісткість та трудомісткість виробництва товарів I та II в країнах А і В

У країні В нахил променя для товару II ( $K_{II}/L_{II}$ ) більший і дорівнює 4, а для товару I ( $K_I/L_I$ ) – 1. Тому в неї теж товар II капіталомісткий, а товар I – трудомісткий.

Отже, товар II більш капіталомісткий по відношенню до товару I в обох країнах. Однак у країні В вище співвідношення  $K/L$  як у виробленні товару II (в країні В  $K_{II}/L_{II} = 4$ , а в країні А  $K_{II}/L_{II} = 1$ ), так і у виробленні товару I (у країні В  $K_I/L_I = 1$ , а в країні А  $K_I/L_I = 1/4$ ).

Як видно з прикладу, вироблення окремих товарів потребує різних відносних витрат капіталу та праці, що відображається в показнику фактороінтенсивності (факторомісткості) і дає змогу поділяти товари на капіталомісткі та трудомісткі.

Факторонасиченість країни – це показник, що визначає відносну забезпеченість країни факторами виробництва.

Існує два методи визначення країни факторами виробництва: метод I – через абсолютні розміри факторів виробництва ( $K$  та  $L$ );

метод II — через відносні ціни кожного з факторів. Звичайно ціною капіталу вважається відсоткова ставка ( $r$ ), а ціною праці — заробітна плата ( $w$ ) [34, с. 102; 52, с. 70; 70, с. 101].

Якщо визначати факторонасиченість методом I, то країна В має надлишок капіталу, якщо відношення загального обсягу капіталу до загальної кількості праці ( $TK/TL$ ) в країні В вище, ніж у країні А, тобто виконується умова:  $TK_B/TL_B > TK_A/TL_A$ . Слід звернути увагу, що це не абсолютна кількість  $K$  та  $L$ , а співвідношення загальної кількості капіталу до загальної кількості праці. Країна В може мати менший обсяг капіталу, ніж країна А, але вважатися капіталонасиченою країною, якщо  $TK_B/TL_B > TK_A/TL_A$ .

Визначення факторонасиченості методом I розглядає лише позицію факторів і не розглядає попиту.

Згідно з методом II, заснованим на цінах факторів, країна В вважається відносно більш забезпеченою капіталом (має відносний надлишок капіталу), ніж країна А, якщо відношення ціни капіталу до ціни праці ( $P_K/P_L$ ) нижче, ніж у країні А. Це твердження відповідає простому економічному закону, який говорить, що все рідкісне дороге коштує, а все надлишкове є дешевим, тобто рідкісні фактори мають підвищену вартість, а надлишкові — низьку. Якщо країна В має відносний надлишок капіталу, то він порівняно дешевший від праці. Таким чином, для країни В повинна виконуватися умова:

$$\frac{P_K^B}{P_L^B} < \frac{P_K^A}{P_L^A}, \text{ або } r_B/w_B < r_A/w_A.$$

Отже, в цьому випадку маємо справу не з абсолютним рівнем  $r$ , який визначає наявність або відсутність надлишку капіталу в країні, а лише з відношенням  $r/w$ . Так, у країні В  $r$  може бути більшою, ніж у країні А, але країна В буде капіталонасиченою, якщо  $r_B/w_B < r_A/w_A$ .

Визначення факторонасиченості у відносних цінах факторів виробництва дозволяє розглядати як попит на фактори, так і пропозицію на них, оскільки в умовах сучасної конкуренції ціна товару або фактора виробництва визначається і попитом, і пропозицією. Попит на фактор виробництва завжди є похідним попитом (він одержується завдяки попиту на кінцевий товар, у виробництві якого потрібен цей фактор). Наприклад, може статися, що попит на капіталомісткий товар II, а тому і попит на капітал у країні В буде настільки вищим, ніж

у країні А, що, незважаючи на порівняно більшу пропозицію капіталу в країні В, відносна ціна капіталу в країні В буде вища, ніж у країні А. У цьому випадку країна В має надлишок капіталу при визначенні показника капіталонасиченості методом І (через абсолютні розміри  $K$ ), тобто є капіталозабезпеченою, а при використанні методу ІІ (через відносні ціни  $K$ ) вона має надлишок праці, тобто є трудозабезпеченою. У такій ситуації слід користуватися методом ІІ.

У зв'язку з тим, що країна В має надлишок капіталу, а товар ІІ є капіталомістким, то країна В може відносно більше виробляти товару ІІ, ніж країна А. В той же час країна А має надлишок праці, а товар І є трудомістким, тому вона може виробляти відносно більше товару І порівняно з країною В. Тому графік межі виробничих можливостей для країни А та В має різний вигляд (рис. 3.4).

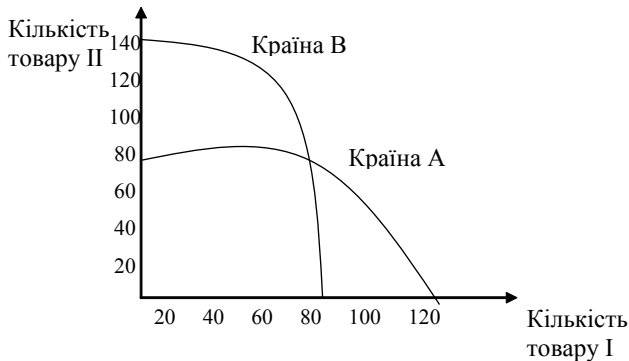


Рис. 3.4. Межі виробничих можливостей країни А та країни В

Наведений графік свідчить, що оскільки країна А трудонасичена, а товар І — трудомісткий, то межа виробничих можливостей країни А знаходиться ближче до осі абсцис, яка вимірює кількість товару І. Межа виробничих можливостей країни В розташована ближче до осі ординат, тому що країна В має надлишок капіталу, а товар ІІ більш капіталомісткий.

Теорія відносної забезпеченості країни факторами виробництва може бути представлена двома теоремами: теоремою Хекшера–Оліна та теоремою вирівнювання цін на фактори виробництва (теорема Хекшера–Оліна–Самуельсона).

Суть теореми Хекшера–Оліна зводиться до такого: кожна країна буде експортувати ті фактороінтенсивні товари, для виробництва яких вона використовує відносно надлишкові та дешеві фактори виробництва та імпортувати ті товари, для виробництва яких потрібні відносно дефіцитні та дорогі для них ресурси.

Теорема Хекшера–Оліна, по-перше, визнає, що торгівля ґрунтується на порівняльних перевагах, і, по-друге, показує, що причиною різниці у відносних цінах товарів між двома країнами в умовах відсутності торгівлі є відмінності у відносному надлишку факторів та відносних цін на них. Ця різниця у відносних цінах фактора виробництва та відносних цінах товару потім викликає різницю між абсолютними цінами на фактор виробництва і товар між двома країнами. Ця різниця в абсолютних цінах товару в обох країнах є основною причиною торгівлі. Таким чином, різниця у відносних цінах на товар у різних країнах, а також структура та торгівля між ними пояснюється відмінностями в наділенні їх факторами виробництва.

Модель Хекшера–Оліна є моделлю загальної рівноваги (рис. 3.5).

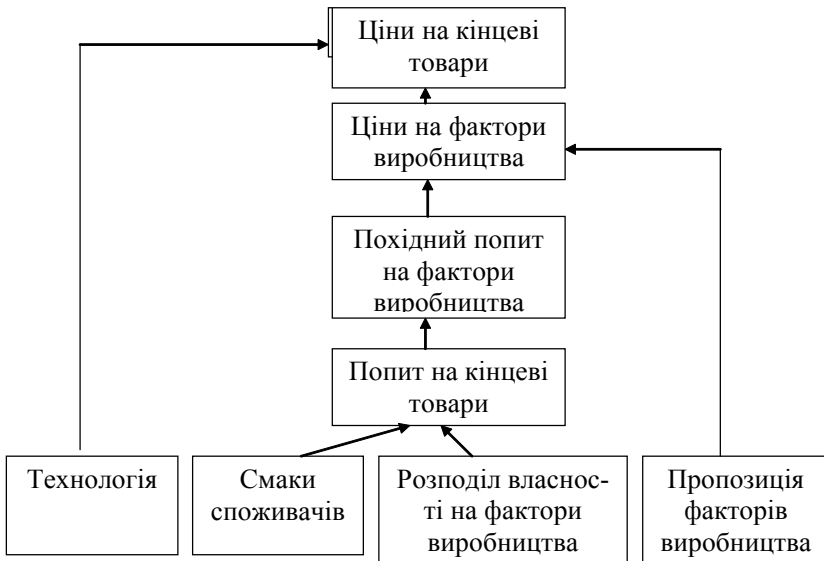


Рис. 3.5. Загальна рівновага в моделі Хекшера–Оліна

Попит на товари визначають смаки та уподобання споживачів, а також розподіл доходів. Похідним від нього буде попит на фактори виробництва (працю та капітал), які необхідні для виготовлення товару. Попит на фактори виробництва разом із їхньою пропозицією визначають ціну праці та капіталу в умовах досконалої конкуренції. Ціну на товар визначають ціни на фактори виробництва та технології, які застосовуються.

Для того щоб пояснити відмінності у відносних цінах товарів і розвиток торгівлі між країнами, в теоремі підкреслюється різниця в пропозиції факторів виробництва в різних країнах при однакових у них смаках споживачів та технологіях. Однакові уподобання споживачів та однаковий розподіл доходів між країнами сприяє виникненню схожого попиту на товари та фактори виробництва в різних країнах. Таким чином, різниця в пропозиції тих чи інших факторів виробництва в різних країнах є причиною різних відносних цін на фактори виробництва в цих країнах. Однакова технологія при різних факторних цінах зумовить різні відносні ціни на товари, а це приведе до торгівлі між країнами.

Подальшого розвитку теорема Хекшера–Оліна набула в теоремі вирівнювання цін на чинники виробництва (теорема Хекшера–Оліна–Самуельсона). Вона відповідає на запитання: якщо змінюється відносна ціна трудомісткого товару, то як зміниться відносна ціна самої праці у трудонасиченій країні, що виготовляє цей товар, а також якщо змінюється відносна ціна капіталонасиченого товару, то як зміниться ціна капіталу в капіталонасиченій країні.

Суть теореми вирівнювання цін на чинники виробництва полягає ось у чому: міжнародна торгівля приводить до вирівнювання абсолютних та відносних цін на товари, а це, в свою чергу, приводить до вирівнювання відносних та абсолютних цін на однорідні фактори виробництва, за допомогою яких виготовлені ці товари в країнах–торговельних партнерах.

Міжнародна торгівля стає заміною міжнародному переміщенню факторів виробництва, тобто вона приводить до того, що ставки заробітної плати за працю ( $w$ ) однакової освіти, кваліфікації, продуктивності, а також відсоткова ставка за капітал ( $r$ ), який характеризується однаковою продуктивністю та ризиком, стають однаковими в обох країнах. Отже, відносні та абсолютні ціни на фактори виробництва (працю та



капітал) вирівнюються в єдині світові ціни. Як це здійснюється на практиці, проілюструємо на прикладі, який використовувався раніше. Так, відносна ціна праці в країні А нижча, ніж у країні В, тому в умовах автаркії відносна ціна товару І в країні А також нижча порівняно з країною В. Оскільки країна А спеціалізується на виробництві трудомісткого товару І і скорочує виробництво капіталомісткого товару ІІ, то відносний попит на працю збільшується, і її ціна ( $w$ ) також зростає. Одночасно відносний попит на капітал знижується, і його ціна ( $r$ ) також зменшується. У країні В, яка спеціалізується на виробництві капіталомісткого товару ІІ, здійснюються зворотні процеси: випуск трудомісткого товару І зменшується, зростає відсоткова ставка (попит на капітал зростає) та знижується ставка заробітної плати (попит на працю зменшується).

Отже, міжнародна торгівля підвищує  $w$  в країні А, яка характеризується низькими ставками заробітної плати, і, відповідно, знижує  $w$  в країні В, для якої характерні високі ставки заробітної плати. Через це відбувається процес скорочення існуючої раніше різниці у  $w$  між країною А та В.

Так само зменшується різниця між  $r$  у країнах А та В: завдяки міжнародній торгівлі в країні А з високою ціною капіталу  $r$  знижується, а в країні В з дешевим капіталом  $r$  підвищується.

Теоретично можлива ситуація, коли між країнами не буде різниці у відносних цінах на фактори виробництва, що призведе до припинення міжнародної торгівлі.

Графічно вирівнювання відносних цін на фактори виробництва в процесі торгівлі показано на рис. 3.6.

Відносну ціну праці ( $w/r$ ), як фактора виробництва, відкладаємо на осі абсцис, а відносну ціну товару І ( $P_I/P_{II}$ ) — на осі ординат. Оскільки кожне відношення  $w/r$  пов'язано з конкретним відношенням  $P_I/P_{II}$ , то взаємозв'язок між ними (між  $w/r$  та  $P_I/P_{II}$ ) у країнах, що діють, згідно з припущеннями, в умовах досконалої конкуренції та використовують подібну технологію, буде однотипним.

До початку торговельних відносин ринкова рівновага в країні А досягається в точці А при  $w/r=(w/r)_A$  та  $P_I/P_{II}=P_A$ , а в країні В — у точці В (при  $w/r=(w/r)_B$  та  $P_I/P_{II}=P_B$ ). Оскільки в умовах відсутності торгівлі відношення  $w/r$  нижче для країни А та вище для країни В:  $P_A < P_B$ , то це означає, що країна А має відносну перевагу у виробництві трудомісткого товару І.

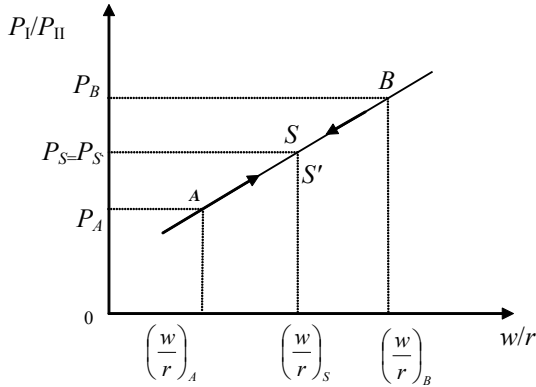


Рис. 3.6. Вирівнювання відносних цін на фактори виробництва у двох країнах–торговельних партнерах

З початком торгівлі країна А спеціалізується на виробництві трудомісткого товару I та одночасно скорочує виробництво товару II. Внаслідок цього попит на працю в країні А зростає порівняно з попитом на капітал і  $w/r$  починає підвищуватися (ставка заробітної плати зростає, а відсоткова ставка знижується), а це викликає зростання  $P_I/P_{II}$  в країні А (тобто зростання факторіальної ціни свідчить про підвищення відносної ціни трудомісткого товару I). Починається рух із точки А в напрямку точки S. Оскільки країна В спеціалізується на виробництві капіталомісткого товару II, то відносний попит на капітал підвищується, і відносна ціна капіталу  $r/w$  зростає (тобто відносна ціна праці  $w/r$  знижується). Це викликає зростання відносної ціни ( $P_{II}/P_I$ ) товару II в країні В, або, що є тим самим, зниження відносної ціни ( $P_I/P_{II}$ ) товару I. Спостерігається рух з точки В в напрямку точки S'. Тобто процес зближення точок А та В буде продовжуватися поки не установиться рівність  $S=S'$ , при якій  $P_S=P'_S$ , та  $w/r=(w/r)_S$  в обох країнах. Таким чином, у точці S (S') досягається повне вирівнювання товарних та факторіальних цін. У цьому випадку міжнародної торгівлі не буде, що можливо лише теоретично.

Отже, теорема Хекшера–Оліна–Самуельсона показує, що міжнародна торгівля, по-перше, сприяє скороченню відмінностей між країнами за абсолютним рівнем заробітної плати, яку сплачують за

однакові види праці, а також за відсотковою ставкою, яку сплачують на однаковий тип капіталу; по-друге, призводить до вирівнювання відносних цін факторів виробництва, за допомогою яких товар було створено; по-третє, розширюється до тих пір, поки повністю не стануть однаковими відносні ціни товарів.

Теоремі притаманна деяка обмеженість, яка полягає в тому, що вона розглядає статичний світ, визначаючи чинники, які впливають на макроекономічну рівновагу в певний момент часу, а також не враховує, що абсолютні розміри чинників виробництва неоднакові в різних країнах і тому абсолютні розміри доходів на капітал будуть більші в тій країні, що має у своєму розпорядженні більше капіталу. Звідси випливає, що повного вирівнювання цін на чинники виробництва в результаті торгівлі бути не може.

Однак, незважаючи на недоліки, теорія співвідношення чинників виробництва є важливим інструментом аналізу міжнародної економіки, що показує принцип загальної рівноваги, якому підкоряється економічний розвиток. Ця модель міжнародної торгівлі виявилася найбільш придатною для пояснення процесів торгівлі між метрополіями і колоніями, коли перші виступали як індустріально розвинуті країни, а другі — як аграрно-сировинні придатки.

Проте при аналізі товаропотоків у «трикутнику» США — Західна Європа — Японія концепція Хекшера–Оліна стикається з труднощами і протиріччями, на які звернули увагу багато економістів і, зокрема, Нобелівський лауреат американець В. Леонт'єв. Він застосував теорію Хекшера–Оліна до аналізу зовнішньої торгівлі США і шляхом декількох емпіричних тестів показав, що умови теорії на практиці не витримуються. Оскільки США вважалися капіталонасиченою країною з відносно високим рівнем оплати праці, то, відповідно до теорії, вони повинні були експортувати капіталомісткі, а імпортувати трудомісткі товари. Однак у дійсності більше експортувалася трудомістка продукція, а капіталомісткість американського імпорту на 30% перевершувала експорт. Це означало, що США є не капіталонадлишковою країною, а трудонадлишковою. Результати досліджень В. Леонт'єва отримали назву «парадокс Леонт'єва»: теорія Хекшера–Оліна не підтверджується на практиці, оскільки працenasичені країни експортують капіталомістку продукцію, а капіталонасичені — трудомістку.

В. Леонтьєв пояснює цей парадокс розподілом робочої сили на кваліфіковану та некваліфіковану. Тобто США експортували ті товари, виробництво яких в інших країнах було неможливе чи неефективне внаслідок більш низької кваліфікації робочої сили. В. Леонтьєв створив модель «кваліфікації робочої сили», відповідно до якої у виробництві беруть участь не три чинники (капітал, земля, праця), а чотири: кваліфікована праця, некваліфікована праця, капітал, земля. Відносний достаток професійного персоналу і кваліфікованої робочої сили зумовлюють експорт товарів, виготовлення яких потребує використання кваліфікованої праці, а надлишок некваліфікованої робочої сили сприяє експорту товарів, для виробництва яких не потрібна праця високої кваліфікації [16, с. 101; 34, с. 109–111; 52, с. 77–81; 68, с. 98–100].

На запитання, у чому причина парадоксу Леонтьєва ніхто не в змозі дати переконливу відповідь. Основні пояснення такі: 1947 р., який аналізувався Леонтьєвим, не був репрезентативним; використовувалася двофакторна модель (капітал та труд); американські тарифи більше захищали внутрішні трудові галузі; не враховувався людський капітал. Проведені перевірки теорії Хекшера–Оліна за допомогою даних щодо великої кількості країн підтвердили наявність парадоксу Леонтьєва в інших країнах [24, с. 186; 70, с. 116].

### **Підсумки глави**

1. У главі розглядається розвиток теорії торгівлі від меркантилістів до А. Сміта, Д. Рікардо, Е. Хекшера, Б. Оліна та П. Самуельсона. Основними питаннями, на які вони шукали відповіді були, що лежить в основі торгівлі, який вигаш від неї; які товари експортуються та імпортується, тобто що являє собою структура торгівлі.

2. Меркантилісти вважали, що країна може виграти від міжнародної торгівлі лише за рахунок іншої країни. Тому вони виправдовували обмеження імпорту, заохочування експорту та жорстокий державний контроль за всіма видами економічної діяльності.

3. А. Сміт вважав, що торгівля ґрунтується на абсолютній перевазі: країна експортує той товар, витрати на виробництво якого менші, ніж у країні–торговельному партнері, та імпортує той товар, який ви-

готовляється за кордоном з меншими витратами. Обидві країни виграють у результаті спеціалізації кожної з них на виробництві того товару, по якому вони мають абсолютну перевагу. Внаслідок цього виробництво та споживання обох товарів зростає. Однак абсолютна перевага пояснює лише незначну частину міжнародної торгівлі.

4. Д. Рікардо розробив теорію порівняльних переваг, яка доводить, що міжнародна торгівля вигідна для будь-якої країни: і для тієї, яка ні в чому не має переваг, і для тієї, яка має переваги за всіма товарами. Якщо країни спеціалізуються на виробництві тих товарів, які вони можуть виготовляти з відносно більш низькими витратами порівняно з іншими країнами, то торгівля буде взаємовигідною для обох країн, незалежно від того, буде виробництво в одній з них абсолютно більш ефективним, ніж в іншій. Виграш від торгівлі одержується як з боку економії витрат праці, так і з боку зростання споживання. Однак ця теорія не враховує вплив торгівлі на розподіл доходів усередині країни, коливання цін і заробітної плати, міжнародного руху капіталу.

5. Теорії абсолютних та відносних переваг не пояснювали причин походження порівняльних переваг. Дослідження Е. Хекшера та Б. Оліна доповнили ключові положення теорії порівняльних переваг. Вони сформулювали концепцію факторів виробництва: кожна країна експортуватиме ті фактороінтенсивні товари, для виробництва яких вона використовує відносно надлишкові та дешеві фактори виробництва та імпортувати ті товари, для виробництва яких потрібні відносно дефіцитні та дорогі для них ресурси. Подальшого розвитку теорема Хекшера–Оліна набула в теоремі вирівнювання цін на фактори виробництва Хекшера–Оліна–Самуельсона: міжнародна торгівля приводить до вирівнювання абсолютних та відносних цін на товари, а це приводить до вирівнювання відносних та абсолютних цін на однорідні фактори виробництва, за допомогою яких виготовлені ці товари в країнах–торговельних партнерах. Міжнародна торгівля стає заміною міжнародному переміщенню факторів виробництва.

6. Емпірична перевірка теорії Хекшер–Оліна була здійснена В.Леонтєвим і показала, що її умови на практиці не витримуються. Парадокс Леонтєва полягає в тому, що трудонасичені країни експортують капіталомістку продукцію, а капіталонасичені — трудомістку. До основних пояснень парадоксу належать: 1947 р., який аналізувався Леонтєвим, не був репрезентативним, використовувалася

двофакторна модель (капітал і труд), американські тарифи більше захищали внутрішні трудомісткі галузі, не враховувався людський капітал.

### **Ключові поняття**

Меркантилізм; теорія абсолютних переваг; виграш від міжнародної торгівлі; теорія порівняльних переваг; альтернативні (відносні) витрати; теорія взаємного попиту; світова ціна; крива відносного попиту; крива відносної пропозиції; теорія відносної забезпеченості країни факторами виробництва; факторомісткість; факторонасиченість; межа виробничих можливостей; трудомісткі та капіталомісткі товари; «парадокс Леонтьєва».

### **Запитання для самоконтролю**

1. У чому полягає сутність теорії меркантилізму, її значення та обмеженість?
2. Дайте характеристику теорії абсолютних переваг.
3. У чому сутність принципу порівняльної переваги?
4. У чому сутність теорії взаємного попиту?
5. У чому значення теорії порівняльних переваг?
6. Охарактеризуйте теорію Хекшера–Оліна.
7. У чому суть теореми вирівнювання цін на чинники виробництва?
8. У чому полягає «парадокс Леонтьєва»?

### **Запитання для обговорення**

1. Чому важливо вивчати меркантилістську теорію торгівлі?
2. Які відмінності концепції меркантилістів щодо національного багатства від сьогоднішніх поглядів?
3. Чи може країна втратити або набути абсолютну перевагу? Наведіть приклади.
4. Світове господарство складається з двох країн, які виробляють два товари. Чи може одна країна мати абсолютну перевагу у виробництві обох товарів? Які наслідки це матиме для взаємної торгівлі, якщо проаналізувати цей випадок з позиції теорії А. Сміта?
5. Чи можна вважати абсолютну перевагу вічною? Чому?
6. Які переваги має теорія порівняльних переваг над теорією абсолютних переваг?
7. Чи може одна країна мати порівняльну перевагу у виробництві обох продуктів одночасно? Припущення: світове господарство складається з двох країн, які виробляють два товари.

8. Чи може країна постійно мати порівняльну перевагу у виробництві певного товару?

9. У випадку, коли країна має порівняльну перевагу у виробництві певного товару, чи означає це, що вона має і абсолютну перевагу в його виробництві?

10. Як, на вашу думку, пов'язані між собою національні порівняльні переваги та конкурентоспроможність на світовому ринку?

11. Чому, на вашу думку, в моделях міжнародної торгівлі А. Сміта та Д.Рікардо практично відсутня згадка про фактори виробництва? Чи означає це, що вони не розуміли значення виробничих ресурсів для розвитку національної економіки?

12. Які фактори виробництва в Україні, на вашу думку, надлишкові: капітал, земля, праця? Поясніть це. У зв'язку з цим які товари країна буде виробляти та продавати — капіталомісткі, чи ті, що потребують забезпеченості землею, чи трудомісткі?

### Набуття практичних навичок

1. Назвіть галузі, в яких, на вашу думку, Україна має порівняльну перевагу, та визначте їхню частку в українському експорті. Поясніть отримані результати.

2. Розберіть таку ситуацію. Витрати праці на виробництво автомобіля в Україні внаслідок застарілої техніки вищі, ніж у Японії, але заробітна плата значно нижча. Розгляньте необхідність захисту вітчизняної автомобільної галузі від іноземної конкуренції за допомогою теорії порівняльних переваг.

3. Українські металурги вимагають підвищення заробітної плати, але витрати праці на одиницю виплавленого металу залишаються незмінними. За допомогою теорії порівняльних переваг поясніть, як підвищення заробітної плати вплине на зовнішню торгівлю України чорними металами.

4. Витрати праці (в годинах) на виробництво телевізорів та магнітофонів в Угорщині та Словаччині такі:

	Телевізори	Магнітофони
Угорщина	14	6
Словаччина	4	10

а) у виробництві якого товару Угорщина має відносну перевагу і чому?

б) розрахуйте альтернативну ціну магнітофону, виражену через ціну телевізора, для Угорщини та Словаччини;

в) визначте виграш Словаччини від торгівлі, якщо вона буде спеціалізуватися на виробництві телевізорів.

5. Витрати праці (в годинах) на виробництво ковбаси та вина в Україні та Росії такі:

	<b>Україна</b>	<b>Росія</b>
Ковбаса (кг/год)	5	1
Вино (л/год)	1	3

а) у виробництві якого товару Україна та Росія мають абсолютну перевагу і чому?

б) визначте вигравш від торгівлі відповідно України та Росії, якщо вони обмінюють 5 кг ковбаси на 3 л вина, а також якщо обмінюють 5 кг ковбаси на 6 л вина.

6. Польща та Україна виробляють по два товари кожна — насоси та пральні машини. В Польщі загальна кількість праці, яка витрачається на їх виробництво становить 800 годин, а в Україні — 1000 год. У Польщі витрачається 5 годин на виробництво кожної пральної машини й 2 години — на кожний насос. В Україні на насос та пральну машину витрачається по 3 години.

а) визначте графічно межу виробничих можливостей при одночасному виробництві двох товарів для України та Польщі;

б) визначте альтернативну ціну пральної машини, виражену через ціну насосів, в Україні та Польщі.

7. Витрати робочого часу в Україні та Естонії на виробництво товарів I, II, III, IV такі:

	<b>Естонія</b>	<b>Україна</b>
I	2	24
II	4	36
III	8	48
IV	30	60

а) за якими товарами Естонія має найбільшу та найменшу абсолютну перевагу перед Україною?

б) якщо естонська заробітна плата в 6 разів вища від української, то які товари будуть вироблятися в Естонії, а які — в Україні?

в) поясніть вигідність торгівлі для кожної з країн;

г) як зміниться торгівля, якщо різниця в заробітних платах скоротиться в 4 рази?



8. Австралійська ферма виробляє зерно та сир, для чого максимально може використати 1200 годин праці та 1800 га землі. Виробництво 1 т зерна потребує 30 годин праці та використання 15 га землі. Виробництво 1 т сиру потребує 12 годин праці та 24 га землі.

а) які фактори виробництва відносно більш інтенсивно використовуються для виробництва зерна, а які — для сиру?

б) чи може ферма одночасно виробити 150 т молока та 270 т пшениці?

9. Електроінструменти є відносно трудомістким товаром й потребують для виробництва 40 годин праці та 8 га землі та продаються за 120 дол. кожний. На виробництво рапсу потребується відносно більших витрат землі. На виробництво 1 т рапсу необхідно 2 години праці та 8 га землі, при цьому 1 т рапсу можна продати за 8 дол.

Якщо в США 240 млн працівників та 400 млн га землі, а в Німеччині — 80 млн працівників та 100 млн га землі, то в якому співвідношенні буде здійснюватися торгівля двома товарами між цими країнами?

### WEB-сайти

**www.uceps.org**

Сайт Українського центру економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова містить електронні версії статей, книг експертів з економіки.

**www.economics.com.ua**

Велика економічна бібліотека в Україні.

**www.lib.com.ua**

Електронна бібліотека в Україні.

## **ГЛАВА 4.**

### **СТАНДАРТНА МОДЕЛЬ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- сформулювати характерні риси стандартної моделі міжнародної торгівлі;
- дати визначення теорії витрат заміщення;
- знайти відмінності між постійними та зростаючими витратами заміщення;
- визначати граничну норму трансформації та граничну норму заміщення;
- охарактеризувати рівноважні відносні ціни;
- описати різницю між виграшем від обміну та виграшем від спеціалізації;
- пояснити модель загальної рівноваги.

#### **4.1. Порівняльні переваги та постійні витрати заміщення**

Теорія порівняльних переваг Д.Рікардо, ґрунтується на трудовій теорії вартості. Це означає, що відносна вартість товару визначається кількістю праці, витраченої на її виготовлення. Праця є однаковою та єдиним фактором виробництва. Ці припущення неправильні і тому трудову теорію вартості не можна використовувати для пояснення порівняльних переваг. У реальному житті праця не є єдиним фактором виробництва і не використовується в однаковій фіксованій пропорції у виробництві всіх товарів (існують як трудомісткі, так і капіталомісткі товари).

У виробництві багатьох товарів існують визначені можливості заміщення (заміни) одних факторів виробництва на інші, а окремі види праці мають відмінності щодо кваліфікації, продуктивності, оплати.

Обґрунтувати теорію порівняльних переваг не тільки на витратах праці, а й на інших факторах виробництва допомогла теорія заміщення, на якій ґрунтується стандартна модель міжнародної торгівлі. Теорію порівняльних переваг на основі теорії витрат заміщення пояснив у 1936 р. австрійський економіст Готтфрід Хаберлер.

Згідно з теорією витрат заміщення, вартість одного товару визначається кількістю другого товару, яким слід пожертвувати для звільнення ресурсів, достатніх для вироблення додаткової одиниці першого товару. Країна з меншими витратами заміщення у виробленні будь-якого товару має і порівняльні переваги по цьому товару, а також і, одночасно, порівняльну невігідність по другому товару.

Така модель порівняльних переваг розглядає ситуацію в умовах постійних витрат заміщення [52, с. 61–65; 70, с. 31–34].

Витрати заміщення графічно можна показати за допомогою межі виробничих можливостей (кривої трансформації виробничих можливостей), яка показує альтернативні комбінації двох товарів. Ці альтернативні комбінації країна може виробляти, повністю використовуючи всі виробничі ресурси, найкращі технології, які має. Розглянемо конкретний приклад з кривими виробничих можливостей для товарів I та II в країнах А та В (табл. 4.1; рис. 4.1).

Таблиця 4.1

**Виробничі можливості для двох товарів у двох країнах**

Країна А		Країна В	
Кількість			
товар I	товар II	товар I	товар II
180	0	60	0
150	20	50	20
120	40	40	40
90	60	30	60
60	80	20	80
30	100	10	100
0	120	0	120

Дані, наведені в табл. 4.1, свідчать, що країна А може виробляти 180 одиниць товару I (180 I) та 0 одиниць товару II (0 II), або 150 I та 20 II і так далі до 0 I та 120 II. Кожні 30 I, від вироблення яких країна А відмовляється, звільняють ресурси, завдяки чому можна додатково виробити 20 II. Це свідчить, що  $30 I = 20 II$ , тобто той самий обсяг ресурсів дає змогу виробляти або 30 I або 20 II. Звідси витрати заміщення однієї одиниці товару I в країні А дорівнюють  $2/3$  товару II (1

$I = \frac{2}{3} II$ ) і залишаються постійними при всіх можливих виробничих комбінаціях двох товарів.

Країна В може збільшити випуск товару II на 20 одиниць за кожні 10 одиниць товару I, від яких відмовиться, тобто витрати заміщення в країні В становлять 1 I=2 II і теж залишаються постійними.

Виробничі можливості країни А та В представлені лініями виробничих можливостей на рис. 4.1. Кожна точка на лінії представляє одну альтернативну комбінацію товарів I та II. Так, у точці Е країна А виробляє 90 одиниць товару I та 60 одиниць товару II, а країна В у точці Е' виробляє 40 I та 40 II.

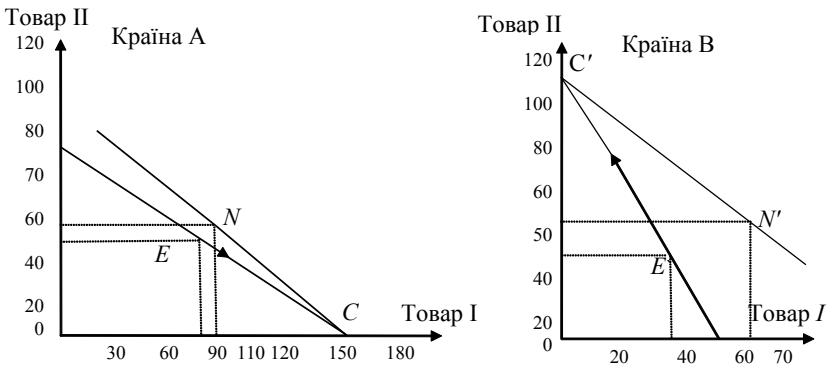


Рис. 4.1. Межі виробничих можливостей країн А та В

Точки, які розташовані нижче від лінії виробничих можливостей, відображають можливі, але неефективні варіанти вироблення двох товарів (країна або не повністю використовує свої ресурси, або застосовує гіршу технологію). Точки, які розташовані вище від межі виробничих можливостей, відображають варіанти, які за тих самих ресурсів та технологій, наявних у країні, не можуть бути реалізовані.

Постійні витрати виникають у випадку, якщо фактори виробництва однорідні, однієї якості та взаємозамінні. Тоді, наприклад, якщо кожна країна буде спрямовувати ресурси вироблення товару II на вироблення товару I, то вона не повинна використовувати менший обсяг або менш придатні для вироблення товару I ресурси незалежно

від того, скільки всього товару I уже виробляється. Отже, постійні витрати свідчать про те, що для вироблення кожної додаткової одиниці другого товару необхідно відмовитися від незмінної кількості першого товару.

Розглянутий приклад показує, що витрати заміщення товару I дорівнюють кількості товару II, від якої країни повинні відмовитися для того, щоб звільнити ресурси, які достатні для вироблення однієї додаткової одиниці товару I. Це називається граничною нормою трансформації (характеризує пропозицію на ринку). Витрати заміщення в країнах А та В неоднакові і ця різниця виявляється в різному нахилі лінії межі виробничих можливостей (кривої трансформації виробничих можливостей). Нахил кривої трансформації для країни А становить  $120/180 = 2/3$ , тобто дорівнює витратам заміщення товару I в країні А і є постійним. Нахил кривої трансформації для країни В становить  $120/60 = 2$ , що також дорівнює витратами заміщення. Допустивши, що ціни товарів дорівнюють витратам виробництва і країни виробляють обидва товари, то в цьому випадку витрати заміщення товару I дорівнюють ціні цього товару відносно ціни товару II ( $P_I/P_{II}$ ). Тому в країні А  $P_I/P_{II} = 2/3$  і  $P_{II}/P_I = 3/2 = 1,5$ , а в країні В  $P_I/P_{II} = 2$  і  $P_{II}/P_I = 1/2$ . У країні А відношення  $P_I/P_{II}$  менше, ніж у країні В ( $2/3 < 2$ ), що свідчить про порівняльну перевагу щодо товару I. Країна В має порівняльну перевагу щодо товару II ( $1/2 < 3/2$ ).

В умовах постійних витрат враховується лише пропозиція товарів в кожній з країн і попит не аналізується. В основі міжнародної торгівлі лежить те, що, по-перше, витрати постійні в кожній країні, але неоднакові; по-друге, країни мають порівняльні переваги за різними товарами, що відображається у відмінності відносних цін на товари.

В умовах автаркії країна споживає тільки ті товари, які виробляє. Тому межа виробничих можливостей є одночасно межею споживання. В умовах вільної торгівлі країна А спеціалізується на виробленні товару I і виробляє його в точці С на своїй межі виробничих можливостей (180 I та 0 II). В той же час країна В спеціалізується на товарі II та виробляє його в точці С<sup>I</sup> (0 I та 120 II). Країна А може, наприклад, обміняти з країною В 70 одиниць товару I на 70 одиниць товару II, і тоді припиняє споживання в точці N (110 I та 70<sub>II</sub>), а країна В припиняє споживання в точці N<sup>I</sup> (70 I та 50 II). Внаслідок цього країна А

виграє від торгівлі 20 одиниць товару I ( $110 I - 90 I$ ) та 10 одиниць товару II ( $70 II - 60 II$ ), а країна B — відповідно 30 I ( $70 I - 40 I$ ) та 10 II ( $50 II - 40 II$ ).

Таким чином, можна підрахувати загальний виграш від торгівлі. В умовах автаркії країни A та B в цілому виробили 130 I ( $90 I + 40 I$ ), а при спеціалізації — 180 I (товар I виробляє тільки країна A), тобто загальний виграш становить 50 I ( $180 I - 130 I$ ). По товару II в умовах ізоляції країни виробляли 100 II ( $60 II + 40 II$ ), а при спеціалізації — 120 II (виробляє тільки країна B) і загальний виграш становить 20 II ( $120 II - 100 II$ ).

Розглянута модель порівняльних переваг в умовах постійних витрат заміщення свідчить про те, що закон порівняльних переваг може ґрунтуватися не тільки на трудовій теорії вартості, а й на теорії витрат заміщення.

Ця модель розглядає ситуацію повної спеціалізації країн на товарах своєї відносної переваги і припинення виробництва товарів, за якими відносну перевагу мають інші країни. Однак постійні витрати не відповідають реальним умовам життя. Їх розгляд переходом до розгляду більш реалістичної ситуації із зростаючими витратами (витрати заміщення одного товару на інший, як правило, зростають).

#### **4.2. Порівняльні переваги та зростаючі витрати заміщення в стандартній моделі**

Стандартна модель міжнародної торгівлі ґрунтується на зростаючих витратах заміщення і розглядає сукупний попит та пропозицію.

Зростаючі витрати заміщення означають, що країна для вироблення кожної додаткової одиниці другого товару повинна відмовитися від випуску не постійної, а зростаючої (від усе більшої та більшої) кількості першого товару.

При зростаючих витратах крива виробничих можливостей має форму не прямої лінії, а угнутої по відношенню до початку її координат. Така угнута крива виробничих можливостей показує обсяги внутрішньої пропозиції (рис. 4.2).

На рис. 4.2 наведено гадані межі виробничих можливостей двох товарів у двох країнах, форма яких свідчить про те, що країни зіштов-

хуються із зростаючими витратами заміщення у виробленні обох товарів. Країна А передбачає виробляти більше товару I, починаючи з точки С. Оскільки в цій точці країна А вже використовує всі ресурси та кращі технології, то вона може виробити більше товару I, лише скоротивши виробництво товару II. За кожні додаткові 20 одиниць товару I вона повинна відмовитися від все більшої кількості товару II. Зростаючі витрати заміщення, які виражені в товарі II (на рис. 4.2 це показано спрямованими вниз стрілками, які подовжуються), зумовлюють форму кривої виробничих можливостей.

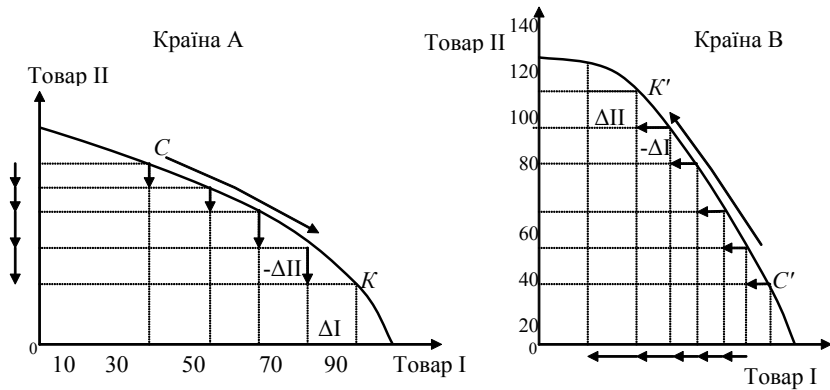


Рис. 4.2. Межі виробничих можливостей країн А та В в умовах зростаючих витрат

Аналогічна ситуація динаміки витрат заміщення спостерігається в країні В у виробництві товару II. Переміщуючись угору від точки С' до точки К', ми спостерігаємо зростаючу кількість товару I (спрямовані вліво стрілки, які подовжуються), від якої країна В повинна відмовитися для виробництва кожних додаткових 20 одиниць товару II.

В умовах зростаючих витрат заміщення гранична норма трансформації товару I для товару II також (див. п. 4.1.) означає кількість одиниць товару II, від виробництва яких країна повинна відмовитися для вироблення кожної додаткової одиниці товару I. Це та сама крива виробничих можливостей, але вона має іншу форму і свідчить про зростаючі витрати заміщення одного товару іншим. Таким чином, гра-

нича норма трансформації може бути іншою назвою витрат заміщення товару I, кількість якого показується на осі абсцис, та представлена нахилом кривої виробничих можливостей у точці виробництва.

Припустимо, що гранична норма трансформації країни A в точці C дорівнює  $\frac{1}{4}$ , тоді країна повинна відмовитися від  $\frac{1}{4}$  одиниці товару II, щоб звільнити ресурси для вироблення однієї додаткової одиниці товару I у цій точці. А якщо із збільшенням випуску (130 I) гранична норма трансформації в точці K дорівнюватиме 1, то країна A в цій точці повинна буде відмовитися від однієї одиниці товару II для вироблення однієї додаткової одиниці товару I. Тобто випуск більшої кількості товару I супроводжується зростаючими витратами заміщення.

Отже, зростаючі витрати заміщення виникають внаслідок того, що ресурси (фактори виробництва) не однорідні й не використовуються в однакових установлених пропорціях. Це означає, що країна зі збільшенням виробництва будь-якого товару повинна використовувати ресурси, які стають менш ефективними або менш придатними для вироблення певного товару. Внаслідок цього країна відмовляється від все більшої та більшої кількості другого товару для звільнення тієї кількості ресурсів, які необхідні для вироблення кожної додаткової одиниці першого товару.

Розглянувши в стандартній моделі фактори виробництва, які відображаються в межі виробничих можливостей, слід звернути увагу на переваги в попиті конкретної країни, що робиться за допомогою суспільних кривих байдужості. Суспільні криві байдужості показують різні комбінації двох товарів, які дають однакову задоволеність потреб країни.

Вищий ступінь задоволеності показують високі криві, а нижчу — низькі. Суспільні криві байдужості випуклі по відношенню до початку координат.

Припустимо, що криві байдужості в країнах A та B різні, оскільки переваги попиту в них неоднакові (рис. 4.3) [70, с. 49].

Точки N та C показують однаковий ступінь задоволеності потреб для країни A, оскільки лежать на кривій байдужості I. Вищому рівню задоволеності потреб відповідають точки T та K. Хоч у точці T порівняно з точкою C потреба в товарі II більша і менша в товарі I, в цілому ж рівень задоволеності потреб у точці T більший через те, що лежить на кривій байдужості II. Точка E на кривій байдужості III свідчить про ще вищий рівень задоволеності.



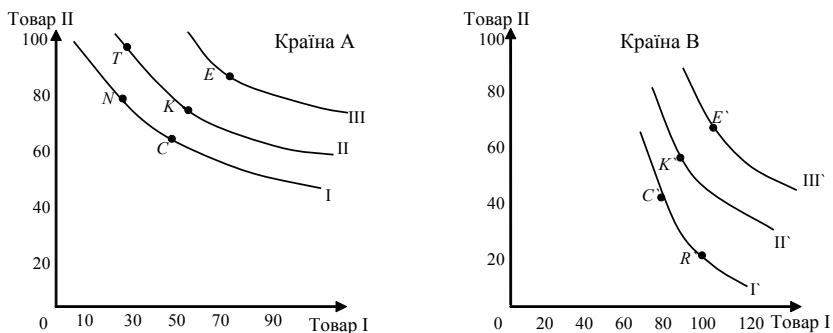


Рис. 4.3. Суспільні криві байдужості в країнах А та В

Суспільні криві байдужості мають негативний нахил, оскільки країна, споживаючи більше товару I, повинна споживати менше товару II, якщо вона бажає мати той самий рівень задоволеності потреб. Якщо країна й далі споживатиме ту саму кількість товару II при збільшенні споживання товару I, то вона опиниться на вищій кривій байдужості.

Попит, який існує на ринку, характеризується граничною нормою заміщення.

Гранична норма заміщення товару I на товар II у споживанні дорівнює кількості товару II, від якого країна повинна відмовитися, щоб одержати одну додаткову одиницю товару I і при цьому забезпечити збереження існуючого рівня споживання (тобто залишитися тією самою кривою байдужості).

Гранична норма заміщення виражається в нахилі кривої байдужості в точці споживання і знижується, рухаючись униз. Так, гранична норма заміщення в точці N більша, ніж у точці C (крива байдужості I). Зниження граничної норми заміщення свідчить про те, що чим більше товару I та менше товару II споживає країна, тим дорожчий для неї природі одиниць товару II за кожну додаткову одиницю товару I.

Розглянемо взаємодію між пропозицією (граничною нормою трансформації) та попитом (граничною нормою заміщення) в умовах автаркції (рис. 4.4) [34, с. 119; 70, с. 52].

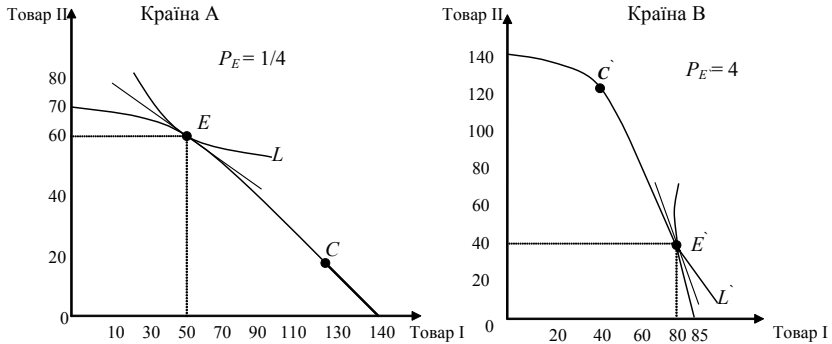


Рис. 4.4. Рівновага в умовах автаркії

Для країни А крива байдужості  $L$  є найвищою, яку вона може досягти при своїй межі виробничих можливостей. Країна А перебуває в рівновазі (максимізує свій добробут), коли вироблення та споживання знаходяться в точці  $E$ . Тобто країна споживає максимальну кількість товарів I та II, які виробляє. Аналогічно країна В перебуває в рівновазі в точці  $E'$ . Існує тільки по одній точці максимальної задоволеності потреб для кожної країни, тому що криві байдужості не можуть перетинатися, а вищої кривої в умовах обмеженості ресурсів не можна досягти.

У країнах А та В криві виробничих можливостей та криві байдужості мають різну конфігурацію, тому й рівноважні відносні ціни товарів I та II в точках  $E$  та  $E'$  будуть різними. Рівноважна відносна ціна товару I в країні А показана прямою, яка проходить через точку  $E$  і становить  $P_E = \frac{1}{4}$  товару II, а в країні В рівноважна відносна ціна товару I становить  $P_{E'} = 4$  одиниці товару II. Таким чином, оскільки в умовах автаркії  $P_E < P_{E'}$ , то країна А має відносну перевагу по товару I, а країна В — по товару II.

Рівноважні відносні ціни в кожній країні визначаються і попитом, і пропозицією.

Розглянемо взаємодію пропозиції та попиту в умовах торгівлі (рис. 4.5) [34, с. 122; 70, с. 53].

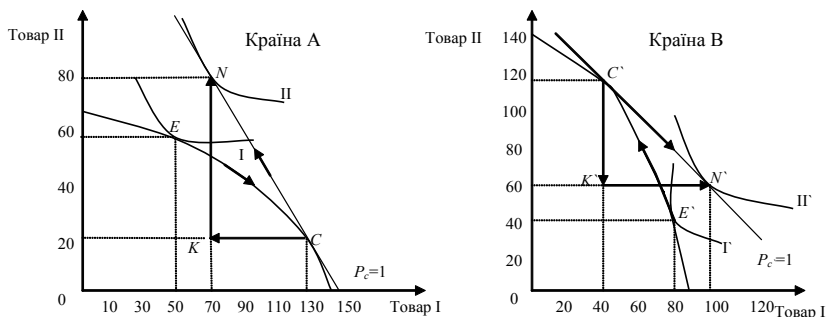


Рис. 4.5. Рівновага в умовах торгівлі

З початком торгових відносин країна А спеціалізується на виробленні товару І, який буде експортувати, що зумовить зростання випуску товару І та скорочення випуску товару ІІ. Точка виробництва на кривій виробничих можливостей, починаючи з точки рівноваги в умовах автаркії (точка Е), зміщується вниз і при цьому зіштовхується із зростаючими витратами заміщення у виробленні товару І. Нахил кривої виробничих можливостей зростає. Країна В, маючи порівняльну перевагу у виробленні товару ІІ, збільшуватиме його кількість і скорочуватиме випуск товару І. Точка виробництва на кривій виробничих можливостей, починаючи з точки Е' переміщується вгору. Зростаючі витрати заміщення, з якими зіштовхується країна В, зумовлюють зниження нахилу кривої виробничих можливостей. Цей процес спеціалізації триватиме, поки відносні ціни на товар (нахил кривої виробничих можливостей) не стануть однаковими в обох країнах. Така загальна відносна ціна буде знаходитися в проміжку між  $P_E = \frac{1}{4}$  та  $P_{E'} = 4$  і на рівні, коли торгівля збалансована. У нашому прикладі вона міститься в точках С (країна А) та С' (країна В) і дорівнює  $P_c = P_{c'} = 1$ .

Таким чином, стандартна модель уточнює теорію порівняльних переваг із врахуванням зростаючих витрат заміщення.

Тепер розглянемо у стандартній моделі питання попиту в умовах торгівлі. Оскільки в збалансованій економіці обсяг споживання дорівнює обсягу виробництва, то на графіку вони будуть перетинатися. Країна А збільшує виробництво товару І і переміщується із точки Е

в точку  $C$ . Вона експортує 60 одиниць товару 1 ( $CK$ ) та обмінює їх на 60 одиниць товару II ( $KN$ ) із країни  $B$ . Внаслідок цього крива граничної норми заміщення (попит) переміщується на вищий рівень II і буде стикатися з прямою рівноважної відносної ціни в точці  $N$ , у якій країна споживатиме на 20 одиниць більше товару I ( $70 I - 50 I$ ) та на 20 одиниць товару II ( $80 II - 60 II$ ). Так само країна  $B$  переміщується із точки  $E$  в точку  $C$  по кривій виробничих можливостей та обмінює 60 II ( $CK$ ) на 60 I ( $KN$ ). Крива граничної норми заміщення також переміщується на більш високий рівень II і торкається з прямою рівноважної відносної ціни в точці  $N'$ , у якій країна зможе споживати на 20 одиниць більше товару I ( $100 I - 80 I$ ) та товару II ( $60 II - 40 II$ ). Таким чином, можливості споживання обох товарів як у країні  $A$ , так і в країні  $B$  зросли завдяки тому, що крива байдужості II розташована вище від кривої байдужості I.

В умовах спеціалізації та торгівлі кожна країна може споживати за межею своїх виробничих можливостей, а в умовах автаркії межа виробничих можливостей є межею її споживання.

Стандартна модель в умовах зростаючих витрат заміщення відрізняється від моделі порівняльних переваг з постійними витратами заміщення, тому що при зростаючих витратах заміщення не здійснюється повна спеціалізація країни  $A$  на товарі I, а країни  $B$  — на товарі II. Хоч країна  $A$  і виробляє більше товару I, але також продовжує виробляти деяку кількість товару II. Аналогічно і країна  $B$ , що спеціалізується на товарі II, продовжує виробляти товар I. Це пов'язано з тим, що країна  $A$ , спеціалізуючись на товарі I, і країна  $B$ , спеціалізуючись на товарі II, зіштовхуються із зростаючими витратами заміщення цих товарів. Зі спеціалізацією кожної з країн відносні ціни на товари зближуються, поки не стануть однаковими. З цього моменту країнам стає не вигідно нарощувати виробництво товару своєї порівняльної переваги, бо вже досягнута рівноважна ціна. Це здійснюється до досягнення повної спеціалізації країн у виробництві. Подальша спеціалізація не має сенсу, тому що через зростаючі витрати заміщення це буде дорожче, ніж імпортувати товар.

Рівноважна відносна ціна між країнами в наведеному прикладі була визначена шляхом перевірки різних відносних цін, поки не знайшли ту, за якої торгівля буде збалансованою (використовували метод проб та помилок). Слід звернути увагу, що чим вищий у країні

А попит на товар II, який експортує країна B, та менший попит країни B на товар I, який вивозиться з країни A, тим ближче буде рівноважна відносна ціна в умовах торгівлі до передторгової відносної ціни країни A (до  $\frac{1}{4}$ ) і тим менша буде частка у виграві від торгівлі в країні A. Знаючи рівноважну відносну ціну в умовах торгівлі, можна дізнатися, як поділиться вигреш від торгівлі між країнами. У нашому прикладі (див. рис. 4.5) рівноважна відносна ціна товару I ( $P_c = P_c = 1$ ) забезпечує однакову вигоду для обох країн (20 I та 20 II). Однак попит на товари в кожній з країн може бути різним, і тому вигреш від торгівлі розподіляється в різній пропорції.

Вигреш від торгівлі складається з двох компонентів: виграшу від обміну та виграшу від спеціалізації (рис. 4.6) [70, с. 57].

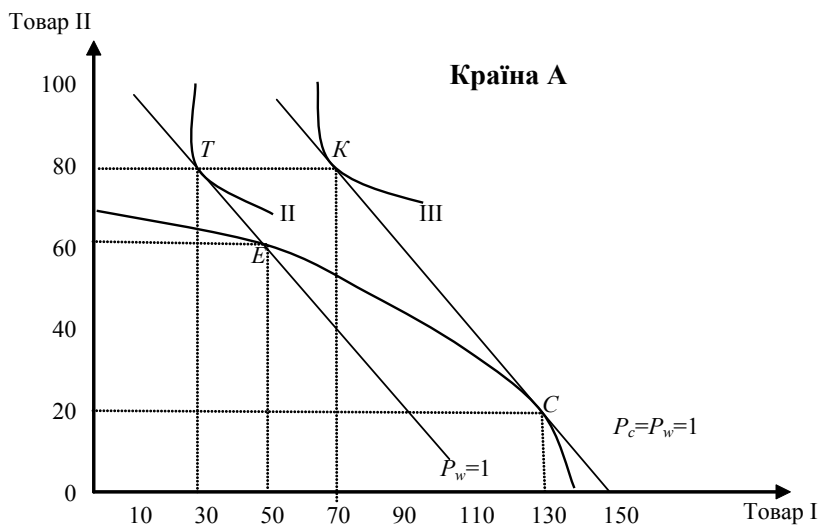


Рис. 4.6. Вигреш від обміну та вигреш від спеціалізації

Припустимо, що в умовах торгівлі країна A з деяких обставин не може спеціалізуватися на виробництві товару I і продовжує його виробляти в тих самих обсягах, що й до торгівлі (точка E на кривій виробничих можливостей). Однак світова відносна ціна ( $P_w = 1$ ) більша

від внутрішньої відносної ціни країни А ( $P_E = \frac{1}{4}$ ). Тому країна і без спеціалізації має деякий ціновий запас: по світовій ціні вона експортує 20 I та імпортує 20 II. Споживання збільшується, бо крива байдужості II займає вищий рівень і точка  $T$  розміщена вище від точки  $E$ . Оскільки спеціалізації немає, то збільшення споживання свідчить про одержання країною А виграшу тільки від обміну, тобто через те, що вона вступила в торгові відносини з країною В.

Якщо припустимо, що країна А все ж таки спеціалізується на товарі I та виробляє його в точці  $S$ , то вона може обміняти 60 I на 60 II з країни В. Таким чином споживання буде в точці  $K$  на кривій граничної норми заміщення III. Переміщення споживання з точки  $T$  в точку  $K$  свідчить про виграш країни від спеціалізації у виробництві. Отже, під виграшем від спеціалізації розуміють переваги, які одержує країна через те, що в умовах торгівлі вона зосередила свої зусилля на виробництві товарів, по яким вона має відносну перевагу.

Окремим випадком стандартної моделі є торгівля між невеликою та великою країною. В умовах постійних витрат заміщення тільки невелика країна буде спеціалізуватися на виробництві товару своєї порівняльної переваги. Велика країна, спеціалізуючись на товарі, по якому вона має порівняльну перевагу, продовжуватиме виробляти обидва товари, бо невелика країна не зможе забезпечити потреби великої країни в товарі, по якому невелика країна має порівняльну перевагу. Однак у випадку зростаючих витрат заміщення неповна спеціалізація спостерігається і в невеликій країні. Розглянемо цю ситуацію за допомогою рис. 4.5. Зробимо припущення, що країна I є дуже невеликою країною і перебуває в рівновазі в точці  $E$  в умовах автаркії, а країна В — дуже велика. Світова рівноважна ціна товару I становить  $P_w = 1$ . Вона встановилася без впливу невеликої країни, в якій внутрішня відносна ціна нижча і становить  $P_E = \frac{1}{4}$ . В умовах торгівлі країна А спеціалізується на виробництві товару I поки не досягне точки  $S$  на своїй кривій виробничих можливостей, в якій  $P_c = 1$  (тобто внутрішня відносна ціна дорівнює світовій ціні). Однак повної спеціалізації на виробництві товару I країна А не досягає. Вона експортує 60 I в обмін на 60 II із країни В і досягає точки  $N$  на вищій кривій байдужості II. Це дає можливість країні А споживати на 20 одиниць товару I та 20 одиниць товару II більше. Теж саме відбувалося, коли ми країну А не вважали невеликою. Різниця полягає в тому,

що в розглянутій ситуації країна А не впливає на відносні ціни великої країни В, а також і на світову відносну ціну. Крім того, країна А одержує весь вигравш від торгівлі.

У стандартній моделі вихідним припущенням відносних переваг є різниця у виробничих можливостях та рівнях споживання. Окремим її випадком є торгівля, яка ґрунтується на відмінностях у смаках і здійснюється в умовах повного збігу виробничих можливостей країн — торговельних партнерів (рис. 4.7) [34, с. 125; 70, с. 59].

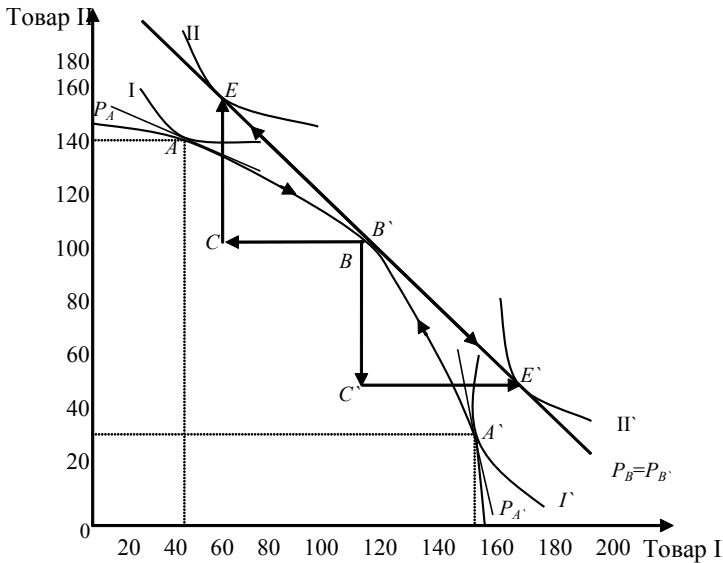


Рис. 4.7. Торговля, яка ґрунтується на відмінностях у смаках

Оскільки криві виробничих можливостей обох країн збігаються, то на рис. 4.7 вони подані однією кривою, тобто для виробництва кожної додаткової одиниці товару I в кожній країні потрібно відмовитися від однакової кількості товару II. Таким чином, жодна з країн не має порівняльної переваги ні за товаром I, ні за товаром II. Щоб з'ясувати, чи буде розвиватиметься в цих умовах міжнародна торгівля, досліджують попит. На рис. 4.7 показано, що обидві країни мають

спільну криву виробничих можливостей та різні (оскільки переваги споживачів різні) криві байдужості. Для країни А та країни В це, відповідно, криві байдужості I та I', які дотикаються кривої виробничих можливостей у точках А та А' відповідно. Точка А свідчить про максимальний рівень задоволення потреб країни А і розташована вище від точки А'. Тому країна А має відносну перевагу за товаром I, а країна В — за товаром II.

В умовах торгівлі країна А, спеціалізуючись на виробництві товару I, зміщується вниз по кривій виробничих можливостей до точки В, а країна В, спеціалізуючись на товарі II, переміщується вгору до точки В'. Спеціалізація продовжується, поки  $P_I/P_{II}$  не зрівняються в двох країнах і торгівля не стане збалансованою. Це має місце при збіжності точки В з точкою В' і тоді виникає відносна рівноважна ціна ( $P_B = P_{B'} = 1$ ). По такій ціні країна А експортує 60 одиниць товару I та імпортує 60 одиниць товару II (CB та CE), а країна В продає країні А 60 II в обмін на 60 I (B'C та C'E). Рівень споживання країни А збільшується до точки E на кривій байдужості II, а країни В — до точки E' на її кривій байдужості II'. Обидві країни збільшили своє споживання на 20 I та 20 II.

Отже, взаємовигідна торгівля може ґрунтуватися тільки на відмінностях у смаках двох країн. Слід звернути увагу, що за такої моделі торгівлі структура виробництва, в міру того як країни відходять від автаркії, стає все більш ідентичною.

Таким чином, стандартну модель міжнародної торгівлі характеризують такі риси:

- модель розглядає сукупний попит та пропозицію (класичні теорії аналізували попит та пропозицію з обмеженою кількістю товарів). Попит характеризує гранична норма заміщення, а пропозицію — гранична норма трансформації;
- в моделі представлена більш реальна ситуація із зростаючими витратами заміщення, які виникають внаслідок неоднорідності ресурсів, що використовуються в різних пропорціях у процесі виробництва товарів;
- в умовах автаркії рівновага встановлюється шляхом взаємодії між граничною нормою трансформації та граничною нормою заміщення на внутрішньому ринку. Країна досягає рівноваги, коли досягає вищої кривої байдужості за наявною межею виробничих можливостей;



- в умовах торгових відносин рівноважна відносна ціна установлюється досвідом, тобто перевіряються співвідношення різних відносних цін товарів всередині країни та за рубезем, поки не буде знайдено ціну, за якої торгівля стане збалансованою. Країни починають спеціалізуватися на виробництві товарів своєї порівняльної переваги і зіштовхнуться із зростаючими витратами заміщення. Спеціалізація триває, поки ціни в країнах не стануть однаковими і торгівля не набуде рівноваги;
- при зростаючих витратах заміщення спеціалізація не буває повною;
- вигравш від торгівлі поділяється на вигравш від спеціалізації та вигравшу від обміну.

### **4.3. Розвиток стандартної моделі: модель загальної рівноваги**

Стандартна модель одержала подальший розвиток у працях англійських економістів Альфреда Маршалла, Френсіса Еджуорта, Джеймса Міда. Завдяки їхнім дослідженням у моделі міститься остаточне узагальнення попиту та пропозиції як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. У ній розглядається більш точний метод визначення відносної ціни товару в умовах торгівлі, тобто аналізується загальна рівновага (рівновага, що охоплює весь світ) за допомогою кривих обміну або кривих взаємного попиту [34, с. 126–130; 64, с. 81–85; 70, с. 73–81].

Крива обміну (крива взаємного попиту) об'єднує елементи попиту та пропозиції і показує кількість імпортного товару, необхідного країні, щоб спонукати її до експортування певної кількості свого товару. Отже, криві обміну віддзеркалюють бажання країни експортувати та імпортувати за різних відносних цін.

Нагадаємо, що обсяг міжнародної торгівлі визначаються різницею між виробництвом та споживанням усередині країни. Через це надлишок виробництва порівняно зі споживанням змушує країну експортувати товар, а недостача — імпортувати його. В умовах загальної рівноваги імпорт товару II в країну А повинен дорівнювати експорту товару I в країну В, помноженому на його відносну ціну.



Для країни В криву взаємного попиту можна побудувати аналогічно (рис. 4.9).

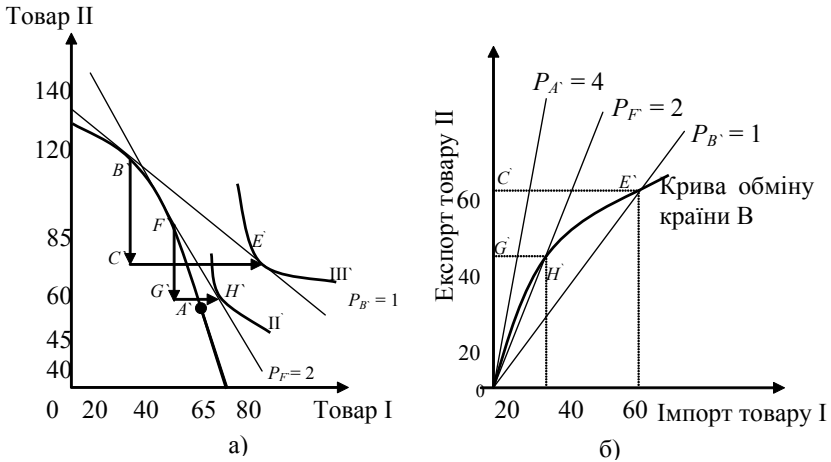


Рис. 4.9. Побудова кривої обміну країни В

На відміну від рис. 4.8, у цьому випадку по осі абсцис відкладається потреба країни В в імпорті товару I, а на осі ординат — бажання експортувати для цього товар II.

Тепер слід проаналізувати загальну (міжнародну) рівновагу, тобто розглянути, як саме взаємодія кривих обміну двох країн визначає рівноважну відносну ціну товару в умовах торгівлі (рис. 4.10).

Кут нахилу лінії  $OE$  ілюструє відносну ціну, по якій здійснюється торгівля, відрізок на осі абсцис  $OG$  показує кількість товару I, який експортує країна А та імпортує країна В, відрізок на осі ординат  $OG'$  свідчить про кількість товару II, імпортованого країною А та експортованого країною В.

Рівноважну відносну ціну товару, при якій торгівля буде збалансованою, показує точка перетину кривих обміну країн А та В ( $E = E'$ ). У точці  $E$  виникає загальна рівновага на міжнародному рівні і одночасно урівноважується попит та пропозиція на внутрішньому та міжнародному ринках.

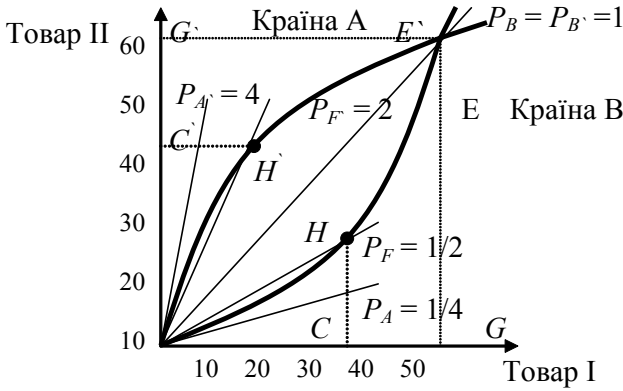


Рис 4.10. Загальна рівновага (рівноважна відносна ціна товарів при торгівлі)

При іншій відносній ціні необхідні обсяги експорту та імпорту обох товарів можуть бути різними. Це впливає на відносну ціну товару, внаслідок чого вона поступово доводиться до рівноважного рівня.

Криві взаємного попиту країн А та В перетинаються в точці  $E$  та визначають рівновагу  $P_I/P_{II} = P_B = P_B' = 1$ . Точка  $E$  на кривій обміну країни А показує, що при  $P_B$  здійснюється обмін 60 I на 60 II, а точка  $E'$  на кривій обміну країни В показує, що країна пропонує 60 II за 60 I. Якщо значення  $P_I/P_{II}$  інше (тобто інша відносна ціна), то торгівля не буде збалансованою: попит перевищуватиме пропозицію або, навпаки, пропозиція перевищуватиме попит. Так, при  $P_F = 1/2$ , 40 одиниць товару I, які країна А експортуватиме (точка  $H$ ), буде недостатньо для імпорту товару I, потрібного країні В при такій порівняно низькій ціні.

Якщо попит надлишковий і пропозиція недостатня, то відносна ціна має підвищитися до рівноважного рівня, який дорівнює 1.

Слід звернути увагу, що, по-перше, рівноважна відносна ціна  $P_B = 1$ , яка визначається перетином кривих обміну двох країн і була знайдена за допомогою моделі загальної рівноваги, відповідає тій, що була визначена за допомогою стандартної моделі, та, по-друге, країни одержують однаковий вигравш від торгівлі.

### Підсумки глави

1. Стандартна модель ґрунтується на теорії заміщення, яка допомогла обґрунтувати теорію порівняльних переваг не тільки на витратах праці, а й на інших факторах виробництва. Згідно з теорією витрат заміщення, вартість одного товару визначається кількістю другого товару, яким слід пожертвувати для звільнення ресурсів, достатніх для виробництва додаткової одиниці першого товару. Країна з меншими витратами заміщення у виробництві будь-якого товару має і порівняльні переваги по цьому товару, а також і, одночасно, порівняльну невикладність по другому товару. Така модель порівняльних переваг розглядає ситуацію в умовах постійних витрат заміщення та повної спеціалізації країн на товарах своєї відносної переваги і припинення виробництва товарів, за якими відносно перевагу мають інші країни.

2. Стандартна модель розглядає сукупний попит та пропозицію. В її основі лежать зростаючі витрати заміщення, під якими розуміють, що країна для виробництва кожної додаткової одиниці одного товару повинна відмовитися від випуску не постійної, а зростаючої кількості іншого товару.

3. Пропозиція на ринку характеризується граничною нормою трансформації, що означає кількість одиниць товару II, від виробництва яких країна повинна відмовитися для виробництва кожної додаткової одиниці товару I.

Зростаючі витрати заміщення виникають внаслідок того, що фактори виробництва не однорідні і не використовуються в однакових пропорціях. Отже, країна в міру збільшення бідь-якого товару повинна використовувати ресурси, які стають менш ефективними або менш придатними для виробництва певного товару.

Попит на ринку характеризується граничною нормою заміщення, що означає таку кількість одиниць товару II, від якого країна повинна відмовитися, щоб одержати одну додаткову одиницю товару I та при цьому забезпечити збереження існуючого рівня споживання.

4. При зростаючих витратах заміщення не здійснюється повної спеціалізації країн. Зі спеціалізацією кожної з країн відносні ціни на товари зближується, поки не стануть однаковими. З цього моменту країнам не вигідно продовжувати нарощувати виробництво товару своєї порівняльної переваги, бо вже досягнута рівноважна ціна. Це

здійснюється до повної спеціалізації країн у виробництві. Подальша спеціалізація не має сенсу, тому що через зростаючі витрати заміщення це буде дорожче, ніж імпортувати товар.

5. Виграш від торгівлі складається від виграшу від обміну (це переваги, які одержує країна тільки через те, що вона вступила в торгові відносини з іншими країнами) та виграшу від спеціалізації (це переваги, які одержує країна через те, що в умовах торгівлі вона зосередила свої зусилля на виробництві товарів, за якими вона має відносну перевагу).

6. Подальший розвиток стандартна модель одержала в моделі загальної рівноваги в міжнародній торгівлі, яка пов'язує попит та пропозицію на товари всередині країни з попитом та пропозицією на них із-за кордону. Вона ґрунтується на понятті взаємного попиту, який об'єднує елементи попиту та пропозиції і показує кількість імпортного товару, необхідного країні, щоб спонукати її до експортування певної кількості свого товару. Модель також розглядає точніший метод визначення відносної ціни товару в умовах торгівлі за допомогою кривих обміну, які віддзеркалюють бажання країни експортувати та імпортувати за різних відносних цін.

Загальна рівновага досягається у випадку, коли експорт товару I країни А дорівнює імпорту товару I країни В, а імпорт товару II країни А дорівнює експорту товару II країни В.

### **Ключові поняття**

Теорія порівняльних переваг; теорія витрат заміщення; криві виробничих можливостей; постійні та зростаючі витрати заміщення; автаркія; гранична норма трансформації; криві байдужості; гранична норма заміщення; рівноважна відносна ціна; повна та неповна спеціалізація; виграш від обміну; виграш від спеціалізації; криві взаємного попиту; модель загальної рівноваги.

### **Запитання для самоконтролю**

1. У чому сутність теорії витрат заміщення?
2. Що розуміють під постійними й зростаючими витратами заміщення та коли вони виникають?
3. Що таке гранична норма трансформації та гранична норма заміщення?
4. Охарактеризуйте криві байдужості.
5. Як визначаються рівноважні відносні ціни?
6. Що розуміють під виграшем від обміну та виграшем від спеціалізації?

7. У чому особливості торгівлі, яка ґрунтується на відмінностях у смаках?
8. У чому сутність моделі загальної рівноваги?
9. Які характерні риси стандартної моделі?

### Запитання для обговорення

1. Чому пояснення закону порівняльних переваг Д.Рікардо неприйнятне?
2. Який зв'язок між витратами заміщення і межею виробничих можливостей країни?
3. Який вигляд має межа виробничих можливостей у випадку постійних витрат заміщення?
4. Який зв'язок між витратами заміщення та відносною ціною товару?
5. Чому межі виробничих можливостей різних країн мають неоднакову форму?
6. Як взаємодіє попит і пропозиція в умовах автаркії та в умовах торгівлі?
7. Чому виникає неповна спеціалізація виробництва в разі зростання витрат заміщення?
8. Чи може спеціалізація у виробництві та взаємовигідна торгівля ґрунтуватися виключно на відмінностях:
  - а) у смаках між двома країнами;
  - б) в наділенні факторами та/або в технологіях між двома країнами?
9. У чому особливості торгівлі між невеликою та великою країною?

### Набуття практичних навичок

1. Накресліть на графіку велику ввігнуту щодо початку координат криву виробничих можливостей. Починаючи із середини лінії межі виробничих можливостей, покажіть стрілками, що країна зіштовхується зі зростаючими витратами заміщення у виробництві більшої кількості товару I, який вимірюється по горизонтальній осі, та більшої кількості товару II. Поясніть, як зміниться нахил межі виробничих можливостей, якщо країна виробляє більше товару I? Більше товару II? Що відображають ці зміни?

2. Накресліть на графіку три суспільні криві байдужості так, щоб верхні дві криві перетиналися. Поясніть, що вимірюється нахилом цих кривих та чому нахил кожної з них менший для більш низьких точок? Визначте, яка з двох кривих байдужості, які перетинаються, показують вищий ступінь задоволення: праворуч чи ліворуч від точки перетину?

3. Накреслити на графіку суспільну криву байдужості, як дотичну до досить плоскої частини ввігнутої кривої виробничих можливостей. Накресліть лінію, яка показуватиме рівноважно-відносну ціну в умовах ізоляції в кожній

країні. Поясніть, який з товарів має порівняльну перевагу для кожної країни, а також за яких незвичайних умов не буде порівняльної переваги? На цьому графіку на межі виробничих можливостей покажіть стрілками напрям спеціалізації у виробництві й точку рівноваги виробництва та споживання для кожної країни в умовах торгівлі. Визначте, скільки виграє жодна країна в споживанні порівняно з точкою автаркії та яка з двох країн більше виграє від торгівлі. Поясніть [70, с. 63].

### **WEB-сайти**

**[www.economics.com.ua](http://www.economics.com.ua)**

Велика економічна бібліотека в Україні.

**[www.bib.com.ua](http://www.bib.com.ua)**

Електронна бібліотека в Україні.



## **ГЛАВА 5. АЛЬТЕРНАТИВНІ ТЕОРІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- дати визначення теорій технологічної розриву, життєвого циклу продукції, представницького попиту, економії на масштабах виробництва, внутрішньогалузевої торгівлі та конкурентних переваг;
- пояснити відмінності теорій з неотехнологічним підходом від класичних теорій;
- визначати особливості кожної з альтернативних теорій;
- обґрунтувати, виходячи з положень альтернативних теорій, вигідність для країн займатися міжнародною торгівлею.

Застосування класичних теорій ускладнюється через неясність у їхньому емпіричному підтвердженні, а також тим, що в реальному житті деякі припущення, на яких вони ґрунтуються, не існують. Тому їх не можна пристосувати до більшості сучасних форм міжнародної торгівлі.

Внаслідок швидкого розвитку наукомістких і високотехнологічних галузей виробництва, збільшення темпів зростання міжнародної торгівлі в другій половині ХХ ст. з'являється ряд теорій з неотехнологічним підходом. Вони називаються альтернативними теоріями, тому що їхні автори намагаються пояснити реалії і перспективи міжнародної торгівлі динамічними порівняльними перевагами, що виникають чи створюються, використовуються і згодом зникають, а також формулюють причини та наслідки участі окремої країни в міжнародному торговельному обміні з інших позицій, ніж у класичних теоріях. Наголос у них робиться на попит, недосконалу конкуренцію, ефект масштабів виробництва, кваліфікацію праці і технологічні досягнення як вирішальні елементи міжнародної спеціалізації.

### 5.1. Теорія технологічного розриву

Теорію технологічного розриву розробив американський економіст Майкл Познер у 1961 р. Застосування в аналізі міжнародної торгівлі цієї концепції означало відмову від припущення теорії Хекшера–Оліна щодо використання в усіх країнах однакової технології виробництва однойменних товарів. М. Познер виходив з того, що одна й та сама технологія не завжди одночасно використовується в різних країнах, а її поширення в міжнародних масштабах потребує певного часу. Внаслідок цього одна країна може користуватися тією чи іншою новою технологією, тоді як до іншої країни ця інновація ще не дійшла. Крім того, фірма-інноватор не зацікавлена в тому, щоб її новітні технології якомога швидше ставали загальним надбанням [16, с. 117–119; 70, с. 151].

М. Познер вводить поняття імітаційного лага та лага попиту. Під імітаційним лагом розуміється проміжок часу між моментом появи продукту в країні I та моментом, коли виробники країни II зможуть випустити його на свій національний ринок. Лаг включає період вивчення нової технології та її освоєння, час на придбання необхідних ресурсів, відповідне технічне переозброєння виробництва, сам час виробництва та випуску товару на ринок.

Імітаційні лаги відрізняються залежно від специфіки галузі, а для однойменних галузей у світовому господарстві їхня різниця зумовлюється національними відмінностями виробництва. Визначення лага належить до сфери виробництва. Під лагом попиту розуміється проміжок часу між моментом появи нового продукту на ринку країни та тим моментом, коли споживачі визнають цей продукт як товар-замінник існуючим виробам або як якісно новий предмет споживання. Він зумовлюється психологічними (вірність споживачів певним товарам або фірмам-виробникам, інерція в сприйнятті нових технологій та речей тощо), технічними (несвоєчасна та неповна інформація про новий продукт та його споживчі якості, можливі сфери застосування), іншими причинами та може варіювати залежно від галузі та національних умов виробництва.

У цій теорії імітаційний лаг порівнюється з лагом попиту. Наприклад, у випадку, коли імітаційний лаг становить 20 місяців, а лаг попиту — 10, то чистий лаг становитиме 10 місяців (тобто імітаційний лаг мінус лаг попиту). Протягом цього періоду країна I активно екс-

портуватиме новий товар у країну II. До цього періоду в країні II реального попиту на товар немає. Після його закінчення фірми країни II самі вироблятимуть такий товар та поставлятимуть його на внутрішній ринок, що призведе до зменшення експорту з країни I [16, с. 118].

Отже, М. Познер стверджував, що більша частина торгівлі між розвинутими країнами ґрунтується на впровадженні нових виробничих процесів та нових продуктів. Фірма, яка вводить новий товар, може користуватися своєю монополією на експорт, поки на ринку не з'являться фірми-імітатори з подібним товаром. Така тимчасова монополія найчастіше ґрунтується на патентах та ліцензіях, видача яких стимулює винаходи та розробку нових технологій. Технологічний відрив однієї компанії дійсно здатний додати нову перевагу країні походження товару.

Ця теорія стверджує, що країна може утримувати позицію провідного експортера на світовому ринку лише за умови постійної інноваційної діяльності. Проте ця модель має деякі недоліки, оскільки не пояснює, якими повинні бути масштаби технологічного розриву, як вони виникають і ліквідовуються.

## 5.2. Теорія життєвого циклу продукції

Основні положення теорії життєвого циклу продукції розробив Реймонд Вернон у 1966 р. Вона розвиває модель технологічного розриву та ґрунтується на концепції життєвого циклу продукції, запропонованої на початку 60-х років фахівцями Гарвардської школи бізнесу, яка стверджувала, що продаж продукції і прибуток від неї змінюються з часом. Ця концепція, що стосується аналізу запізнення передачі нових технологій у міжнародних масштабах, наближається до реальних процесів, які визначають динаміку та структуру торговельних потоків [16, с. 119–121; 70, с. 152].

Товар проходить через чотири стадії життєвого циклу:

1. На стадії появи нового продукту на ринку рівень продаж низький. Через витрати щодо впровадження цього продукту прибутки теж низькі.

2. Стадія зростання характеризується збільшенням прибутків і зростанням продаж.

3. На стадії зрілості через розвиток конкуренції і насичення ринку продаж і прибутки стабілізуються.

4. На стадії спаду рівень продаж і прибутків падає.

Отже, на першій стадії товар насичений технологією, потім його розвиток та масове виробництво потребують значної насиченості капіталом (інвестиціями), і на останніх двох стадіях він перетворюється на звичайний продукт, насичений низькокваліфікованою працею, який поступово стає застарілим.

Кожна стадія життєвого циклу товару відповідає етапу міжнародного обміну.

Перша стадія не веде до міжнародного обміну: товар виробляється та споживається в країні, де був винайдений. Це пояснюється тим, що якісні характеристики продукту, обсяги й технології його випуску ще не є сталими, бо фірми лише освоюють виробництво товару та ринок, на якому він реалізується. Крім того, країна-виробник має населення з досить високими доходами, щоб придбати новий продукт; її внутрішній ринок більше підходить до випробування нового товару, оскільки його поява відповідає очікуванням споживачів цієї країни. Національне виробництво залежить насамперед від внутрішнього попиту, який відображає настрої та потенційні закупки вітчизняних споживачів. Таким чином, на стадії появи нового продукту більшість продаж відбувається на внутрішньому ринку.

На стадії зростання попит на продукти виникає в інших розвинутих країнах зі схожими смаками та перевагами, тобто виникає та збільшується експорт із країни-інноватора в інші розвинуті країни. Це пояснюється тим, що товар стабілізується за рівнем технології, його ціна знижується (економіка на масштабах виробництва) і виробник намагається розширити свій ринок збуту, що здійснюється за рахунок інших розвинутих країн; компанія-інноватор намагається продовжувати свою тимчасову монополію, першою освоюючи зарубіжні ринки, оскільки на своїй території її ринок уже атакують імітатори.

Стадія зрілості продовжує стадію зростання і характеризується стабілізацією прибутків. Однак успіх продукту може спричинити конкуренцію з боку іноземних виробників, у яких з'являються переваги перед експортерами. По-перше, на продаж товарів усередині країни не поширюються квоти та тарифи. По-друге, знижуються зна-

чні транспортні витрати з доставки продукції від виробника до споживача. Коли тиск конкуренції стає сильнішим, відбувається перехід до стадії спаду.

На стадії спаду країна-інноватор стає імпортером, а розвинуті країни-імітатори — експортерами. Це пояснюється тим, що товар стає звичайним, компанія-винахідник поступово відмовляється від нього на користь нових товарів, національний попит насичується, а решта попиту задовольняється імпортом, при цьому з'являється новий попит на товари нового покоління; звичайний товар насичується низькокваліфікованою робочою силою, а витрати виробництва відіграють головну роль на ринку активної конкуренції, тобто фірми змушені досягати мінімального рівня витрат виробництва. З'являється стимул перемістити виробництво певного товару в країни, що розвиваються, де низька вартість праці.

Таким чином, Р.Вернон доводить, що у встановленні торговельних зв'язків між країнами важливу роль відіграють технології і дослідження, що в промислово розвинутих країнах набагато більше технологічних і науково-дослідних можливостей, необхідних для розроблення нового продукту. Це припускає, що в таких країнах, як США, компанії можуть мати порівняльну перевагу в науці і техніці, що приведе їх до переваги у створенні нових товарів. Щоб розтягти фазу зростання життєвого циклу їхньої продукції, ці фірми, імовірно, будуть експортувати розроблені ними товари. З іншого боку, в американському імпорті буде спостерігатися тенденція переваги товарів, виробництво яких не дуже залежить від технології чи наукових досліджень.

Теорія життєвого циклу продукції характеризує динамічний аспект порівняльних переваг, який полягає в тому, що протягом життєвого циклу товару відбувається послідовна зміна його постачальників на світовий ринок.

### **5.3. Теорія представницького попиту**

Теорію представницького попиту розробив шведський економіст Стефан Ліндер у 1961 р. У ній він намагався пояснити структуру торгівлі окремо взятої країни, будуючи свій аналіз міжнародної торгівлі

виключно навколо проблеми попиту [16, с. 122–124; 52, с. 118–119; 68, с. 130].

За основу С. Ліндер взяв обсяг обміну подібними товарами між країни із зіставленим рівнем розвитку, відкидаючи теорію Хекшера–Оліна, вихідним моментом якої була пропозиція товарів на світовій ринок. Новий підхід спирався на такі принципи:

- умови виробництва залежать від умов попиту. Ефективність виробництва тим вища, чим більший попит;
- умови вітчизняного виробництва залежать переважно від внутрішнього попиту. Саме вітчизняний представницький попит є опорою виробництва і необхідною, але недостатньою умовою, щоб товар можна було експортувати;
- зовнішній ринок — це всього лише продовження внутрішнього ринку, а міжнародний обмін — тільки продовження міжрегіонального.

С. Ліндер вважає, що смаки споживачів, як правило, зумовлюються рівнем їхніх доходів, однак обмежує аналіз лише промисловими виробами. Смаки та уподобання споживачів певної країни визначають структуру попиту, яка змушує відповідно реагувати виробників. Країни з високими доходами на особу потребуватимуть споживчих товарів високої якості та складних товарів промислового призначення, тоді як країни з низькими доходами потребуватимуть споживчих товарів першої необхідності низької якості та менш складних товарів промислового призначення. Так здійснюється зв'язок між доходом на душу населення та структурою виробництва окремих товарів. Такий товарний асортимент і визначає експорт країни.

Отже, відмінності в доходах є потенційною перешкодою для міжнародної торгівлі. Багата країна знаходить експортні ринки в інших багатих країнах, населення яких потребує високоякісних, прогресивних товарів, а не в бідних країнах, де попит завжди залишається малим. Бідні країни знаходять ринки збуту своїх товарів в інших країнах з аналогічною структурою попиту. Звідси робиться висновок: міжнародна торгівля промисловими виробами буде інтенсивнішою між країнами з близькими рівнями доходу на особу порівняно з товарообігом між країнами з різними рівнями доходу, причому обмін здійснюється порівнювальними чи близькими товарами. Наближеність країн за рівнем розвитку потребує від них порівнювальної якос-

ті товарів. Нескінченна різноманітність товарів уможливорює успішну торгівлю товаром, який у принципі вважається тим самим.

Однак теорія Ліндера не пояснює, які специфічні промислові товари країна буде експортувати, а які — імпортувати.

#### **5.4. Теорія економії на масштабах виробництва**

У теорії Хекшера–Оліна одним з припущень було те, що виробництво товарів у двох країнах супроводжується постійною віддачею від масштабу, тобто обсяги виробництва зростають пропорційно збільшенню споживання ресурсів. Однак торгівля між країнами з однаковою забезпеченістю факторами виробництва може бути взаємовигідною, якщо розвивається на основі спеціалізації в галузях, де є зростаючий ефект від масштабу [34, с. 176–178; 52, с. 82–85; 70, с. 142–144].

Зростаюча віддача від масштабу — це така умова виробництва, за якої темпи обсягу виробництва продукції випереджають темпи споживання виробничих ресурсів (факторів виробництва). Так, якщо витрати виробництва зростають у два рази, то обсяг випуску продукції зростає значно більше. Ефект масштабу характеризується зниженням витрат на одиницю продукції в міру зростання обсягу виробництва. Це пояснюється можливістю поглибити поділ праці, спеціалізацією в процесі розширення виробництва, здійсненням технологічної економії в умовах зберігання постійних витрат на незмінному рівні.

В умовах торгівлі дві країни починають спеціалізуватися на товарах своєї порівняльної переваги, і чим глибша буде спеціалізація в кожній з країн, тим більший економічний ефект вона одержить. У процесі міжнародної торгівлі країни вийдуть на повну спеціалізацію виробництва.

Міжнародну торгівлю на основі зростаючої віддачі від масштабу характеризують риси, яких немає в моделях Д. Рікардо та Хекшера–Оліна. Ця теорія пояснює торгівлю подібними товарами, частка яких у загальному товарообігу досить значна і має тенденцію до зростання, роз'яснює торгівлю між країнами, які мають майже однакові фактори виробництва, а також припускає виникнення монополії або олігополії.

Важливим питанням у цій теорії є визначення впливу ефекту від масштабу на ринкові структури, тобто за рахунок яких структурних зрушень здійснюється зростання виробництва та зниження середніх витрат (середні витрати розраховуються діленням загальних витрат на кількість одиниць виробленої продукції). Це відобразилося в працях американського економіста Пола Кругмана [39, с. 145–187]. Структурні зрушення можуть бути зовнішніми по відношенню до окремої фірми-виробника та внутрішніми, якщо виникають усередині фірми.

Зовнішня економія від масштабу виробництва виникає при зниженні витрат на одиницю продукції кожної фірми, що входить до галузі, внаслідок зростання виробництва в галузі в цілому (тобто внаслідок зовнішніх чинників по відношенню до фірми).

Внутрішня економія від масштабу виробництва виникає, коли витрати на одиницю продукції знижуються в межах фірми внаслідок зростання масштабів її виробництва (тобто зниження витрат не залежить від розміру галузі в цілому).

Ці два типи економії на масштабах виробництва передбачають різну структуру галузей.

Галузь, у якій ефект масштабу зовнішній, тобто в неї великі фірми не мають особливих переваг, складається зі значної кількості невеликих фірм і має досконалу конкуренцію. Виробник на досконалому конкурентному ринку може реалізувати будь-яку кількість продукції за поточною ціною, на яку він не може вплинути. Зовнішній ефект масштабу передбачає, що збільшується кількість фірм, які виробляють той самий товар, але розмір кожної з них залишається незмінним.

У разі внутрішнього ефекту масштабу великі фірми мають перевагу перед невеликими. Обсяг виробництва продукції залишається попереднім, але кількість фірм, які її виробляють, зменшується. Це призводить до створення ринкової структури із недосконалою конкуренцією, і виробники-монополісти мають можливість впливати на ринкову ціну товару та забезпечувати зростання обсягів продажу за рахунок зниження витрат.

Ситуація з чистою монополією трапляється дуже рідко порівняно з олігополією, в умовах якої розвивається монополістична конкуренція. Тому розглянемо взаємозв'язок між монополістичною конкуренцією та міжнародною торгівлею.



Модель монополістичної конкуренції будується на двох основних припущеннях:

- кожна фірма може забезпечити диференціацію свого товару, тобто відмінність своєї продукції від продукції фірми-конкурента. Сучасне виробництво, як правило, випускає не однорідну продукцію, а диференційовану (наприклад, виробництво «Шевроле», «Вольво», «Рено»). Покупці не придбають товар інших фірм тільки тому, що він дешевший. Диференціація товару дає кожній фірмі можливість одержати монополію на конкретний товар певної галузі, тобто фірма стає мінімополістом;
- кожна фірма зіштовхується з конкуренцією інших фірм, які виробляють взаємозамінні товари, хоч ціни на її продукцію залежать від цін інших фірм-виробників аналогічної продукції, однак вона не розглядає вплив своєї цінової політики на ціни всього ринку і діє так, неначе є монополістом.

П. Кругман починає будувати модель монополістичної конкуренції з опису попиту, з яким зіштовхується фірма [34, с. 179–180; 39, с. 154–158]. Рівняння, що описує попит, має такий вигляд:

$$Q = S \left[ \frac{1}{n} - b \times (P - \bar{P}) \right], \quad (5.1)$$

де  $Q$  – обсяг продажу фірми;

$S$  – обсяг продажу галузі;

$n$  – кількість фірм у галузі;

$b$  – змінна попиту, яка показує залежність ринкової частки фірми від ціни на її товар;

$P$  – ціна товару фірми;

$\bar{P}$  – середня ціна товару в конкуруючих аналогічних товарах.

При цьому передбачається виконання таких умов:

- фірма продає тим більше своїх товарів, чим більший попит на її продукцію в галузі і чим вищі ціни на продукцію її конкурентів;
- продажі фірми будуть тим менші, чим вищі ціни на її продукцію і чим більша кількість конкурентів у галузі.

Щоб виявити вплив монополістичної конкуренції на міжнародну торгівлю, визначають три види взаємозв'язків між кількістю фірм та ціною на їхні товари:

1) *кількість фірм та середні витрати типової фірми*. У цій моделі всі фірми симетричні, і продаж здійснюється за однаковими цінами. У цьому випадку  $P = \bar{P}$ , тобто обсяг виробництва кожної фірми ( $Q$ ) становить  $1/n$  частку загального виробництва галузі  $S$ . У той же час середні витрати обернено пропорційні обсягу виробництва окремої фірми (рівняння 5.1). Тому середні витрати ( $AC$ ) залежать від розміру ринку та кількості фірм, які діють у галузі:

$$AC = \frac{F}{Q} + c = n \frac{F}{S} + c, \quad (5.2)$$

де  $F$  — постійні витрати, які не залежать від розмірів виробництва фірми;

$c$  — граничні витрати фірми.

Це рівняння показує, що із зростанням обсягів виробництва фірми ( $Q$ ) її середні витрати зменшуються, оскільки постійні витрати ( $F$ ) розподіляються на більшу кількість виробничих товарів. При  $P = \bar{P}_2$ , (усі фірми одержують однакову ціну за свою продукцію) рівняння 5.1

має вигляд:  $Q = \frac{S}{n}$ . Якщо підставити його в ліву частину рівняння 5.2,

то його права частина буде свідчити про те, що чим більше фірм діє в галузі, тим будуть вищі середні витрати кожної з них. Це пояснюється тим, що при більшій кількості фірм кожна з них виробляє меншу кількість продукції. Залежність між  $n$  та середніми витратами показана на рис. 5.1 кривою  $CC$ , яка має висхідну форму;

2) *кількість фірм та ціна*. Ціна, яку встановлює типова фірма, також залежить від кількості фірм, що діють у галузі. Співвідношення між кількістю фірм та ціною, за якою вони продають свою продукцію, ґрунтується на рівнянні 5.1 і має такий вигляд (якщо  $S$  помножити на вираз у дужках):

$$Q = (S/n + Sb \times \bar{P}) - SbP. \quad (5.3)$$

Залежність сумарного обсягу продажу продукції монополістом від ціни має вигляд:

$$Q = A - B \times P, \quad (5.4)$$

де  $A$  та  $B$  — постійні величини.

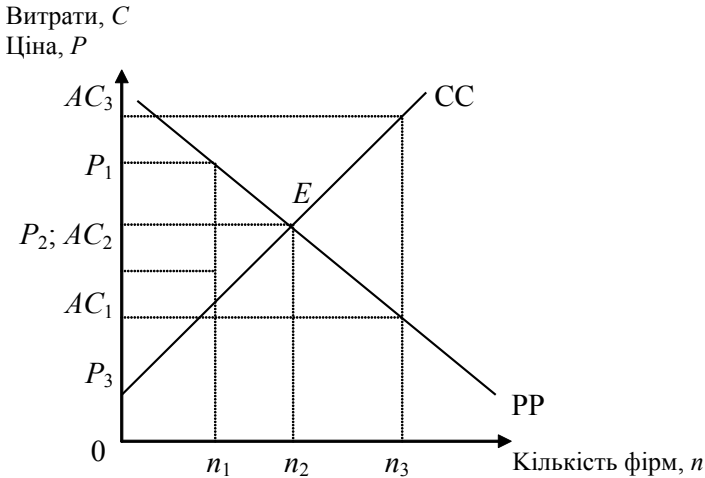


Рис. 5.1. Рівновага на ринку монополістичної конкуренції

Рівняння 5.3 таке ж саме, як і рівняння 5.4, з тією лише різницею, що замість  $A$  в ньому використовується вираз  $\frac{S}{n} + S \times b \times \bar{P}$ , а замість  $B - Sb$ .

Якщо у формулі граничного доходу фірми (відомої із загальної теорії економіки)  $MR = P - Q/B$  замінити  $B$  на  $Sb$ , то одержуємо:

$$MR = P - \frac{Q}{Sb}.$$

Фірми, які бажають максимізувати свій прибуток, намагаються, щоб їхній граничний дохід дорівнював граничним витратам, тобто

$$MR = P - Q/Sb = c. \quad (5.5)$$

Через це ціну, яку встановлює типова фірма, можна розрахувати за формулою

$$P = c + Q/Sb. \quad (5.6)$$

Однак, якщо фірми устанавлять однакову ціну, то вони продадуть товар у кількості  $Q = S/n$ . Тепер підставимо це значення  $Q$  в рівняння 5.6 і одержимо:

$$P = c + \frac{1}{b \times n}. \quad (5.7)$$

Це рівняння залежності між кількістю фірм та ціною, за якою вони продаватимуть свій товар. Воно свідчить про те, що чим більше фірм діє в галузі, тим вища конкуренція та тим нижчі будуть ціни. Така взаємозалежність показана на рис. 5.1 кривою РР, яка має низхідну форму;

3) *рівноважна кількість фірм*. Ситуація в галузі була розглянута за допомогою кривої РР, яка показує, що чим більше фірм у галузі, тим нижча ціна, оскільки збільшення кількості фірм загострює між ними конкуренцію, а також за допомогою кривої СС, яка показує, що чим більше фірм у галузі, тим вищі середні витрати, оскільки при збільшенні кількості фірм кожна з них продає менше продукції, тому вони не можуть установлювати ціну нижчу від середніх витрат.

Перетин кривих СС та РР в точці  $E$  відповідає кількості фірм  $n_2$ , яка забезпечує її нульовий прибуток (ціна  $P_2$  відповідає середнім витратам  $AC_2$ ). У довгостроковій перспективі кількість фірм у галузі прямує до значення  $n_2$ . Так, якщо припустити, що  $n$  набуває значення  $n_2$  ( $n_1 < n_2$ ), то в цьому випадку  $P = P_1$ , середні витрати стають меншими ( $AC_1$ ), і фірми починають одержувати монополійні прибутки. У випадку  $n_3 > n_2$ , фірми установлюють  $P = P_3$ , середні витрати досягають  $AC_3$ , внаслідок чого фірми несуть збитки.

З часом у прибутковій галузі з'являються нові фірми, а у втратніши — їхня кількість зменшується. Це означає, що  $n_2$  відповідає рівновісному значенню кількості фірм у галузі, а  $P_2$  — рівноважній ціні. У довгостроковій перспективі кількість фірм у галузі прямує до  $n_2$ , і точка  $E$  відповідає довгостроковому рівноважному стану галузі. Таким чином, за моделлю монополістичної конкуренції можна визначити рівноважну кількість фірм та рівноважну ціну, яку вони установлюють.

У галузі з монополістичною конкуренцією кількість фірм і рівень ціни залежать від розмірів (ємності) ринку. Міжнародна торгівля дає можливість збільшувати розміри ринку. В умовах автаркії в галузях з ефектом масштабу виробництва асортимент товарів і масштаби їхнього виробництва обмежуються розмірами ринку. В умовах торгівлі країни формують світовий ринок, який за своїми розмірами більший від кожного з національних ринків, що допомагає уникнути зазначених обмежень. Країни також одержують можливість спеціалізува-

тися на випуску більш вузького асортименту товарів та імпортувати продукцію, яку не випускають, що збільшує різноманіття товарів для споживачів. Торгівля стає взаємовигідною навіть для країн з однаковою забезпеченістю ресурсами та технологіями.

Збільшення розмірів ринків приводить до зростання кількості фірм та більших розмірів продажу. Споживачам на великих ринках порівняно з невеликими пропонуються товари за нижчими цінами та в ширшому асортименті.

Виходячи з рівняння (5.2), яке відображає криву  $CC$  (див. рис. 5.1), можна сказати, що збільшення загального обсягу продажу ( $Q$ ) приводить до зниження середніх витрат для даної кількості фірм ( $n$ ). Це пояснюється тим, що коли ринок зростає за незмінної кількості фірм, то обсяг продажу, який припадає на кожен фірму, зростатиме при одночасному зниженні середніх витрат кожної фірми. Отже, при порівнянні двох ринків, один з яких за обсягом продажу більший ніж інший, бачимо, що крива  $CC$  більшого ринку лежатиме нижче від кривої  $CC$  меншого ринку. Однак розміри ринку не впливають на положення кривої  $PP$ , яка описується рівнянням 5.7, у якому відсутній показник розміру ринку. Таким чином, зростання розмірів ринку не веде до зрушення кривої  $PP$ .

Наслідки збільшення розмірів ринку в умовах міжнародної торгівлі показані на рис. 5.2 [39, с. 161].

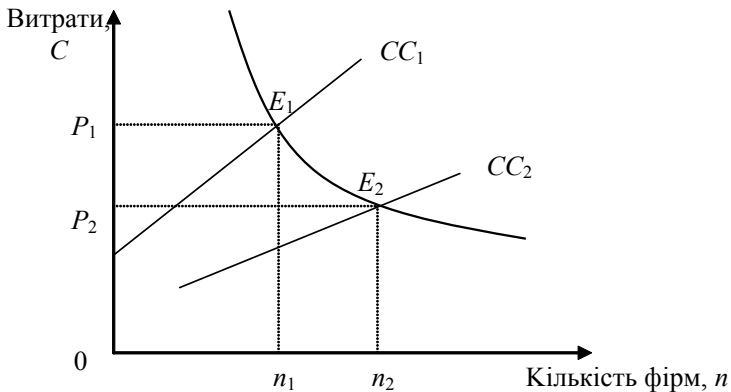


Рис. 5.2. Наслідки збільшення ринку

До торгівлі ринок перебуває в рівновазі в точці  $E_1$ , в якій фірми в кількості  $n_1$  продають товари за ціною  $P_1$ . З початком торгівлі розміри ринку країни, які вимірюються загальним обсягом продажу галузі ( $S$ ), збільшуються. Це виявляється в переміщенні кривої  $SS$  (кривої середніх витрат) вниз із положення  $SS_1$  в положення  $SS_2$ . Оскільки крива  $PP$  не змінює свого положення, то рівновага переміщується в точку  $E_2$ , в якій число фірм збільшується до  $n_2$ , а ціна з  $P_1$  знижується до  $P_2$ .

Отже, в умовах монополістичної конкуренції вигідно розвивати міжнародну торгівлю, оскільки споживачі стають частиною більшого ринку і мають можливість отримувати більше різноманітних товарів за меншою ціною, а кожна з фірм стане випускати більше продукції. Щоб досягти ефекту масштабу виробництва, кожна фірма повинна сконцентрувати виробництво в себе в країні або в зарубіжній країні, але продаж продукції має здійснювати споживачам обох країн.

### 5.5. Теорія внутрішньогалузевої торгівлі

Міжнародна торгівля в умовах монополістичної конкуренції з точки зору диференціації номенклатури продукції складається з двох потоків: міжгалузевої та внутрішньогалузевої торгівлі [16, с. 135–142; 34, с. 181–186; 39, с. 165–172; 70, с. 143–151].

Міжгалузева торгівля — це експорт та імпорт товарів, які належать до різних товарних груп. Міжгалузева торгівля відображає порівняльні переваги країн у виробництві товарів, розвивається в умовах різної забезпеченості факторами виробництва, внаслідок чого зростають доходи на відносно надлишкові фактори виробництва та знижуються на відносно недостатні. Торгівля здійснюється, як правило, між розвинутими країнами та країнами, що розвиваються, переважно готовими виробами та однорідними товарами між великими галузями (наприклад, промисловістю та сільським господарством). Міжгалузевий обмін можна пояснити теорією Хекшера–Оліна.

Внутрішньогалузева торгівля — це експорт та імпорт товарів, що належать до однієї й тієї самої товарної групи.

Внутрішньогалузевий обмін не відображає наявності конкурентних переваг. Його розвиток стимулюється за допомогою економії від

масштабу та виробництва диференційованої продукції. Торгівля розвивається в умовах однакової чи подібної забезпеченості факторами виробництва та веде до зростання доходів на всі фактори виробництва. Вона здійснюється, як правило, між розвинутими країнами чи країнами приблизно однакового розміру. Торгують країни деталями, компонентами продукції, диференційованими товарами галузей, що випускають промислові вироби.

На внутрішньогалузеву торгівлю припадає значна частина світових торговельних потоків. Її обсяг між країнами визначають за допомогою індексу внутрішньогалузевої торгівлі ( $U$ ), який розраховується за формулою, аналогічною формулі 2.22:

$$U = 1 - \frac{|X - IM|}{X + IM}, \quad (5.8)$$

де  $X$  — обсяг експорту окремої галузі та товарної групи;

$IM$  — обсяг імпорту окремої галузі та товарної групи.

Значення  $U$  змінюється від 0 до 1. Якщо  $U = 0$ , то в цьому випадку країна або тільки експортує, або тільки імпортує товар (внутрішньогалузева торгівля відсутня). Якщо  $U = 1$ , то обсяги експорту та імпорту збігаються і внутрішньогалузева торгівля здійснюється в максимальному обсязі. Отже, чим індекс  $U$  ближчий до 1, тим більші обсяги внутрішньогалузевої торгівлі.

Однак використовувати індекс  $U$  для визначення частини внутрішньогалузевої торгівлі складно, оскільки на його значення впливає, як визначається галузь або товарна група. Чим більший масштаб галузі, тим вище значення  $U$  і тим більша ймовірність того, що країна експортуватиме одні варіанти диференційованого товару, а інші імпортуватиме. Використання індексу  $U$  має велике значення при визначенні відмінностей у внутрішньогалузевій торгівлі окремих галузей, а також для пояснення змін у внутрішньогалузевому обміні в межах однієї галузі.

Модель внутрішньогалузевої торгівлі проілюстровано на рис. 5.3.

Ця модель являє собою розвиток моделі монополістичної конкуренції. Лінія  $D$  є кривою попиту фірми на диференційований товар, який вона випускає. На ринку цього товару велика кількість фірм, які продають аналогічну продукцію, і незначна зміна в ціні спричинює значні зміни в обсягах продажу фірми. В умовах монополіс-

тичної конкуренції фірма повинна знизити ціну на одиницю товару, щоб збільшити обсяг продажу. Тому крива граничного доходу фірми ( $MR$ ) розташована нижче від кривої попиту і через це  $MR < P$ . Наприклад, фірма може продати дві одиниці товару за ціною  $P=4,5$  дол. (точка  $B$ ) і мати загальний дохід у 9 дол., або продати три одиниці товару за ціною 4 дол. (точка  $A$ ) і одержати дохід у 12 дол., незважаючи на те, що зміна в загальному доході (граничному доході  $MR$ ) менша ( $12 - 9=3$ ) порівняно з ціною  $P = 4$  дол. за третю одиницю проданого товару [70, с. 148–149].

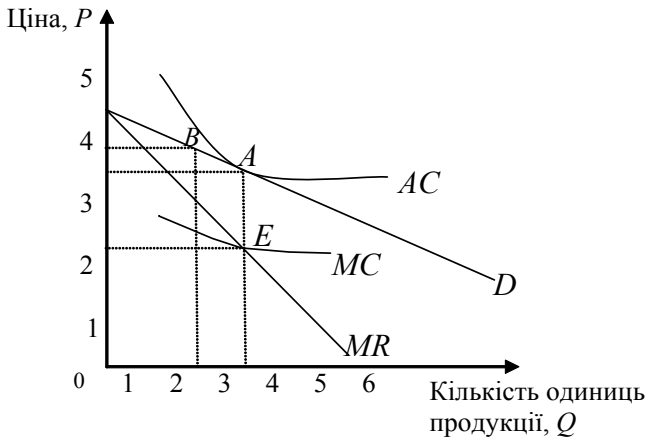


Рис. 5.3. Внутрішньогалузева торгівля диференційованими товарами

Фірма спеціалізується на одній різновидності товару і діє в умовах зростаючої віддачі від масштабу. Крива середніх витрат  $AC$  свідчить про зменшення витрат у міру зростання обсягів виробництва, внаслідок чого крива граничних витрат лежить нижче від кривої середніх витрат  $AC$ . Це означає, що при зниженні  $AC$  граничні витрати повинні бути менші від середніх витрат. Оптимальний обсяг виробництва для фірми становить три одиниці (точка  $E$ ). Якщо фірма випускатиме менший обсяг продукції, то граничний дохід  $MR$  буде більший від граничних витрат  $MC$ . Це означає, що доходи перевищують витрати на виробництво, і фірма має резерви для розширення



виробництва. Якщо виробляється більше ніж три одиниці продукції, то  $MR < MC$  і фірма буде скорочувати виробництво, оскільки витрачає більше, ніж одержує. Таким чином, оптимальний обсяг виробництва дорівнює трьом одиницям, кожна з яких фірма може продати за 4 дол. (точка *A*). Галузь стає прибутковою і притягує до себе нові фірми, поки не установиться рівновага. У разі рівноваги крива середніх витрат *AC* проходить через точку *A* і показує, що фірма одержує лише середній прибуток (*EA*).

Зв'язок між внутрішньогалузевою та міжгалузевою торгівлею демонструє такий приклад [70, с. 150]. Існує дві країни — *A* та *B*. Країна *A*, маючи надлишок трудових ресурсів, виробляє трудомісткий продукт *I*. Країна *B*, маючи відносний надлишок капіталу, виробляє продукт *II*. Товари *I* та *II* однорідні і тому, відповідно до теорії Хекшера–Оліна, країна *A* експортує товар *I* та імпортує товар *II*, а країна *B* експортує товар *II* та імпортує товар *I*. Цей приклад ілюструє міжгалузеву торгівлю, яка ґрунтується на відносних перевагах. Якщо товари *I* та *II* неоднорідні і мають декілька різновидів (є диференційованими продуктами), то країна *A* продовжуватиме експортувати товар *I* (у межах міжгалузевої торгівлі, що ґрунтується на порівняльних перевагах), але одночасно імпортуватиме з країни *B* деякі варіанти товару *I* внаслідок диференціації товару *I* між двома країнами. Аналогічно країна *B* експортуватиме товар *II*, але й імпортуватиме деякі його різновиди з країни *A*. Це відбувається в межах внутрішньогалузевої торгівлі, яка ґрунтується на економії від масштабу.

Таким чином, міжгалузєва торгівля здійснюється тільки однорідними товарами, а при диференціації продукції виникає як міжгалузєва, так і внутрішньогалузева торгівля. Чим більше країни подібні в забезпеченості ресурсами, технологіями, тим більша частка між ними внутрішньогалузевою торгівлі.

### 5.6. Теорія конкурентних переваг

У 1991 р. американський економіст М. Портер опублікував дослідження «Конкурентні переваги», в якому показав розвиток порівняльних переваг на якісно новій основі, розробив новий підхід до проблем міжнародної торгівлі [27, с. 295–297, 57]. Він виходив з того,

що на міжнародному ринку конкурують фірми, а не країни. Необхідно зрозуміти, як фірма створює та утримує конкурентні переваги, щоб виявити роль країни в цьому процесі. Портер вважає, що успіх на світовому ринку залежить від правильно обраної конкурентної стратегії. Головною одиницею конкуренції, за М. Портером, є галузь, тобто група конкурентів, які виробляють товари або надають послуги та суперничають між собою.

На вибір конкурентної стратегії впливають:

- *структура галузі, в якій діє фірма.* Конкуренція в галузі залежить від таких факторів:

- а) поява нових конкурентів;
- б) поява товарів або послуг-замінників;
- в) спроможність постачальників торгуватися;
- г) спроможність покупців торгуватися;
- ґ) суперництво конкурентів, які вже є, між собою.

Ці фактори впливають на ціни, які установлюють фірми, їхні витрати, капіталовкладення та визначають прибутковність галузі;

- *позиція, яку займає фірма в галузі.* На позицію фірми впливають такі фактори:

- а) стабільна конкурентна перевага. Це має місце, якщо у фірми менші витрати й вона виробляє більшу кількість диференційованих товарів;

- б) сфера конкуренції або широчінь мети, на яку орієнтується фірма в межах своєї галузі. Фірма вирішує, скільки різновидів товарів виробляти, якими каналами збуту користуватися, яке коло покупців обслуговувати, в яких районах світу продавати свою продукцію.

Концепція типових стратегій передбачає, що кожна стратегія ґрунтується на конкурентній перевазі й фірма вибирає свою стратегію залежно від переваги, яку має.

Конкурентна перевага досягається виходячи з того, як фірма організовує та виконує окремі види діяльності, внаслідок якої створюються певні цінності для покупців. Види діяльності фірми об'єднуються в ланцюжок цінностей фірми, під яким розуміється система видів діяльності, між якими існують зв'язки, які виникають, коли спосіб здійснення того чи іншого виду діяльності впливає на вартість або ефективність інших видів діяльності. Управління цими зв'язками може стати джерелом конкурентної переваги.

Фірми отримують конкурентну перевагу, коли здійснюють інновації (удосконалення технології, способів та методів ведення справ).

Головні фактори інновацій, завдяки яким досягається конкурентна перевага:

- новітні технології;
- нові потреби покупців;
- поява нового сегмента галузі;
- зміна вартості або компонентів виробництва;
- регулювання на рівні уряду (стандарти, торговельні обмеження, охорона навколишнього середовища).

Фірми, які першими відреагували на зміну структури галузі, одержують перевагу. Завдяки цьому вони мають можливість використовувати ефект масштабу, знижувати витрати, створювати фірмовий імідж, налагоджувати відносини з клієнтами в той час, коли ще немає жорсткої конкуренції.

Тривалість конкурентної переваги залежить від її джерел, їхньої кількості, модернізації виробництва.

М. Портер виділяє чотири властивості країни (детермінанти), які формують середовище та в якій конкурують місцеві фірми. Вони впливають на міжнародний успіх країни.

1. *Параметри факторів*, які являють собою матеріальні та нематеріальні умови, необхідні для формування конкурентної переваги. Крім традиційних факторів (капітал, праця, земля), М. Портер виділяє ще ресурс знань (сукупність наукової, технічної, комерційної інформації), інфраструктуру (транспортна система, система зв'язку, поштових послуг, система охорони здоров'я, переказ платежів між банками тощо). Фактори М. Портер поділяє на загальні, які можна застосовувати в багатьох галузях (наприклад, мережа автомобільних шляхів, персонал з вищою освітою), та спеціалізовані, які створюють більш довготермінову основу для конкурентної переваги та застосовуються в обмеженій кількості галузей.

2. *Умови (параметри) попиту*: ємкість попиту, динаміка його розвитку, диференціація на види продукції, вимогливість покупців до якості товарів та послуг.

3. *Споріднені та підтримувальні галузі*. Наявність у країні галузей-постачальників або суміжних галузей, які конкурентоспроможні на світовому ринку, визначає національну конкурентну перевагу.

4. *Стратегія, структура та суперництво фірм.* Фірми створюються, організуються та управляються залежно від характеру конкуренції на внутрішньому ринку, при цьому розроблюються різні стратегії та цілі. Національні особливості впливають на управління фірмами, а також на форму конкуренції між ними.

Особливе значення для досягнення високої конкурентоспроможності в галузі має суперництво на внутрішньому ринку.

М. Портер підкреслює значення випадку та уряду у формуванні конкурентної переваги.

Випадок — це подія, яка має мало спільного з умовами розвитку в країні й на яку часто не можуть вплинути ні фірми, ні національний уряд.

До найважливіших подій належать: винахідництво, великі технологічні досягнення (біотехнологія, мікроелектроніка тощо), різкі зміни цін на ресурси, значні зміни на світових фінансових ринках або валютних курсів, різке підвищення світового або місцевого попиту, політичні рішення іноземних урядів, війни. Випадкові події можуть змінити позиції країн, які суперничають: ліквідувати переваги старих, могутніх конкурентів і посилити експортний потенціал інших держав.

Роль уряду у формуванні національної конкурентної переваги полягає в його впливі на всі чотири детермінанти:

- параметри факторів — через субсидії, політику відносно ринку капіталу та ін.;
- параметри попиту — установленням різних стандартів, здійснення державних закупівель;
- умови розвитку споріднених галузей та галузей-постачальників за допомогою контролю над засобами реклами або регулювання розвитку інфраструктури;
- стратегію фірм, їхню структуру та суперництво через власну податкову політику, антимонопольне законодавство, шляхом регулювання інвестицій та діяльності ринку цінних паперів.

Вплив уряду може бути як позитивний, так і негативний.

Особливу увагу М. Портер звернув на те, що в багатьох країнах фірми, які успішно діють на світових ринках, охоплюють своєю діяльністю та визначають рівень розвитку цілої групи галузей (кластеру). Відображаючи динаміку конкурентних переваг країни, кластери

формуються, поширюються, але вони можуть й згортатися й розпадатися.

Теорія М. Портера найповніше відображає важливі фактори, які визначають конкурентні переваги країни, являє собою узагальнення різних аспектів існуючих теорій, які орієнтовані на торгівлю між країнами та діяльність окремих компаній.

### Підсумки глави

1. Завдяки швидкому розвитку високотехнологічних галузей виробництва, збільшенню темпів зростання міжнародної торгівлі з'являється ряд теорій з неотехнологічним підходом. Їхні автори намагаються пояснити реалії та перспективи міжнародної торгівлі динамічними порівняльними перевагами, що виникають чи створюються, використовуються і згодом зникають. Ці теорії основну увагу приділяють попиту, недосконалій конкуренції, ефекту масштабів, технологічним досягненням як вирішальним елементам міжнародної спеціалізації.

2. Теорія технологічного розриву стверджує, що країна може утримувати позицію провідного експортера на світовому ринку лише за умови постійної інноваційної діяльності.

3. Теорія життєвого циклу продукції розвиває модель технологічного розриву. Вона стосується аналізу запізнення передачі нових технологій у міжнародних масштабах і наближається до реальних процесів, які визначають динаміку та структуру торговельних потоків. Розглядаються чотири стадії життєвого циклу товару, кожна з яких відповідає стану міжнародного обміну. Протягом життєвого циклу товару відбувається послідовна зміна його постачальників на світовий ринок.

4. Теорія представницького попиту пояснює структуру торгівлі окремо взятої країни та розглядає міжнародну торгівлю з боку попиту товарів. За цією моделлю смаки споживачів зумовлюються рівнем їхніх доходів. Вони визначають структуру попиту, яка змушує відповідно реагувати виробників. Міжнародна торгівля промисловими виробами буде більш інтенсивною між країнами з близькими рівнями доходу на особу порівняно з товарообігом між країнами з різними рівнями доходу, причому обмін здійснюється порівнювальними чи

близькими товарами. Наближеність країн за рівнем розвитку потребує від них порівнювальної якості товарів.

5. Торгівля між країнами з однаковою забезпеченістю факторами виробництва може бути взаємовигідною, якщо розвивається на основі спеціалізації в галузях, де є зростаючий ефект від масштабу. Ефект масштабу характеризується зниженням витрат на одиницю продукції в міру зростання обсягу виробництва. Зовнішній ефект масштабу передбачає, що збільшується кількість фірм, які виробляють той самий товар, але розмір кожної з них залишається незмінним. Внутрішній ефект передбачає, що обсяг виробництва продукції залишається попереднім, але кількість фірм, які її виробляють, знижується. Це призводить до створення ринкової структури з недосконалою конкуренцією. Екстремальним випадком внутрішнього ефекту є чиста монополія, яка трапляється дуже рідко порівняно з олігополією, в умовах якої розвивається монополістична конкуренція.

Модель торгівлі в умовах монополістичної конкуренції показує, що міжнародна торгівля дає можливість збільшувати розміри ринків збуту. Країни формують світовий ринок, який за своїми розмірами більший від кожного з національних ринків. Це приводить до зростання кількості фірм, різноманітності товарів, які вони виробляють, та зниження ціни одиниці товару. Внаслідок міжнародної торгівлі здійснюється ефект масштабу, для досягнення якого кожна фірма повинна сконцентрувати виробництво у себе в країні, або у зарубіжній країні, але продаж продукції повинна здійснювати споживачам обох країн.

6. Міжнародна торгівля в умовах монополістичної конкуренції з точки зору диференціації номенклатури продукції складається з двох потоків: міжгалузевої та внутрішньогалузевої торгівлі. Міжгалузева торгівля — це обмін між країнами товарами, які належать до різних товарних груп. Внутрішньогалузева торгівля — це обмін між країнами товарами, що належать до однієї й тієї самої товарної групи. Розвиток внутрішньогалузевого обміну стимулюється за допомогою економії від масштабу та виробництва диференційованої продукції. Така торгівля здійснюється, як правило, між розвинутими країнами чи країнами майже однакового розміру. Теорія внутрішньогалузевої торгівлі пояснює міжнародну торгівлю однотипними товарами.

7. Теорія конкурентних переваг показує взаємозв'язок чотирьох детермінант, від яких залежить конкурентоспроможність країни:

факторні умови, умови попиту, споріднені та підтримувальні галузі, стратегія, структура та суперництво фірм. Ці детермінанти являють собою комплексну систему, яка постійно розвивається. Дія системи детермінантів веде до того, що конкурентоспроможні національні галузі пов'язані в кластери, які складаються з галузей, що залежать одна від одної.

### **Ключові поняття**

Теорія технологічного розриву; теорія життєвого циклу продукції; теорія представницького попиту; теорія економії на масштабах виробництва; зростаюча віддача від масштабу; зовнішня та внутрішня економія від масштабу; монополістична конкуренція; теорія внутрішньогалузевої торгівлі; диференційований товар; міжгалузева торгівля; теорія конкурентних переваг.

### **Запитання для самоконтролю**

1. У чому сутність теорії технологічного розвитку?
1. Через які стадії життєвого циклу проходить товар у міжнародній торгівлі?
2. У чому сутність теорії представницького попиту?
3. Що означає економія від масштабу?
4. У чому різниця між внутрішньою і зовнішньою економією від масштабу?
5. Які основні риси торгівлі в умовах монополістичної конкуренції?
6. Які існують взаємозв'язки між кількістю фірм та ціною на їх товари?
7. Які наслідки збільшення розмірів ринку?
8. Які відмінності міжгалузевої та внутрішньогалузевої міжнародної торгівлі?
10. Як вимірюється внутрішньогалузева торгівля?
11. Які характерні риси теорії конкурентних переваг?

### **Запитання для обговорення**

1. Які чинники, на вашу думку, впливають на величину імітаційного лага та лага попиту?
2. Як саме фірми-виробники можуть продовжити або скоротити кожний етап життєвого циклу продукції?
3. Який етап життєвого циклу продукції найвигідніший для експортера?
4. Згідно з теорією представницького попиту, країни, що розвиваються, з часом стають експортерами промислових товарів у розвинуті країни. Чи реалістичний такий висновок і чому?
5. Чому ефект масштабу зумовлює зниження витрат виробництва?

6. Які, на вашу думку, основні та другорядні причини лежать в основі внутрішньогалузевої торгівлі?

7. Чи можна вважати диференціацію товарів необхідною та достатньою передумовою міжнародного внутрішньогалузевого обміну та чому?

8. Чи свідчить про економічний розвиток країни різноманітність товарів?

9. Чому альтернативні теорії торгівлі становлять інтерес для міжнародного бізнесу?

### Набуття практичних навичок

1. Розподіліть навчальну групу студентів на три малі групи і за кожною з них закріпіть певну галузь промисловості. Студенти кожної групи повинні проаналізувати можливості кожної з альтернативних теорій торгівлі в контексті закріпленої за ними галузі промисловості, а також виявити, яка теорія є найкращою та найгіршою моделлю прогнозування реальних умов міжнародної торгівлі в галузі.

2. Виберіть декілька українських товарів та визначте, на якому етапі життєвого циклу вони зараз перебувають.

3. Виберіть ринки, структура яких, на вашу думку, близька до монополістичної конкуренції.

4. Виберіть декілька груп українських товарів (наприклад, продукти харчування, паливо, хімікати, транспортні засоби, одяг та взуття), які імпортуються та експортуються, та визначте за ними загальний індекс внутрішньогалузевої торгівлі. Охарактеризуйте рівень внутрішньогалузевої торгівлі.

5. На основі теорії економії на масштабах виробництва та теорії конкурентних переваг розробіть ситуаційну модель на тему урядової політики, яка спрямована на розвиток конкурентних переваг країни в певній галузі промисловості. Які варіанти політики доцільно порекомендувати уряду? Чи узгоджуються ці варіанти з політикою лібералізації торгівлі?

### WEB-сайти

[www.economics.com.ua](http://www.economics.com.ua)

Велика економічна бібліотека в Україні.

[www.bib.com.ua](http://www.bib.com.ua)

Електронна бібліотека в Україні.

[www.wto.org](http://www.wto.org)

Сайт СОТ, де публікують статистичні та аналітичні матеріали з міжнародної торгівлі.

[www.ukrdzi.com](http://www.ukrdzi.com)

Сайт «Держзовнішінформ», який містить значний ресурс зовнішньоторговельної інформації.



## **РОЗДІЛ III. ТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА**

### **ГЛАВА 6. НАЦІОНАЛЬНИЙ РІВЕНЬ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- охарактеризувати основні типи торговельної політики;
- визначати та обчислювати види мита;
- пояснити економічні наслідки запровадження мита;
- сформулювати характерні риси нетарифних видів торговельних обмежень;
- визначати особливості торговельної дискримінації;
- пояснити особливості розвитку митно-тарифного регулювання в Україні.

#### **6.1. Основні типи торговельної політики**

Регулювання міжнародної торгівлі допускає цілеспрямований вплив держави на торговельні відносини з іншими країнами. Основна мета зовнішньоторговельної політики:

- зміна обсягу експорту й імпорту;
- зміна структури зовнішньої торгівлі;
- забезпечення країни необхідними ресурсами;
- зміна співвідношення експортних та імпортних цін.

Розрізняють три основних підходи до регулювання міжнародної торгівлі:

- система односторонніх заходів, за якої інструменти державного регулювання використовуються урядом країни в односторонньому порядку без узгодження з торговим партнером;
- укладання двосторонніх угод, за якими узгоджуються заходи торгової політики між торговими партнерами;

– укладання багатосторонніх угод. Торгова політика узгоджується і регулюється країнами-учасницями (Генеральна угода про тарифи і торгівлю, Генеральна угода про торгівлю послугами, що входять до системи угод СОТ, угоди в сфері торгівлі країн-членів ЄС) [34, с. 198; 54, с. 254; 82, с. 337].

Держава може використовувати кожний з підходів окремо і в будь-якому поєднанні.

Основною рисою державного регулювання міжнародної торгівлі є можливість застосування у взаємодії двох різних типів зовнішньоторговельної політики: лібералізації (політики вільної торгівлі) і протекціонізму.

Під свободою торгівлі розуміється державна політика мінімального державного втручання в зовнішню торгівлю, що розвивається на основі вільних ринкових сил попиту та пропозиції, а під протекціонізмом — політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції шляхом використання тарифних і нетарифних інструментів торгової політики.

Ці два типи торгової політики характеризують міру втручання держави в міжнародну торгівлю.

Отже, центральне питання торговельної політики — що обрати для забезпечення економічного зростання і добробуту нації: свободу торгівлі чи протекціонізм?

Класичні теорії міжнародної торгівлі відповідають на це питання однозначно — свободу торгівлі. Критикуючи протекціонізм, прихильники торгівлі без обмежень стверджують, що він шкідливий для національної економіки, оскільки знищує конкуренцію, обмежує можливості споживачів задовольняти свої потреби, призводить до зростання цін. Свобода торгівлі, що ґрунтується на принципі порівняльних переваг, навпаки, сприяє економічному розвитку країни і світової економіки в цілому, оскільки уможливорює міжнародну спеціалізацію і завдяки цьому дає змогу повністю використати потенціал кожної країни для створення багатства, стимулює конкуренцію і обмежує монополію, розширює коло товарів і послуг, пропонованих споживачам, надає позитивні політичні наслідки, оскільки країни стають більше взаємозалежними, знижується небезпека ворожих дій по відношенню одна до одної.

Класична модель вільного міжнародного обміну досить переконлива і в цілому знаходить підтвердження в торговельній практиці, але,

головним чином, промислово розвинутих країн з ринковою економікою, які одержують найбільший вигравш від торгівлі. Після Другої світової війни ці країни послідовно усували (і продовжують усувати) обмеження на шляху взаємного обміну і досягли значного економічного та соціального прогресу. А відтак у західному світі концепція вільної торгівлі залишається переважаючою. Водночас твердження, що лише вільна торгівля оптимізує використання чинників виробництва, вже ніким беззастережно не визнається. Багато які економісти-теоретики при розгляді проблеми вибору торговельної політики застерігають від безоглядного застосування принципів вільної торгівлі, вважаючи, що дотримання їх повинно погоджуватися з реальним станом світового господарства і реальними умовами конкретної країни.

Незважаючи на теоретично доведені вигоди вільної торгівлі і той факт, що лібералізм був основною рушійною силою економічного зростання на Заході, поки що жодна країна світу не відмовилася від протекціоністської політики і тією чи іншою мірою вдається до заходів регулювання торгівлі.

Якщо в умовах політики лібералізації основним регулятором зовнішньої торгівлі є ринок, то при протекціонізмі виключається вільна дія ринкових сил. Передбачається, що економічний потенціал і конкурентоспроможність на світовому ринку окремих країн різні. Тому вільна дія ринкових сил може бути не вигідною для менш розвинутих країн. Необмежена конкуренція з боку сильніших держав може призвести в менш розвинутих країнах до економічного застою і формування неефективної економічної структури.

Проведення політики протекціонізму сприяє розвитку в країні певних галузей виробництва, часто є необхідною умовою індустріалізації аграрних країн, скорочує безробіття. Однак усунення іноземної конкуренції послаблює зацікавленість вітчизняних виробників у впровадженні досягнень науково-технічного прогресу, підвищенні ефективності виробництва.

Для протекціонізму характерні такі форми:

- селективний протекціонізм, спрямований проти окремих країн чи окремих товарів;
- галузевий протекціонізм, що захищає певні галузі;
- колективний протекціонізм, що проводиться економічними інтеграційними об'єднаннями країн у відношенні країн, що до них не входять;

- прихований протекціонізм, який здійснюється методами внутрішньої економічної політики.

У кожній країні є економічні, соціальні та політичні причини і групи тиску на користь протекціоністських заходів.

Основні аргументи обмеження зовнішньої торгівлі:

- необхідність забезпечення оборони;
- збільшення внутрішньої зайнятості;
- диверсифікація заради стабільності;
- захист молодих галузей;
- захист від демпінгу;
- дешева робоча сила.

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

Історичний досвід дає змогу сформулювати деякі закономірності в торговельній політиці, яких повинні дотримуватися державні діячі при ухваленні рішень [40, с. 267–271]:

1. Якщо групи, зацікавлені в експорті, мають лобістську організацію, то державна політика значною мірою орієнтується на вільну торгівлю.

2. Політика здебільшого орієнтована на вільну торгівлю в країнах, де імпортована продукція не конкурує з внутрішнім виробництвом або є сировиною для важливих галузей. Протекціонізм непереконливий, якщо нічого захищати.

3. Економічна депресія і швидке зростання конкуруючого імпорту сприяє виникненню протекціонізму як природної реакції на захист зайнятості і доходів. Хоча це не означає, що протекціонізм — найкращий спосіб захисту робочих місць і доходів, яким загрожує конкуренція імпорту.

Інструменти державного регулювання міжнародної торгівлі:

- тарифні методи, які переважно регулюють імпорт і спрямовані на захист національного товаровиробника від іноземної конкуренції, тому що роблять іноземні товари менш конкурентоспроможними;
- нетарифні методи, що регулюють як імпорт, так і експорт (допомагають виводити на світовий ринок більше вітчизняної продукції, роблячи її більш конкурентоспроможною).

Для орієнтованого визначення характеру торгової політики використовується два показники:

- середній рівень митного тарифу. Його розраховують як середню ставку імпортного мита, зваженого за вартісним обсягом імпорту товарів, на які воно накладається. Цей показник визначається тільки на товари, імпорт яких підлягає обкладанню митом;
- середній рівень нетарифних обмежень. Його розраховують як вартісну частку імпорту чи експорту, що підпадає під ці обмеження [34, с. 201].

Режим уведених обмежень по кожному з показників вважається відкритим, якщо їхній рівень становить менше ніж 10%, помірним – 10–15, обмежувальним – понад 25, заборонним – 40–100%.

Зіставлення режимів обмежень, за розглянутими показниками, дозволяє приблизно (враховується також ступінь інтенсивності кількісних обмежень) визначити тип торгової політики держави (табл. 6.1) [34, с. 201–202].

Таблиця 6.1

Тип торгової політики

Режим нетарифних обмежень / Режим тарифних обмежень	Відкритий, < 10%	Помірний, 10–15%	Обмежувальний, >25%
Відкритий, < 10%	Свобода торгівлі	Помірний	Протекціонізм
Помірний, 10–15%	Помірний	Помірний	Протекціонізм
Обмежувальний, >25%	Протекціонізм	Протекціонізм	Протекціонізм

## 6.2. Тарифні методи регулювання міжнародної торгівлі

Митний тариф – це основний і найдавніший інструмент зовнішньоторговельної політики. Це систематизований звід ставок мита, яким обкладаються товари й інші предмети, ввезені на митну територію країни, чи вивозяться за межі даної території.

Мито, стягнуте митницею, являє собою податок на товари й інші предмети, що переміщуються через митний кордон держави.

Мита виконують такі функції:

- фіскальну, коли вводяться для того, щоб добути гроші для держави. Ця функція стосується як імпортного, так і експортних мит;
- протекціоністську, коли вводяться для скорочення чи усунення імпорту, тим самим обгороджуючи вітчизняних виробників від іноземної конкуренції;
- балансувальну, коли вводяться для запобігання небажаного експорту товарів, внутрішні ціни на які нижчі від світових.

Існують різні види мит [2; 34, с. 204–206; 81, с. 149–157; 82, с. 299]:

### *Види мит*

#### **1. За способом стягування:**

- **адвалерне (вартісне) ( $T_{AV}$ )**, що нараховується у відсотках до митної вартості товарів, які обкладаються митом (наприклад, 30% від митної вартості):

$$T_{AV} = \frac{P_d - P_{im}}{P_{im}}, \quad (6.1)$$

де  $P_d$  – ціна товару на внутрішньому ринку;

$P_{im}$  – ціна товару, за якою він імпортується.

Як правило, ці мита застосовуються при обкладанні товарів, що мають різні якісні характеристики в межах однієї товарної групи. Адвалерні мита допомагають підтримати однаковий рівень захисту внутрішнього ринку незалежно від коливання цін на товар, тобто автоматично адаптуються до інфляції. При цьому змінюється тільки сума доходу в бюджет. Так, якщо розмір мита дорівнює 30% від ціни товару в 150 дол., то доход бюджету становить 45 дол. Якщо ціна товару збільшиться до 200 дол., то сума доходу бюджету зросте до 60 дол., а в разі зменшення ціни до 80 дол. доходи становлять 24 дол. Отже, адвалерне мито підвищує ціну імпортного товару на установлений відсоток;

- **специфічне ( $T_S$ )**, що нараховується у встановленому грошовому розмірі на одиницю товарів, які обкладаються митом (наприклад, 15 дол. за 1 т):

$$T_S = \bar{P}_d - P_{im}, \quad (6.2)$$

де  $\bar{P}_d$  — середня внутрішня ціна товару, який потребує митного захисту.

Специфічні мита накладаються, як правило, на стандартизовані товари. Ступінь митного захисту за допомогою специфічного мита прямо залежить від коливання цін. Так, специфічне мито в 100 дол. за одиницю імпортного вентилятора більше обмежує імпорт вентилятора ціною 600 дол., тому що становить 16,7% його ціни, ніж вентилятора ціною 1000 дол., тому що становить 10% його ціни. Тому рівень захисту вітчизняних виробників при використанні специфічних мит із зростанням імпортних цін падає, а зі зменшенням імпортних цін збільшується. Однак при падінні імпортних цін специфічне мито підвищує рівень захисту внутрішнього ринку;

- **комбіноване**, що поєднує обидва ці види митного обкладання (наприклад, 30% від митної вартості, але не більше ніж 15 дол. за 1 т).

## **2. За об'єктом обкладання:**

- **ввізне (імпортне) мито**, що нараховується на товари під час їх ввезення на митну територію держави. Ввізне мито диференційоване. Можуть застосовуватися ставки таких видів:

- а) преференційні ставки, що допускають зниження ставок мита чи звільнення від обкладання митом. Вони застосовуються до товарів, що надходять з держав, які створюють разом з державою, яка стягує мито, митний союз чи зону вільної торгівлі, або до товарів, які надходять із країн, що розвиваються;

- б) пільгові ставки, які застосовуються до товарів, що надходять з країни чи економічних союзів, які користуються режимом найбільшого сприяння;

- в) повні (загальні) ставки, які застосовуються до всіх інших товарів.

Ввізні мита є переважною формою мит, які застосовують усі країни світу для захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції;

- **вивізне (експортне) мито**, що нараховується на товари при їхньому вивезенні за межі митної території країни. Експортний тариф, як правило, є адвалерним. Цю форму мит застосовують рідко — у випадках великих розходжень між внутрішніми і світовими цінами на певні види товарів; їхня мета — скоротити

експорт і поповнити бюджет країни. Ставка експортного мита ( $T_e$ ) дорівнює відсотковому перевищенню експортної (світової) ціни товару  $P_c$  над ціною, за якою він продається на внутрішньому ринку:

$$T_e = \frac{P_c - P_d}{P_d} . \quad (6.3)$$

### 3. За характером:

- **сезонне (ввізне і вивізне)** мито, що нараховується на сезонні товари для оперативного регулювання міжнародної торгівлі. Термін його дії не перевищує декількох місяців на рік (в Україні – до чотирьох місяців з моменту встановлення);
- **спеціальне мито**, що застосовується державою в таких випадках:

а) як захисне, якщо товари ввозяться на митну територію країни в таких кількостях чи на таких умовах, що наносять або загрожують завдати шкоди вітчизняним виробникам подібних чи безпосередньо конкуруючих товарів;

б) як запобіжний захід стосовно учасників зовнішньоекономічної діяльності, що порушують державні інтереси в певній галузі, а також як захід для припинення несумлінної конкуренції;

в) як захід у відповідь на дискримінаційні і (чи) недружні дії з боку іноземних держав, а також у відповідь на дії окремих країн, що обмежують здійснення законних прав суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності держави.

Ставка спеціального мита встановлюється в кожному випадку. Це мито сплачується імпортером товару незалежно від інших податків і зборів (обов'язкових платежів), у тому числі мита, митних зборів і т.п. Спеціальне мито сплачується готівкою чи в безготівковій формі, або ж вноситься сума мита на депозит чи оформлюється згідно з борговим зобов'язанням.

Сплачені суми спеціального мита можуть бути повернуті імпортерів за рішенням спеціальних органів (в Україні – Міжвідомчою комісією з міжнародної торгівлі);

- **антидемпінгове мито**, що застосовується при ввезенні на митну територію країни товарів за ціною, істотно нижчою, ніж у



країні експорту на момент цього експорту, якщо таке ввезення завдає чи загрожує завдати шкоди вітчизняним виробникам подібних або конкуруючих товарів, або перешкоджає організації чи розширенню виробництва таких товарів. Антидемпінгове мито нараховується на товари, що є об'єктом застосування антидемпінгових заходів є тимчасовим збором для компенсації втрати від товарного демпінгу. Таке мито нараховується тільки після проведення антидемпінгового розслідування й одержання об'єктивних доказів нанесення збитку чи погрози нанесення збитку вітчизняній економіці.

Розмір ставки антидемпінгового мита визначається:

- у відсотках до митної вартості товару, що є об'єктом антидемпінгового розслідування;
- або різницею між мінімальною ціною і митною вартістю товару (як різниця між цінами товару на внутрішньому і зовнішньому ринках). Під мінімальною ціною розуміють ціну зазначеного товару, за якої його продаж не заподіє збитку національному товаровиробникові.

Ставка антидемпінгового мита не повинна перевищувати різниці між конкурентною оптовою ціною об'єкта демпінгу в країні експорту і заявленою ціною при його ввезенні на митну територію імпортуючої країни, чи різницею між ціною об'єкта демпінгу в імпортуючій країні і середньою ціною експортованих цією країною подібних чи безпосередньо конкуруючих товарів.

Антидемпінгові мита встановлюються імпортуючою країною з метою протидії демпінгу, для вирівнювання цін до рівня, що вважається нормальним. Нормальна вартість — це еквівалент ціни товару на внутрішньому ринку. Вона, як правило, визначається на підставі цін, установлених при здійсненні звичайних торгових операцій між незалежними покупцями в країні експорту;

- **компенсаційне мито**, що застосовується при ввезенні на митну територію країни товарів, при виробництві чи експорті яких прямо або побічно використовувалася субсидія, якщо таке ввезення завдає чи загрожує завдати шкоди національним виробникам подібних чи безпосередньо конкуруючих товарів, або перешкоджає організації чи розширенню виробництва таких товарів.

Компенсаційне мито нараховується після проведення розслідування й одержання об'єктивних доказів нанесення істотного збитку національній економіці.

Розмір ставки компенсаційного мита визначається:

- у відсотках до митної вартості товару, що є об'єктом антисубсидійного розслідування;
- або різницею між мінімальною ціною і митною вартістю зазначеного товару.

Ставка компенсаційного мита не повинна перевищувати встановленого розміру субсидій.

Введення компенсаційних мит дає змогу вирівнювати умови торгівлі.

#### **4. За походженням:**

- **автономні** — мита, що вводяться на підставі односторонніх рішень органів державної влади країни;
- **договірні** — мита, установлені на базі двосторонньої чи багатосторонньої угоди;
- **преференційні** — мита з нижчими ставками порівняно з діючим тарифом; вони накладаються на підставі багатосторонніх угод на товари, які походять з країн, що розвиваються, чи країн, що створюють разом з даною країною митний союз чи зону вільної торгівлі або утворюються в прикордонній торгівлі.

#### **5. За типом ставок:**

- **постійні** — це ставки митного тарифу, встановлені органами державної влади, що не можуть змінюватися залежно від обставин;
- **змінні** — це ставки митного тарифу, що можуть змінюватися у встановлених органами державної влади випадках.

#### **6. За способом обчислення:**

- **номінальні** — митні ставки, зазначені в митному тарифі;
- **ефективні (дійсні)** — реальний рівень митних ставок на кінцеві товари, обчислені з урахуванням рівня мит, накладених на імпортні вузли і деталі цих товарів. Тобто це розмір ставки, який реально та ефективно захищає внутрішній ринок або регулює експорт і транзит.

Країна іноді імпортує сировину безмитно або вводить нижчі тарифні ставки на імпорт виробничого ресурсу, ніж на імпорт кінцевого продукту, у виробництві якого був застосований цей ресурс. Це робиться для заохочування національних товаровиробників обробної промисловості та підвищення рівня зайнятості. У цьому випадку ефективна тарифна ставка, яку розраховують на базі внутрішньої доданої вартості або вартості перероблення всередині країни, перевищуватиме номінальну тарифну ставку, яку розраховують на підставі вартості кінцевого продукту. Внутрішня додана вартість дорівнює ціні кінцевого продукту за мінусом витрат на імпорт виробничих ресурсів, які використовуються для виробництва товару.

Номінальна тарифна ставка показує, наскільки зросла ціна кінцевого продукту внаслідок тарифу і тому важлива для споживачів.

Ефективна тарифна ставка показує, наскільки забезпечується захист внутрішнім галузям, які виробляють товар, що конкурує з імпортом, і тому вона є важливою для виробників.

Ефективну тарифну ставку ( $T_e$ ) обчислюють за формулою:

$$T_e = \frac{T_n - K \cdot T_{im}}{1 - K}, \quad (6.4)$$

де  $T_n$  — номінальна тарифна ставка на кінцеву продукцію;

$T_{im}$  — номінальна тарифна ставка на імпортовані компоненти;

$K$  — частка вартості імпортних компонентів у вартості кінцевого продукту.

Формула свідчить про те, що:

- ставка ефективного тарифу на кінцевий продукт дорівнює номінальній тарифній ставці ( $T_e = T_n$ ), якщо номінальний рівень тарифу на імпортні компоненти дорівнює номінальному рівню тарифу на кінцеву продукцію або якщо у виробництві кінцевої продукції не використовуються імпортні компоненти ( $K = 0$ );
- ефективна тарифна ставка на кінцевий товар буде більшою номінальної ( $T_e > T_n$ ), якщо номінальна тарифна ставка більша від ставки тарифу на імпортні компоненти ( $T_n > T_{im}$ ), і навпаки;
- із зростанням ставки тарифу на імпортні компоненти ефективна тарифна ставка знижується, і навпаки;
- із збільшенням коефіцієнта  $K$  ефективна тарифна ставка зростатиме.

Номінальна тарифна ставка може бути тільки позитивною, а ефективна — як позитивною, так і негативною, якщо тариф на імпорتنі компоненти значно вищий від тарифу на кінцеву продукцію [34, с. 210; 70, с. 207–211].

Країни іноді використовують **тарифну квоту**, що являє собою різновид перемінних митних податків, ставки яких залежать від обсягу імпорту товару. При імпорті в межах визначених кількостей товар обкладається за базовою внутрішньоквотовою ставкою тарифу, а якщо обсяг імпорту перевищується — за вищою понадквотовою ставкою тарифу. Використанням цього інструмента торгової політики дещо долається протиріччя, що виникає між інтересами національних виробників і введенням імпоротної квоти, тому що, з одного боку, товаровиробники зацікавлені в тарифі, що обмежує їх від іноземної конкуренції, а з іншого — вони як споживачі не зацікавлені в ньому, оскільки тариф позбавляє їх можливості одержувати дешевші імпортні товари.

Для захисту національних виробників готової продукції і стимулювання ввезення сировини і напівфабрикатів використовується **тарифна ескалація**.

Тарифна ескалація — це підвищення рівня митного обкладання товарів у міру зростання ступеня їхнього оброблення.

Чим вища відсоткова ставка імпортного тарифу в міру просування від сировини до готової продукції, тим вищий ступінь захисту виробників готової продукції від зовнішньої конкуренції. Так, у США рівень митного обкладання товарів зі шкіри, вибудованих за принципом виробничого ланцюжка (шкура — шкіра — продукти зі шкіри), зростає в міру зростання ступеня оброблення шкури і становить 0,8–3,7–9,2% [34, с. 211].

### ***Економічні наслідки введення мита***

Економічні наслідки введення мита різні: вони впливають на виробництво, споживання, товарообіг і добробут країни, що ввела імпортний тариф, та її партнерів по торгівлі [34, с. 212–218; 39, с. 222–223; 52, с. 130–135; 70, с. 203–216].

Введення імпортного тарифу для захисту національних виробників, що несуть збитки через наплив більш дешевого товару, впливає на економіку як малої, так і великої країни. Країна вважається малою,

якщо зміна попиту з її боку на імпортовані товари не приводить до зміни світових цін, і великою — якщо зміна попиту на імпортовані товари спричинює зміну світових цін.

Вплив тарифу на економіку малої країни показано на рис. 6.1.

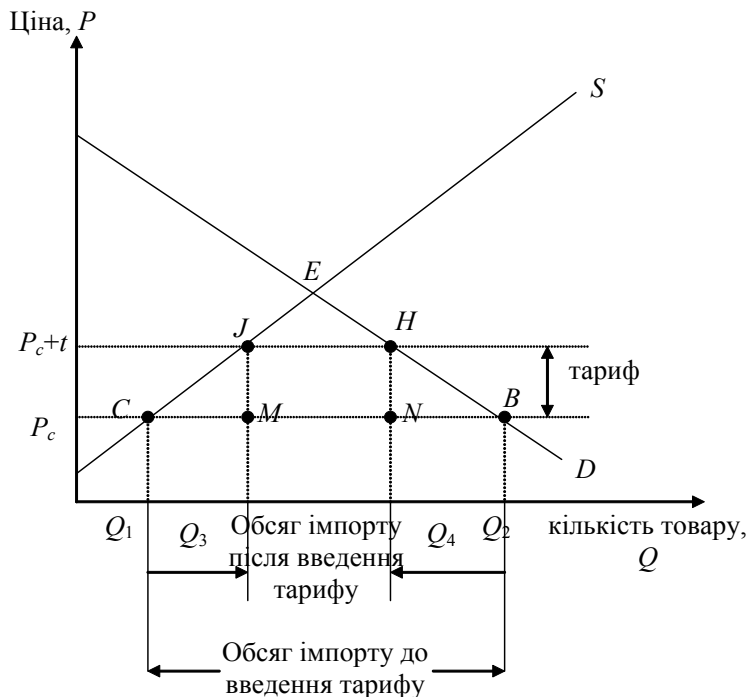


Рис. 6.1. Вплив введення тарифу в малій країні

Споживачі у вітчизняних виробників по світовій ціні  $P_c$  можуть придбати тільки  $Q_1$  певного товару. Незадоволений попит дорівнює  $Q_1Q_2$  і може бути покритий імпортом. Країна вводить мито на імпортовані товари в розмірі  $t$ , що призводить до збільшення ціни імпортованого товару з  $P_c$  до  $P_c + t$ . Таким чином, внутрішня ціна збільшується, а світова ціна зберігається на попередньому рівні. Внаслідок цього в країні:

- скорочується загальний обсяг попиту (з  $Q_2$  до  $Q_4$ ), що відбувається за рахунок споживачів, які за вищою ціною не зможуть купувати цей товар;
- зменшується обсяг імпорту, що відбувається внаслідок збільшення внутрішнього виробництва і скорочення попиту;
- збільшується внутрішнє виробництво товару, оскільки за зростаючою ціною національні виробники товару, що конкурує з імпортом, зможуть поставити на ринок більшу кількість товарів (не  $Q_1$ , а  $Q_3$  товару);
- зростають її економічні втрати, що виникають через необхідність внутрішнього виробництва під захистом тарифу додаткової кількості товарів за більших витрат. Чим більше зростає захист внутрішнього ринку за допомогою ввізних тарифів, тим більшу кількість ресурсів, не призначених спеціально для випуску даного товару, доводиться використовувати для його виробництва. Країна могла б не зазнавати збитків, якби купувала товари за нижчою ціною в іноземного продавця. На внутрішньому ринку відбувається заміна ефективних, з погляду витрат, іноземних товарів, менш ефективними у виробництві вітчизняними товарами. Збиток для країни в цілому дорівнює сумі, яка відповідає площам трикутників  $CJM$  та  $NHB$  (рис. 6.1).

Таким чином, при введенні імпортного тарифу виникають такі економічні ефекти:

- ефект державного доходу, тобто держава отримує додатковий дохід, що дорівнює добутку ставки тарифу на обсяг імпорту ( $MJHN$ );
- торговельний ефект, тобто зниження імпорту ( $BN+CM$ );
- споживчий ефект, тобто скорочення внутрішнього споживання ( $BN$ ). Добробут споживачів знижується, оскільки споживання товару пов'язано із зростанням його ціни на внутрішньому ринку;
- виробничий ефект, тобто розширення внутрішнього виробництва ( $CM$ ).

Отже, при введенні імпортного тарифу малою країною світові ціни не змінюються, і її умови торгівлі не настільки поліпшуються, щоб компенсувати негативний вплив тарифу на економіку.

Наслідки введення імпортного тарифу великою країною майже такі самі, як і в малій країні. Однак він зумовлює зниження рівня світових цін та здешевлення імпорту.

Імпортний тариф, введений великою країною, не тільки захищає ринок від іноземної конкуренції, а й є засобом поліпшення своїх умов торгівлі із зовнішнім світом. Велика країна є великим імпортером товарів на світовому ринку. Тому якщо вона обмежує свій імпорт ввізними тарифами, то це істотно знижує сукупний попит на даний товар. Внаслідок цього продавці товару змушені знижувати ціни. При незмінному рівні цін на експортні товари і зниженні цін на імпортні умови торгівлі країни поліпшуються. Введення імпортного тарифу приведе до позитивних результатів тільки в тому випадку, якщо вони не будуть перекриті негативними економічними втратами для країни через його нарахування. Іншими словами, позитивний ефект тарифу досягається у випадку, якщо ефект умов торгівлі у вартісному вираженні більший, ніж сума втрат, що виникають у результаті меншої ефективності внутрішнього виробництва порівняно зі світовим і скорочення внутрішнього споживання товару.

### ***Оптимальний тариф***

При введенні тарифу великою країною обсяг її торгівлі знижується, але умови торгівлі поліпшуються. Однак, з одного боку, зменшення обсягу торгівлі призводить до зниження добробуту, а з другого — поліпшення умов торгівлі зумовлює підвищення добробуту країни. Тому виникає проблема знаходження оптимального рівня тарифу.

Оптимальним тарифом є така тарифна ставка, яка забезпечує максимальну вигоду від поліпшення умов торгівлі за мінусом негативного ефекту внаслідок скорочення обсягів торгівлі (рис. 6.2) [34, с. 119; 52, с. 135; 70, с. 218–220].

Митний тариф можна установити в широкому діапазоні від 0 (в умовах вільної торгівлі) до заборонного рівня (ввезення товару в країну припиняється). При  $T=0$  добробут країни відповідає рівню  $E_1$ . В міру переходу країни від умов вільної торгівлі до підвищення тарифної ставки її добробут зростає до максимального рівня  $E_2$  (оптимальний тариф), а потім знижується, як тільки тарифна ставка перевищує оптимальний рівень. Економічні витрати починають все більше перебивати одержаний вигравш до того часу, поки рівень тарифу не стане заборонним і країна не опиниться в умовах автаркії. Через відсутність дешевого імпорту економічний добробут країни впаде до рівня  $E_3$ .

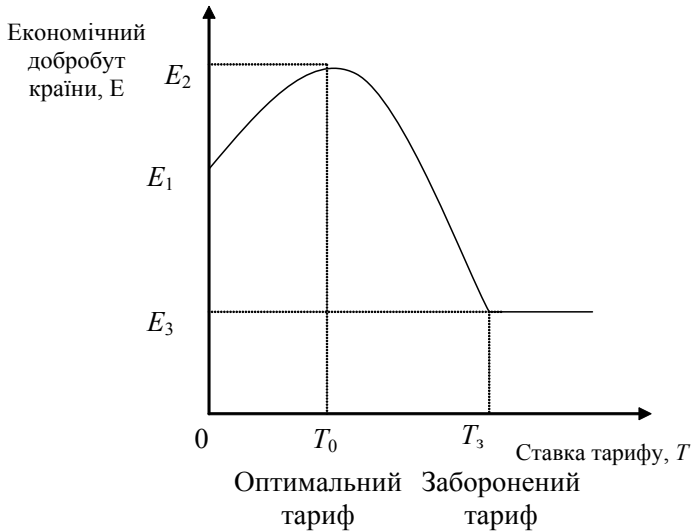


Рис. 6.2. Оптимальний тариф

Оптимальний тариф розраховують за формулою

$$T_o^j = \frac{T_n^j - \sum a_{ij} T_n^i}{1 - \sum a_{ij}}, \quad (6.5)$$

де  $T_o^j$  — оптимальна тарифна ставка в  $j$ -тій галузі;

$T_n^j$  — номінальна тарифна ставка в  $j$ -тій галузі;

$T_n^i$  — номінальна тарифна ставка в  $i$ -тій галузі;

$a_{ij}$  — частка продукції  $i$ -тої галузі в обсязі виробництва  $j$ -тої галузі за цінами вільної торгівлі.

Оптимальна тарифна ставка завжди порівняно невелика, позитивна ( $T_o > 0$ ) та менше заборонної тарифної ставки ( $T_o < T_3$ ). Країна, установлюючи оптимальний тариф, поліпшує свої умови торгівлі, але вони погіршуються в її торговельного партнера. Добробут країни-торговельного партнера знижується, коли одночасно скорочується обсяг торгівлі та погіршуються умови торгівлі, і тоді він може ввести



свій власний оптимальний тариф. Таким чином, виграш великої країни виникає за рахунок її торговельних партнерів, внаслідок перерозподілу доходів. Одночасно це призводить до втрат світового господарства, де нераціонально використовуються фактори виробництва.

Економісти підрахували додаткові витрати споживачів, пов'язані з тарифними методами захисту торгівлі. Так, середній японський споживач щорічно витрачає на 890 дол. більше через торгові обмеження на харчові продукти, косметику і продукцію хімічної промисловості. Підраховано, що в США тарифи в 21 галузі виробництва є причиною щорічних витрат у 10,2 млрд дол., чи 40,8 дол. на одного споживача. Потенційний доход споживачів від скасування всіх тарифів і кількісних обмежень становив би близько 70 млрд дол., чи 1,3% ВВП [46, с. 99].

### **6.3. Нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі**

Тариф — не єдиний метод здійснення торгової політики. Для регулювання міжнародної торгівлі використовуються й інші види зовнішньоторговельних обмежень — нетарифні [34, с. 232–257; 52, с. 143–160; 70, с. 235–245].

Нетарифні обмеження здійснюються адміністративними, фінансовими, кредитними й іншими методами, їх нараховується понад 800.

Нетарифні обмеження широко розповсюджені в торговій практиці. Зараз більше половини світової торгівлі є об'єктом нетарифних бар'єрів, що створюють головну погрозу світовій торговій системі.

Поширення нетарифних обмежень зумовлюється тим, що їх введення є привілеєм уряду країни, і вони не регулюються міжнародними угодами. Уряди можуть вільно застосовувати будь-які види нетарифних обмежень, що неможливо у відношенні тарифів, які регулюються СОТ. Крім того, нетарифні бар'єри звичайно не призводять до негайного підвищення ціни товару і тому споживач не відчуває їхнього впливу як додаткового податку (при введенні тарифу ціна товару збільшується на суму мита).

У ряді випадків використання нетарифних методів при порівняно ліберальному митному режимі може призвести до більш обмежувального характеру державної торгової політики в цілому.

Нетарифні обмеження класифікуються за групами: кількісні, приховані, фінансові.

### ***Кількісні обмеження***

До кількісних обмежень належать квотування, ліцензування, «добровільні» обмеження експорту.

**Квотування.** Квота є найпоширенішою формою нетарифних обмежень.

Квота — це кількісна міра обмеження експорту чи імпорту товару визначеною кількістю або сумою на певний проміжок часу (наприклад, Словаччина установила для українських виробників із квітня 2003 р. до квітня 2004 р. квоту в розмірі 11 тис. т нітрату амонію). Найширше використовуються квоти для регулювання імпорту сільськогосподарської продукції.

Якщо метою уряду є здійснення контролю за рухом того чи іншого товару, а не його обмеження, то тоді квота може бути встановлена на рівні вищому, ніж можливий імпорт чи експорт.

**За напрямом дії** квоти поділяють на:

- експортні, які вводить уряд країни для запобігання вивезенню дефіцитної на внутрішньому ринку продукції (в Україні, наприклад, це руди і концентрати дорогоцінних металів, коштовні і напівкоштовні камені, відходи і брухт дорогоцінних металів), а також для досягнення політичних цілей. Ці квоти застосовуються рідко;
- імпортні квоти, які вводить уряд країни для захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції; для досягнення збалансованості торгового балансу, регулювання попиту та пропозиції усередині країни як відповідна міра на дискримінаційну торгівлю політику інших держав.

**За масштабом охоплення** квоти поділяють на:

- глобальні, які встановлюють на імпорт чи експорт певного товару на певний період часу поза залежністю від того, з якої країни він імпортується чи в яку експортується (наприклад, у США за допомогою квот регулюється імпорт сиру рокфор, окремих сортів шоколаду, бавовни, кави і т.д.). Метою введення таких квот є досягнення необхідного рівня внутрішнього споживання, їхній обсяг визначається як різниця внутрішнього виробництва і споживання;

- індивідуальні — це встановлена в рамках глобальної квоти квота кожної країни, що експортує чи імпортує товар. Вони встановлюються на підставі двосторонніх угод.

Економічні наслідки введення квот полягають у такому:

- квоти є більш ефективним, ніж тарифи, інструментом обмеження імпорту, їхнє введення дає змогу утримувати обсяги імпорту на незмінному рівні, незважаючи на зростання попиту, що збільшує ціну товару. При незмінному обсязі імпорту внутрішнє виробництво і споживання зростають;
- квоти являють собою абсолютну величину і є негнучкими щодо ціни товару;
- вони більш ефективні для здійснення швидких дій адміністративних органів, ними простіше і легше маніпулювати (тарифи звичайно потребують прийняття відповідного законодавства);
- квоти є прямим джерелом монопольного прибутку; вони завжди збільшують доходи виробників імпортозамінної продукції; стримують імпорتنу конкуренцію (тарифи її звичайно допускають);

**Ліцензування.** Квотування здійснюється урядовими органами на основі видачі ліцензій.

Ліцензія — це дозвіл, виданий державними органами на експорт чи імпорт товару у встановлених кількостях за визначений проміжок часу. Ліцензію видає держава через спеціальні уповноважені відомства.

Ліцензування може виступати у вигляді:

- складової частини процесу квотування. У цьому випадку ліцензія є документом, що підтверджує право ввезти чи вивезти товар у рамках отриманої квоти;
- самостійного інструмента державного регулювання.

Основні види ліцензій:

- разова ліцензія — це дозвіл на експорт чи імпорт терміном до одного року, видана конкретній фірмі на здійснення однієї зовнішньоторговельної операції;
- генеральна ліцензія — дозвіл на експорт чи імпорт того чи іншого товару протягом року без обмежень кількості угод;
- глобальна ліцензія — дозвіл на безперешкодне ввезення чи вивезення товару в будь-яку країну світу за визначений проміжок часу без обмеження кількості чи вартості;

- автоматична ліцензія — дозвіл, який видається негайно після одержання від експортера чи імпортера заявки, що не може бути відхилена державним органом, на безперешкодне ввезення чи вивезення товару. При оформленні ліцензії на експорт товарів до заяви на видачу ліцензії додаються такі документи:
  - копія контракту зі специфікаціями;
  - документ, що підтверджує одержання квоти;
  - сертифікат походження товару.

Генеральні ліцензії на експорт продукції для забезпечення виконання міждержавних угод видаються винятково підприємствам, що мають повноваження уряду на їхнє одержання і яким надані відповідні експортні квоти. В інших випадках експортерам видаються разові ліцензії, в яких указується ціна за одиницю виміру експортованого товару і його загальна вартість у валюті контракту.

Щоб одержати ліцензію на імпорт товарів, необхідно підготувати такі документи:

- заявку на ліцензію;
- копію контракту зі специфікаціями;
- сертифікат, який засвідчує відповідність технічних, фармакологічних, санітарних, фітосанітарних, ветеринарних та екологічних характеристик товару встановленим нормам.

Ліцензії не підлягають передачі іншим юридичним особам, крім випадків виконання контракту посередником, який реалізує товари на підставі договору доручення комісії чи агентської угоди.

Ліцензії розподіляються різними способами. Найефективнішим є **відкритий аукціон**, що являє собою конкурсний продаж імпортних квот. Ліцензію одержує той експортер, який пропонує за неї найбільшу ціну як за право експортувати товар у рамках імпортної квоти. Конкурсний продаж імпортних квот приносить високий доход державі і перешкоджає хабарництву й корупції.

Крім відкритих аукціонів, застосовуються:

- система явних переваг, що допускає закріплення урядом ліцензій за визначеними фірмами пропорційно розмірам їхнього імпорту за попередній період чи пропорційно структурі попиту національних імпортерів. Цей спосіб дає змогу підтримувати фірми, що скорочують імпорт товарів у результаті введення імпортних квот;

- система розподілу ліцензій на позаціновій основі, що ґрунтується на видачі урядом ліцензій тим фірмам, які показали свою здатність здійснювати експортно-імпорتنі операції найбільш ефективним способом. Цей метод потребує великих витрат, оскільки допускає утворення експертної комісії і проведення добору в кілька етапів. При виборі способу розподілу ліцензій починають з найменш ринкового, що носить адміністративний характер (розподіл ліцензій на позаціновій основі), і послідовно переходять до найбільш ринкового (аукціонного).

**«Добровільне» обмеження експорту (ДОЕ)** — це кількісне обмеження експорту, засноване на зобов'язанні одного з торгових партнерів обмежити (чи не розширювати) обсяг експорту, прийнятому в рамках міждержавної угоди про встановлення квот на експорт товару.

Такі угоди укладаються, якщо імпортуюча країна спонукає свого торгового партнера «добровільно» скоротити свій експорт. Наприклад, у 1981 р. Японія ввела ДОЕ на експорт японських автомашин у США (1,68 млн автомобілів) після того, як американські політики почали вимагати вводити квоту на імпортування автомобілів з Японії. Японці надали перевагу ДОЕ над квотою, щоб саме Японія, а не США, зберегла контроль над виконанням програми.

Приводом для ДОЕ звичайно слугують заяви національних товаровиробників про те, що ввезення того чи іншого товару через кордон призводить до втрат на виробництві і дезорганізації місцевого ринку. Замість введення імпорتنих квот країна, що імпортує, робить політичний тиск на країну, що експортує, вимагаючи від неї введення обмеження на вивезення певного товару. Угода підписується під тиском імпортера, і тому «добровільність» є поняттям відносним.

Засобом тиску на торгового партнера виступає погроза введення торгових обмежень на такому високому рівні, що буде поставлена під сумнів сама можливість міжнародної торгівлі між країнами.

У цілому економічний ефект від введення «добровільних» експортних обмежень експортером є негативним для імпортера. Однак розмір його втрат зменшується завдяки збільшенню імпорту аналогічних товарів із країн, що не наклали «добровільних» обмежень на свій експорт.

### **Приховані види торговельних обмежень**

Істотна роль серед нетарифних методів торгової політики приділяється прихованим видам торгових обмежень, яких нараховується понад 100 найменувань. З їхньою допомогою країни можуть в односторонньому порядку обмежувати експорт чи імпорт. До них належать: технічні бар'єри, внутрішні податки і збори, державна закупівля, вимоги щодо вмісту місцевих компонентів.

**Технічні бар'єри** являють собою національні стандарти якості, економічні вимоги, санітарні обмеження, вимоги до упакування і маркування товарів, вимоги про дотримання ускладнених митних формальностей, законів про захист споживачів і т.п. Технічні бар'єри виникають внаслідок того, що національні технічні й адміністративні правила перешкоджають ввезенню товарів із-за кордону. Це відбувається у випадку невідповідності імпортованих товарів обов'язковим стандартам якості, охорони здоров'я і безпеки, що застосовуються до аналогічних вітчизняних товарів, невідповідності сільськогосподарських продуктів санітарним і фітосанітарним нормам, які застосовують для того, щоб запобігти ввезенню в країну шкідників і захворювань, не розповсюджених у даній країні.

**Внутрішні податки і збори.** Державні і місцеві органи влади на імпортовані товари можуть накладати податок на додаткову вартість, акцизний податок, а також вводити збори за митне оформлення, реєстрацію, портові збори тощо з метою підвищення їхньої внутрішньої ціни і скорочення конкурентоспроможності на внутрішньому ринку.

Розміри внутрішніх податків часто перевищують за вартістю розмір імпортованого мита, і їхня ставка може коливатися залежно від кон'юнктури внутрішнього ринку.

**Державні закупівлі.** Політика в рамках державних закупівель полягає в тому, що державні органи і підприємства повинні купувати визначені товари тільки в національних фірм, навіть якщо ці товари дорожчі від імпортованих. Це збільшує урядові витрати, що лягають тягарем на платників податків. Використання політики державних закупівель деякою мірою дискримінує іноземних постачальників.

Обсяги таких закупівель часто сягають 10–15% ВВП країни.

**Вимоги про вміст місцевих компонентів.** Цей метод прихованої торгової політики допускає законодавче встановлення частки кінцевого продукту, що повинна вироблятися місцевими виробниками, у

випадку призначення товару для продажу на внутрішньому ринку. Звичайно цей метод використовують уряди країн, що розвиваються, з метою заміни імпорту внутрішнім виробництвом за допомогою введення місцевих вимог до певних галузей, а також щоб уникнути переміщення виробництва в країни, що розвиваються, з дешевою робочою силою і зберегти в результаті рівень зайнятості працюючих.

Вимоги про місцеву участь не тільки обмежують імпорт, а й містять вимоги до закордонних інвесторів: зобов'язання іноземної фірми-інвестора експортувати певну частину виробленої продукції з приймаючої країни. Такі вимоги спотворюють міжнародну торгівлю і сприяють устанавленню нетарифних бар'єрів.

### ***Фінансові методи торговельної політики***

Метою фінансування як методу регулювання міжнародної торгівлі, зокрема розширення експорту, є дискримінація іноземних компаній на користь національних виробників і експортерів на підставі зниження вартості експортованого товару і підвищення його конкурентоспроможності на світовому ринку. Фінансування експорту здійснюється з таких джерел: державного бюджету, банків, фондів, самих експортерів і банків, які їх обслуговують. До фінансових методів торгової політики належать демпінг, субсидії, експортне кредитування.

**Демпінг** — це експорт товарів за цінами, нижчими від собівартості, чи, принаймні, за нижчою ціною, ніж на внутрішньому ринку. Отже, демпінг є формою міжнародної цінової дискримінації.

Здійсненню демпінгу сприяють: розходження в попиті на товар у різних країнах; наявність певних передумов, що дозволяють виробникові встановлювати і диктувати ціни; торгові бар'єри і високі транспортні витрати, що дає змогу виробникові відгородити зовнішній ринок, де він продає товар за низькими цінами, від внутрішнього ринку, де відбувається продаж товару за вищими цінами.

У міжнародній торговій практиці розрізняють спорадичний, постійний і хижацький демпінги.

**Спорадичний демпінг** — це епізодичний продаж несподіваних надлишків товару на світовому ринку за нижчими цінами, ніж на внутрішньому ринку.

Цей вид демпінгу використовується у випадку виникнення у фірми надвиробництва товарів. Не маючи можливості реалізувати товар

у себе в країні і не бажаючи зупиняти своє виробництво, фірма продає товар на зовнішньому ринку за нижчою ціною порівняно з внутрішньою ціною.

**Постійний демпінг** — це довгостроковий продаж товару на світовому ринку за нижчою ціною, ніж на внутрішньому ринку.

**Хижацький (навмисний) демпінг** — це тимчасове навмисне зниження експортних цін, щоб витиснути конкурентів з ринку і встановити монополні ціни.

Демпінг може здійснюватися за рахунок коштів окремих фірм, що прагнуть заволодіти зовнішнім ринком своєї продукції, і за рахунок державних субсидій експортерам.

Незважаючи на те, що демпінг приносить країні-імпортеру певну вигоду, поліпшуючи її умови торгівлі, уряди вважають усі види демпінгу іноземних виробників формами несумлінної конкуренції. Тому він заборонений як міжнародними правилами СОТ, так і національним законодавством ряду країн. Якщо факт демпінгу доведено, то країна вправі вводити торгові обмеження у вигляді антидемпінгових мит. Для законного введення антидемпінгових мит необхідна наявність двох критеріїв: продаж товару за кордон за ціною нижчою, ніж у країні походження, і нанесення матеріальних збитків галузі вітчизняної промисловості. До факторів, що негативно впливають на стан галузі вітчизняної промисловості, належать:

- фактичне чи потенційне падіння виробництва, продажів, втрата частини ринку, прибутків, продуктивності, доходів від інвестицій чи використання потужностей;
- вплив на внутрішні ціни;
- фактичний чи потенційний вплив на грошові обіги, товарно-матеріальні запаси, зайнятість, заробітну плату, темпи зростання, здатність залучати капітал чи інвестиції.

**Субсидії.** Уряди багатьох країн для розвитку певних галузей і проведення необхідної експортної політики використовують субсидування, тобто здійснюють державні дотації виробникам при їхньому виході на світовий ринок. Інакше кажучи, субсидія — це фінансова чи інша підтримка державними органами виробництва, перероблення, продажу, транспортування, експорту товару, в результаті якої суб'єкт господарсько-правових відносин країни експорту одержує пільги (прибутки). Така підтримка національних товаровиробників у той же час дискримінує імпортерів.



Залежно від характеру виплат розрізняють пряме і непряме субсидування.

**Прямі субсидії** — це безпосередні виплати експортеру після здійснення ним експортної операції, що дорівнюють різниці між його витратами й отриманим доходом. Прямі субсидії суперечать міжнародним угодам і заборонені СОТ.

**Непрямі субсидії** — це приховане дотування експортерів через надання пільг щодо сплати податків, пільгові умови страхування, повернення імпортних мит і т.п.

За ознакою специфічності субсидія буває:

- легітимною, яка не дає підстав для застосування компенсаційних заходів;
- нелегітимною, яка дає підстави для застосування компенсаційних заходів.

Існують внутрішні і зовнішні (експортні) субсидії.

Внутрішні субсидії — це бюджетне фінансування внутрішнього виробництва товарів, що конкурують з імпортними. Вони вважаються одним з найбільше замаскованих фінансових інструментів торгової політики, а також кращим методом обмеження імпорту порівняно з імпортним тарифом і квотою, тому що не спотворюють внутрішніх цін і забезпечують менші втрати для країни (втрати для національної економіки виникають через те, що: а) внаслідок одержання субсидії неефективні місцеві товаровиробники мають можливість продавати свій товар; б) субсидії фінансуються за рахунок бюджету, тобто за рахунок податків).

Експортні субсидії — це бюджетне фінансування національних експортерів, що дозволяє їм продавати товар іноземним покупцям за нижчою ціною, ніж на внутрішньому ринку, і тим самим стимулювати експорт.

Експортні субсидії можуть надаватися в таких основних формах:

- надання підприємству прямих субсидій;
- виплата премій у випадку здійснення експортних операцій;
- установлення пільгових (за ставками, базою рахування, механізмом стягування і т.п.) транспортних чи фрахтових тарифів для експортних відвантажень порівняно з перевезеннями на національному ринку;
- безпосереднє чи опосередковане постачання державним органом імпортних чи національних товарів для використання у

- виробництві товарів на експорт на умовах, більш сприятливих порівняно з умовами постачання конкуруючих товарів для виробництва товарів, призначених для споживання на внутрішньому ринку, якщо такі умови вигідніші, ніж на світових ринках для їхніх експортерів;
- звільнення чи відстрочка сплати прямих податків, що повинні сплачуватися експортерами при здійсненні експортної операції, або сплати внесків у фонди соціального страхування;
  - надання знижок при сплаті податків;
  - установлення, у випадку виробництва і постачання товарів на експорт, звільнень по сплаті чи поверненню сплачених сум непрямих податків;
  - зменшення ставок чи повернення сплачених сум податків з імпорту матеріально-технічних ресурсів, товару на експорт;
  - здійснення державою програм гарантування чи страхування експортних кредитів, програм страхування чи гарантування незбільшення вартості експортованих товарів чи програм, що стосуються валютних ризиків з використанням ставок премій, недостатніх для покриття довгострокових витрат і втрат, пов'язаних з реалізацією цих програм.

Експортна субсидія знижує експортну ціну товару і попит на товар за кордоном збільшується. Внаслідок цього умови торгівлі країни, що експортує, погіршуються. Однак через зниження експортної ціни збільшується кількість одиниць експортованого товару. Оскільки через зростання експорту менше товару надходить на внутрішній ринок, то внутрішня ціна на нього збільшується. Одержить країна, що експортує, виграв чи програє, залежить від того, чи вдасться за рахунок збільшення обсягу продаж компенсувати втрати, пов'язані з погіршенням умов торгівлі, тобто зниженням експортної ціни.

Експортна субсидія є статею витрати бюджету, а, значить, додатковим податковим тягарем для платників податків (витрати на фінансування субсидій дорівнюють добутку кількості товару, експортованого після введення субсидії, на розмір субсидії).

Отже, оскільки субсидії зменшують витрати виробників, вони впливають на міжнародну торгівлю шляхом штучного поліпшення конкурентоспроможності певної фірми на експортних ринках, чи шляхом надання переваг внутрішньої продукції перед імпортною.

Країна-імпортер при виявленні експортного субсидування (використання нелегітимної субсидії) може вводити компенсаційне мито, що стягується з товарів, які є об'єктом застосування компенсаційних заходів. Ці заходи, можна застосовувати у випадку серйозного збитку, заподіяного інтересам іншої країни, зокрема в таких випадках:

- загальний обсяг субсидування щодо вартості продукту перевищує 5%;
- субсидії покривають виробничі витрати галузі промисловості;
- субсидії, що не є одноразовим заходом, покривають виробничі витрати підприємства;
- відбувається пряме списання заборгованості урядом.

**Експортні кредити.** Для приховання експортних субсидій уряди використовують експортне кредитування, що передбачає фінансове стимулювання державою розвитку експорту вітчизняними товаровиробниками.

Надання експортних кредитів здійснюється у вигляді:

- субсидованих кредитів вітчизняним експортерам. Такі кредити видаються державними банками під відсоткову ставку, нижчу від ринкової;
- державних кредитів іноземним імпортерам при обов'язковій умові закупівлі товарів тільки у фірм країни, що надала такий кредит.

Експортні кредити розрізняються за призначенням і термінами надання (табл. 6.2).

Таблиця 6.2

**Характеристика експортного кредитування**

Призначення кредиту	Терміни кредитування
Для експорту споживчих товарів і сировини	Короткострокові (на термін до 1 року)
Для експорту машин і устаткування	Середньострокові (на термін 1–5 років)
Для експорту інвестиційних товарів і великих проектів	Довгострокові (на термін понад 5 років)

Експортне кредитування сприяє товарному експорту, є знаряддям боротьби за зовнішні ринки збуту, прискорює темп розвитку національної економіки.

#### **6.4. Торгова дискримінація**

Торгова дискримінація пов'язана з наявністю імпорتنих бар'єрів, які несуть дискримінаційний характер, тобто рівень митного обкладання товарів, послуг одних країн вищий ніж інших.

До основних видів дискримінаційних бар'єрів належать торгові блоки та торгові ембарго [60, с. 237].

##### ***Торгові блоки***

Розвиток практики створення торгових блоків підвищує значення торгової дискримінації.

Торгові блоки допускають вільну торгівлю між країнами-членами будь-якого об'єднання й одночасно вводять бар'єри проти імпорту з країн, які не входять до даного блоку.

До економічних блоків належать: зона вільної торгівлі, митний союз, спільний ринок, економічний союз. У зоні вільної торгівлі всі бар'єри на шляху торгівлі між країнами-членами усунені, але кожна країна зберігає свої власні бар'єри в торгівлі з країнами, які не входять до цього об'єднання. Митний союз усуває бар'єри в торгівлі товарами серед країн-учасниць, а також передбачає спільну торговельну політику по відношенню до країн, що не входять до митного союзу. Спільний ринок не має торговельних бар'єрів, характеризується спільною зовнішньоторговельною політикою, а також передбачає вільне переміщення чинників виробництва між країнами-учасницями. Країни-учасниці економічного союзу на доповнення до вільного переміщення товарів, послуг, чинників виробництва уніфікують грошово-кредитну політику, оподаткування, державні витрати, використовують спільну валюту.

Оцінка вигідності проведення дискримінаційної політики залежить від бази порівняння [60, с. 239]. Якщо базою порівняння є вільна торгівля, то встановлення нових бар'єрів, які дискримінують імпорт у тих чи інших країн, як правило, не вигідне. Якщо базою порівняння є уніфіковані тарифи, тобто однакові для всіх товарів незалежно від країни походження, то усунення тарифів між окремими країнами може принести вигоду. Таким чином, з одного боку, створення зони вільної торгівлі або митного союзу — це крок до вільної торгівлі. Крім того, коли між країнами діють уніфіковані торгові бар'єри, то створення торгового блоку, між членами якого бар'єри будуть посилені,

свідчить про загальне зниження кількості існуючих у світі імпортерів. Така ситуація наближає країни до політики вільної торгівлі й тому можна вважати, що зі створенням торговельного блоку рівень добробуту світу буде збільшуватися. З другого боку, формування торгових блоків може вплинути на зниження обсягів світової торгівлі. Так, після створення блоку країни-учасниці починають купувати дорожчі товари у постачальника, який є партнером по блоку. Підтримуючи високі тарифи на товари з дешевих джерел за межами союзу, блок заохочуватиме дороге виробництво всередині блоку (при уніфікованих же тарифах на імпортерні товари споживач зацікавлений купувати товари з найдешевших джерел). Крім того, при створенні торгового блоку країни допускаються до нього вибірково, що може спричинювати міжнародні суперечки. Тому СОТ забороняє торгівлю дискримінацію.

На прикладі митного союзу можна показати сприятливість (підвищення добробуту) або руйнівність (зниження добробуту) торговельної дискримінації [60, с. 240–243; 70, с. 276–287].

Підвищення добробуту в митному союзі буде у випадку, якщо виробництво в країні-учасниці замінюється дешевим імпортом з іншої країни-учасниці. При чому мається на увазі, що всі економічні ресурси використовуються повністю як до, так і після створення митного союзу. Це підвищує добробут країни-члена, оскільки сприяє більшій спеціалізації виробництва, яке ґрунтується на порівняльних перевагах. Митний союз також підвищує добробут третіх країн внаслідок того, що деяка частка зростання їхнього реального доходу (через повнішу спеціалізацію виробництва) надходить до загального імпорту, який збільшився, решти країн світу. Отже, митний союз сприяє підвищенню добробуту й зростанню торгівлі за таких умов:

- чим вищі торгові бар'єри країн-членів до створення блоку, тим більша ймовірність того, що формування союзу приведе до розвитку торгівлі між країнами-учасницями;
- нижчі торгові бар'єри митного союзу на торгівлю з рештою світу зменшують ймовірність переорієнтації торгівлі, що дорого коштує;
- в умовах, коли митний союз містить значну кількість країн, вища ймовірність, що виробники з низькими цінами припинять своє існування всередині блоку;

- економіки країн-членів повинні бути конкуруючими, а не взаємодоповнюючими (наприклад, промислова країна й сільськогосподарська країна як доповнююча);
- географічно члени митного союзу мають бути якнайближче один до одного. У цьому випадку транспортні витрати менше перешкоджатимуть зростанню добробуту при розвитку торгівлі між країнами-членами;
- підвищення добробуту внаслідок створення митного союзу забезпечується у випадку значного обсягу товарообігу до формування союзу та економічного взаємозв'язку між потенційними країнами-членами.

Зниження добробуту в митному союзі відбувається у випадку, коли дешевий імпорт із країн, які не входять у союз, замінюється більш дорогим імпортом із країн-членів. Це є результатом преференційної торгівлі з країнами-членами блоку. Внаслідок цього виробництво переміщується від більш ефективного виробника поза блоком до менш ефективного всередині блоку. Зниження добробуту погіршує міжнародний розподіл ресурсів і відводить виробництво від порівняльної переваги.

### ***Торгове ембарго***

**Ембарго (торговельне)** — заборона однією чи декількома державами всіх торговельних операцій з певною державою. Його мета — здійснити тиск на країну для досягнення політичних цілей і, як наслідок, підірвати економічний добробут конкретної держави, позбавити її ринків збуту.

Ембарго належить до агресивної торговельної дискримінації. Обмежуватися або заборонятися може не тільки традиційна торгівля товарами, а й торгівля послугами, продукцією інтелектуальної праці, капіталами (заборона щодо надання кредитів певній країні) [3, с. 29; 27, с.130–132; 60, с.251–256; 86, с.320].

Торговельне ембарго класифікують за такими ознаками:

- за походженням рішення щодо введення ембарго: державне та міжнародне. Як правило, міжнародне ембарго вирішує вживати міжнародна організація (наприклад, ООН) стосовно держави, дії якої загрожують міжнародній безпеці. Однак це рішення лише рекомендаційне, тобто країни самостійно приймають рі-

- шення щодо його введення. Державне ембарго вводиться окремою країною;
- за обсягом застосування: повне чи часткове;
  - за об'єктом впливу: на експорт, на імпорт, на транзит;
  - за умовами застосування: у воєнний час, у мирний час;
  - за термінами дії: на визначений термін, на невизначений термін;
  - за охопленням предметів торгівлі: на один товар (товарну групу), на кілька товарів (товарних груп), на товари, послуги й продукцію інтелектуальної праці.

Практика економічних санкцій застосовувалася ще в XV ст., але особливо популярною стала в 50-х роках XX ст. Найчастіше цей захід вживають США. Так, за 45 років економічного ембарго, яке було застосоване США проти Куби, остання втратила 89 млрд, а в 2006 р. — 3 млрд дол. (ВВП Куби оцінюється в 40 млрд дол.). Санкції США проти Куби передбачають заборону американським туристам відвідувати острів, американським компаніям — вести там бізнес. Деякі винятки зроблені для експорту продуктів харчування, медикаментів, телекомунікаційного обладнання [[www. topicnews.net/n 17024. htm](http://www.topicnews.net/n_17024.htm)]. У 1999 р. США ввели ембарго проти Афганістану, в 2003 р. — проти Бірми.

Інший приклад. У 2006 р. Росія ввела торговельне ембарго щодо Грузії, яке було відмінено в 2008 р., й на російський ринок повернулись одні з основних експортних продуктів країни — мінеральна вода «Боржомі» та грузинські вина. Шкода, яку завдали Грузії, експерти оцінюють у 250 млн дол. щорічно [[www.rb.ru \topstory\politics](http://www.rb.ru/topstory/politics)].

Наслідком запровадження ембарго є економічні втрати як для країни, котра його вводить, так і для країни, проти якої воно вводиться. Але для третіх країн, які не приєдналися до ембарго, з'являється можливість отримати додатковий вигреш. Важливе значення мають обсяги заборонень. Вони показують, чи буде шкода «цільової» країни достатньою, щоб переважити власні втрати країни, яка ініціювала ембарго.

Наприклад, коли країна А приймає рішення про введення ембарго на експорт у країну В, частина світової експортної пропозиції в країні В зникає, її споживачі відчують дефіцит імпортованих товарів, ціна яких підвищується. Країна А також зазнає втрати, які виникають

як різниця між втратами виробників і вигрешем споживачів та втратами надлишок від експорту. Треті країни, котрі не беруть участі в ембарго, вииграють завдяки додатковим продажам за вищою ціною. Втрати світу в цілому — це втрата ефективної світової торгівлі.

Успіх чи невдача ембарго залежить від торговельної еластичності. Успіх ембарго найімовірнішим буде тоді, коли: а) країна, яка вводить ембарго, має високу еластичність експортної пропозиції (може досить безболісно скоротити обсяги свого експорту); б) у «цільовій» країні низька еластичність попиту на імпорту, тобто вона надто сильно залежить від зовнішньої торгівлі; в) якщо економічні санкції є масштабні й вводяться без попередження, зненацька.

Країна, яка має значну частку в світовій торгівлі та застосовує ембарго, страждає від нього менше, ніж мала країна. У великій країні більше можливостей маневру на світовому ринку, і мала країна може сильно залежати від власної торгівлі з такою країною. Тому США успішно вводять ембарго проти таких малих країн, як Куба, Іран, Нікарагуа, Нігерія.

Розрізняють політичний та економічний провал ембарго [60, с. 254]. Політичний провал виникає, коли керівництво в «цільовій» країні поставило на політику, яка є метою ембарго, так багато, що не будуть враховувати надзвичайно високої вартості її проведення (це, наприклад, характерно для диктаторського режиму). Економічний провал виникає, коли ембарго наносить незначну шкоду «цільовій» країні, але може призвести до значних втрат у країні, яка його вводить.

### ***Торговельні війни***

Торгова дискримінація є характерною рисою торговельних воєн, які виникають внаслідок суперечності між економічними інтересами країн, через різні політичні мотиви. З метою підтримки національних товаровиробників та захисту національних інтересів виникає недопущення товарів певної країни на внутрішній ринок, необґрунтоване підвищення митних ставок, введення квотування, використання демпінгу, ембарго.

Торгові війни є конфліктами вищого рівня напруження, оскільки легко можуть трансформуватися в реальні військові дії. Такі конфлікти часом потребують для їхнього врегулювання зусиль міжнародного співтовариства. Торгові війни можуть відбуватися між окремою кра-



їною та торговельним блоком, між торговельними блоками, між однією країною та декількома країнами, між двома окремими країнами.

Прикладами значних торговельних воєн є «сталева війна», «м'ясна війна», «бананова війна», «податкова війна» [61, с. 51–83].

«Сталева війна» почалася після економічної кризи 1998 р. і не закінчена дотепер. У ній беруть участь США, Бразилія, Росія, Україна, Японія та інші країни. Її причина — введення США імпорتنих мит на поставки сталі з більшості країн-експортерів.

Економічна криза спричинила девальвацію валюти багатьох країн Азії, і їхні товари виявилися дешевшими від аналогічних американських, що негативно відбилося на інтересах американських виробників. Експорт дешевшої японської сталі в США в 1999 р. зріс на 400%, також зростає експорт європейської, латиноамериканської, російської й української сталі. США ввели квотування сталевих імпорту, щодо ряду країн були розпочаті антидемпінгові розслідування. Так, у 2001 р. було введено антидемпінгові мита відносно експортерів сталевих прутів з країн ЄС (насамперед з Італії, Франції, Німеччини), Японії, Білорусі, Китаю, Південної Кореї, Латвії, Молдови, України (для неї розмір антидемпінгового мита становив 90,33%).

Від цієї війни страждають не тільки американські сталеливарні компанії, а й порти, судноплавні, транспортні підприємства, які спеціалізуються на доставках у країну імпортової сталі. Сукупні втрати всіх учасників цієї війни орієнтовно оцінюються в 10 млрд дол.

«М'ясна війна» відбулася між США та ЄС. Її причиною стало використання американськими виробниками яловичини гормонів, щоб тварини набирали масу. В 1989 р. США взяли зобов'язання експортувати в Європу яловичину без гормонів. Але в травні 1999 р. ЄС звинуватив США в порушенні цієї угоди. У відповідь США підвищили мито на деякі європейські товари і збиралися на 100% підняти мито на продовольчі товари, які експортувалися з ЄС. Війна закінчилася в серпні 1999 р. за посередництвом СОТ. Сукупні збитки всіх учасників цієї війни оцінюють приблизно в 1 млрд дол. Хоча війна закінчилася, але її відлуння й дотепер не стихло. Багато європейських країн вводять заборонні заходи на ввезення сільськогосподарської продукції, зробленої з використанням результатів генної інженерії.

«Бананова війна» між США та ЄС тривала шість років і закінчилася у квітні 1999 р. перемогою США. Її причиною стало те, що

деякі європейські країни, насамперед Англія й Франція, при імпорті бананів віддавали перевагу фірмам-постачальникам із їхніх колишніх країн-колоній. Це допомагало досягати певних політичних цілей, оскільки така торгівля сприяла підтримці режимів, які були лояльно настроєні до колишніх метрополій. Однак збитки несли транснаціональні торгові компанії, більшість із яких базувалися в США. Втрати американських компаній становили близько 190 млн дол., а санкції, які ввели США, обійшлися європейцям у 500 млн дол. (особливо постраждали виробники кави з Німеччини та виробники портфелів і сумочок із Франції). Конфлікт був урегульований СОТ, яка визнала, що країни ЄС порушили угоду з вільної торгівлі й тому санкції, накладені на них США, справедливі.

Більше ніж 20 років тривала «текстильна війна» між Японією й США. Вона закінчилася примиренською угодою, але надалі була замінена «бойовими діями» на ринку телевізорів, автомобілів, напівпровідників, відеомагнітофонів тощо.

«Податкова війна» між США та ЄС розпочалася в 2000 р., коли ЄС звернувся з проханням до СОТ дозволити застосувати штрафні санкції стосовно американських товарів у розмірі 4,043 млрд дол. Європейці обґрунтовували свої вимоги тим, що після ухвалення США закону про міжнародну торгівлю корпорацій, американські експортери, які мали філії в інших країнах, отримали змогу відраховувати з оподаткованого прибутку від експортних продажів 15–20%. Тобто європейці вважали, що США субсидювали свій експорт до Європи. СОТ попередила США про незаконність такої практики, але ніяких конкретних заходів з боку США не було здійснено. Тому 31 березня 2004 р. торговельні санкції ЄС набули чинності і в цьому році становили 315 млн дол. Штрафні заходи торкнулися таких товарів, як іграшки, текстиль, вироби легкої промисловості, сільськогосподарська продукція, сталь, складні вироби, цукор, машини, коштовності тощо. Існують аналогічні санкції США проти ЄС на суму 100 млн дол.

З різних причин така велика держава, як Росія, вела й веде торговельні війни з Україною, Білоруссю, Грузією, Польщею тощо.

Взагалі торговельні війни постійно відбуваються, а кількість зіткнень, як зазначають експерти, збільшується прямо пропорційно збільшенню рівня інтеграції країни у світове співтовариство й підвищенню конкурентоспроможності її товарів на ринку.

### 6.5. Особливості розвитку митно-тарифного регулювання в Україні

Митно-тарифне регулювання ЗЕД в Україні почало розвиватися з 1991 р. Правовою основою його став Закон України «Про Єдиний митний тариф», прийнятий 5 лютого 1992 р. [2].

Період 1991–1993 рр. характеризується досить ліберальним зовнішньоторговельним режимом. На більшість товарних позицій імпорتنі тарифи були на рівні 0–10%. Тільки на незначну частину товарів накладалася ставка 15–30%, а максимальний рівень становить 50% (алкогольні і тютюнові вироби). Рівень ставок ввізного мита визначався залежно від ступеня оброблення й економічної доцільності ввезення того чи іншого товару. На товари, імпортовані з країн, що розвиваються, не накладалися мита, а на товари з промислово розвинутих країн, з якими Україна мала угоду про РНС, оподатковування здійснювалося за пільговими ставками.

Поступово починає підсилюватися орієнтація митно-тарифного регулювання на підтримку розвитку експорту.

Період 1994–1995 рр. характеризується ліберальною експортною й імпоротною політикою. У 1994 р. кількісні експортні обмеження за багатьма видами товарів були скасовані. Винятками були товари, що підлягають «добровільним» експортним обмеженням у рамках міжнародних угод (текстиль, сталь), а також деякі стратегічні товари, внесені до списку «спеціального» експортного режиму (сталь, вугілля, нафтопродукти, електроенергія, дорогоцінні метали і коштовні камені). У той же час ставки ввізного мита були значно підвищені у фіскальних цілях на високоліквідну продукцію і підакцизні товари. Таким чином, механізм регулювання був спрямований насамперед на одержання податкових надходжень і, в другу чергу — на захист національного виробника. Значна кількість пільг, наданих законодавством окремим суб'єктам ЗЕД, створила неоднакові умови конкуренції на внутрішньому ринку.

Знижуються ставки на енергоносії і сировину. Закладаються основи для проведення погодженої митно-тарифної політики: створюється Митно-тарифна рада при Кабінеті Міністрів України і приймається перша постанова щодо зміни ставок ввізного мита.

Починає діяти режим вільної торгівлі з Російською Федерацією і Республікою Білорусь.

Період 1996–1998 рр. характеризується протекціоністською політикою захисту національного товаровиробника. Посилення протекціонізму відбувається поряд із заходами для зміни системи митно-тарифного регулювання у зв'язку з переговорним процесом про вступ України до СОТ. Скасовується національна система преференцій. Механізм тарифного регулювання спрямований на захист вітчизняного товаровиробника. Мають місце фіскальні надходження від тарифів переважно за рахунок підвищення ставок на імпорт високоліквідної на українському ринку продукції (в основному підакцизні товари), а також за рахунок заходів, пов'язаних з визначенням митної вартості, тарифної позиції і країни походження товару.

Для постачання сировини для виробничих потреб вводяться мінімальні ставки ввізного мита. На експорт деяких видів продукції вводиться експортне мито, що має переважно заборонний характер (вовна, шкури тварин, чорні і кольорові метали й ін.). Продовжують застосовуватися пільги для окремих категорій суб'єктів ЗЕД. Активно використовується режим вільної торгівлі з країнами СНД і Балтії. У зв'язку з обмеженістю заходів тарифного регулювання (стосуються лише близько 30% імпорту) і нетарифного регулювання поступова перевага віддається адміністративним і технічним заходам.

Таким чином, Україна дійшла висновку про передчасність лібералізації зовнішньої торгівлі і зробила ставку на політику протекціонізму. Вирішальну роль у прийнятті такого рішення відіграли два фактори: зменшення ємності внутрішнього ринку і різке падіння обсягів національного виробництва.

У 1998–1999 рр. Україна починає удосконалювати систему митно-тарифного регулювання відповідно до норм СОТ. Поступово лібералізується імпортерний режим. Це, зокрема, пов'язано з необхідністю виконувати зобов'язання перед міжнародними фінансовими організаціями щодо лібералізації зовнішньоторговельного режиму. Поступово скасовується застосування ставки мінімальної митної вартості. Істотно зменшилася кількість рішень щодо зміни ставок ввізного мита. Приймаються рішення, спрямовані на стимулювання внутрішнього виробництва, тобто ставки мита знижувалися на сировину, підвищувалися на готову продукцію, аналоги якої випускалися в Україні. Були знижені ставки імпортного мита на значну номенкла-

туру товарів текстильної промисловості відповідно до зобов'язань перед ЄС.

Готується новий Єдиний митний тариф України на базі Української класифікації товарів ЗЕД. Створюється законодавча база щодо приєднання до Конвенції по гармонізованій системі опису і кодування товарів, оптимізується тарифна номенклатура.

Починаючи з 2000 р., застосовується політика селективного протекціонізму.

У зв'язку з поновленням переговорного процесу про вступ України до СОТ і переговорами з ЄС щодо зменшення рівня ввізного мита на текстиль і одяг у 2000 р. був поступово зменшений загальний рівень імпорتنних тарифів. Розмір максимальних ставок ввізного мита був зменшений до 25%. Також були зменшені ставки імпортного мита до рівня 0–17% на різноманітний асортимент товарів і продукції легкої промисловості (пересічно ставка дорівнювала 6,9%).

Були внесені зміни в ставки ввізного мита на продукцію хімічної промисловості, окремі види сільськогосподарської техніки і запасних частин до неї, товари широкого вжитку, які не виготовлялися чи виготовлялися в недостатній кількості в Україні. Зменшилася кількість підакцизних товарів. Досить високим залишається рівень ставок тарифів на сільськогосподарські товари і продукти харчування. Знижено митні тарифи на текстиль і одяг відповідно до домовленостей з ЄС. Почали використовуватися антидемпінгові заходи.

Окремі види товарів звільняються від накладання мита, серед них: транспортні засоби, які здійснюють транспортні міжнародні вантажні перевезення; валюта України, іноземна валюта, цінні папери; товари, які вироблені в Україні і ввозяться назад на її територію без перероблення, а також товари іноземного походження, які вивозяться назад з України без перероблення; товари, які імпортуються всеукраїнськими і міжнародними об'єднаннями громадян, що постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи; товари, що імпортуються за рахунок коштів державного валютного фонду України та іноземних кредитів, котрі надаються під гарантію Кабінету Міністрів України, а також інші групи товарів згідно з різними договорами, угодами і законами України.

Важливим питанням стає трансформація митного тарифу в процесі вступу України до СОТ. З 1994 р. Україна веде переговори про

приєднання до ГАТТ і вступу до СОТ. У зв'язку з цим національне законодавство поступово приводиться у відповідність з вимогами ГАТТ/СОТ, основною метою яких є лібералізація торгівлі і зняття обмежень у цій сфері. У 1996 р. Указом Президента України № 255/96 була затверджена «Концепція трансформації митного тарифу України на 1996–2005 рр. відповідно до системи ГАТТ/СОТ», яка визначила основні принципи і напрями поступового зниження ставок ввізного мита в процесі переговорів про доступ на ринки товарів у рамках вступу України до СОТ.

Мета Концепції:

- інтеграція економіки України у світову ринкову систему;
- приведення товарної номенклатури і рівня ставок ввізного мита до норм і вимог угод СОТ і Гармонізованої системи опису і кодування товарів;
- установлення режиму найбільшого сприяння в сфері зовнішньої торгівлі з країнами-членами СОТ;
- забезпечення стабільного і прогнозованого розвитку економіки України, залучення іноземних інвестицій.

Кінцева мета трансформації митного тарифу України — досягнення середньозваженого рівня ставки ввізного мита не більше ніж 14%.

У 2005 р. близько 18% діючих ставок дорівнює граничному рівню, встановленому в Концепції, близько 10% перевищують граничний рівень і близько 72% встановлено нижче від граничного рівня.

Структура видів ввізного мита характеризується такими даними. До 1996 р. в Україні застосовувалися тільки адвалерні ставки ввізних мит. З 1996 р. за рішенням Уряду почали застосовуватися комбіновані (1,4% від загальної кількості ставок ввізних мит) і специфічні ставки імпорتنних мит (3%). Введення цих видів ставок було спрямовано на запобігання зниженню суб'єктами ЗЕД митної вартості товарів і стримуванню ввезення низькоякісної продукції. Це сприяло підтримці вітчизняного товаровиробника і захисту внутрішнього ринку. Основу ставок ввізного мита становлять адвалерні ставки (79,8%). Специфічні і комбіновані ставки становить відповідно 17,18 і 3,02% і застосовуються до деяких товарів з розділів I-IV товарної номенклатури України (Товарної класифікаційної схеми Єдиного митного тарифу) і підакцизних товарів.

Товари розділів I–IV ТН — це найчуттєвіша для українського ринку група. Максимальні ставки ввізного мита встановлені на м'ясо, харчові субпродукти, цукор, картоплю, овочі, олію соняшникову, масло вершкове. Мінімальні ставки ввізного мита на рівні 0%, встановлені на такі продовольчі товари, як кокосові горіхи, горіхи кеш'ю, виноград сушений, кава несмажена, чай зелений і чорний для промислового перероблення, пшениця тверда і м'яка, боби соєві, пальмова і кокосова олія та ін. У цілому рівень діючих ставок імпортного тарифу на окремі види сільськогосподарської продукції досить високий порівняно зі ставками мита на інші види товарів. При цьому тариф, який необхідно сплатити при митному оформленні цих товарів, часто перевищує їхню митну вартість. Отже, рівень ставок ввізного мита на товари розділів I–IV ТН обмежувальний.

До 2005 р. завершено трансформацію тарифів з більшості товарних позицій і лише за невеликим переліком — у більш віддалені терміни (наприклад, сектор цивільної авіації — в 2010 р.).

В Україні спостерігається тенденція до зниження рівня оподаткування товарів імпортним митом. На кінець 2003 р. середньоарифметична ставка ввізного мита по всій товарній номенклатурі становила 10,55% (у 1998 р. — 12,74%), а середньозважена — 7,02%. Відповідно до Консолідованої тарифної пропозиції, середньоарифметична зв'язана ставка в 2006 р. становила 6,72%, а середньозважена — 5,68%. Порівняння середньоарифметичних ставок імпортного тарифу з розвинутими країнами та найбільшими сусідніми державами говорять про високий рівень прийнятих зобов'язань: США — 5,4%, ЄС — 6,4, Канада — 6,8, Японія — 6,9, Польща — 9,9, Росія — 10,5% [78, с.139]. Наведені дані свідчать про трансформацію торгового режиму України від помірного до відкритого.

З окремими країнами Україна уклала угоди про вільну торгівлю, а також угоди про надання режиму найбільшого сприяння чи національного режиму.

Вивізні мито є одним з інструментів регулювання структури експорту в Україні і вводиться з метою скорочення переліку товарів, експорт яких підлягає нетарифному регулюванню. Ставки вивізного мита, а також перелік товарів, які підлягають оподаткуванню, затверджуються Кабінетом Міністрів України. Згідно з переліком, вивізним митом оподатковуються: продукція тваринництва та харчової промис-

ловості, продукція рослинного походження і деякі види сировини та корисних копалин, існує заборона на експорт брухту чорних металів. Їх запровадження було зумовлено необхідністю подолання значних проблем в економіці. Так, експортне мито на насіння соняшнику зі ставкою 21% було впроваджено в 1999 р. Оскільки майже 50% насіння соняшнику України експортувалось, то потужності країни з його перероблення використовувалися менше ніж на 30%. Внаслідок нестачі соняшникової олії вітчизняні підприємства з перероблення соняшникового насіння та виробництва олії, маргарину, майонезу тощо опинилися в кризовому становищі. Аналогічна ситуація спостерігалася з експортом живої худоби, шкіряної сировини та кольорових металів.

Незважаючи на це, після вступу до СОТ Україна повинна скасувати експортне мито на насіння деяких олійних культур, живу худобу, шкіряну сировину, кольорові метали, а також заборону на експорт брухту чорних металів. Так, передбачається, що через п'ять років після вступу до СОТ ставки вивізного мита на брухт чорних та кольорових металів і напівфабрикатів з їх використання знизяться з 30 до 15%. Україна повинна буде взяти на себе зобов'язання не запроваджувати та не поновлювати жодних таких експортних обмежень після вступу.

У 2007 р. найменша ставка експортного мита становила 8% митної вартості (при експорті скраплених газів крім природного, але не менше ніж 250 грн. за 1 т), а найбільша — 75% (при експорті великої рогатої худоби живої, але не менше ніж 1 євро за 1 т) [1].

Від обкладання вивізним митом звільняються товари (роботи, послуги), які ввозяться (надаються) в межах отриманих суб'єктами підприємницької діяльності експортних квот, а також товари, що повністю вироблені з давальницької сировини, яка була попередньо імпортована.

У 2008 р. Україна вступила до СОТ, і це зумовлює певні зміни в зовнішньоторговельному режимі [[www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua)].

СОТ є організацією, яка формує правила торговельно-економічної, інвестиційної, податкової, митної гри на глобальному рівні і суттєво впливає на умови економічного співробітництва в рамках регіональних угруповань.

Членство в СОТ як передумова інтеграції у ЄС виходить з того, що левова частка співробітництва між країнами відбувається на торговельно-економічному рівні. Крім того, для європейської сторони



статус України як члена СОТ є базовим критерієм відповідності її економіки міжнародним стандартам бізнесу, торгівлі та інвестицій, тобто країна доводить свою готовність вести ділові стосунки з європейськими партнерами за зрозумілими їм правилами.

За експертними оцінками, кумулятивний вплив для галузей національної економіки від вступу України до СОТ буде позитивним.

У частині законодавчого забезпечення процесу вступу України до СОТ Верховна Рада України протягом 2005–2007 рр. прийняла 49 законів (22 – у 2006 р. та 11 – у 2007 р.). У 2008 р. було підготовлено пакет з 10 законопроектів в основному технічного характеру.

Прийняті закони врегульовують такі сфери, як інтелектуальна власність, вивізні мито на сільськогосподарську продукцію, страхова та банківська діяльність, імпорт автомобілів, оподаткування сільськогосподарських підприємств, а також різноманітні митні питання тощо.

Головні зобов'язання України як члена СОТ:

- **ціновий контроль.** Уряд не має права встановлювати мінімальні ціни на імпортовані товари. Цінова політика держави повинна враховувати експортні інтереси країн–членів СОТ, зокрема тарифи державної компанії «Укрзалізниця» не можуть бути дискримінаційні;
- **внутрішнє оподаткування.** Заборонено дискримінаційне оподаткування імпортованих товарів;
- **інтелектуальна власність.** Україна зобов'язана приєднатися і виконувати всі умови угоди щодо торговельних аспектів інтелектуальної власності (ТРИПС);
- **санітарні та фітосанітарні обмеження імпорту.** Україна зобов'язана приєднатися до міжнародних угод, які забороняють перешкоджати ввезенню м'яса та м'ясопродуктів, у виробництві яких використовувалися гормональні препарати;
- **імпортне мито.** Зниження середнього розміру мита на промислові товари з 6,7 до 4,95%, сільськогосподарську продукцію – з 21 до 10,66%;
- **кількісні обмеження імпорту.** Україна не може обмежувати квотами імпорт продукції, не погодивши квотування із СОТ. Скасування заборони на імпорт автобусів, вантажівок, автомобілів віком понад 8 років;

- **експортні мита та обмеження.** Зниження мита на насіння олійних, брутх чорних металів і кольорових металів, живу худобу, шкіру. Скасування заборон та обмежень на експорт зернових і брутху кольорових металів. Відмова від мінімальних експортних цін;
- **правила стандартизації.** В Україні встановлюється пріоритет міжнародних стандартів перед національними. Крім того, до 2012 р. всі технічні стандарти мають бути приведені у відповідність до міжнародних норм.

Вступ до СОТ є вкрай суттєвим фактором формування привабливого іміджу України на міжнародній арені, що насамперед впливатиме на формування ефективного ділового середовища як для національних, так і для іноземних компаній, а також на її економічний розвиток.

Недискримінація, передбачуваність, прозорість процедур та рівноправна торгівля – основні вимоги і в той самий час переваги СОТ, які ведуть до підвищення якості управління як приватними, так і державними підприємствами, а також значно зменшують можливості для корупційних дій на всіх рівнях.

З моменту вступу України до СОТ Україна отримує такі переваги:

- одержання режиму найбільшого сприяння в торговельному просторі всіх країн–членів СОТ, тобто одночасне поліпшення умов торгівлі з 151 країною світу, на долю яких припадає понад 95% світової торгівлі;
- зменшення тарифних і нетарифних обмежень доступу українських товарів на товарні ринки країн–членів СОТ;
- отримання можливості захисту інтересів українських виробників згідно з процедурою розгляду торговельних спорів Світової організації торгівлі;
- набуття офіційного статусу переговорного процесу зі створення зони вільної торгівлі з ЄС;
- скасування квот на експорт української продукції металургії до ЄС;
- доступ до дешевих комплектуючих виробів, устаткування і сировини;
- забезпечення недискримінаційного транзиту товарів та послуг.

Наслідки вступу України до СОТ матимуть специфічну форму для окремих секторів, що визначатиметься структурою виробництва в секторі, а також вихідним рівнем його захищеності. Тому різні варіанти економічної політики матимуть більший або менший вплив на різні сектори. Наприклад, зменшення тарифів буде вигідним для секторів, які були порівняно незахищеними або мали велику частку проміжного попиту (а тому виграють від зниження цін на фактори виробництва). Поліпшення доступу до ринків буде сприятливим для експортно-орієнтованих секторів, що стикаються зі значними торговельними обмеженнями на зовнішніх ринках.

Очікується, що серед усіх галузей промисловості членство України в СОТ буде найбільш корисним для металургійної та хімічної промисловості. Для цих галузей найбільше значення матимуть полегшення доступу до ринку, а також реформа тарифів, і, відповідно, краща доступність обладнання та матеріалів.

Іншими галузями промисловості, у яких збільшиться випуск продукції, є виробництво коксу та видобування неенергетичних матеріалів. Зростання випуску в кожному з цих секторів може перевищити 10%. За винятком готельного та ресторанного бізнесу, який, безумовно, виграє від реформи тарифів і, відповідно, здешевлення продукції харчової промисловості, сектор послуг демонструватиме помірне зростання сукупного випуску. В цьому секторі найбільше зростуть обсяги послуг зв'язку, де випуск зросте за рахунок зниження бар'єрів для прямих іноземних інвестицій.

Найбільше зростання експорту відбудеться в сільському господарстві, хімічній промисловості та металургії. Темпи зростання в цих секторах набагато вищі, ніж середнє зростання експорту.

Отже, виробники отримують такі переваги:

- суттєва лібералізація доступу українських товарів на світові ринки (продукти харчової промисловості, металургійна, хімічна, машинобудівна продукція, споживчі товари);
- зниження витрат ведення зовнішньоекономічної діяльності;
- зниження вартості сировини, проміжної продукції та інвестиційних товарів;
- зменшення втрат експортерів від дискримінаційних обмежувальних заходів;
- посилення правового захисту національного товаровиробника шляхом доступу до Созівського механізму вирішення торгових суперечок;

- забезпечення недискримінаційного транзиту товарів та послуг;
- суттєве підвищення конкурентоспроможності виробництва та товарів виробничого та споживчого попиту через суттєве збільшення обсягів іноземного інвестування (до 3–5 млрд дол. США щорічно).

Зростання сукупного випуску тісно пов'язане з впливом на зайнятість населення. Підвищення попиту як на кваліфіковану, так і на некваліфіковану робочу силу було найбільшим у хімічній промисловості та металургії.

Споживачі отримають такий вигравш. По-перше, зростання промислового виробництва збільшує реальні доходи на фактори виробництва, і таким чином — доходи домогосподарств. По-друге, більша пропозиція товарів споживання за нижчими цінами підвищеної якості, ширшого асортименту краще задовольнятиме потреби споживачів. Для бідних споживачів, найбільш важливим є краща пропозиція та знижена реальна вартість продуктів харчування, у той час як небідні споживачі переважно виграють від поліпшення доступності телекомунікаційних та фінансових послуг.

Вступ до СОТ призведе до суттєвого збільшення частки оподаткованого імпорту в загальному обсязі імпорту (на початку 2005 р. частка оподаткованого імпорту в його загальному обсязі становила близько 30%). Крім того, слід врахувати, що на сьогодні держава втрачає значні кошти внаслідок штучного заниження митної вартості. Тому можна стверджувати, що зниження митного тарифу не матиме негативних наслідків. Також досвід країн Центральної та Східної Європи, країн колишнього СРСР, які набули членства в СОТ, свідчить про те, що різкого збільшення імпорту до України внаслідок вступу до цієї міжнародної організації не відбудеться.

Слід також врахувати і той факт, що в Україні тарифом обкладається лише 31% імпортних товарів, енергоносії та поставки товарів у рамках угод вільної торгівлі митом не обкладаються, тобто вплив вступу до СОТ відіб'ється тільки на цю частку.

Збільшення сплати мита та надходжень до бюджету відбувається за рахунок легалізації контрабандних імпортних потоків.

Таким чином, на сьогоднішній день митно-тарифна політика відповідає вимогам членства України в СОТ, при цьому вона є виваженою та спрямованою як на лібералізацію зовнішньої торгівлі та

легалізацію тінювих потоків імпорту, так і на захист національного товаровиробника, а також на легалізацію торгівлі та збільшення надходжень до Державного бюджету.

Поряд з перевагами існують певні ризики від приєднання України до СОТ:

- загострення конкуренції на внутрішньому ринку;
- необхідність упровадження нових норм безпеки та якості продукції.

Запровадження правил СОТ у сфері стандартизації та сертифікації потребує суттєвих витрат для розроблення та впровадження нових інститутів і механізмів здійснення таких процедур. Значна частина витрат, пов'язаних із переходом до нових стандартів, припадає на вітчизняних виробників.

Слід зазначити, що угоди СОТ не встановлюють вимог щодо якості товарів, які реалізуються на внутрішньому ринку. Це залишається компетенцією урядів. Однак від експортерів країни можуть вимагати підтвердження відповідності характеристик продукції міжнародним стандартам якості та безпеки. Тому необхідність дотримання міжнародних норм у цих сферах існує об'єктивно, незалежно від рішення про вступ до СОТ, оскільки є передумовою підвищення конкурентоспроможності виробників як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках.

Внаслідок вступу України до СОТ, на певні групи товарів (продукції, послуг) змінюються митні тарифи. Так, згідно з тарифними зобов'язаннями України зниження ставок ввізного мита передбачається як на продовольчі, так і промислові групи товарів.

Середньозважена тарифна ставка по всій номенклатурі знизиться з 7,02% (сільське господарство — 18,19% та промисловість — 6,11%) до 5,09% (сільське господарство — 10,07% та промисловість — 4,77%).

Середньоарифметична діюча тарифна ставка по всій номенклатурі знизиться з 6,51% (сільське господарство — 13,84 та промисловість — 4,40%) до 6,28% (сільське господарство — 11,16% та промисловість — 4,85%).

У цілому, за експертними оцінками, вступ України до СОТ зумовить додаткове підвищення добробуту населення на 3%, а динаміку зростання ВВП — до 2%.

Щоб уникнути негативних наслідків приєднання до СОТ, необхідно професійно використовувати інструменти захисту внутрішнього ринку, які передбачені в Угодах СОТ:

- спеціальні захисні заходи у випадку різкого зростання імпорту;
- антидемпінгові заходи у випадку імпорту за демпінговими цінами;
- компенсаційні заходи у випадку використання заборонених СОТ субсидій;
- підвищення ставок митного тарифу та застосування квот у разі суттєвого погіршення платіжного балансу країни;
- надання державної підтримки вітчизняним виробникам, у тому числі експортерам;
- використання субсидій, які не створюють негативного впливу на конкуренцію і спрямовані на підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників, у тому числі експортерів;
- надання внутрішньої підтримки для розвитку сільського господарства, зокрема застосування спеціального режиму оподаткування.

Зараз захист інтересів вітчизняних товаровиробників в Україні здійснюється відповідно до діючого законодавства, зокрема Законами України: «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту», «Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту», «Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну» [4; 5; 6].

Членство України у СОТ передбачає сплату щорічного членського внеску. Обсяги суми внесків визначаються на підставі методичних рекомендацій Комітету з питань бюджету, фінансування та управління СОТ.

Відповідно до методології розрахунку розмір щорічного внеску країни-члена бюджету СОТ залежить від частки обсягу зовнішньої торгівлі країни в сукупному обсязі зовнішньої торгівлі всіх країн-членів СОТ за останні п'ять років. Частка відповідної країни-члена визначається як співвідношення обсягу зовнішньої торгівлі до сукупного обсягу зовнішньої торгівлі всіх країн-членів СОТ. Членський внесок України становитиме приблизно 350 тис. швейцарських франків.

### **Підсумки глави**

1. Державне регулювання міжнародної торгівлі передбачає три основні підходи: системи односторонніх заходів, укладання двосторонніх та багатосторонніх угод. Держава може додержуватися політики вільної торгівлі (політика мінімального втручання в зовнішню торгівлю), торговельної політики протекціонізму (політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції) та помірної торгової політики, яка поєднує елементи вільної торгівлі та протекціонізму.

Основними аргументами обмеження зовнішньої торгівлі є необхідність забезпечення оборони, збільшення внутрішньої зайнятості, диверсифікація заради стабільності, захист молодих галузей, захист від демпінгу, дешева робоча сила.

2. Митний тариф є інструментом торгової політики та державного регулювання внутрішнього ринку країни при його взаємодії зі світовим ринком. Це податок на товари й інші предмети, що переміщуються через митний кордон держави. Мито виконує фіскальну, протекціоністську та балансувальну функції. Види мита класифікують за способом стягування, об'єктом обкладання, характером, походженням, типом ставок та способом обчислення. Країни іноді використовують тарифну квоту, що являє собою різновид перемінних митних податків, ставки яких залежать від обсягу імпорту товару, а також тарифну ескалацію, тобто підвищення рівня митного обкладання товарів у міру зростання ступеня їхнього оброблення.

3. Економічні наслідки введення мита різноманітні: вони впливають на виробництво, споживання, товарообіг і добробут країни, що ввела імпорتنний тариф, а також на її партнерів по торгівлі. Із введенням імпортного тарифу виникають такі економічні ефекти: ефект державного доходу, торговельний ефект (зниження імпорту), споживчий ефект (скорочення внутрішнього споживання), виробничий ефект (розширення внутрішнього виробництва).

4. Для регулювання міжнародної торгівлі використовуються також нетарифні методи торгової політики. Поширення нетарифних обмежень зумовлюється тим, що їхнє введення є привілеєм уряду країни і вони не регулюються міжнародними угодами. Нетарифні інструменти звичайно не призводять до негайного підвищення ціни товару і тому споживач не відчуває їхнього впливу як додаткового податку. Іноді при відносно ліберальному митному режимі їх вико-

ристання може призвести до більш обмежувального характеру торгової політики в цілому.

Основним нетарифним методом є кількісні обмеження, до яких належать квотування, ліцензування, „добровільні“ обмеження експорту. Квота визначає кількість та номенклатуру товарів, які дозволяється експортувати чи імпортувати. Квоти є більш ефективним, ніж тарифи, інструментом обмеження імпорту, оскільки дають змогу утримувати обсяги імпорту на незмінному рівні. Вони є негнучкими відносно ціни товару, більш ефективні для здійснення швидких дій адміністративних органів та прямим джерелом монопольного прибутку. Ліцензування може бути складовою частиною квотування або самостійним інструментом регулювання торгівлі. Ліцензія — це дозвіл, виданий державними органами на експорт чи імпорт товару у встановлених кількостях за визначений проміжок часу. «Добровільне» обмеження експорту — це кількісне обмеження експорту, засноване на зобов'язанні одного з торгових партнерів обмежити обсяг експорту, прийнятому в рамках міжурядової угоди про встановлення квот на експорт товару. Економічний ефект від введення ДОЕ є негативним для імпортера.

За допомогою прихованих видів торговельних обмежень (технічні бар'єри, внутрішні податки та збори, державна закупівля, вимоги щодо вмісту місцевих компонентів) країни можуть в односторонньому порядку обмежувати експорт чи імпорт.

До фінансових методів торгової політики належать демпінг (експорт товарів за цінами, нижчими від собівартості, чи, принаймні, за нижчою ціною, ніж на внутрішньому ринку), субсидії (бюджетне фінансування національних експортерів, завдяки чому вони можуть продавати товар іноземним покупцям за нижчою ціною, ніж на внутрішньому ринку), експортне кредитування (фінансове стимулювання державною розвідку експорту вітчизняними товаровиробниками). Метою фінансування як методу регулювання міжнародної торгівлі, зокрема розширення експорту, є дискримінація іноземних компаній на користь національних виробників та експортерів на основі зниження вартості експортованого товару і підвищення його конкурентоспроможності на світовому ринку.

5. Основними видами торгових дискримінаційних бар'єрів є торгові блоки та торгові ембарго. Торгові блоки допускають вільну тор-



гівлю між країнами-членами будь-якого об'єднання і одночасно вводять бар'єри проти імпорту з країн, які не входять до блоку. Торгове ембарго належить до агресивної торговельної дискримінації та являє собою заборону однією чи декількома державами усіх торговельних операцій з певною державою.

6. Україна постійно удосконалює систему митно-тарифного регулювання. Лібералізується імпортний режим. Основу ставок ввізного мита становлять адвалерні ставки (79,8%), специфічні та комбіновані ставки – відповідно 17,8 і 3,02%. Спостерігається трансформація торгового режиму України від помірному до відкритого.

Вступ України до СОТ зумовлює певні зміни в зовнішньоторговельному режимі. Статус України як члена СОТ є базовим критерієм відповідності її економіки міжнародним стандартам бізнесу, торгівлі та інвестицій. Кумулятивний вплив для галузей національної економіки матиме позитивний характер. Завдяки вступу до СОТ Україна одержує такі переваги: одержання РНС; зменшення тарифних та нетарифних обмежень доступу українських товарів на товарні ринки країн-членів СОТ; отримання можливості захисту інтересів українських виробників згідно з процедурою розгляду торговельних спорів СОТ; набуття офіційного статусу переговорного процесу зі створення зони вільної торгівлі з ЄС; скасування квот на експорт української продукції металургії до ЄС; доступ до дешевих комплектуючих виробів, устаткування й сировини; забезпечення недискримінаційного транзиту товарів та послуг.

### **Ключові поняття**

Торгова політика; політика вільної торгівлі; протекціонізм; тарифні та нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі; мито; квота; ліцензування; «добровільні» експортні обмеження; технічні бар'єри; внутрішні податки та збори; державні закупівлі; демпінг; субсидії; експортні кредити; оптимальний тариф; тарифна квота; тарифна ескалація; торгова дискримінація; торгове ембарго; торговельні війни.

### **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 сутність 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 сутність торгової дискримінації?
14. Які особливості розвитку митно-тарифного регулювання в Україні?

### Запитання для обговорення

1. Чиї інтереси уряд має враховувати насамперед, визначаючи свою торговельну політику—інтереси виробників чи споживачів?

2. Імпортні та експортні тарифи більше поширені в розвинутих країнах чи в країнах, що розвиваються? Що є найважливішою функцією тарифу в цих групах країн?

3. Який аргумент на користь протекціонізму найістотніший і чому?

4. Чому протекціонізм є таким стійким, незважаючи на умовну економічну обґрунтованість аргументів захисту?

5. Чи вважаєте ви справедливим твердження: „Державне втручання вигідне, якщо воно сприяє індустріалізації“?

6. Є така ситуація: США заявили про послаблення обмежень на експорт найпотужніших комп'ютерів із США в Російську Федерацію, а також ще в деякі країни світу — в Ізраїль, Індію, Пакистан, Китай та Латвію. Такі обмеження були встановлені в 1973 р., у період „холодної війни“. Відносно Латвії особливі обмеження з експорту комп'ютерів скасували, вона перенесена до країн „першого рівня“, в якому знаходяться країни Західної Європи, Японія, Канада та Австралія.

Нині існує список 500 найпотужніших комп'ютерів у світі, який склали авторитетні експертні інститути США та Європи. В цьому списку 451 комп'ютер американського виробництва, інші — японські. Середня потужність суперЕОМ, наприклад, у сфері комунікацій становить 200 трлн операцій за хвилину, цих комп'ютерів — 56, у сфері регулювання транспортного руху — 16, фармакології — 2, енергетиці — 10.

Згідно з рішенням США, для експорту в країни „третього рівня“ необхідні спеціальні індивідуальні ліцензії, поріг потужності збільшено до 190 млрд операцій одну секунду. Раніше цей поріг проходив на рівні 85 млрд операцій за секунду. Подумайте:

а) про які методи та інструменти торговельної політики йдеться в цій ситуації?

б) чому в свій час американський уряд увів обмеження на експорт найпопулярніших комп'ютерів?

в) хто вигравав та програвав від цих обмежень?

г) хто отримує вигоди за умов послаблення обмежень на експорт комп'ютерної техніки?

7. Які аргументи на користь тарифного захисту є водночас і найбільш уразливими? Чому?

8. Обговоріть твердження: «Тарифи забезпечують дохід для уряду і захист галузей усередині країни. Через те чим вища ставка мита, тим більший буде дохід і більший захист».

9. Які сильні та слабкі сторони аргументу захисту молодих галузей?

10. У чому полягають інтереси національної оборони в разі захисту їх за допомогою протекціоністських заходів?

11. Чи згодні ви з таким висловлюванням: «Імпорتنний тариф завдає більше шкоди внутрішнім споживачам цього товару, ніж переваг для його виробника»? Поясніть.

12. Чи має ембарго більше шансів на успіх, якщо його вводять поступово, а не несподівано?

13. Які мають подібні та відмінні риси тарифи та квоти?

14. Чому уряди країн найчастіше використовують квоти, та чи забезпечують квоти більш високий національний виграш, ніж тарифи?

15. Чому деякі держави примушують експортерів вживати ДЕО, замість використання тарифів та квот?

16. Чи забезпечують ДЕО більший виграш, ніж квоти й тарифи?

17. Є така ситуація: Світова організація торгівлі (СОТ) дала згоду Брюсселю накласти рекордно високі мита на американські товари — від кукурудзяних пластівців до атомних реакторів. Сума мита досягає 4 млрд дол. СОТ вирішила, що Вашингтон порушив принципи вільної торгівлі, коли надав американським виробникам податкові пільги. В голові списку американських товарів містяться текстильні вироби, продовольство, електроніка та папір. СОТ схвалила введення санкцій проти американських експортерів, бо визнала, що податкові пільги, надані Вашингтоном, можна розглядати як приховані субсидії виробникам.

ЄС стверджує, що від цих субсидій європейські експортери, що витіснені з ринку, недоотримають мільярди доларів. Міністр торгівлі США попередив європейців, щоб вони не йшли на різке збільшення мита, бо підірвуть структуру міжнародної торгівлі. Звідси:

1) якими будуть наслідки для США, якщо ЄС введе імпортні тарифи на американські товари на ринках ЄС?

2) чому податкові пільги, які ввів уряд США для американських виробників, можна розглядати як приховані субсидії?

3) чому збільшення імпортного мита на американські товари може підірвати структуру світової торгівлі?

18. Є така ситуація: фермери в США, Японії та країнах ЄС отримують субсидії. Ці субсидії, на думку інших держав, зменшують конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції країн, що розвиваються. G 21 (угруповання з 21 країни, яке представляє найбільші країни третього світу, такі як Китай, Бразилія та Індія, в яких мешкає більш половини населення та понад 60% землеробів планети) — вимагає повної відміни субсидій. Представники США заявляють про те, що готові піти на скорочення субсидій, якщо це зроблять європейці та японці. При цьому американці та європейці не схиляються до перебільшення ролі цього угруповання, оголошуючи про те, що цей союз створено на деякий час, доки він вигідний його учасникам. Чому державні субсидії, які отримують фермери в США, Японії та країнах ЄС, зменшують конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції країн, що розвиваються? Чому представники США заявляють, що відмовляться від субсидій лише в тому разі, якщо це зроблять європейці та японці?

19. Прогнозується довгостроковий спад економічної активності в країнах — головних торговельних партнерах України. Уряд збирається ввести новий імпортний тариф. Який вид імпортних мит слід застосувати, на які групи товарів та чому?

20. У чому сутність базової теорії Митного союзу?

21. Які торговельні війни відбуваються в сучасному світі?

22. Як діють міжнародні торговельні організації в контексті вирішення проблем торговельних війн?

22. Які наслідки вступу України до СОТ для вітчизняної економіки?

### **Набуття практичних навичок**

1. Навчальну групу розподіліть на дві малі групи, які розглядають таку ситуацію. Українська фірма „Шостка», щоб захистити робочі місця, може прийняти рішення про зменшення імпорту сиру на 50%. Цього можна досягти: 1) введенням високих тарифів, щоб знизити імпорт на 50%, 2) змусити іноземні фірми добровільно обмежити свій експорт сиру в Україну на 50%. Кожна група повинна визначити, яка тактика менш втратна для України, а яка — для решти світу та довести свою точку зору.

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

3. В Україні діє правило, що в країну можна імпортувати тільки ті дини, 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 таку імпорتنу політику. Друга група виступає в ролі іноземного виробника динь і доводить, що така вимога є несправедливим обмеженням торгівлі.

4. Швейцарська фірма виробляє телевізори в Китаї, а потім експортує їх до Швейцарії та інших країн. Складання телевізорів у Китаї було організовано, щоб 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. Українські фірми вимагають від уряду обмежити імпорт швацьких машин із Німеччини. Для збереження прибутку українських фірм прихильники протекціоністської політики вимагають, щоб ціна однієї машини була підвищена з 400 до 500 дол. Уряд може вибрати політику вільної торгівлі або ввести специфічне мито, або змусити німецьку фірму «добровільно» обмежити експорт. Ці тактики можуть привести до таких наслідків:

	<b>В умовах вільної торгівлі</b>	<b>При тарифі 70 дол.</b>	<b>В умовах ДОЕ</b>
Внутрішня ціна однієї швацької машини (дол.)	400	500	500
Світова ціна машини (дол.)	400	340	340
Імпорт машин (тис. шт.)	20	12	12

Слід мати на увазі, що специфічне мито в 70 дол. обмежує імпорт на 8 тис. машин щорічно, а це дорівнює обмеженню імпорту в разі використання ДОЕ.

Формується дві групи студентів, кожна з яких повинна:

- розрахувати український вигравш та витрати від тарифів порівняно з вільною торгівлею, а також національний вигравш та витрати для Німеччини від тарифів та ДОЕ;

– відповісти на такі запитання: який з трьох варіантів торговельної політики слід вважати найліпшим та найгіршим для України та який завдає більшої шкоди Німеччині?

– вибрати варіант найкращий для світу в цілому.

Після виконання цих завдань у групах проводиться їх обговорення.

6. Українському уряду необхідно визначити наслідки імпортного тарифу на металообробне устаткування. Яка уряду для цього потрібна інформація?

7. В Україні всього одна компанія виробляє автобуси. Без державної допомоги вона повністю розориться через конкуренцію з боку Угорщини. Яка з політик буде найдорожча та найдешевша для України:

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

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

III варіант: ввести імпортні квоти, які приведуть до такого самого скорочення, як і політика II?

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

## WEB-сайти

[www.customs.ustreas.dov](http://www.customs.ustreas.dov)

Сайт Митної служби США, де міститься інформація щодо митних тарифів.

[www.wto.org](http://www.wto.org)

СОТ: інформація щодо торговельної політики.

[www.customs.dov.ua](http://www.customs.dov.ua)

Державна митна служба України: інформація щодо інструментів торговельної політики.

[www.Wcoomd.org](http://www.Wcoomd.org)

Всесвітня митна організація. Інформація щодо митних реформ, митниць, інформаційних технологій.

[www.vniki.ru/biki.nsf/all/about.htm](http://www.vniki.ru/biki.nsf/all/about.htm)

Офіційний сайт БІКІ (Бюлетень іноземної комерційної інформації), на якому містяться аналітична та поточна інформація щодо проблем ЗЕД іноземних країн, світової товарної кон'юнктури.

[www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua)

Офіційний сайт Міністерства економіки України, який висвітлює наслідки приєднання до СОТ та участі в Єдиному економічному просторі, містить інформацію про спеціальні економічні зони, аналітичні та статистичні матеріали щодо підсумків та прогнозів економічного розвитку України тощо.

**ГЛАВА 7.**  
**НАДНАЦІОНАЛЬНИЙ РІВЕНЬ РЕГУЛЮВАННЯ**  
**МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ.**  
**МІЖНАРОДНІ ОРГАНІЗАЦІЇ**  
**З РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- сформулювати цілі, завдання, принципи СОТ;
- охарактеризувати результати багатосторонніх переговорів ГАТТ/СОТ;
- пояснити систему угод СОТ;
- описати особливості регулювання міжнародної торгівлі товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці;
- визначити та оцінити роль ЮНКТАД, МТЦ, ЮНСІТРАЛ у регулюванні міжнародної торгівлі за сучасних умов.

**7.1. Регулювання міжнародної торгівлі в системі СОТ**

***Мета, завдання, принципи та форма діяльності СОТ***

Світова організація торгівлі — головний міжнародний регулятор світової торгівлі. Вона здійснює нагляд за багатосторонньою торговельною системою, підтримує торговельні потоки шляхом стимулювання недискримінаційної, прогнозуємої торговельної політики в країнах — членах СОТ, ліквідує торговельні бар'єри за допомогою проведення багатосторонніх переговорів, створює безсторонні процедури розв'язання торговельних конфліктів між країнами-членами.

Головною метою СОТ є лібералізація міжнародної торгівлі, усунення дискримінаційних перешкод на шляху потоків товарів та послуг, вільний доступ до національних ринків і джерел сировини. Досягнення цієї мети забезпечить зміцнення світової економіки, зростання інвестицій, розширення торговельних зв'язків, підвищення рівня зайнятості й доходів в усьому світі.

Завдання СОТ:

- нагляд за станом світової торгівлі й надання консультацій з питань управління в галузі міжнародної торгівлі;

- забезпечення механізмів улаштування міжнародних торговельних спорів;
- розробка й прийняття світових стандартів торгівлі;
- нагляд за торговельною політикою країн;
- обговорення нагальних проблем міжнародної торгівлі.

Головні принципи міжнародної торговельної системи, які викремлює СОТ:

- недискримінація;
- вільна торгівля;
- передбачуваність;
- справедлива конкуренція;
- сприяння розвитку та економічним реформам.

Найважливіші проблеми багатостороннього регулювання міжнародної торгівлі, шляхи її лібералізації вирішуються на переговорах, юридичною основою яких були положення ГАТТ 1947 р. Багатосторонні переговори проходять у формі раундів (періодичних сесій) протягом декількох років (іноді 7 років). Усього відбулося 9 раундів багатосторонніх торговельних переговорів.

Отже, Світова організація торгівлі — це, з одного боку, організація, а з другого — сукупність міжнародних правових документів, багатосторонніх торговельних договорів, що визначають права та обов'язки країн — членів у сфері міжнародної торгівлі та формування національних торговельних політик.

Система СОТ складається з таких багатосторонніх угод:

1) торгівля товарами:

а) Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ 1994 р.) та пов'язані з нею угоди:

- Угода про застосування Статті VII ГАТТ 1994 (митна оцінка);
- Угода про перевідвантажувальну інспекцію;
- Угода про технічні бар'єри в торгівлі;
- Угода про застосування санітарних та фітосанітарних заходів;
- Угода про процедури ліцензування імпорту;
- Угода про захисні заходи;
- Угода про субсидії та компенсаційні заходи;
- Угода про застосування Статті VI ГАТТ 1994 (антидемпінг)
- Угода про пов'язані з торгівлею інвестиційні заходи;
- Угода про текстиль та одяг;



- Угода про сільське господарство;
  - Угода про правила визначення походження
- б) домовленості та рішення:
- домовленість про положення ГАТТ 1994 р. щодо платіжного балансу;
  - рішення щодо випадків, якщо митні адміністрації мають підстави для сумнівів щодо правдивості або точності задекларованої вартості;
  - домовленість про тлумачення Статті XVII ГАТТ 1994 р. (державні торговельні підприємства);
  - домовленість про правила і процедури врегулювання суперечок;
  - домовленість про тлумачення Статті II: 1 (б) ГАТТ 1994 р. (зв'язування тарифних поступок);
  - рішення про торгівлю та охорону навколишнього природного середовища;
  - механізм огляду торговельної політики
- 2) торгівля послугами: Генеральна угода про торгівлю послугами (ГАТС);
- 3) права інтелектуальної власності: Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРИПС).
- До основних правових документів належать також багатосторонні торговельні угоди з обмеженою кількістю учасників:
- Угода про торгівлю цивільною авіатехнікою;
  - Угода про державні закупівлі.

### ***Регулювання міжнародної торгівлі товарами (ГАТТ 1994)***

Головні правила торгівлі товарами сформульовані в Генеральній угоді з тарифів і торгівлі 1994 р., яка складається з чотирьох частин: «Загальні положення», «Правила торговельної політики», «Процедурні питання», «Торгівля та розвиток».

У практиці регулювання міжнародної торгівлі існують чотири правила, установлені Генеральною угодою з тарифів та торгівлі.

***Перше правило:*** захист національної промисловості здійснюється тільки за допомогою тарифів.

Незважаючи на те, що ГАТТ спрямована на поступову лібералізацію торгівлі, в ній визначається, що країни можуть бути змушені

захищати національне виробництво від іноземної конкуренції. Однак ГАТТ вимагає, щоб захист здійснювався за допомогою тарифів. Застосування кількісних обмежень (імпортних квот, ліцензій) забороняється.

**Друге правило:** тарифні ставки повинні бути знижені та пов'язані, щоб уникнути подальшого підвищення.

Від країн потрібно, щоб тарифи й інші заходи, що використовуються з метою захисту внутрішнього ринку, були знижені, а там де можна — скасовані шляхом проведення багатосторонніх торгових переговорів. У результаті торговельних переговорів країни-члени СОТ домовляються відкрити свої внутрішні ринки для іноземних товарів і «пов'язують» себе відповідними зобов'язаннями.

Знижені та пов'язані в такий спосіб тарифи не підлягають підвищенню, про що вказується в національному Розкладі поступок країни. Розклад поступок є невід'ємною частиною правової системи ГАТТ.

**Третє правило:** торгівля на підставі положень режиму найбільшого сприяння (РНС).

Суть положень цього режиму зводиться до того, що торгівля не повинна бути дискримінаційною. РНС — умова, закріплена в міжнародних торгових угодах, що передбачають надання договірними сторонами один одному всіх прав, переваг і пільг, якими користується і/чи буде користуватися будь-яка третя держава.

**Четверте правило:** торгівля на основі положень національного режиму.

Принцип національного режиму доповнює принцип РНС і допускає, що імпортований товар, який перетинає кордон після оплати мита й інших зборів, повинен одержувати режим не менш сприятливий, ніж режим, який одержують аналогічні товари, виготовлені вітчизняними товаровиробниками. Тому країна не може накладати на імпортовані товари, після того як товар надійшов на територію країни після оплати мита на кордоні, внутрішні податки (наприклад, податок із продажу) за вищими ставками, ніж ті, що застосовуються до подібних вітчизняних товарів. Аналогічно правила, які регулюють продаж і закупівлю товарів на вітчизняному ринку, не повинні бути жорсткішими щодо імпортованих товарів.

### **Регулювання міжнародної торгівлі послугами**

Міжнародне регулювання сфери торгівлі послугами здійснюється на підставі Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС). Вона спрямована на сприяння економічному зростанню всіх торговельних партнерів та розвитку країн, що розвиваються, через поширення торгівлі послугами, і намагається досягти цього шляхом застосування до торгівлі послугами правил ГАТТ.

ГАТС охоплює міжнародну торгівлю послугами, за винятком послуг, що надаються органами державної влади, та багатьох авіатранспортних послуг.

ГАТС, по-перше, є комплексною угодою, оскільки містить головні правила, що стосуються всіх видів послуг, додатки щодо специфічних послуг та секторів, схеми специфічних зобов'язань для кожного члена, а по-друге, рамковою угодою, що забезпечує стартові умови та правила, які сторони надалі будуть уточнювати та корегувати [25, с.287–320; 72, с.203–223; 78, с. 60–74].

Структура ГАТС містить шість частин: «Сфера застосування та визначення», «Загальні зобов'язання і дисципліна», «Конкретні зобов'язання», «Подальша лібералізація», «Інституціональні положення», «Заключні положення».

#### **Найважливіші загальні зобов'язання:**

- 1) забезпечення режиму найбільшого сприяння (РНС);
- 2) прозорість правил з торгівлі послугами. Це зобов'язання передбачає створення інформаційних і контактних пунктів;
- 3) взаємне визнання кваліфікації, необхідної для надання послуг;
- 4) правила щодо монополій, ексклюзивних постачальників послуг та іншої ділової практики, що обмежує конкуренцію;
- 5) заходи, спрямовані на лібералізацію торгівлі, зокрема на забезпечення більшої участі країн, що розвиваються.

**Конкретні зобов'язання** — це зобов'язання, що беруть на себе окремі країни щодо тих чи інших секторів послуг. У кожному з обраних секторів послуг країна зобов'язана брати зобов'язання щодо доступу на ринок, національного режиму та інші зобов'язання.

Постачання послуг здійснюється чотирма способами:

- 1) транскордонне постачання, тобто надання послуг через кордон. Постачальник і споживач послуги не переміщуються через кордон, його перетинає тільки послуга;

2) споживання за кордоном, тобто переміщення споживачів до країни експорту;

3) комерційна присутність, тобто створення комерційної присутності в країні, в якій повинні надаватися послуги (відкриття філії чи дочірньої компанії);

4) присутність фізичних осіб, тобто тимчасовий переїзд фізичних осіб до іншої країни заради надання там послуг.

Виділення таких способів постачання послуг спрямовано на посилення ідентифікації відповідних заходів регулювання.

### ***Регулювання міжнародної торгівлі продукцією інтелектуальної праці***

Необхідність охорони прав інтелектуальної власності пов'язана з поширенням у міжнародному торговельному обігу копій та аналогів товарів, які законно захищені авторськими правами, товарними знаками, патентами.

Будь-яке несанкціоноване використання інтелектуальної власності є порушенням прав власника.

Регулювання міжнародної торгівлі продукцією інтелектуальної праці в правовій системі СОТ здійснюється на основі Угоди про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (Угода ТРІПС). Вона розширює сферу регулювання міжнародних торговельних процесів і суттєво вдосконалює систему захисту прав інтелектуальної власності [25, с. 326–363; 72, с. 255–267].

Угода ТРІПС складається із 7 розділів: «Загальні положення та основні принципи», «Стандарти щодо наявності, сфери дії та використання прав інтелектуальної власності», «Захист прав інтелектуальної власності», «Набуття й підтримання чинності прав інтелектуальної власності та відповідні процедури INTER PARTES», «Запобігання та врегулювання суперечок», «Домовленості на перехідний період», «Інституційні домовленості: заключні положення».

Угода ТРІПС ґрунтується на положеннях основних міжнародних конвенцій з прав інтелектуальної власності (ПІВ). Її важливою рисою є те, що закладений міжнародними конвенціями стандартний захист одержав правовий захист.

Від країн вимагається не вдаватися до дискримінації іноземців, а також між іноземцями та вітчизняними громадянами щодо набуття,

обсягу та збереження прав інтелектуальної власності, тобто від країн вимагається поширення РНС та національного режиму.

До об'єктів інтелектуальної власності в Угоді ТРІПС належать:

- авторське право та суміжні права;
- товарні знаки;
- географічні позначення;
- промислові зразки;
- патенти;
- компонування (топографії) інтегральних мікросхем;
- нерозголошена інформація.

Права інтелектуальної власності обмежені за термінами. Мінімальний період охорони її в різних країнах неоднаковий.

Мінімальний період охорони:

- патентів — 20 років з моменту подачі заяви на патент;
- товарних знаків — 7 років з моменту початкової реєстрації і кожного поновлення реєстрації. Реєстрація відновлюється на невизначений термін;
- промислових зразків — щонайменше 10 років;
- авторське право — упродовж життя автора плюс 50 років. Кінематографічні роботи: 50 років з моменту, коли робота була представлена на розсуд публіки. Фотографічні роботи або роботи прикладного мистецтва: 25 років після створення роботи. Виконавці та продюсери (виробники) фонограм: 50 років після закінчення календарного року, в якому було зроблено звукозапис. Мовлення: 20 років після закінчення календарного року, в якому відбулася передача в ефірі;
- топології інтегральних схем — 10 років з дати реєстрації або, якщо реєстрація не потрібна, 10 років з дати першого використання.

Щоб поліпшений і посилений захист ПІВ не позначався негативно на передачі технологій на розумних комерційних умовах, передбачається, що країни можуть вживати відповідних заходів, включаючи й заходи законодавчі, для запобігання власниками інтелектуальної власності зловживанню своїми правами, а також прийняттю практики, яка стримує торгівлю чи несприятливо впливає на передачу технологій.

В Угоді сформульовано зобов'язання урядів країн-членів передбачати у своєму національному законодавстві процедури і гарантії, спрямовані на те, щоб забезпечити ефективну реалізацію ПІВ.

Виконання положень Угоди допомагає контролювати виробництво та торгівлю підробленими та піратськими товарами, а також удосконалювати комерційним підприємствам свою стратегію продажу на закордонних ринках, для чого їм необхідно вивчати, чи підлягають патентуванню або іншому виду захисту ПІВ на конкретному експортному ринку ті процеси, які вони застосовують для виробництва конкретного товару чи будь-якої його складової.

## **7.2. Регулювання міжнародної торгівлі в системі ООН**

У регулюванні міжнародної торгівлі важливе місце посідають Конференція ООН з торгівлі й розвитку (ЮНКТАД), Міжнародний торговельний центр ЮНКТАД/СОТ (МТЦ), Комісія ООН з питань права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ).

### ***ЮНКТАД***

ЮНКТАД — орган Генеральної Асамблеї ООН, заснований у 1964 р. Її утворення ґрунтувалося на тій підставі, що ГАТТ була напівзакритою організацією, своєрідним «клубом обраних», вхід до якого був закритим для багатьох країн. Тому за ініціативою соціалістичних і низки країн, що розвиваються, було вирішено створити орган в системі ООН, який регулював би міжнародну торгівлю за принципами, як передбачалося, більш справедливими. Головна ідея полягає в перенесенні наголосу в механізмі регулювання на користь країн, що розвиваються, особливо найменш розвинутих. Ці принципи особливо відбиті в «Хартії економічних прав і обов'язків держав», яку було розроблено ЮНКТАД і прийнято Генеральною Асамблеєю в 1976 р.

Головна мета ЮНКТАД — сприяти розвитку міжнародної торгівлі для прискорення міжнародного розвитку, особливо країн, що розвиваються, допомагати їм у вирішенні проблем, які виникають у зв'язку з процесами глобалізації та інтеграції в світову економіку на рівноправній основі.

ЮНКТАД досягає цих цілей шляхом досліджень та аналізу політики, міжурядових нарад, технічного співробітництва та взаємодії з підприємницьким сектором.

Основні завдання ЮНКТАД:

- аналіз тенденцій у глобальній економіці та оцінювання їхнього впливу на розвиток;
- сприяння країнам, що розвиваються, зокрема найменш розвинутих країнам, у максимальному посиленні позитивного впливу глобалізації та лібералізації торгівлі, а також їхньої інтеграції в міжнародну торговельну систему та активної участі в міжнародних торгових переговорах;
- вивчення глобальних тенденцій у потоках прямих іноземних інвестицій та їхній вплив на торгівлю, технології, економічний розвиток;
- допомога країнам, що розвиваються, в залученні інвестицій;
- допомога країнам, що розвиваються, в розвитку підприємств та підприємництва, зокрема малих та середніх підприємств;
- допомога країнам, що розвиваються, та країнам з перехідною економікою в підвищенні ефективності установ сприяння торгівлі.

Діяльність ЮНКТАД проводиться за трьома напрямками:

1. *Міжурядові наради із залученням експертів.* Міжурядові переговори під егідою ЮНКТАД сприяють запровадженню справедливих умов торгівлі. Результати переговорів відображені у важливих документах: принципах «Нового міжнародного економічного порядку», Угоді про Загальну систему преференцій, яка передбачає пільговий режим для експорту країн, що розвиваються, в промислово розвинутих країнах, Угоді про Глобальну систему преференцій між країнами, що розвиваються, Інтегрованій програмі для сировинних товарів (ІПСТ) тощо.

Крім суто торговельних, ЮНКТАД відає й іншими питаннями міжнародного економічного співробітництва: валюта і фінанси; морські перевезення; страхування передачі технологій; міжнародні інвестиції.

2. *Проведення досліджень, аналіз стратегій та збирання даних,* які використовуються при нарадах представників урядів та експертів. Аналітична діяльність охоплює такі сфери: тенденції світової економіки та їхній вплив на процес розвитку; макроекономічна політика; конкретні проблеми розвитку, використання успішного досвіду розвитку країнами, що розвиваються, й країнами з перехідною економікою;

питання, пов'язані з фінансовими потоками й заборгованостями. За результатами досліджень складається банк інформації, яка надається країнам-членам.

3. *Надання технічної допомоги країнам, що розвиваються.* Діяльність ЮНКТАД у галузі технічного співробітництва охоплює понад 300 проектів у більш ніж 100 країнах, на які вона щорічно надає близько 24 млрд дол.

Головним завданням ЮНКТАД з початку XXI ст. стало проведення заходів щодо ефективної інтеграції всіх країн у світову торговельну систему.

Нині посилюється роль ЮНКТАД у вирішенні таких питань:

- діагностика причин відсутності прогресу в найменш розвинутих країнах у сфері розвитку та розроблення рекомендацій щодо їхньої ліквідації;
- посилення підтримки співробітництва Південь – Південь;
- поширення міжнародного співробітництва щодо підтримки розвитку сировинного сектора;
- розроблення заходів щодо подолання негативних наслідків зміни клімату для торгівлі та розвитку країн, що розвиваються;
- розвиток енергетичного сектора з позицій залучення нових інвестицій в енергетичну інфраструктуру та розроблення альтернативних джерел енергії, а також ефективного енергокористування;
- надання допомоги країнам у постконфліктному та посткризовому відновлюванні економічного механізму, пов'язаному з торгівлею та розвитком;
- розроблення механізмів передавання технологій та глобального розповсюдження їх;
- взаємодія з організаціями системи ООН щодо сприяння країнам, що розвиваються, доступу на ринки розвинутих країн, які застосовують різноманітні тарифні бар'єри;
- сприяння лібералізації та поширенню торгівлі країн, що розвиваються, в рамках програми «Сприяння торгівлі».

Таким чином, ЮНКТАД виступає в ролі координаційного центру ООН по комплексному розгляду проблем міжнародної торгівлі та розвитку, а також відповідних питань у галузі фінансів, технологій, інвестицій, інновацій.



### **МТЦ**

МТЦ — спільний допоміжний орган технічного співробітництва між СОТ та ООН. Був утворений у 1964 р. в рамках ГАТТ, а з 1968 р. увійшов також до структури ЮНКТАД. Членами МТЦ є члени СОТ та ЮНКТАД. Штаб-квартира міститься в Женеві.

Головна мета МТЦ — допомогати країнам, що розвиваються, в розробленні та впровадженні програм з розвитку експорту та з удосконалення технології імпортування.

Основні завдання МТЦ:

- сприяння інтеграції підприємств країн, що розвиваються, у світову торговельну систему;
- підтримка національних програм реалізації стратегій торговельного розвитку;
- підтримка розвитку торговельної інфраструктури;
- підвищення ефективності експорту в перспективних секторах економіки;
- сприяння розвитку міжнародної конкурентоспроможності країн-членів у цілому та в секторі малих та середніх підприємств зокрема.

Однією з головних програм МТЦ з регулювання міжнародної торгівлі є «Сприяння торгівлі». Це — комплексна модель технічної допомоги в розвитку експорту, яка є основою його стратегічного розвитку та функціонування. Модель розвиває торговий потенціал країн на трьох рівнях:

I рівень: керівні органи та установи, що приймають стратегічні рішення;

II рівень: установи сприяння торгівлі (УСТ);

III рівень: малі та середні підприємства (МСП).

Мета моделі — допомогти суб'єктам цих трьох рівнів у вивченні цільових ринків, знайти можливості для здійснення ефективних експортних операцій.

Модель технічної допомоги ґрунтується на трьох стратегічних цілях, восьми підцілях та дев'яти відповідних показниках (табл. 7.1).

Модель технічної допомоги в розвитку експорту включає п'ять ключових завдань (напрямів діяльності):

- *експортна стратегія*. Відповідальні особи повинні правильно визначити пріоритети, розробити та реалізувати план розвитку експорту з урахуванням вимог ринку;

Таблиця 7.1

## Стратегічні цілі, підцілі та їх показники МТЦ

Стратегічні цілі МТЦ	Підцілі МТЦ	Показники
1. Підтримка керівних органів щодо інтеграції національного підприємницького сектора в міжнародну економіку	1.1. Розроблення керівними органами програм та політичних заходів, спрямованих на розвиток торгівлі	Кількість розроблених та впроваджених стратегічних програм розвитку торгівлі. Кількість національних програм розвитку, які містять заходи щодо розвитку торгівлі за підтримкою МТЦ
	1.2. Розуміння керівними органами потреб бізнесу та створення сприятливих умов для підприємницької діяльності	Кількість національних установ, що діють у рамках багатосторонніх торговельних домовленостей завдяки підтримці МТЦ
	1.3. Залучення підприємницького сектора в процес торговельних переговорів	Кількість випадків, у яких завдяки підтримці МТЦ позиції держави були підкріплені участю підприємницького сектора
2. Розвиток спроможності постачальників послуг у сфері торгівлі до підтримки бізнесу	2.1. Надання УСТ послуг, які відповідають вимогам підприємств-клієнтів	Збільшення кількості УСТ, які завдяки підтримці МТЦ підвищили свій рейтинг відповідно системі оцінювання установ сприяння торгівлі МТЦ
	2.2. Ефективне представництво підприємницького сектора силами УСТ як чинник формування сприятливого для підприємництва середовища	Кількість пропозицій, поданих УСТ компетентним органам

Продовження табл. 7.1

3. Підвищення конкурентоспроможності підприємств на міжнародному ринку	3.1. Розроблення підприємствами діючих стратегій розвитку міжнародного бізнесу	
	3.2. Готовність підприємств до здійснення експортних операцій	Збільшення кількості підприємств, які отримали можливість підготуватися до здійснення експортних операцій завдяки освітнім програмам МТЦ
	3.3. Готовність підприємств перетворювати комерційні можливості в комерційну діяльність	Збільшення кількості підприємств, які знайшли потенційних покупців і уклали угоди завдяки підтримці МТЦ

- *підприємницький сектор у торговельній політиці*. Керівні органи повинні інтегрувати підприємницький сектор у торговельну політику, в процес регіональних та багатосторонніх переговорів. Результатом таких заходів повинна стати розробка та реалізація торговельної політики, яка відображає потреби бізнесу;
- *посилення позицій установ сприяння торгівлі*. УСТ повинні надавати малим та середнім підприємствам, а також урядовим органам ефективніші послуги, що приведе до збільшення експортних ресурсів МСП і дасть змогу УСТ організувати зростання торгового потенціалу;
- *аналітична діяльність у сфері торгівлі*. Необхідно розширити можливості клієнтів щодо одержання аналітичної інформації, яка стосується торговельної сфери, за допомогою МТЦ;
- *конкурентоспроможність експортерів*. Діючі та потенційні МСП-експортери повинні підвищити показники експортної діяльності та поширити присутність на ринку.

МТЦ розроблено національні, регіональні та міжнародні програми, використання яких допоможе Центру реалізувати стратегічні цілі та завдання в сфері розвитку торгівлі.

**Національні програми.** МТЦ розроблено дворівневу методику надання допомоги в торговельній сфері на національному рівні. Вона передбачає цільові заходи на національному рівні та комплексні національні програми. Методика ґрунтується на чотирьох принципах:

- *потреби*: кожна програма повинна бути орієнтована на вирішення актуальних для країни завдань, які сформульовані в стратегічних документах;
- *координація та партнерські відносини*: всі заходи повинні бути погоджені з усіма ініціативами МТЦ, а у випадку необхідності – із заходами інших організацій;
- *участь та сталість*: будь-яка програма повинна реалізовуватися в співробітництві з провідними партнерами в країні, що дасть можливість забезпечити сталий розвиток після завершення проекту;
- *результати*: для оцінювання ефективності програми необхідно скласти аналітичний план.

**Регіональні програми.** У них МТЦ концентрує увагу на таких питаннях:

- розвиток регіональних торговельних потоків з метою реалізації можливостей регіонального ринку;
- формування міжнародних виробничо-збутових мереж з метою підвищення конкурентоспроможності в масштабі регіону;
- розширення ресурсів сприяння торгівлі (шляхом створення регіональних експертних центрів);
- підтримка програм регіональної інтеграції;
- посилення процесу взаємозбагачення національних та регіональних технічних ресурсів у галузі упакування, контролю якості та додержання стандартів, логістики, доступу до торгової інформації та її аналізу;
- сприяння регіональним заходам, спрямованим на ліквідацію торговельних обмежень, з метою спрощення доступу як до внутрішньорегіонального, так і позарегіонального ринку.

Мета будь-якої регіональної програми має відповідати національним та регіональним пріоритетам.

**Міжнародні програми МТЦ.** Міжнародна діяльність МТЦ поділяється на п'ять напрямів:

1) *корпоративна діяльність*. У цьому напрямі включено всі заходи МТЦ, які забезпечують надання технічної допомоги на місцях;

2) *експертні наради*. Цей напрям передбачає проведення тренінгів, які присвячуються окремим програмам та найважливішим заходам міжнародного значення;

3) *веб-сайти, публікації, електронна освіта*. Клієнти МТЦ одержують доступ до найважливішої інформації;

4) *розроблення національних, регіональних та тематичних програм у рамках напрямів діяльності МТ*;

5) *фінансування пріоритетних програм*.

Таким чином, програми МТЦ спрямовані на стратегічне та оперативне вивчення ринкової кон'юнктури; надання господарчо-консультативних послуг; управління торговельною інформацією; розвиток навчання в галузі експорту; розвиток галузевого виробництва та галузевих ринків; торгівлю послугами; управління виробничо-збутовим ланцюжком.

### **ЮНСІТРАЛ**

ЮНСІТРАЛ заснована в 1966 р. Вона є головним правовим органом ООН в галузі питань з права міжнародної торгівлі. Головна мета ЮНСІТРАЛ — зменшувати та усувати розбіжності, що виникають внаслідок застосування законів різних держав з питань міжнародної торгівлі, які перешкоджають міжнародним торговельним потокам, розвитку міжнародної торгівлі.

Основні завдання ЮНСІТРАЛ:

- сприяти узгодженню та уніфікації права міжнародної торгівлі;
- координувати роботу міжнародних організацій у сфері права міжнародної торгівлі;
- сприяти широкій участі держав в існуючих міжнародних конвенціях і розроблювати нові міжнародні конвенції з права міжнародної торгівлі;
- готувати кадри в галузі права міжнародної торгівлі, особливо для країн, що розвиваються.

Діяльність ЮНСІТРАЛ знаходить головне вираження в розробленні й прийнятті конвенцій — документів, у яких містяться узгодженні норми, принципи й стандарти в галузі міжнародного торговельного права.

Законодавство, розроблене Комісією, поширюється на такі галузі:

1. Міжнародна купівля-продаж товарів та пов'язані з нею угоди.

У цій галузі розроблено такі документи:

- Конвенція про позовну давність у міжнародній купівлі-продажу товарів (1974 р.); вона встановила уніфіковані норми щодо строків, у які має розпочинатися розгляд спорів, що виникли на основі контрактів, а також строки позовної давності;
- Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (Віденська конвенція, 1980 р.). застосовуються положення Конвенції;
- Правовий poradник з міжнародних зустрічних торговельних угод (1992 р.).
- Керівництво ЮНСІТРАЛ для законодавчих органів щодо забезпечених угод (2009 р.).

2. Міжнародні перевезення. Основні документи цієї галузі:

- Конвенція ООН про морське перевезення вантажів («Гамбурзьке право», 1978 р.);
- Конвенція ООН про відповідальність операторів транспортних терміналів у міжнародній торгівлі (1992 р.).
- Конвенція ООН про договори повністю або часткового морського міжнародного перевезення вантажів (2008 р.).

3. Міжнародний торговельний арбітраж та погоджувальні процедури. Комісією розроблено:

- Арбітражний регламент ЮНСІТРАЛ (1976 р.);
- Погоджувальний регламент ЮНСІТРАЛ (1980 р.);
- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про міжнародний торговельний арбітраж (1985 р.);
- Коментарії ЮНСІТРАЛ щодо організації арбітражного розгляду (1996 р.);
- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про міжнародну комерційну погоджувальну процедуру (2002 р.).

4. Державні закупівлі та розвиток інфраструктури. Основні документи:

- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про закупівлю товарів (робіт) та послуг (1994 р.);
- Порадник ЮНСІТРАЛ для законодавчих органів з проектів у галузі інфраструктури, які фінансуються з приватних джерел (2001 р.).

5. Контракти на капітальне будівництво. У 1988 р. було опубліковано Правовий poradник ЮНСІТРАЛ зі складання міжнародних контрактів на будівництво промислових об'єктів.

6. Міжнародні розрахунки. Документи цієї галузі:

- Конвенція ООН про міжнародні переказ векселі й міжнародні прості векселі (1988 р.);
- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про міжнародні кредитні перекази (1992 р.);
- Конвенція ООН про незалежні гарантії та резервні акредитиви (1995 р.);
- Конвенція ООН про поступку дебіторській заборгованості в міжнародній торгівлі (2001 р.).

7. Електронна торгівля. У цій галузі розроблено закони:

- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про електронну торгівлю (1996 р.);
- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про електронні підписи (2001 р.).

8. Транскордонна неплатоспроможність. До цієї галузі належать:

- Типовий закон ЮНСІТРАЛ про транскордонну неплатоспроможність (1997 р.);
- Посібник для законодавчих органів з питань законодавства про неплатоспроможність (2004 р.). Його мета — створити ефективну законодавчу базу з питань фінансових труднощів, яких зазнають боржники.
- Практичне керівництво з питань співробітництва у справах транскордонної неплатоспроможності (2009 р.).

Важливим напрямом діяльності ЮНСІТРАЛ є технічне співробітництво та допомога в застосуванні законодавчих актів. Про успішне застосування законів свідчить використання їх різними державами. Вони беруться за основу при удосконаленні торговельного законодавства. ЮНСІТРАЛ розповсюджує інформацію про зміст правових документів із зазначенням їхніх переваг. Технічне співробітництво та допомога країнам реалізуються шляхом виконання різних заходів: сприяння процесам регіональної гармонізації торговельного законодавства на основі відповідних документів Комісії, контроль за розробленням конкретних законів, які вводять у дію типові закони ЮНСІТРАЛ, тощо.

### Підсумки глави

1. СОТ — головний міжнародний регулятор світової торгівлі. Головними принципами світової торговельної системи є недискримінація, вільна торгівля, передбачуваність, справедлива конкуренція, сприяння розвитку та економічним реформам.

2. Найважливіші проблеми багатостороннього регулювання міжнародної торгівлі, шляхи її лібералізації вирішуються на переговорах (раундах), яких відбулося дев'ять. Перші п'ять раундів практично цілком були присвячені питанням тарифів, а починаючи з шостого — розглядаються нетарифні заходи.

3. СОТ — це, з одного боку, організація, а з другого — сукупність міжнародних правових документів, багатосторонніх торговельних договорів, що визначають права та обов'язки країн-членів у сфері міжнародної торгівлі та формування національних торговельних політик. Система угод СОТ складається з багатосторонніх угод щодо торгівлі товарами (ГАТТ 1994 р. та пов'язані з нею угоди, домовленості та рішення), торгівлі послугами (ГАТС), прав інтелектуальної власності (ТРИПС), а також багатосторонніх торговельних угод з обмеженою кількістю учасників.

4. Регулювання міжнародної торгівлі товарами ґрунтується на чотирьох правилах, установлених ГАТТ: захист національної промисловості здійснюється тільки за допомогою тарифів; тарифні ставки повинні бути знижені та зв'язані, щоб уникнути подальшого підвищення; торгівля здійснюється на основі положень режиму найбільшого сприяння; торгівля ґрунтується на положеннях національного режиму.

5. Регулювання міжнародної торгівлі послугами здійснюється на підставі ГАТС, яка містить головні правила, що стосуються всіх видів послуг, додатки щодо специфічних послуг та секторів, схеми специфічних зобов'язань для кожного члена, а також забезпечує стартові умови та правила, які сторони надалі уточнюють та коригують. ГАТС містить загальні зобов'язання (забезпечення РНС, прозорість правил торгівлі послугами, взаємне визнання кваліфікації, правила щодо монополій, заходи, спрямовані на лібералізацію торгівлі) та конкретні зобов'язання (національний режим, зобов'язання щодо доступу на ринок та ін.).



6. Регулювання міжнародної торгівлі продукцією інтелектуальної праці здійснюється на основі Угоди ТРІПС, яка ґрунтується на положеннях основних міжнародних конвенцій з ПІВ. Об'єкти інтелектуальної власності: авторське право та суміжні права; товарні знаки; географічні позначення; промислові зразки; патенти; компонування інтегральних мікросхем; нерозголошена інформація. В Угоді сформульовано зобов'язання країн-членів передбачити в своєму національному законодавстві процедури та гарантії щодо забезпечення ефективної реалізації прав інтелектуальної власності.

7. СОТ особливу увагу приділяє проблемам розвитку торгівлі найменш розвинутих країн та країн, що розвиваються. Сприяння міжнародній торгівлі цих країн здійснюється за такими напрямками: поточна робота під наглядом Комітету з питань торгівлі та розвитку; надання технічної допомоги (в основному у сфері підготовки кадрів); надання допомоги з питань експорту через МТЦ; розроблення положень про спеціальний і диференційований режим стосовно країн, що розвиваються.

8. У регулюванні міжнародної торгівлі важливе місце посідають такі органи ООН, як ЮНКТАД, МТЦ, ЮНСІТРАЛ.

Головна мета ЮНКТАД — сприяти розвитку міжнародної торгівлі для прискорення міжнародного розвитку, особливо країн, що розвиваються, допомагати їм у вирішенні проблем, які виникають у зв'язку з процесами глобалізації та інтеграції в світову економіку на рівноправній основі.

Головна мета МТЦ — допомагати країнам, що розвиваються, розробляти та впроваджувати програми з розвитку експорту та з вдосконалення технології імпортування.

Головна мета ЮНСІТРАЛ — зменшувати та усувати розбіжності, що виникають внаслідок застосування законів різних держав з питань міжнародної торгівлі, які перешкоджають міжнародним торговельним потокам, розвитку міжнародної торгівлі.

### **Ключові поняття**

Наднаціональний рівень регулювання міжнародної торгівлі; Світова організація торгівлі; недискримінація; лібералізація торгівлі; багатосторонні переговори (раунди); Генеральна угода з тарифів і торгівлі; тариф; нетарифні обмеження; режим найбільшого сприяння; національний режим; Генеральна

угода про торгівлю послугами; Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності; Конференція ООН з торгівлі й розвитку; Міжнародний торговельний центр; Комісія ООН з прав міжнародної торгівлі; найменш розвинуті країни; країни, що розвиваються.

### **Запитання для самоконтролю**

1. Яка головна мета та завдання СОТ?
2. Які результати раундів торгових переговорів?
3. Охарактеризуйте систему угод СОТ.
4. Як здійснюється регулювання міжнародної торгівлі товарами?
5. Які особливості регулювання міжнародної торгівлі послугами?
6. Чому необхідна охорона прав інтелектуальної власності?
7. У чому сутність Угоди про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності?
8. У чому сутність положень про спеціальний і диференційований режим стосовно країн, що розвиваються?
9. Які основні цілі, завдання та напрями діяльності ЮНКТАД?
10. Охарактеризуйте діяльність МТЦ.
11. На які галузі поширюється законодавство, що розробляється ЮНСІТРАЛ?

### **Запитання для обговорення**

1. Як вплинув на міжнародну торговельну діяльність Уругвайський раунд?
2. Які головні відмінності механізмів та інструментів СОТ порівняно з ГАТТ 1947?
3. Які особливості практики застосування тарифних та нетарифних інструментів членами СОТ для забезпечення інтересів на внутрішньому та зовнішньому ринках?
4. Як реалізуються національні економічні інтереси за допомогою процедур проведення переговорів та врегулювання суперечок?
5. Як додержування прав на інтелектуальну власність впливає на світову економіку? Хто виграє та хто програє від додержання законів про захист ПІВ?
6. Які шляхи підвищення інституціональної ефективності ЮНКТАД?
7. Яка роль МТЦ у програмі «Сприяння торгівлі»?
8. Охарактеризувати діяльність МТЦ в Африці, Арабських країнах, Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, країнах СНД та Південно-Східної Європи, країнах Латинської Америки та Карибського басейну.
9. Що являє собою Типовий закон? Обговорити основні положення типових законів, розроблених ЮНСІТРАЛ.

10. У чому різниця між державою-членом та державою-спостерігачем в ЮНСІТРАЛ? Які права та обов'язки держав, що беруть участь у її діяльності? Як приймаються рішення Комісії?

11. Які проблеми залишаються в Україні після вступу до СОТ?

### **Набуття практичних навичок**

1. Сформуйте дві малі групи студентів та присвоїть одній статус звичайної компанії з країни, що розвивається, а другій — статус ТНК з промислово розвинутої країни. Кожна група повинна визначити, який вплив здійснює СОТ на діяльність її компанії.

2. Сформуйте чотири малі групи студентів, кожна з яких виконує одне з таких завдань:

а) проведіть власне дослідження, щоб відповісти на запитання «Які основні результати Дохського раунду і як вони вплинуть на діяльність вашої компанії?»;

б) проведіть власне дослідження, щоб відповісти на запитання «Яка роль ЮНКТАД за сучасних умов і як її діяльність сприяє вирішенню проблем вашого підприємства?»;

в) на базі власного дослідження оцініть роль МТЦ за сучасних умов, визначте, як його діяльність вплине на роботу вашої компанії;

г) на базі власного дослідження оцініть роль ЮНСІТРАЛ за сучасних умов, а також при вирішенні проблем вашого підприємства.

3. Сформуйте чотири малі групи студентів, кожна з яких розглядає 3–4 Угоди СОТ, та формулює наслідки їх застосування для бізнесу.

### **Web-сайти**

<b><a href="http://www.wto.org">www.wto.org</a></b>	СОТ. Інформація про цілі, завдання, напрями та результати діяльності.
<b><a href="http://www.un.org">www.un.org</a></b>	ООН. Інформація про поточну діяльність.
<b><a href="http://www.unctad.org">www.unctad.org</a></b>	ЮНКТАД. Інформація про діяльність та огляди аналітичних досліджень.
<b><a href="http://www.uncitral.org">www.uncitral.org</a></b>	ЮНСІТРАЛ. Документи Комісії, починаючи з 1968 р.
<b><a href="http://www.wto.gov.ua">www.wto.gov.ua</a></b>	Сайт Міжвідомчої комісії з питань вступу України до СОТ.

## **РОЗДІЛ IV. ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

### **ГЛАВА 8. ФОРМИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ: СУТНІСТЬ ТА ОСОБЛИВОСТІ**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- визначати критерії, за якими виділяють форми міжнародної торгівлі;
- охарактеризувати особливості кожної з форм міжнародної торгівлі;
- пояснити роль та значення форм міжнародної торгівлі;
- проаналізувати світові ринки товарів та послуг;
- пояснити, для чого використовуються міжнародні товарні номенклатури;
- визначати критерії та види світових цін.

Залежно від предмету та характеру здійснення зовнішньоторговельних операцій існують різноманітні форми міжнародної торгівлі. Найчастіше їх класифікують за двома ознаками — предметом торгівлі та способом і організацією взаємовідносин між партнерами. Аналіз форм міжнародної торгівлі дає можливість докладніше охарактеризувати обсяги та структуру торгівлі окремої країни, групи країн і світу в цілому, а також визначити певні переваги або недоліки для експортера чи імпортера.

#### **8.1. Форми міжнародної торгівлі щодо предмету торгівлі**

Відносно предмета торгівлі виокремлюють чотири форми міжнародної торгівлі:

**I. Торгівля промисловими товарами, машинами, устаткуванням, у тому числі:**

а) товарами широкого вжитку. Наприклад, одяг, взуття, мийні засоби, меблі, побутова техніка, товари для особистої гігієни, парфуми і косметика, аксесуари, ювелірні прикраси, хутряні вироби, автомобілі;

б) машинно-технічною продукцією, в тому числі:

– готовою продукцією. Це постачання машин і устаткування в готовому до експлуатації вигляді. Наприклад, транспортні засоби, продукція верстатобудування, технічні товари культурно-побутового призначення;

– продукцією в розібраному вигляді. Ця форма торгівлі особливо розвинута в автомобільній промисловості (частка автомобілів у розібраному вигляді і комплектуючих виробів на цьому ринку становить 40–50%), у виробництві тракторів, мотоциклів, електропобутових приладів, радіо- та електронної апаратури, сільськогосподарських машин;

– комплектним устаткуванням. Під комплектними об'єктами розуміють промислові чи інші підприємства в цілому, окремі цехи, установки, агрегати, що утворюють готовий технологічний комплекс чи його самостійну частину. При цьому комплектним устаткуванням вважається набір органічно пов'язаних єдиним технологічним процесом машин і устаткування, що забезпечують випуск готової продукції чи завершують технологічну стадію. До обсягу постачання в контрактах на комплектне устаткування входять: проектна, технологічна документація (інженерно-консультаційні послуги); устаткування визначеної продуктивності із зазначенням витрат сировини, палива і виходу готової продукції, технічні послуги (монтаж, налагодження, пуск устаткування в експлуатацію, навчання фахівців).

**II. Торгівля сировинними товарами:** мінеральною сировиною, продуктами її збагачення і перероблення (чорними й кольоровими металами), сільськогосподарською сировиною рослинного й тваринного походження та продуктами їхнього первинного перероблення, а також продовольчими товарами.

**III. Торгівля послугами.** Наприклад, транспортні послуги, туризм, оренда, комп'ютерні, фінансові, інженерні послуги, послуги зв'язку тощо.

**IV. Торгівля продукцією інтелектуальної праці.** Об'єктами купівлі-продажу виступають науково-технічні знання, що є результатами наукових досліджень, проектних конструкторських робіт і досвіду їхнього промислового освоєння. Торгівля продукцією інтелектуальної праці включає торгівлю патентами, ліцензіями, товарними знаками, промисловими зразками, науково-технічними послугами (інжиніринг).

Міжнародна торгівля промисловими та сировинними товарами ґрунтується на міжнародних торгових класифікаторах. В них усі товари поділяються на розділи, підгрупи тощо за тими чи іншими ознаками. Перелік товарних найменувань у відповідній класифікаційній системі називається товарною номенклатурою. Міжнародні товарні номенклатури використовуються як основа побудови митного тарифу (чим докладніша товарна номенклатура, тим ефективніший тариф може бути використаний у протекціоністських цілях), застосовуються для класифікації товарів у статистиці, транспортних тарифах.

Для класифікації товарів у міжнародній торгівлі використовують: Стандартну міжнародну торговельну класифікацію (СМТК) ООН (3-я редакція 1986 р.), Гармонізовану систему опису і кодування товарів (ГС), Класифікатор товарів за укрупненими економічними угрупованнями (КУЕУ) ООН (редакція 1989р.) [21, 22, с.82; 54, с. 54; 81, с. 64–70; 82, с. 292–298].

У СМТК класифікація товарів на рівні груп здійснюється: за видами сировини, з якої виготовлено товар; за ступенем оброблення товару; за призначенням товару; за місцем товару в міжнародній торгівлі.

У 3-му виданні СМТК складається з 9 розділів, 67 груп, 261 підгруп, 1033 базисних товарних позицій і 3118 субпозицій, що можуть деталізуватися в національних номенклатурах (табл. 8.1).

Класифікатор використовується для публікації даних щодо зовнішньої торгівлі країнами-членами ООН і міжнародними організаціями. На підставі цієї класифікації визначаються порівняльні показники обсягу й структури експорту й імпорту різних країн, крім того, за допомогою спеціального «ключа» можна перегруповувати товари в інші класифікації.

Гармонізована система опису і кодування товарів являє собою міжнародні вимоги до класифікації і статистичної інформації щодо товарів, які надходять у зовнішню торгівлю (табл. 8.2).

Таблиця 8.1

**Класифікаційна схема СМТК (3-тя редакція)**

Коди розділів та їхнє найменування	Кількість			
	Групи, їхні коди	Під-групи	Позиції	Субпозиції
0. Продовольчі товари та живі тварини	10(00–09)	36	132	344
1. Напої та тютюн	2(11–12)	4	11	22
2. Сировина непродовольча, крім палива	9(21–29)	36	123	267
3. Мінеральне паливо, мазути та подібні їм товари	4(32–35)	11	25	37
4. Жири, олії та віск рослинного й тваринного походження	3(41–43)	4	21	44
5. Хімічні продукти	9(51–59)	33	126	474
6. Оброблені вироби, класифіковані переважно за матеріалами	9(61–69)	52	233	829
7. Машини, обладнання і транспортні засоби	9(71–79)	50	214	653
8. Різні готові вироби	8(81–85, 87–89)	31	144	442
9. Товари та угоди, не включені до вище перерахованих розділів	4(91, 93, 96, 97)	4	4	6
<b>Разом</b>		<b>67</b>	<b>1033</b>	<b>3118</b>

Таблиця 8.2

**Класифікаційна схема ГС**

Найменування розділів	Кількість		
	Групи (коди)	Позиції	Субпозиції
I. Живі тварини і продукти тваринництва	5(01–05)	14	194
II. Продукти рослинного походження	9(06–14)	790	270
III. Жири та олії тваринного і рослинного походження; продукти їх розщеплення; готові харчові жири; віск тваринного або рослинного походження	1(15)	22	53

Продовження табл. 8.2

IV. Продукти харчосмакової промисловості; алкогольні та безалкогольні напої; тютюн і штучні замітники тютюну	9(16–24)	56	181
V. Мінеральні продукти	3(25–27)	67	151
VI. Продукція хімічної та суміжних галузей промисловості	11(28–38)	176	759
VII. Пластмаса та вироби з неї; каучук і гумові вироби	2(39–40)	43	189
VIII. Шкіряна сировина; шкіра; хутро; хутряна сировина; вироби з хутра; шорно-сідельні вироби та упряж; дорожні речі; сумки та аналогічні товари; вироби з кишок	3(41–43)	21	74
IX. Деревина і вироби з неї; деревне вугілля; корок; вироби з корка; вироби із соломи, лози та інших матеріалів для плетіння; кошики та інші плетені вироби	3(44–46)	27	79
X. Паперова маса з деревини або інших целюлозно-волокнистих матеріалів; паперова й картонна макулатура; папір, картон і вироби з них	3(47–49)	41	149
XI. Текстиль і вироби з нього	14(50–63)	149	809
XII. Взуття, головні убори, парасольки, палиці, прuti та їхні частини; оброблене пір'я та вироби з нього; штучні квіти, вироби з волосся	4(64–67)	20	55
XIII. Вироби з каміння, гіпсу, алебастру, цементу, азбесту, слюди або подібних матеріалів; керамічні вироби, скло та вироби з нього	3(68–70)	49	138



Продовження табл. 8.2

XIV. Перли натуральні чи культивовані, напівкоштовне і коштовне каміння, дорогоцінні метали, неблагородні метали, лаковані дорогоцінні метали та вироби з них; біжутерія і монети	1(71)	18	52
XV. Чорні й кольорові метали та вироби з них	11(72–76, 78–83)	157	587
XVI. Машини, обладнання й механічні пристосування, електрообладнання та їхні частини; звукозаписувальна і відтворювальна апаратура; відеоапаратура та її частини	2(84–85)	133	762
XVII. Засоби наземного, повітряного, космічного, водного транспорту, обладнання та частини до них	4(86–89)	38	132
XVIII. Прилади та апарати оптичні, фотографувальні й кінематографічні, вимірювальні, контрольні, прецизійні, медико-хірургічні інструменти та апарати; годинники; музичні інструменти та їхні частини.	3(90–92)	56	230
XIX. Зброя та боєприпаси, їхні частини	1(93)	7	17
XX. Різні готові вироби	3(94–96)	32	131
XXI. Товари мистецтва, предмети для колекціонування та антикваріат	1(97)	6	7
<b>Разом</b>	<b>96</b>	<b>1241</b>	<b>5019</b>

Гармонізована система була розроблена Комітетом з гармонізованої системи Ради по митному співробітництву (РМС). РМС – це міжурядова організація, що відіграє провідну роль у роботі з багатостороннього регулювання митно-тарифної практики, що є координаційним і методичним центром у галузі митного контролю. РМС

у 1983 р. прийняла Міжнародну Конвенцію про ГС, яку наприкінці 1987 р. ратифікувало 53 країни і країни-члени ЄС. Гармонізована система є додатком до Конвенції. З 1 січня 1988 р. більшість країн світу перейшла на новий митний тариф, побудований за ГС. Усі 150 країн-учасниць міжнародної організації СОТ, на частку яких припадає понад 90% світової торгівлі, прийняли Гармонізовану систему.

Мета ГС:

- спрощення складання й оброблення комерційних і митних документів;
- скорочення витрат по переписуванню, класифікації й обліку зовнішньоторговельних вантажів за обсягом, вартістю, країнами призначення та іншими параметрами;
- спрощення збору, обліку даних, проведення економічного аналізу про зовнішню торгівлю;
- спрощення обміну тарифними знижками в рамках СОТ.

Структура номенклатури Гармонізованої системи (НГС) складається із системи класифікації і системи кодування.

**Система класифікації** складається з 21 розділу, 96 груп, 33 підгруп, 1241 товарної позиції, 3553 підпозиції, 5019 субпозиції, тобто система має 6 ступенів.

Товари в НГС групуються за такими ознаками:

- походження (продукти рослинного, тваринного походження);
- призначення (продовольчі товари і напої; промислова сировина; паливо і мастильні матеріали; машини й устаткування, які включають інструменти; транспортні засоби; промислові товари народного споживання);
- ступінь оброблення (сировинні товари виробничого і невиробничого призначення; напівфабрикати виробничого і невиробничого призначення; готові вироби).

Гармонізована система містить докладні пояснення, що сприяють однаково розумінню класифікаційних угруповань, визначенню ставок мита, порівнянності статистичних даних по зовнішній торгівлі.

**Система кодування** в ГС дає змогу надати інформацію в зручній формі для збирання, передачі й оброблення, а також здійснювати її комп'ютерне оброблення. Код кожного товару має шість цифр. Перші дві цифри позначають товарну групу, чотири (дві перші і дві наступ-

ні) — товарну позицію, шість дві останні і чотири попередні) — суб-позицію.

Систему ГС застосовує більшість країн світу. На ній ґрунтується і товарна класифікаційна схема Єдиного митного тарифу України (товарна номенклатура). Це сприяє уніфікації, вдосконаленню статистичного обліку і посиленню контролю за експортно-імпортними операціями. Товарна номенклатура України систематизована в 21 розділі, 97 групах, 1241 товарній позиції і 5019 товарних підпозиціях.

Класифікатор товарів за укрупненими економічними угрупованнями застосовується для статистики міжнародної торгівлі. Схема КУЕУ представлена в табл. 8.3.

Класифікатор заснований на товарах, включених у СМТК і ГС. Усі товари, перераховані в цих класифікаціях (СМТК і ГС), розподілені відповідно до їх призначення на 7 груп, а всередині кожної групи — за ступенем оброблення. Крім того, деякі товари об'єднані в групи за ознакою промислового чи особистого споживання залежно від терміну використання.

У КУЕУ дано визначення основних понять:

- сировинні товари — продукти сільського господарства, лісового господарства, рибальства і полювання або будь-які корисні копалини, вартість яких незначно залежить від оброблення;
- напівфабрикати — продукти, що потребують подальшого оброблення або включені до складу інших товарів, перш ніж вони стали знаряддям виробництва або предметом споживання;
- готові вироби — всі промислові вироби, призначені для споживання і використання в домашньому господарстві, а також капітальне обладнання для промисловості, сільського господарства і транспорту, промислові товари нетривалого користування, що застосовуються в промисловості як матеріали і паливо;
- готові промислові товари короткотермінового користування, призначені для промисловості, — товари з терміном користування рік і менше;
- готові вироби тривалого користування — вироби з терміном споживання понад один рік, призначені для промисловості, а також для державних і приватних установ, класифікуються як капітальне устаткування, крім зброї, яка класифікуються як товари, не віднесені до інших категорій;

**Класифікаційна схема КУЕУ**

1.	Продовольчі товари і напої
1.1.	Сировинні товари
1.1.1.	Для промислового споживання
1.1.2.	Для особистого споживання
1.2.	Оброблені напівфабрикати
1.2.1.	Для промислового споживання
1.2.2.	Для особистого споживання
2.	Промислова сировина (непродовольча)
2.1.	Сировинні товари
2.2.	Напівфабрикати
3.	Паливо й мазути
3.1.	Сировинні товари
3.2.	Напівфабрикати
3.2.1.	Бензин
3.2.2.	Інші напівфабрикати
4.	Машини, обладнання та частини до них (крім транспортних засобів)
4.1.	Машини та обладнання
4.2.	Частини
5.	Транспортні засоби, їхні частини
5.1.	Легкові автомобілі
5.2.	Інші автомобілі
5.2.1.	Транспортні засоби виробничого призначення
5.2.2.	Транспортні засоби особистого користування
5.3.	Частини до транспортних засобів
6.	Споживчі товари
6.1.	Товари тривалого користування
6.2.	Товари середньотермінового користування
6.3.	Товари короткотермінового користування
6.4.	Товари, не включені до вище перерахованих груп
7.	Товари, не включені до вище перерахованих груп

- споживчі товари (нехарчові) нетривалого користування – товари з терміном споживання один рік чи менше, включаючи товари, які використовують державні та приватні установи;
- товари середньострокового користування – товари з терміном користування 1–3 роки і з порівняно низькою вартістю;
- товари тривалого користування – товари з терміном користування понад 3 роки, а також товари з терміном користування 1–3 роки, але з високою вартістю.

***Міжнародна торгівля промисловими товарами,  
машинами, устаткуванням***

До промислових товарів, згідно зі Стандартною міжнародною торговельною класифікацією, належать: «Хімічні продукти (розділ 5)», «Оброблені вироби, класифіковані переважно за матеріалами», за винятком групи 68 (розділ 6), «Машини, устаткування і транспортні засоби» (розділ 7), «Різні готові вироби» (розділ 8).

У структурі міжнародної торгівлі промисловими товарами переважає торгівля машинами, устаткуванням і транспортними засобами (приблизно 51,5%), на другому місці — промислові вироби розділів 6 і 8 — (35,82%) і на третьому — хімічні товари (12,68%).

Висока частка в міжнародній торгівлі промисловими товарами машин, устаткування, транспортних засобів свідчить про сучасний рівень виробництва, наукоємності продукції.

Для міжнародної торгівлі промисловими товарами характерні такі особливості, які зумовлені новими вимогами ринку:

- зниження життєвого циклу більшості видів товарів;
- зростання виробництва високотехнологічних виробів, що забезпечує неухильну диференціацію напівпродуктів і кінцевих продуктів;
- спостерігається процес постійної диверсифікованості виробництва на якомога дрібніші галузі і підгалузі, відгалужування яких автоматично породжують потребу в обміні продукцією таких виробництв, що спеціалізуються дедалі вужче. Відбувається постійне відновлення номенклатури й асортименту продукції;
- міжнародна торгівля готовими виробами однієї й тієї самої товарної номенклатури, торгівля продукцією в розібраному вигляді (вузлами, деталями, компонентами готових виробів) породжує новий тип міжнародного обміну — внутрішньогалузеву торгівлю, що витісняє традиційну міжгалузеву. Внутрішньогалузевий обмін багаторазово збільшує товаропотоки між країнами. Ця тенденція виявляється тим сильніше, чим вищий рівень технологічної складності виробу. Із зростанням частки високотехнологічних виробів у загальному обсязі виробництва країни збільшується і частка внутрішньогалузевої торгівлі в її зовнішньому товарообігу;

- зростання у верстатобудівній продукції частки відновленого устаткування;
- перехід від одиничних до системних продажів. Основний товар пропонується з комплектуючими і супутніми виробами;
- підвищення вимог до техніко-економічних показників виробів: підвищення конкурентоспроможності виробів за критерієм «якість/ціна»; зниження експлуатаційних витрат на машини і устаткування, забезпечення безперебійної їх експлуатації поставальником упродовж усього терміну служби (10 років і більше); застосування більш жорстких нормативів охорони навколишнього середовища, техніки безпеки, ергономіки, що призводять до створення екологічно чистих виробництв із максимальним рівнем автоматизації щодо «безлюдної технології»; використання у верстатах сучасних систем ЧПУ засобів активного контролю (моніторингу), лінійних приводів; розширення технологічних можливостей верстатів із створенням фактично обробляючих центрів, які поєднують механічне, термічне оброблення з наступним шліфуванням загартованих дільниць. Оброблювальні центри нового покоління дають змогу відмовитися від жорстких автоматичних ліній і переходити на гнучке сучасне виробництво;
- машинно-технічна продукція повинна відповідати вимогам Міжнародної організації стандартів;
- зростання торгівлі товарами виробничого призначення випереджає зростання торгівлі машинно-технічними виробами культурно-побутового призначення;
- посилення тиснення соціального фактора, який виявляється в дефіциті й дорожчій кваліфікованій праці, що потребує створення простіших в експлуатації з «дружніми» системами ЧПУ;
- розроблення нових, ефективніших інструментальних конструкційних матеріалів;
- потреба швидкого виконання заходів з передаванням креслень виробів замовникові по Інтернету і поставкою продукції за системою «точно в термін»;
- гнітюча частина світового експорту й імпорту машинно-технічної продукції зосереджена в індустріально розвинутих країнах;
- торговельна політика держав спрямована на стимулювання експорту машинно-технічної продукції і захист національного товаровиробника;

- зростання на світовому споживчому ринку частки контрафактної (фальсифікованої) продукції за такою номенклатурою: взуття, одяг, парфумерія, косметика, лікарські засоби, носії інформації, продукти харчування, електричне і комп'ютерне устаткування, годинники та ювелірні вироби, іграшки, ігри тощо. Частка контрафактних товарів в окремих сегментах споживчого ринку становить: відеопродукція – 50%, музичні записи – 33, одяг (трикотаж, сорочки, джинси та ін.) – 30, автозапчастини – 10, медикаменти – 6, парфумерія і побутова хімія – 5 [55, с. 64]. На частку контрафактної продукції припадає 7 % світової торгівлі (близько 360 млрд євро на рік). У 2009 р. у світі було реалізовано на загальну суму в 800 млрд дол. підроблених сигарет, предметів одягу, сумок, аксесуарів, піратських дисків. Загальний збиток компаній у світі оцінюється в 1,5 трлн дол. Контрафакція завдає серйозного збитку економіці ряду країн, крім того, фальсифікована продукція може бути шкідливою і небезпечною для здоров'я покупців.

На світовому ринку промислових товарів здійснюється торгівля машинно-технічною продукцією (готовою продукцією, продукцією в розібраному вигляді і комплектним устаткуванням).

Для міжнародної торгівлі готовою продукцією характерні такі особливості:

- зростання обсягу світового виробництва готових виробів випереджає зростання обсягу світового виробництва продукції сировинних галузей;
- випереджаюче зростання експорту готових виробів порівняно з експортом мінеральної сировини й аграрних продуктів;
- реальне постачання, наприклад, технологічного устаткування, є, власне кажучи, початковою стадією взаємин експортера й імпортера. Використання цього устаткування за призначенням потребує проведення таких взаємопогоджувальних дій: монтажу і пуску устаткування в експлуатацію, технічного обслуговування, забезпечення запчастинами. Отже, передбачаються супровідні сервісні послуги (технічне обслуговування в гарантійний і післягарантійний періоди, навчання персоналу, створення оптимальних складських запасів запчастин). Подібна взаємодія партнерів після постачання готового товару вигідна

обом сторонам. Експортер закріплюється на новому ринку, збільшує обсяг продаж, надавши повний комплекс необхідних послуг конкретному споживачеві. Імпортер одержує поряд з устаткуванням і набір кваліфікованих послуг від постачальника, що знає всі особливості використання певного товару, для забезпечення заданих експлуатаційних характеристик і, отже, для досягнення економічних результатів.

**Розвиток міжнародної торгівлі машинно-технічною продукцією в розібраному вигляді** зумовлений особливостями міжнародного поділу праці в сучасних умовах. Об'єктивно склалися умови для розчленовування виробничого процесу на окремі операції і виділення їх у самостійні виробництва, а також обміну між такими ланками єдиного технологічного циклу їхньою продукцією (компонентами кінцевого виробу).

Експорт готової продукції в розібраному вигляді підвищує її конкурентоспроможність; допомагає перебороти різні митні й адміністративні протекціоністські бар'єри, спрямовані на обмеження імпорту готової продукції; знижує майже в два рази транспортні витрати внаслідок того, що вузли і деталі як більш компактний вантаж перевозяться в контейнерах. Імпорт готової продукції у вигляді вузлів і деталей супроводжується зниженим митом, що сприяє організації складальних виробництв, отже, розвитку національної промисловості та підвищенню зайнятості робочої сили. Поставляючи вузли і деталі на складання, експортер забезпечує проникнення на ринок і збільшення обсягу продаж складених готових виробів.

Така форма торгівлі часто проходить по внутрішніх каналах тієї чи іншої транснаціональної корпорації (ТНК). Так, частка вузлів і деталей у загальному обсязі експорту країнами ОЕСР машин і транспортних засобів становить майже 30%. У деяких країнах, що розвиваються, де діють філії західних ТНК, ця частка вища: у Тайвані — 36,3%, Французькій Гвіані — 49, Гонконгу — 46,2, Барбадосі — 61,6, Нікарагуа — 81,6. Це істотно збільшує масу товарів, що просуваються між країнами, міцно прив'язують національні господарства таких країн.

Прикладом торгівлі в розібраному вигляді є українська автомобільна промисловість: на автомобільному заводі в м. Кременчук створене спільне підприємство з випуску вантажівок моделей «Дейлі» та «Євро-карго» з туринською фірмою «IVECO»; у Сімферополі



складаються автомобілі ГАЗ-24, 31. У польському м. Лодзь на підприємстві «Даміс» налагоджено складання українських автомобілів «Таврія».

Інший приклад. У російській автомобільній промисловості налагоджено випуск закордонних марок автомобілів «Дзу» (Південна Корея), «Астра» і «Шевроле-Блейзер» (США), «Меган-Класик» (Франція), «Мареа» і «Палео» (Італія).

Складальне підприємство у формі спільного підприємства найчастіше організовано за принципом прогресивного складання, що припускає поступове і поетапне витиснення імпортованих деталей і вузлів деталями і вузлами національного виробництва. Основні принципи складальних виробництв спільного підприємства:

- деталі і вузли мають бути підготовлені таким чином, щоб наступне складання не потребувало витрат на підготовку висококваліфікованих працівників;
- деталі і вузли вітчизняного виробництва повинні мати якість не нижчу від імпоротної і бути точно взаємозамінними без будь-якого ручного припасування;
- терміни постачання вузлів і деталей повинні бути ритмічними і з установленим оптимальним складським запасом.

Розвиток **міжнародної торгівлі комплексним устаткуванням** пов'язаний з виникненням і функціонуванням ринку комплексних об'єктів (товарів-об'єктів). Комплексне устаткування являє собою єдиний технологічний комплекс підприємства або споруджуваного об'єкта. Його постачання нерозривно пов'язано з наданням проектно-дослідницьких, конструкторських, технологічних послуг, виконанням пусконаладжувальних робіт, передачею супутніх ліцензій, організацією навчання адміністративно-виробничого персоналу.

Експортер комплексного устаткування одержує можливість істотно розширити експортні можливості за рахунок нестандартного, більш дорогого устаткування, супутніх послуг, у тому числі ноу-хау, патентів.

Імпортеру постачання комплексного устаткування дає змогу в короткий термін одержати технологічно налагоджений набір основного і допоміжного устаткування, навчити виробничий персонал і після пуску об'єкта в експлуатацію приступити до виробництва готової продукції.

Частка постачань комплектного устаткування в загальному обсязі світового експорту машин і устаткування перебуває на рівні 10–15%. Така форма торгівлі значно поширена як у промислово розвинутих країнах, так і в країнах, що розвиваються, насамперед в Індії, Бразилії, Аргентині, Мексиці.

Торгівля комплектним устаткуванням здійснюється за такими умовами генерального підяду:

- будівництво об'єктів «під ключ». Під такими постачаннями розуміють угоду, за якою контрагент замовника бере на себе відповідальність за спорудження об'єктів промислового і невиробничого призначення і представляє замовника у відносинах з іншими юридичними особами, що беруть участь у спорудженні об'єкта. Контрагент передає замовникові об'єкт, готовий до експлуатації;
- будівництво об'єктів за умовою «під готову продукцію». Ця угода передбачає обов'язок підрядчика забезпечити експлуатацію підприємства до досягнення ним проектної потужності й освоєння випуску продукції погодженої номенклатури, якості і кількості;
- будівництво об'єктів на умовах «під випуск і реалізацію продукції». Контракти такого типу припускають широкий спектр зобов'язань і відповідальності постачальників. Постачальник забезпечує не тільки експлуатацію підприємства в початковий період, а й збут його продукції;
- постачання комплектного устаткування на умовах ВОТ (від англ. слів build – будувати, operate – експлуатувати, transfer – передавати). Під терміном ВОТ розуміється залучення міжнародного консорціуму для фінансування всіх витрат, пов'язаних з будівництвом об'єкта «під ключ», а також з експлуатацією й обслуговуванням об'єкта під гарантію уряду в придбанні продукції цього підприємства упродовж 10–15 років за цінами, що забезпечують відшкодування витрат і одержання встановленого прибутку учасникам будівництва об'єкта. Експортер за цієї форми постачань має можливість реалізувати свою продукцію на ринку іншої країни й одержати заздалегідь погоджений дохід, а імпортер одержує готовий об'єкт без значних фінансових витрат і не зазнає труднощів при введенні його в експлуатацію [81, с. 100–103; 82, с. 133–138].

Таблиця 8.4

Світовий експорт промислових товарів за регіонами світу в 2006 р.

Регіони світу	Експорт промислових товарів																				
	3-й кв.																				
	усього		чорні метали та вироби з них		хімічні продукти		офісне та теле-комунікаційне устаткування		автомобільні товари		текстиль		одяг								
	Частка в світовому експорті товарів, %	Темп зростання порівняно з 2005, %	Частка в світовому експорті товарів, %	Осяг, млрд дол.	Частка в світовому експорті товарів, %	Осяг, млрд дол.	Частка в світовому експорті товарів, %	Осяг, млрд дол.	Частка в світовому експорті товарів, %	Осяг, млрд дол.	Частка в світовому експорті товарів, %	Осяг, млрд дол.	Частка в світовому експорті товарів, %								
Світ	82568	70.1	13	374.0	3.2	18	1247.8	10.6	13	1451.4	12.3	13	1015.9	8.6	10	218.6	1.9	7	311.4	2.6	12
Північна Америка	1233.2	73.5	11.7	23.2	1.4	11.2	173.7	10.4	12.9	198.1	11.8	11.7	204.3	12.2	8.6	17.2	1.0	1.4	13.0	0.8	-8.2
Центральна та Південна Америка	134.9	31.4	13	17.3	4.0	10	24.5	5.7	21	6.4	1.5	11	19.1	4.4	16	2.9	0.7	7	12.8	3.0	-3
Європа	3890.3	78.4	12	177.1	3.6	17	743.2	15	12	427.1	8.6	12	549.8	11.1	9	82.8	1.7	4	107.1	2.2	7
СНД	106.0	24.9	15	38.9	9.1	11	22.2	5.2	14	1.1	0.3	34	5.3	1.3	25	1.7	0.4	-1	1.6	0.4	-6
Африка	71.2	19.6	10	7.0	1.9	1	11.3	3.1	15	2.4	0.7	23	5.4	1.5	31	1.6	0.4	9	9.8	2.7	6
Середній Схід	138.2	21.4	9	4.7	0.7	19	37.1	5.7	17	14.8	2.3	-16	8.4	1.3	15	8.0	1.2	10	4.3	0.7	3
Азія	2683.2	81.9	16	105.8	3.2	27	235.8	7.2	15	801.4	24.4	15	223.5	6.8	15	104.4	3.2	9	162.8	5.0	2

Джерело: [www.wto.org]

На світовому ринку промислових товарів, згідно з даними Всесвітнього банку, до країн, для яких експорт цих товарів пріоритетний (понад 50% загального обсягу експорту товарів і послуг), належать: Білорусь, Болгарія, Вірменія, Грузія, Німеччина, Ізраїль, Індія, Ірландія, Італія, Канада, Киргизстан, Китай, КНДР, Латвія, Ліван, Литва, Малайзія, Молдова, Монако, Пакистан, Республіка Корея, Росія, Румунія, США, Сінгапур, Таїланд, Тайвань, Узбекистан, Україна, Фінляндія, Чехія, Швейцарія, Швеція, Естонія, Японія.

Міжнародна торгівля промисловими товарами за регіонами світу характеризується даними табл. 8.4.

### *Міжнародна торгівля сировинними товарами*

Під сировиною зазвичай розуміють продукти видобувної промисловості і сільського господарства. Тому основними ринками сировинних товарів є: ринки продовольства, ринки сільськогосподарської сировини, ринки руд і металів, палива.

Про обсяги світового товарного експорту продовольчих товарів та палива за окремими регіонами в 2006 р. свідчать дані табл. 8.5.

*Таблиця 8.5*

### **Світовий експорт товарного експорту продовольчих товарів та палива за окремими регіонами в 2006 р.**

Регіони світу	Експорт					
	Продовольчих товарів			Палива		
	обсяг, млрд дол.	частка у світовому експорті, %	темпи зростання порівняно з 2005 р., %	обсяг, млрд дол.	частка у світовому експорті, %	темпи зростання порівняно з 2005 р., %
Світ	944,5	8,0	11,0	1770,5	15,0	23,0
Північна Америка	151,6	9,0	11,1	151,2	9,0	15,4
Центральна та Південна Америка	102,4	23,8	13,0	110,5	25,7	24,0
Європа	436,0	8,8	9,0	361,6	7,3	22,0
СНД	29,8	7,0	15,0	237,9	55,9	29,0
Африка	32,0	8,8	7,0	225,1	62,0	26,0
Середній Схід	13,8	2,1	10,0	468,9	72,7	22,0
Азія	179,1	5,5	14,0	215,3	6,6	22,0

*Джерело:* [www.wto.org]

Торгівля сировинними товарами характеризується рядом особливостей:

- попит та пропозиція на сировинні товари залежать від кліматичних умов, природних запасів, політико-економічних криз, особливо в найважливіших сировинних регіонах. Тому в цілому міжнародна торгівля сировинними товарами характеризується нестабільністю ринку;
- спостерігається довгострокове перевищення пропозиції сировинних товарів над попитом. Це призводить у ряді випадків до сировинної кризи в країнах, що розвиваються, з вузькою сировинною спеціалізацією, оскільки експорт сировинних ресурсів забезпечує їм від 50 до 100% експортних доходів;
- партнери прагнуть установити досить тривалі відносини на підставі довгострокових міжнародних контрактів, у яких експортеру забезпечується стабільний збут, а імпортеру – гарантоване регулярне постачання. На довгострокові контракти припадає близько 30% світового сировинного експорту, при цьому на природний газ – 100%, мідні, олов'яні, свинцево-цинкові концентрати – 90, кам'яне вугілля – 75, залізну руду – 60, марганцеву руду – 30%;
- купівля-продаж сировинних товарів тісно пов'язана з постачанням інших видів товарів, є частиною комерційних операцій, складних видів зовнішньоекономічного співробітництва (техніко-економічного, науково-технічного), великомасштабних угод на компенсаційній основі;
- знижуються темпи зростання експорту сировинних товарів при абсолютному збільшенні розмірів торгівлі даної товарної групи;
- темпи зростання торгівлі паливом і сировиною мінерального походження випереджають темпи зростання торгівлі продовольством і сільськогосподарською сировиною;
- зростає торгівля напівфабрикатами, виготовленими на основі мінеральної і рослинної сировини, а також сировиною глибокого оброблення/перероблення і спеціально підготовленими матеріалами підвищеної якості;
- підвищуються вимоги імпортерів до екологічної безпеки товарів, що поставляються;

- високий ступінь монополізації. Найбільші торговельні і промислові компанії прагнуть установлювати монопольно високі ціни на сировинних ринках. При цьому внутрішньокорпоративні постачання сировини ведуться за зниженими трансфертними цінами;
- зростає державне втручання у визначення обсягів, напрямів, форм і методів торгівлі сировинними і продовольчими товарами.

Експорт сировинних товарів становить майже 20% світового експорту, а з урахуванням торгівлі напівфабрикатами (чорними і кольоровими металами і хімічними товарами) — близько 40%.

На світовому ринку сировинних товарів, за даними Всесвітнього банку, до країн, для яких експорт цих товарів є пріоритетним (понад 50% загального обсягу експорту товарів і послуг), належать Албанія, Болівія, Ботсвана, Бурунді, В'єтнам, Гайана, Гана, Гваделупа, Гвінея, Гондурас, Гренландія, Заїр, Замбія, Ісландія, Куба, Ліберія, Мавританія, Мадагаскар, Малі, Монголія, Намібія, Нігер, Нікарагуа, Нова Зеландія, Перу, Руанда, Самоа (США), Свазіленд, Сомалі, Судан, Танзанія, Того, Уганда, Чад, Чилі, Екваторіальна Гвінея.

**У міжнародній торгівлі до продовольчих товарів**, відповідно до СМТК, відносять:

- продовольчі товари і живих тварин (розділ 0): живі тварини, м'ясо і м'ясопродукти; молочні продукти і яйця; риби і морепродукти; зернові і продукти з зерна, овочі і фрукти; цукор і мед; кава, чай, какао, спеції; корми для худоби; різні продовольчі товари;
- напої і тютюн (розділ 1);
- олійні (розділ 2, група 22);
- жири, олії, воски рослинного і тваринного походження (розділ 4).

На світовому ринку продовольства основне місце посідають товари розділів 0 і 4. Швидкими темпами розвивається торгівля продовольством, готовим до вживання.

Основні експортери та імпортери на світовому ринку окремих видів продовольства представлені в табл. 8.6.

Таблиця 8.6

**Основні експортери та імпортери на 13 ринках продовольства**

Найменування ринку	Основні експортери (Е) та імпортери (І)
1. Ринок живих тварин, у т.ч.: – великої рогатої худоби; – овець; – свиней	США, Канада, країни ЄС. Е: Австралія, Туреччина. І: Близький Схід
2. Ринок м'яса, у т.ч.: – яловичини і телятини; – свинини; – баранини і козлятини; – м'яса птиці	Е: Австралія, Бразилія, ЄС, США, Аргентина. Е: Данія, Канада, США, країни Бенілюксу. Е: Австралія, Нова Зеландія. Е: США – 3,0 млн т., ЄС – 1,1, Бразилія – 1,3. І: Росія – 1,3 млн т., Китай – 1, ЄС – 0,8, країни Б. і С. Сходу – 0,8 млн т
3. Ринок молочних продуктів, у т.ч.: – вершкової олії; – сиру; – молока (сухого чи порошку конденсату)	Е: країни ЄС, Нова Зеландія, США, Австралія, Аргентина
4. Ринок яєць	Е: США, Китай, Нідерланди (понад 70% світового експорту). І: Японія, країни ЄС, Канада, Гонконг
5. Ринок зернових, у т.ч.: – пшениці;  – кукурудзи; – рису;	Е: США, Канада, Австралія, Аргентина, Україна, країни ЄС. І: Мексика, США, СНД, Японія, КНР, ЄС Бразилія, Єгипет, Індонезія, Алжир. Е: США. Е: Таїланд (7 млн т), В'єтнам (4), КНР (2), Пакистан (1,5 млн т). І: Індонезія (1,6 млн т), Ірак (1,2), Нігерія (1,2), Ірак (1,0 млн т).
– жита	Е: ЄС (1,2 млн т), Канада (0,1 млн т). І: Японія (0,4 млн т), Польща (0,2), Респ. Корея (0,2), КНР, США (по 0,1 млн т)

Продовження табл. 8.6

6. Ринок цитрусових і бананів	Е: Середземноморські країни, Лат. Америка. І: країни Європи і Північної Америки.
7. Ринок цукру	Е: Куба, Бразилія, Китай, Індія(з цукрового очерету). Тенденції розвитку ринку і цін залежать від обсягів виробництва і розмірів закупівлі цукру Росією та Китаєм
8. Ринок олієнасіння, рослинних олій, у т.ч.: – сої; – рапсу; – соняшнику (насіння); – маслинової олії; – арахісової олії	Е: США, Китай, Бразилія, Аргентина. І: європейські країни, Японія. Е: Канада (3,37 млн т), Австралія (1,03), СНД (0,9), США (0,24). Е: Центральна Європа (0,67 млн т), Росія (0,22), Україна (0,42), США (0,12), Аргентина (0,44 млн т). І: ЄС (1,67 млн т), Туреччина (0,23 млн т) Е: ЄС, Іспанія, Італія, Греція, Туніс. І: ЄС, США, Сирія, Марокко. Е: Сенегал, Аргентина, КНР, Індія, США. І: ЄС, Індонезія, Канада, Росія, Мексика, Японія, країни Північної Африки
9. Ринок риб'ячого жиру	Е: Перу. І: Норвегія, ЄС, Канада, Мексика, Японія
10. Ринок тютюнового листа	Е: Бразилія, США, Зімбабве, Китай, Італія, Індія. І: Велика Британія, Німеччина, Росія, США, Японія, Нідерланди
11. Ринок чаю	Е: Індія, КНР, Шрі-Ланка, Індонезія. Пропозиція чаю вищих сортів на світовому ринку скорочується. Посилюється конкуренція між основними імпортерами, що спричинює зростання цін на чай і зменшення його споживання (наприклад, у Німеччині – на 2 %)



Продовження табл. 8.6

12. Ринок какао	<p>Е: Кот-д'Івуар, Гана, Нігерія, Індонезія, Бразилія</p> <p>І: США, Німеччина, Нідерланди, Велика Британія, Швейцарія.</p> <p>Країни-експортери з метою регулювання ринку уклали з країнами-імпортерами в 1972 р. Міжнародну угоду по какао</p>
13. Ринок кави	<p>Е: Бразилія (20400 тис. міш. по 60 кг), Колумбія (9450), Мексика (4500), Кот-д'Івуар (4102), Індонезія (4745), Індія (3975 тис. міш.).</p> <p>І: Німеччина (14442 тис. міш.), Японія (7360), Франція (6506), Італія (6335), Іспанія (3819 тис. міш.)</p>

Джерело: [www.intacen.org]

На ринках продовольства існує цінова проблема, тому що ціни піддаються значним коливанням, що важко спрогнозувати. Ціноутворення на ринках продовольства характеризується рядом особливостей:

- ціни на окремі продовольчі товари орієнтуються на біржові ціни або ціни аукціонів;
- ціни вирізняються нестабільністю;
- множинність цін у зв'язку з наявністю різноманітних сортів, центрів торгівлі, розходженнями в термінах постачання;
- сильний вплив конкуренції з боку штучних і синтетичних замінників;
- вплив зовнішньоторговельної політики.

**На світовому ринку сільськогосподарської сировини** представлені такі товарні групи розділу 2 СМТК:

- шкіри, хутро (група 21);
- каучук (група 23), корок і дерево (група 24), целюлоза і макулатура (група 25);
- текстильні волокна і відходи (група 26);
- сировина тваринного і рослинного походження, в іншому місці не поійменована (група 29).

Ринки сільськогосподарської сировини розвиваються під впливом тих самих макроекономічних чинників, що й ринки продовольства. Лідуючі позиції посідають натуральний каучук, дерево, бавовна, вовна.

Центром світового виробництва натурального каучуку є Південно-Східна Азія. До найбільших його виробників належать Таїланд, Індонезія, Малайзія, на які припадає  $\frac{3}{4}$  світового виробництва.

Основні імпортери натурального каучуку — промислово розвинуті країни (на країни Америки припадає 23% світового споживання, Європи — 18%, Японію — 12%) і азіатські країни, що розвиваються.

Основними виробниками синтетичного каучуку є США, Японія, Китай, Німеччина, Росія.

Динаміку цін на натуральний каучук визначає збільшення або зменшення запасів під впливом співвідношення попиту і пропозиції. Скорочення світових запасів зумовило різке підвищення цін на цей товар.

Ціни на синтетичний каучук піддаються меншим коливанням. Їхні зміни не завжди збігаються зі змінами цін на натуральний каучук. Натуральний каучук дорожчий від синтетичного. Розвиток цієї тенденції наштовхується на протистояння монополій синтетичного каучуку, що загострює конкуренту боротьбу на ринку.

Багато які країни-продуценти розробляють власні схеми стабілізації ринку. Так, у Таїланді діє система ринкових інтервенцій, відповідно до якої каучук скуповує держава в місцевих виробників за встановленою ціною, а потім за сприятливою ситуацією продає. Малазійський уряд надає допомогу дрібним каучуковим господарствам, підтримуючи внутрішні ціни на каучук, закупаючи в них каучуку за фермерськими цінами і обмежуючи ввезення цього товару із сусідніх країн.

Контроль за стабільністю цін на ринку натурального каучуку здійснює Міжнародна каучукова організація (INRO), яка створена в 1980 р.

Світове виробництво лісових товарів постійно зростає. Найбільш динамічно ця галузь розвивається в США і Канаді.

До найбільших виробників окремих видів лісопродукції належать:

- круглих лісоматеріалів — США, Китай, Індія, Бразилія, Індонезія, Канада, Росія, Нігерія;

- пиломатеріалів – США, Канада, Росія, Японія, Китай, Індія;
- фанери – США, Індонезія, Японія, Китай, Канада, Росія, Бразилія;
- деревостружкових плит – Німеччина, США, Канада, Росія, Франція, Китай, Японія;
- деревоволокнистих плит – США, Китай, Росія, Японія, Канада, Бразилія, Німеччина.

На європейських і північноамериканських ринках листяних пиломатеріалів спостерігається істотне зниження ділової активності. Виробництво листяних пиломатеріалів у країнах-членах ЄС знизилося на 4, а рівень споживання – на 5%. Зниження сукупного показника виробництва зумовлено падінням випуску продукції в США та Канаді.

Наразі спостерігається зростання експорту в Росії та інших країнах СНД.

У структурі асортименту лісових товарів останніми роками відбулися зміни: підвищилася частка сировини для целюлозно-паперового виробництва та дров і знизилася частка сировини для механічного оброблення деревини.

У міжнародній торгівлі текстильними волокнами близько половини припадає на бавовну (волокно). Світове виробництво бавовни становить 18–20 млн на рік. Основні продуценти – КНР, США, Індія, Пакистан, Узбекистан.

Ринок бавовни поділяється на ринок коротко-, середньо- і тонковолокнистої бавовни.

Світовий експорт бавовни за останній рік збільшився на 4,5 %. Головними експортерами є США, Узбекистан, Австралія, Греція, Малі.

Світовий імпорт бавовни збільшився на 5,5%. Основні імпортери: Індонезія, Туреччина, Індія, Китай, Мексика [[www.wto.org](http://www.wto.org)].

Провідними центрами світової торгівлі бавовною є Нью-Йоркська біржа бавовни, Чиказька біржа рису і бавовни і посередницький ринок Асоціації бавовни в Ліверпулі.

До найдорожчих видів текстильної сировини належить вовна. Світове виробництво вовни становить близько 2 млн т на рік, а частка в загальному обсязі споживання всіх текстильних волокон – близько 5%.

Основні виробники вовни: Австралія, Нова Зеландія, Аргентина, Уругвай, ПАР, СНД.

Важливу роль у торгівлі вовною відіграють аукціони і торговельні доми.

**У міжнародній торгівлі до руд і металів**, згідно зі СМТК, відносять дві товарні групи з розділу 2: «Природні добрива і мінерали» (група 27) та «Металеві руди і металобрухт» (група 28), а також група 68 з розділу 6 «Кольорові метали».

Ринок руд і металів включає ринок чорних металів і ринок кольорових металів.

За останні 10 років виплавка сталі у світі зросла на 10,4%, у тому числі у промислово розвинутих країнах — на 12,6%, у країнах, що розвиваються, — в 1,7 разу.

Основні чинники зростання металургійного виробництва: стабільний розвиток світового господарства, економічний бум у США, піднесення економіки в Європі, відновлення східно-азійської економіки. Істотного приросту металургійного виробництва досягли всі регіони.

Найбільшого приросту виплавки сталі досягнуто в країнах СНД — 16%, у тому числі Росії — 15,7%. Росія посідає положення лідера світового ринку металів: її частка становить близько 12% обсягу всього світового експорту металопродукції, хоча його структура далека від оптимальної і характеризується високою часткою сировини, чавуну, зливків і заготівель у чорній металургії і первинних металів у кольоровій металургії.

Під впливом металозберігальних тенденцій світове зростання сталеспоживання перебивається наявністю надлишкових потужностей західних виробників та інтенсивним зростанням потужностей у країнах Азії. Внаслідок цього у світовому металообігу практично не буває дефіциту чорних металів, і можна сказати, що підтримується певне надвиробництво.

У світі збільшується виробництво кольорових металів. Так, світове виробництво алюмінію за 10 років зросло на 14,6%, міді рафінованої — на 34, свинцю рафінованого — на 30, цинк у чушках — на 19, олова рафінованого — на 30, нікелю рафінованого — на 37% [www.wto.org].

На світовому ринку кольорових металів основними експортерами й імпортерами виступають:

- ринок мідних концентратів і рафінованої міді: експортери — США, Чилі, Португалія, Філіппіни, Росія, Канада, Казахстан; імпортери — Японія, Німеччина, Іспанія, Республіка Корея;

- ринок алюмінію: експортери – Росія, Австралія, Норвегія, Бразилія; імпортери – Японія, США, Німеччина, Італія, Бельгія, Франція, Нідерланди, Велика Британія;
- ринок рафінованого свинцю: експортери – Австралія, Канада, Мексика; імпортери – США, країни ЄС;
- ринок цинкових руд і концентратів: експортери – Канада, Швеція, Перу, Мексика; імпортери – Німеччина, Франція, Бельгія, Японія;
- ринок олов'яних концентратів і рафінованого олова: експортери – Австралія, Перу, Болівія, Канада; імпортери – країни ЄС, США, Японія;
- ринок нікелю: експортери – Канада, Нова Каледонія; імпортери – Японія, США, Німеччина;
- ринок золота: експортери – ПАР, США, Австралія, Канада

Велике економічне значення у світовому масштабі має золото, яке раніше було основою грошової і валютної систем. Однак внаслідок офіційної демонетизації золото вийшло з грошового обігу й осіло в скарбах, а операції з ним відбуваються на світових ринках золота.

Золото на ринки постачається у вигляді стандартних зливок:

- зливки міжнародного зразка в 400 трійських унцій (12,5 кг) з пробою не менше ніж 995;
- великі зливки масою в декілька кілограмів з пробами від 900 до 916,6;
- малі зливки масою 1005 – 990 г.

На ринках золота продаються також золоті монети як старого карбування, так і сучасні ювілейні та сувенірні монети.

До світових ринків золота відносяться Лондон, Цюрих, Нью-Йорк, Гонконг, Дубай та ін.

Характеристика світового ринку золота наведена в табл. 8.7.

Таблиця 8.7

Стан світового ринку золота, т

Показники	2004	2005	2006	2007
<b>Постачання</b>	3988	3922	3958	3799
Видобування	2356	2396	2361	2382
Вторинне виробництво	1100	836	1015	897
Хеджування	68	73	83	72

Продовження табл. 8.7

Продажі центральними банками	464	616	499	448
<b>Попит</b>	4331	4301	3894	3580
Ювелірне виробництво	2854	2984	2310	2357
Офіційний попит на монети	91	101	103	97
Електрона промисловість	332	357	372	403
Інші кінцеві сфери використання	350	393	315	323
Попит з боку біржових торгових фондів	125	192	209	101
Закупівля центральними банками	61	43	100	0
Дехеджування	518	232	486	300
<b>Баланс</b>	-343	-379	64	219

Джерело: [63, с. 17]

Найбільшим у світі видобувачем золота є Південно-Африканська Республіка, яка щорічно дає понад 22% загальносвітового його видобутку золота; США видобуває 15%, Австралія — 13, Канада — 7, Китай — 6, Росія — 4, Індонезія — 3 [59, с. 17].

На світові ринки золото потрапляє через дилерів. «Золоті» дилери — це особливі фірми, яких нараховується не більше ніж 20. У вузькому значенні власне «золотими» дилерами виступають лише п'ять фірм, які традиційно утворюють Лондонський ринок; їхній список очолює банківський дім Ротшильдів. Сюди входять також члени «великої трійки» швейцарських банків з головними конторами в Цюріху, який як міжнародний ринок золота не поступається Лондону.

Особливістю ринку кольорових металів є відсутність світових цін на сировину кольорових металів. Це пов'язано з наявністю великого розмаїття якісних характеристик вихідної сировини. Ціни на сировину прямо залежать від цін на рафінований метал.

**Світовий ринок палива** включає торгівлю товарами розділу 3 СМТК:

- вугілля, кокс, брикети (група 32);
- нафта, нафтопродукти і подібні їм товари (група 33);
- природний і штучний газ (група 34);
- електроенергія (група 35).

Провідна роль на цьому ринку належить нафті (близько 40% світового виробництва і споживання), кам'яному вугіллю (близько 31%), газу (близько 23%).

До найбільших виробників нафти і нафтопродуктів належать Саудівська Аравія, США, Ірак, Мексика, Росія, Китай. Частка країн — учасниць ОПЕК у світовій торгівлі нафтою становить близько 65%.

Росія посідає перше місце у світі за обсягом експорту нафти та нафтопродуктів, який у 2009 р. становив 7,4 млн бар. на добу.

Найбільший у світі імпортер — США: в загальному обсягу споживання нафти, який оцінюється в 20 млн бар. на добу, на імпорт цієї країни припадає близько 12 млн бар. ОПЕК забезпечує 36,5% загального попиту на нафту країн-споживачів. На найближчі 5 років цей показник зросте до 40% і упродовж 10 років перевищить 50%. Згідно з прогнозом, попит на нафту збільшується в середньому на 1,6% щорічно і до 2030 р. становитиме 120 млн бар. на добу. Для забезпечення такого зростання попиту знадобляться великі інвестиції. Понад 60 % приросту потреби нафти припадатиме на країни, що розвиваються (особливо азіатські). Частка країн, що розвиваються, у світовому попиті в 2030 р. підвищиться до 43% [54, с. 89].

У наступному десятилітті нафта з часткою в 40 % збереже домінуючу роль у глобальному споживанні первинних енергоносіїв. Її ціна залишиться еталоном на світовому ринку паливно-енергетичних товарів.

Світовий ринок вугілля в 2010 р. оцінюється в 562 млн т, у 2020 р. — у 598 млн т. Міжнародна торгівля кам'яним вугіллям має тенденцію до розширення. Так, у 2009 р. порівняно з 2001 р. світовий експорт зріс на 10%. Це пов'язано з тим, що запаси вугілля в світі великі і вони відносно легкодоступні; є можливість диверсифікувати його поставки; він знаходить збут по всьому світі за досить стабільними цінами.

Основними експортерами вугілля є Австралія (у 2010 р. обсяг експорту — 215 млн т, у 2020 р. — 229 млн т), США (відповідно 71 та 70 млн т), ПАР (74 та 73 млн т), Індонезія (54 та 63 млн т), Південна Америка (45 та 52 млн т), Канада (39 та 42 млн т), СНД (15 та 16 млн т), а імпортерами — країни Західної Європи (160 млн т у 2010 р.), АТР (понад 200 млн т, у т.ч. Японія — 130 млн т, Південна Корея — 50 млн т, Тайвань — 20 млн т).

У цій боротьбі на світовому ринку виграють країни, що добувають вугілля відкритим способом (ПАР, Австралія). Світовий ринок природного газу розвивається під впливом змін на ринку рідкого палива. Особливий інтерес виявляється до зрідженого природного газу, оскільки його використання на електростанціях, в автомобілях,

літаках, вертольотах постійно зростає. Торгівля зрідженим газом зосереджена в основному в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні і становить близько 75% світової торгівлі цієї продукції. Світовий експорт зрідженого газу становить близько 90 млн т, а вартість його світового товарообігу перевищує 10 млрд дол. [[http://www.rusimpex.ru/Content/Economics/Conjuncture/99\\_20003.htm](http://www.rusimpex.ru/Content/Economics/Conjuncture/99_20003.htm)].

На швидко зростаючому газовому ринку Європи до кінця поточного десятиріччя очікується підвищення цін, оскільки не буде можливості повністю задовольнити попит за рахунок поставок з родовищ з низькими витратами на освоєння і видобуток. Після 2010 р. споживання природного газу в світі перевищить використання вугілля.

До 2020 р. частка газу у світовому енергозабезпеченні зросте до 26–28 %, а вугілля – в межах 19–24 %.

Провідні експортери природного газу в континентальні західноєвропейські країни – Росія, Норвегія, Нідерланди. Експорт газу Росією в 2001р. становив 167 млрд куб. м на суму 14,5 млрд дол., або 42 % світового експорту; в 2005 р. він досяг 240 млрд куб. м., а в 2010 р. – 270 млрд куб. м [[www.wto.org](http://www.wto.org)].

Нині за рахунок нафти, газу та вугілля покривається 85 % попиту на енергію, а через 50 років їх сумарна частка становитиме 60 %.

Наразі існує багато міжнародних міждержавних організацій торгівлі, що сприяють, розвитку торгівлі:

- Світова організація торгівлі (СОТ);
- Міжнародний торговий центр ЮНКТАД/ СОТ (МТЦ);
- Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР);
- Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД);
- Європейська економічна комісія ООН (ЄЕК ООН);
- Комісія ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ);
- Азіатсько-Тихоокеанська економічна і соціальна комісія ООН;
- Світова митна організація (СМО);
- Всесвітній банк;
- Міжнародний валютний фонд та ін.

Торгівля окремими видами товарів на світовому ринку координується спеціалізованими міжнародними організаціями. Так, на ринку продовольства помітну роль відіграє Продовольча і сільськогосподарська організація (ФАО), що є спеціалізованою установою ООН (заснована в 1945 р.). Її основними цілями є: підвищення якості хар-



чування і життя; вдосконалювання виробництва і розподілу продовольства й іншої сільськогосподарської продукції; поліпшення умов життя сільського населення; внесок у розвиток світової економіки. До інших міжнародних організацій, що займаються регулюванням того чи іншого ринку продовольства, належать:

- Міжнародна рада по зерну (МРЗ);
- Міжнародна організація із цукру (створена в 1968 р., зі штаб-квартирою в Лондоні);
- Асоціація країн — продуцентів кави (регулювання ринку кави здійснюється також на підставі міжнародних угод з кави, остання укладена в 1994 р.).

Регулюванню світового ринку вовни сприяє діяльність Міжнародного секретаріату з вовни.

Координацію дій країн-експортерів міді на світовому ринку здійснює Міжурядова рада країн-експортерів міді (СПЕК); регулювання ринку бокситів — Міжнародна асоціація бокситодобуваючих країн (ІБА); ринку олова — Асоціація країн-виробників та ін.

На ринку палива особливе місце посідає Організація країн-експортерів нафти (ОПЕК), яка утворена в 1960 р. Вона координує й уніфікує нафтову політику держав-членів і визначає засоби захисту їхніх інтересів; проводить роботу зі стабілізації цін на світових нафтових ринках; сприяє стійким доходам країн-виробників нафти і регулярному постачанню нафтою країн — споживачів; займається питаннями охорони навколишнього середовища.

Щоб стабілізувати розвиток міжнародної торгівлі сировиною, країни укладають різні міжнародні угоди:

- стабілізаційні угоди, призначені для забезпечення стабілізації і рівноваги попиту та пропозиції. Ними передбачаються квоти на обсяг сировини. Вони укладаються стосовно міді, олова, цинку, нікелю, алюмінію, кави, какао, каучуку;
- адміністративно-товарні угоди, що призначені для статистичного аналізу сировинних ринків і вироблення рекомендацій з ведення торгівлі окремими видами товарів, наприклад, цукром, пшеницею й іншими зерновими;
- міжнародні товарні угоди щодо заходів розвитку, котрі призначені для створення і розвитку експортоорієнтованих виробництв сировини. Вони укладаються, наприклад, щодо джуту, деревини коштовних порід, рослинною і маслиною олії та ін.

### **Світові ціни на промислові і сировинні товари**

Національні ринки конкретних товарів, які утворюють світовий товарний ринок, мають певну специфіку. Ця специфіка зумовлює різноманіття комерційних і торгово-політичних факторів, що впливають на динаміку й рівень світових цін. Для світового ринку характерна множинність застосовуваних цін, тобто наявність ряду цін на той самий товар або товари однакової якості в одній і тій самій сфері обертання (експортні, оптові, роздрібні), на однаковій транспортній базі. При виокремленні з безлічі цін світової ціни застосовують, як правило, два критерії:

- за цією ціною проходять великі комерційні угоди;
- світовими визнаються ціни угод, укладених у найважливіших центрах світової торгівлі, таких як Чиказька торгова біржа, Лондонська біржа металів тощо [22, с. 217; 81, с. 72].

Для окремих товарів як світові ціни виступають експортні чи імпорتنі ціни основних імпортерів або експортерів.

Таким чином, світові ціни — це ціни реалізації товарів на світовому ринку, де торговельні операції повинні здійснюватися на регулярній основі; носити роздільний комерційний характер; виконуватися в умовах вільного торговельно-політичного режиму; здійснюватися у вільно конвертованій валюті.

Розрізняють такі види цін:

- ціни за торговельними угодами з платежем у вільно конвертованій і неконвертованій та в частково конвертованій валюті;
- ціни за кліринговими угодами;
- ціни трансфертні;
- ціни за програмами в рамках державної допомоги та ін.

При визначенні рівня цін орієнтуються на опубліковані і розрахункові ціни.

Публіковані (друковані ціни) — це ціни, про рівень яких повідомляється в спеціальних і фірмових джерелах інформації. Вони відображають рівень світових цін.

До публікованих цін належать:

- довідкові ціни (ціни товарів у внутрішній оптовій чи зовнішній торгівлі іноземних країн), які друкуються в економічних газетах, журналах, спеціальних бюлетенях, фірмових каталогах, прейскурантах. Довідкові ціни бувають номінальними, не

- пов'язаними з реальними зовнішньоторговельними операціями; можуть відображати минулі операції або являти собою базисні ціни, тобто ціни товару певної кількості і якості в заздалегідь установленому географічному (базисному) пункті;
- біржові котирування (ціни товарів, що є об'єктом біржової торгівлі);
  - ціни аукціонів і торгів;
  - ціни фактичних угод, що не публікуються регулярно, але їх зіставляють з довідковими для встановлення більш реальної контрактної ціни;
  - ціни пропозиції великих фірм.

Розрахункові ціни застосовуються до нестандартного устаткування і розраховуються фірмами-експортерами. Відомості про них трапляються в друку епізодично, тому їх неможливо використовувати для порівняння під час вибору рівня цін.

При проведенні аналізу світових цін їх поділяють на дві групи: ціни на продукцію обробної промисловості і на сировину.

На продукцію обробних галузей світовими цінами виступають експортні ціни великих фірм-виробників і їхніх експортерів. Базою експортних цін є ціни на внутрішньому ринку, що розраховуються за методами повних і прямих витрат.

Відповідно до методу повних витрат підсумовуються всі витрати (матеріали, робоча сила, непрямі витрати), пов'язані з виробництвом продукції. До них додається величина очікуваного прибутку і визначається доход, очікуваний від реалізації продукції. Розділивши величину очікуваного доходу на щомісячний випуск продукції, одержуємо фабричну ціну одиниці виробу.

При використанні цього методу норма завантаження виробничих потужностей приймається за 75–85%. До фабричної ціни додається надбавка (знижка) на прибуток. Ця надбавка визначається як відношення реального прибутку до інвестованого капіталу (у відсотках). Це співвідношення розраховується на перспективу і називається «цільовою» нормою прибутку, її величина не постійна і може змінюватися залежно від положення тієї чи іншої компанії на ринку, характеру цінової політики її та держави. Прикладом такої надбавки може бути акциз, а знижки — корекція на оптового покупця.

Більш повний облік умов ринку на початковій стадії формування ціни забезпечує метод прямих витрат. Він ґрунтується на розподілі

всіх витрат на накладні (постійні) і прямі (змінні) витрати (табл. 8.8) [41, с. 91].

Таблиця 8.8

**Визначення ціни методом прямих витрат  
(щомісячні витрати, дол.)**

Витрати	Варіанти			
	I	II	III	IV
Очікуваний обсяг продаж, шт.	400	600	800	900
Передбачувана ціна за одиницю	18,0	16,0	15,0	14,0
Сума прямих (змінних) витрат	8,58	8,46	8,4	8,34
«Маржинальний прибуток» на одиницю продукції	9,42	7,54	6,6	5,66
Сумарний «маржинальний прибуток»	3768	4528	5280	5094
Постійні витрати за 100% використання виробничих потужностей	3000	3000	3000	3000
Реалізований прибуток	768	1524	2280	2094

За методом прямих витрат визначається кілька варіантів передбачуваних цін і відповідні передбачувані обсяги продаж. Потім підраховується сума прямих витрат і визначається «маржинальний» (доданий) прибуток на одиницю продукції (різниця між цінами реалізації і змінними витратами), а далі — на весь обсяг прогнозованих продаж за передбачуваною ціною. Потім з отриманого сумарного «маржинального прибутку» віднімаються постійні витрати і визначається розмір доходу від реалізації продукції. З розрахунків видно, що максимальний прибуток буде отримано при продажі 800 виробів за ціною 15 дол. за одиницю. За цим методом можна визначити оптимальне поєднання обсягу виробництва, цін реалізації і витрат, однак він складний для використання, тому що фірми, як правило, не знають величини попиту й обсягів продаж своєї продукції.

Кращим є метод повних витрат. Оскільки на ціноутворення впливає багато факторів, ціни, розраховані із застосуванням описаних методів, слугують лише основою для подальшого маневрування на ринку з постійно мінливою кон'юнктурою. Компанії уточнюють ціни за допомогою розгалуженої системи знижок і надбавок за зміну якості, умов постачання, упакування, маркування і т. ін. Відтак за

прейскурантними цінами здійснюється мало операцій. Великі партії товарів реалізуються зі знижкою від прейскурантних цін або за договірними цінами.

При формуванні світових цін на сировинні ресурси основну роль відіграють не величина внутрішніх витрат, а:

- співвідношення попиту та пропозиції на ринку сировинних товарів;
- поєднання цін пропозиції основних виробників (експортерів) і біржових котирувань або цін аукціонів;
- множинність цін основних виробників (експортерів), що визначаються специфікою регіональних ринків, розходженням у використанні валюти при розрахунках, порушенням балансу попиту та пропозиції на сировинні товари;
- особлива роль держави чи груп держав — провідних експортерів і/чи імпортерів відповідних товарів у формуванні світових цін. Групи держав (основних виробників і експортерів) можуть створювати міждержавні зовнішньоторговельні асоціації з контролю за рівнем виробництва і даного виду продукції, що впливають на формування і динаміку світових цін (наприклад, Організація країн-експортерів нафти — ОПЕК).

Механізм формування світових цін на сировинні товари свідчить про розбіжність світових і внутрішніх цін на однорідні товари. Як правило, внутрішні ціни вищі від світових, що більше характерно для імпортних і менше — для експортних цін. Однак за окремими сировинними товарами, наприклад нафти, спостерігається зворотна картина: світові ціни перевищують внутрішні. Це пов'язано з митними бар'єрами між країнами, діяльністю на світовому ринку найбільш конкурентоспроможних фірм, залежністю рівня світових цін від цінових показників на продукцію лідерів ринку.

### ***Міжнародна торгівля послугами***

Світовий ринок послуг являє собою сферу обміну послуг між країнами. Поряд зі світовими товарними ринками він є невід'ємною частиною міжнародних економічних відносин.

Предметом обміну на цьому ринку є послуги. Вони є результатом функціонування найважливіших сфер людської діяльності: науки, техніки, виробництва, управління.

**Послуга** — це виконання, згідно з договором, однією стороною (виконавцем) за завданням другої сторони (замовника) певних дій або здійснення певної діяльності, що споживаються в процесі їхньої реалізації [54, с. 97]. Послуги як результат трудової діяльності відображаються в корисному ефекті, особливій споживчій вартості. Послуги у ЗЕД — це економічні відносини між двома сторонами-резидентами та нерезидентами.

Послуги і торгівля ними якісно відрізняються від товарів і торгівлі товарами.

Головними характеристиками послуг є те, що їх не можна, на відміну від товарів, побачити і відчутти на дотик; вони не піддаються збереженню; торгівля послугами пов'язана з їхнім виробництвом; експорт послуг означає надання послуги іноземцю, тобто нерезиденту, навіть якщо він перебуває на митній території країни. Однак вищевказаний опис характеристик має обмеження. Деякі послуги можна побачити (наприклад, звіт консультанта на дискеті), деякі з них зберігаються (наприклад, система телефонного автовідповідача).

Різниця між товарами і послугами полягає також у тому, як, яким чином уряд надає захист власному виробникові. Якщо виробничі галузі промисловості відгороджуються через установлення тарифів, кількісних обмежень тощо, то сфера послуг відгороджується головним чином національними нормативами і правилами відносно прямих іноземних інвестицій і участі іноземних постачальників послуг у діяльності національних підприємств.

Захист сфери послуг не можна забезпечити заходами на кордонах через нематеріальний характер послуг, а також тому, що небагато операцій з послугами пов'язані з перетинанням кордонів.

Міжнародні організації систематизують і класифікують послуги, які є предметом міжнародної торгівлі.

Міжнародним валютним фондом розроблений посібник зі складання платіжного балансу, в якому представлено склад послуг, що входять у рахунок поточних операцій. Цим посібником користуються практично всі країни світу.

Класифікація послуг, яка прийнята МВФ, показує платежі між резидентами та нерезидентами і містить 11 секторів:

I. Транспортні послуги.

А) пасажирські перевезення (Міжнародні перевезення пасажирів всіма видами транспорту і надання супутніх послуг);

Б) вантажні перевезення (Міжнародні перевезення вантажів всіма видами транспорту і надання супутніх послуг).

II. Послуги, пов'язані з поїздками.

А) послуги пов'язані з діловими поїздками [Товари і послуги, придбані нерезидентами, які подорожують у справах (відрядження)];

Б) послуги пов'язані з особистими поїздками [Товари і послуги, придбані нерезидентами, які подорожують в особистих справах (туризм)].

III. Послуги зв'язку (Послуги поштового, кур'єрського, телефонного та іншого зв'язку між резидентами і нерезидентами).

IV. Будівництво (Будівництво об'єктів за рубежом, здійснюване на тимчасовій основі резидентами).

V. Страхування (Страхування нерезидентів страховими компаніями –резидентами).

VI. Фінансові послуги (Фінансове посередництво між резидентами і нерезидентами (комісія за відкриття акредитивів, за обмін валюти, брокерські послуги тощо).

VII. Комп'ютерні та інформаційні послуги (Консультації в галузі комп'ютерних програм, інформаційні послуги (оброблення даних, користування базами даних, передплата на інформаційні лінії), обслуговування комп'ютерів).

VIII. Роялті і ліцензійні платежі (Користування правами власності (торговельна марка, патент, копірайт тощо) та використання оригіналів або прототипів (фільмів, рукописів)на основі ліцензії).

IX. Інші бізнес-послуги.

А) посередницькі послуги (Комісія з посередництва);

Б) лізинг (Лізинг і фрахт суден, літаків без екіпажів та іншого транспортного устаткування);

В) інші ділові, професійні та технічні послуги (Правові, бухгалтерські, управлінські, рекламні та інші послуги, а також послуги з проектування, картографії, нагляду за будівництвом, захистом врожаю).

X. Особисті, культурні та рекреаційні послуги.

А) аудіовізуальні послуги (Виробництво фільмів, радіо та телевізійних програм, компакт-дисків, гонорари артистів);

Б) інші послуги (Показ виставок, проведення спортивних та інших заходів).

XI. Урядові послуги (Поставка товарів до посольств, консульств, представництв міжнародних організацій, операції ООН по підтримці миру).

Всесвітній банк класифікує послуги за укрупненими угрупованнями, при цьому до числа послуг включається рух доходу. Послуги поділяються на дві групи:

I група — факторні послуги, до яких відносяться платежі, що виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва — капіталу, робочої сили (доходи на інвестиції, ліцензійні платежі, заробітна плата, виплачувана нерезидентом тощо).

II група — нефакторні послуги, до яких належать інші види послуг (транспорт, подорожі, інші нефінансові послуги), не пов'язані з факторами виробництва [34, с. 266].

Світовою організацією торгівлі в Генеральній угоді про торгівлю послугами запропонована класифікація послуг за 12 секторами (1 — комерційні послуги; 2 — послуги зв'язку; 3 — послуги з будівництва та суміжні інженерні послуги; 4 — послуги дистриб'юторів; 5 — послуги у сфері освіти; 6 — послуги з охорони довкілля; 7 — фінансові послуги; 8 — послуги у сфері охорони здоров'я та соціальної сфері; 9 — послуги, пов'язані з туризмом; 10 — послуги з організації відпочинку, культурних та спортивних заходів; 11 — транспортні послуги; 12 — інші послуги, які не зазначені вище) і 155 підсекторами.

Різні характеристики послуг впливають на спосіб, яким здійснюються міжнародні операції у сфері послуг. Якщо міжнародні операції з товарами передбачають їхнє фізичне переміщення з однієї країни до іншої, то тільки деякі види операцій з послугами передбачають рух через кордони. Однак для більшості операцій у сфері послуг час і місце споживання не можна відокремити, що потребує наближення постачальника послуг до споживача.

Послуги на міжнародному рівні надаються із застосуванням чотирьох способів: транскордонне постачання, споживання за кордоном, комерційна присутність, присутність фізичних осіб (див. главу 7).

Загальна кількість послуг, якими торгують останніми двома способами, значно вища від тих, котрими торгують у випадку застосування перших двох. Однак новітні досягнення комунікаційних технологій і розвиток електронної торгівлі створюють дедалі більше можливостей для компаній надавати послуги в режимі транскордон-



ного переміщення, не створюючи комерційної присутності в країні-імпортері.

Можливі випадки, коли для надання послуги може використовуватися не лише один спосіб постачання. Наприклад, певна консультаційна послуга може бути надана засобами телекомунікації і безпосередньо присутніми фізичними особами.

Надання послуг є найбільш динамічною статтею зовнішньої торгівлі. Дедалі більша кількість видів послуг стає ринковим товаром і реєструється на рахунку поточних операцій платіжного балансу країни.

Експорт послуг становить понад 3,7 трлн дол. США, або 19% усього обсягу світового експорту товарів та послуг, а імпорт – 3,5 трлн дол., або 18,6% світового імпорту товарів та послуг. При цьому торгівля послугами постійно зростає досить високими темпами (табл. 8.9; 8.10; 8.11).

Таблиця 8.9

**Обсяг світової торгівлі послугами у 2007–2008 рр.  
(млрд дол. США)**

Регіони та країни	Експорт		Імпорт	
	2007	2008	2007	2008
<b>Світ у цілому</b>	<b>3372</b>	<b>3778</b>	<b>3114</b>	<b>3489</b>
Північна Америка	554	605	447	479
США	473	521	342	368
Південна та Центральна Америка	94	108	98	118
Бразилія	18	29	35	44
Європа	1743	1937	1472	1626
ЄС (27 країн)	1587	1754	1372	1513
Велика Британія	281	283	195	196
Німеччина	217	242	256	283
Франція	145	160	129	139
Італія	110	122	118	132
Іспанія	127	143	96	104
СНД	66	84	91	114
Російська Федерація	39	51	58	75
Україна	14	17	11	15
Африка	78	88	105	121

Продовження табл. 8.9

Єгипет	20	25	13	16
Близький Схід	82	97	141	168
Ізраїль	21	24	18	20
Азія	756	859	760	864
Японія	127	146	149	167
Китай	122	146	129	158
Індія	88	103	71	84

Джерело: [www.wto.org]

Таблиця 8.10

## Динаміка розвитку світової торгівлі послугами за регіонами

Регіони світу	Темпи приросту, %			
	Експорт		Імпорт	
	2007	2008	2007	2008
Північна Америка	14,4	9,1	9,3	7,3
Центр. та Південна Америка	18,0	15,2	20,8	19,7
Європа	20,7	11,1	19,2	10,4
Африка	22,5	12,7	30,2	15,5
Азія	21,4	13,6	17,9	13,7
Світ	19,7	12,0	18,5	12,1

Джерело: [www.wto.org]

Таблиця 8.11

## Світовий експорт послуг у 2008 р.

Види послуг	Експорт		Щорічна зміна, %			
	Обсяг, млрд дол.	Частка, %	2000–08	2006	2007	2008
Комерційні послуги	3730	100,0	12	13	19	11
у т.ч.:	875	23,0	12	10	20	15
транспортні послуги						
подорожі	945	25,0	9	10	15	10
інші комерційні послуги	1910	51,0	14	16	22	10

Джерело: [www.wto.ua]

Зростання торгівлі послугами зумовлено такими факторами:

- революційними технологічними змінами;
- підвищенням темпів розвитку технологічних програм у галузі телекомунікацій та інформації;
- збільшенням попиту на фінансові, страхові, банківські послуги.

Провідні експортери та імпортери в світовій торгівлі послугами в 2008 р. представлені в табл. 8.12.

Таблиця 8.12

**Основні країни-експортери та країни-імпортери  
у світовій торгівлі послугами 2008 р.**

Експортери	Обсяг, млрд дол.	Част- ка, %	Імпортери	Обсяг, млрд дол.	Част- ка, %
1. США	521,4	13,8	1. США	367,9	10,5
2. Велика Британія	283,0	7,5	2. Німеччина	283,0	8,1
3. Німеччина	241,6	6,4	3. Велика Британія	196,2	5,6
4. Франція	160,5	4,2	4. Японія	167,4	4,8
5. Китай	146,4	3,9	5. Китай	158,0	4,5
6. Японія	146,4	3,9	6. Франція	139,4	4,0
7. Іспанія	142,6	3,8	7. Італія	131,7	3,8
8. Італія	121,9	3,2	8. Ірландія	106,2	3,0
9. Індія	102,6	2,7	9. Іспанія	104,3	3,0
10. Нідерланди	101,6	2,7	10. Корея	91,8	2,6
11. Ірландія	99,2	2,6	11. Нідерланди	90,8	2,6
12. Гонконг	92,3	2,4	12. Канада	86,6	2,5
13. Бельгія	86,1	2,3	13. Індія	83,6	2,4
14. Сінгапур	82,9	2,2	14. Бельгія	81,9	2,3
15. Швейцарія	75,2	2,0	15. Сінгапур	78,9	2,3
16. Корея	74,1	2,0	16. Російська Феде- рація	74,6	2,1
17. Данія	72,0	1,9	17. Данія	62,3	1,8
18. Швеція	71,6	1,9	18. Швеція	54,3	1,6
19. Люксембург	68,9	1,8	19. Таїланд	46,3	1,3
20. Канада	64,8	1,7	20. Гонконг	45,8	1,3
21. Австрія	61,7	1,6	21. Австралія	45,5	1,3
22. Російська Фе- дерація	50,7	1,3	22. Бразилія	44,4	1,3

Продовження табл. 8.12

23. Греція	50,4	1,3	23. Норвегія	43,9	1,3
24. Австралія	45,6	1,2	24. ОАЕ	42,8	1,2
25. Норвегія	45,6	1,2	25. Австрія	42,6	1,2
26. Польща	35,3	0,9	26. Люксембург	40,7	1,2
27. Туреччина	34,5	0,9	27. Швейцарія	36,6	1,0
28. Тайвань	33,6	0,9	28. Саудівська Аравія	34,6	1,0
29. Таїланд	33,4	0,9	29. Тайвань	33,6	1,0
30. Малайзія	29,3	0,8	30. Польща	29,9	0,9
Усього (світ)	3780,0	100,0	Усього (світ)	3490,0	100,0

У структурі світового експорту послуг у 2006 р. половина його вартісного обсягу припадає на міжнародні транспортні послуги (626 млрд дол., або 23,0%) і міжнародні приватні (туризм) і ділові (відрадження) поїздки (737 млрд дол., або 27,0%).

Частка транспортних послуг та поїздок у загальному обсязі торгівлі послугами за регіонами світу наведена в табл. 8.13.

Таблиця 8.13

**Частка транспортних послуг та поїздок у експорті та імпорті послуг окремих регіонів світу (%)**

Експорт			Імпорт	
Транспортні послуги	Поїздки		Транспортні послуги	Поїздки
17	30,2	Північна Америка	28,8	27,2
24,3	47,2	Південна та Центральна Америка	36,7	24,0
22,8	26,8	Європа	23,4	28,5
22,8	25,7	ЄС	22,8	28,1
24,7	49,7	Африка	41,5	19,7
28,1	25,4	Азія	34,7	25,1

Джерело: [www.wto.org]

Структуру експорту решти послуг за регіонами світу та напрямами ілюструє рис. 8.1.

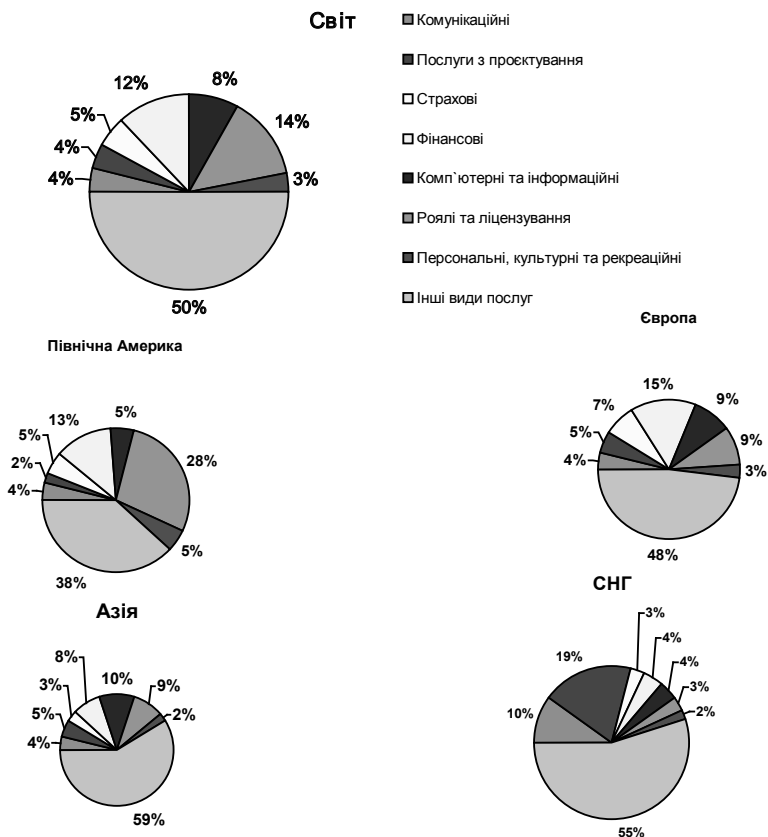


Рис. 8.1. Структура експорту послуг (за винятком транспортних послуг та поїздок)

Для світового ринку послуг характерною рисою є розвиток швидкими темпами ринку фінансових послуг. Так, протягом найближчих 15 років, як вважають експерти «Mercer Oliver Wyman», темпи приросту сектора світових фінансових послуг значно прискоряться і до 2020 р. його частка становитиме майже 10% світового ВВП. Загальний обсяг

доходів сектора світових фінансових послуг збільшиться в 3 рази (з 2 трлн до 6 трлн дол. до 2020 р.).

Доходи сектора фінансових послуг у країнах Північної Америки та Західної Європи зростатимуть на 5,5% щорічно. В інших регіонах цей показник збільшуватиметься ще вищими темпами (наприклад, у Росії, Бразилії, Індії та Китаю він зростатиме удвічі швидше, ніж в інших країнах світу). До 2010 р. сектор фінансових послуг Китаю буде майже таким, як в Італії, а до 2020 р. він зможе обігнати сектор фінансових послуг Німеччини.

Менше сприятливою буде ситуація на ринку фінансових послуг країн Латинської Америки та Африки.

Обсяг роздрібних банківських операцій зростатиме швидше, ніж оптовий банківський бізнес або страхування. Доходи від надання роздрібних іпотечних кредитів та кредитних карт щорічно з 2006 до 2020 р. зростатимуть на 4%. Аналогічні темпи зростання будуть характерні для послуг у сфері медичного та пенсійного страхування. Повільні темпи розвитку послуг (2%) очікуються в оптовому банківському бізнесі [53, с.16].

Останніми роками спостерігається зменшення обсягу імпорту між країнами ЄС, що відображає зміцнення торговельних зв'язків ЄС з іншими країнами.

Слід відзначити, що загальноєвропейський ринок послуг ще не створено. Причиною цього є наявність численних національних бар'єрів у цій сфері, починаючи від створення нової компанії, що регулюється різними правовими нормами, до встановлення продажних цін, на рівень яких впливають різні податкові режими.

Відсутність єдиного ринку ЄС породжує ряд негативних моментів.

По-перше, у зв'язку з тим, що роль послуг у сукупному валовому продукті країн ЄС досягає 70 %, проблеми, з якими зіштовхуються певні компанії, впливають на економіку регіону в цілому.

По-друге, компанії, особливо дрібні, не мають можливості для розширення ринків збуту своєї продукції і несуть додаткові витрати.

По-третє, для споживачів утруднюється доступ до більш кваліфікованих і дешевих послуг, котрими вони б змогли скористатися в умовах загальноєвропейської конкуренції між компаніями.

По-четверте, постачальники послуг зазнають складностей у проведенні рекламних компаній всередині ЄС, а також існують числен-

ні бюрократичні формальності при укладанні контрактів на роботу і різні ставки непрямих податків.

Зовнішня торгівля послугами відіграє важливу роль у розвитку сектора послуг у країнах ОЕСР. Близько 6% загального обсягу послуг, що виробляється в цих країнах, експортується, і темпи зростання постійно збільшуються. Найбільшу частку в торгівлі послугами становлять послуги у сфері транспорту, туризму та деякі види ділових послуг. Кожний з цих видів послуг займає в експорті та імпорті послуг 21–27%. Найвищими темпами зростає торгівля страховими, комп'ютерними та інформаційними послугами. Важливим початком продажу послуг є іноземні філії компаній. Частка обороту через зарубіжні філії в загальному обороті сектора послуг перевищує 20% в Угорщині, Бельгії, Ірландії, Чехії, Польщі, Італії [56, с.6].

Країни, що розвиваються, на ринку послуг пропонують послуги з тих секторів, у яких є потенціал розвитку експортної торгівлі. Наприклад, фінансові, телекомунікаційні, будівельні, медичні й інші сектори. Велика кількість цих країн значною мірою залежить від імпорту послуг, від лібералізації якого отримують переваги, імпорт їхніх послуг постійно зростає, оскільки продуктивність промисловості тісно пов'язана з доступними і недорогими фінансовими, комп'ютерними та інформаційними послугами. Підприємства в пошуках іноземних ринків мають витратити значно більше, ніж раніше, на маркетингові та наукові дослідження, рекламу тощо.

Технологічний прогрес у галузі комунікацій дає постачальникам, які були раніше прив'язані до національних ринків, можливість діяти на міжнародній арені. Банки і страхові компанії, застосовуючи факсимільний зв'язок, електронну пошту можуть діяти значно ефективніше. За допомогою сучасних інформаційних технологій архітектори інженери можуть передавати свої проекти і наглядати за ходом будівництва з тисячокілометрової відстані.

### ***Міжнародні транспортні послуги***

Міжнародний транспорт — це послуги всіх видів транспорту з переміщення предмета транспортної операції, що надаються резидентами однієї країни резидентам іншої країни.

Спектр транспортних послуг широкий. Послуги класифікуються залежно від:

- виду транспорту: водний (морський, річковий); наземний (залізничний, автомобільний); повітряний (авіаційний); космічний; трубопровідний;
- предмету транспортної операції (вантаж, пасажир, багаж);
- транспортної характеристики товару: сухий (вугілля, руда), наспиний (зерно, цемент), штучний, наливний (нафта, олії);
- періодичності перевезення (регулярні і нерегулярні);
- порядку проходження кордону (перевантажувальні і безперевантажувальні);
- виду транспортно-технологічної системи (контейнерна, поромна, ліхтерна й ін.);
- виду повідомлення (пряме, непряме та ін.);
- географічних районів перевезення (міждержавні, міжконтинентальні) [54, с. 106].

Широко використовуються так звані транспортні коридори, що поєднують на визначених напрямках відразу кілька видів транспорту для перевезень через територію ряду країн з відповідним фінансовим і правовим забезпеченням.

Транспортні послуги розрізняються за такими категоріями:

- пасажирські перевезення;
- вантажні перевезення;
- послуги з оренди суден (морських, річкових, повітряних), наземного транспорту з командою та оператором;
- послуги з лагодження та ремонту транспорту;
- маневрові послуги (для залізничного транспорту);
- послуги щодо спуску на воду та буксирування (для морського та річкового транспорту);
- допоміжні послуги (послуги з оброблення вантажів, зі зберігання, упакування/розпакування, навігації, лоції, техобслуговування, комісійні платежі тощо).

На обсяги міжнародної торгівлі можуть істотно впливати транспортні витрати. Транспортні витрати (витрати на доставку товару від виробника до споживача, що включають вартість фрахту, страхування, навантаження/розвантаження, упакування/розпакування й інші супутні витрати) бувають настільки великими, що роблять експорт і імпорт товарів не вигідними, тобто перетворюють товари з «ринкових» у «неринкові». Це призводить до зниження обсягів торгівлі, рівня спеціалізації країн, розмірів виграшу від торгівлі.



Транспортні витрати можуть впливати на територіальний поділ праці. Так, у видобувних галузях транспортні витрати на перевезення готових виробів нижчі, ніж на перевезення сировини, з якої вони виготовлені. Оскільки кінцева продукція цих галузей значно легша і дорожча від сировини, переробні підприємства намагаються розміщувати поблизу джерел видобутку сировини. В обробних галузях транспортні витрати на перевезення готової продукції вищі, ніж на перевезення складових частин, з яких вона виготовлена. Тому складальні підприємства розміщують поблизу ринків збуту. Наприклад, концентрати соків випускаються головною фірмою в країні базування, а філії, розташовані в інших країнах поруч з ринками збуту, одержуючи концентрат, виготовляють з нього прохолодні напої, які реалізують у місцевому оптовому і роздрібному продажі [34, с.271–273].

Головне місце на ринку транспортних послуг посідають морські перевезення, на які припадає 80% усього вантажообігу світової торгівлі.

Ринок морських перевезень класифікують:

- за типами фрахтованих суден (перевезення танкерами, суховантажниками, лісовозами, рефрижераторами, поромами та ін.);
- за формами організації перевезень (ринки лінійного чи регулярного, трампового чи нерегулярного тоннажу);
- за видами суден (рейсові, орендовані);
- за географією (північноєвропейський, середземноморський, далекосхідний та ін.).

Обсяг міжнародних морських перевезень щорічно зростає на 3,9%. Показником розвитку ринку морських перевезень є сумарна вантажопідйомність. Так, у 1990 р. цей показник становив 658,4 млн т дедвейт, у 1997 р. — 780, у 2006 р. — 880, у 2009 р. — 960 млн т дедвейт [[www.wto.org](http://www.wto.org)].

Ринок морських перевезень зростає внаслідок збільшення тоннажу розвинутих країн, на котрі припадає понад 70% світового торговельного флоту: Греції, Японії, США, Великої Британії, Норвегії, Китаю, Росії, Німеччини.

Найбільший торговельний флот у світі — в Японії. Тоннаж країн Східної і Центральної Європи становить 4% загального світового торговельного тоннажу країн, що розвиваються, — 19,7%.

За останні 10 років тоннаж світового торговельного флоту зріс на 23 %, маса перевезених вантажів — на 45 %, вантажообіг морського транспорту — на 34 %.

Розвиток науково-технічного прогресу привів до здешевлення морських транспортних перевезень, завдяки чому знизилася транспортна складова у вартості обсягу світової торгівлі.

Змінилася товарна структура міжнародних морських перевезень: якщо на початку 70-х років минулого століття у фізичному обсягу переважали наливні вантажі (в основному нафтопродукти), що становили 56 %, то зараз  $\frac{2}{3}$  припадає на вантажі сухі.

Динаміка морських перевезень у регіональному розрізі вирізняється нерівномірністю. За останні три десятиліття частка промислово розвинутих країн в обсягу вивантажених вантажів скоротилася з 79,9 до 62,4%, а в обсязі відвантажених вантажів — навпаки, зросла з 31,1 до 42,5%. Найшвидшими темпами зростають морські вантажоперевезення країн Азії: частка країн, що розвиваються, в регіоні зросла в 3,5 разу — з 6,4 до 20,6%, а в країнах з перехідною економікою — з 1,2 до 6,2%.

Понад  $\frac{3}{4}$  світових морських вантажоперевезень становлять частку 25 країн, при цьому 5 найбільших країн (США, Німеччина, Японія, Велика Британія і Франція) контролюють майже 40 % вантажообігу і 30 % наявного тоннажу [[www.wto.org](http://www.wto.org)].

Ринок морських перевезень регулюється Брюссельською конвенцією про уніфікацію деяких правил про коносамент (1924) зі змінами відповідно до Брюссельського протоколу 1968 р., що визначає взаємини учасників договору морського перевезення і правовий статус коносамента, відповідальність морського перевізника за вантаж. Морські перевезення пасажирів і багажу регулюються Афінською конвенцією про морські перевезення пасажирів, багажу, транспортних засобів і ручної поклажі.

### ***Міжнародні поїздки***

Значну частину світового ринку послуг посідають послуги, пов'язані з міжнародними поїздками. Міжнародні поїздки розглядаються в міжнародній торгівлі як міжнародні економічні операції, і являють собою товари і набір послуг, що здобуваються мандрівниками за рубежом, якщо вони знаходяться там менше року і вважаються нерезидентами.

Серед мандрівників розрізняють туристів, тобто мандрівників, що провели одну і більше ночей у країні відвідування, і екскурсантів, тобто мандрівників, що провели за кордоном менше ніж 24 години.

Міжнародні поїздки поділяються на:

- ділові поїздки, до яких належать усі особисті витрати мандрівників, що перебувають за кордоном у справах, на оплату товарів і послуг. При цьому витрати, вчинені мандрівником від імені і за рахунок організації, що відряджає, у ділові поїздки не включаються;
- особисті поїздки, до яких належать усі особисті витрати мандрівників, що перебувають за кордоном в особистих справах, на оплату товарів і послуг (послуги готелів, ресторанів, бюро подорожей, екскурсійних бюро, пов'язані з відпочинком, подарунками й іншими товарами, придбаними і вивезеними з відвідуваної країни). При цьому витрати, пов'язані з перевезенням мандрівників за кордон і назад, в особисті поїздки не включаються. Вони включаються в послуги пасажирського транспорту [34, с.275].

Найшвидше розвиваються ділові поїздки, їхні темпи вдвічі перевищують інші види туризму, що пов'язано з інтернаціоналізацією бізнесу. Це торкається як ТНК, так і спільних підприємств.

Туризм є самим швидкозростаючим сектором світової економіки. Більше ніж 9% усього світового ВВП припадає саме на нього. Вартість туристських послуг постійно збільшується, оскільки сучасні готелі потребують дуже дорогого устаткування, а створення туристських центрів — розвитку інфраструктури, що ґрунтується на новітній інформаційній технології, витрати на яку іноді в 2 рази перевищують безпосередні інвестиції в будівництво. Великі витрати на підготовку кадрів.

Особливістю туристських послуг як товару є те, що більшість їх виробляється з мінімальними витратами на місці і, як правило, без використання національної валюти.

У 2010 р. темп зростання турпотоків на світовому турринку становив 104%, у т.ч. в Європі — 104%, Азії — 107, Америці — 103, Африці — 105, на Близькому Сході — 108% [<http://www.tourprom.ru/news/8400/>].

Майже  $\frac{3}{4}$  послуг у сфері міжнародних поїздок надається розвинутими країнами,  $\frac{1}{4}$  — країнами, що розвиваються, і країнами з перехідною економікою.

Найпопулярніші туристські напрямки до 2020 р. показано в табл. 8.14.

Таблиця 8.14

## Найпопулярніші туристські напрямки до 2020 р.

Країна	Туристські прибутки, млн. дол.	Частка на світовому туристському ринку, %	Динаміка зростання в 1995–2020 рр., %
Китай	137,1	8,6	8,0
США	102,4	6,4	3,5
Франція	93,3	5,8	1,8
Іспанія	71,0	4,4	2,4
Гонконг	59,3	3,7	7,3
Італія	52,9	3,3	2,2
Велика Британія	52,8	3,3	3,0
Мексика	48,9	3,1	3,6
Росія	47,1	2,9	6,7
Чеська Республіка	44,0	2,7	4,0
Усього	708,8	44,2	-

Джерело: [http://tourlib.net/books\_tourism/kvartalnov\_tourism17.htm]

Країни-лідери турринку витрачають десятки мільйонів доларів на некомерційну рекламу своїх туристських можливостей: Туреччина, наприклад, виділила в 2008 р. 70 млн дол. з бюджету на рекламу і розвиток індустрії туризму, Австрія — 140, Іспанія — 45, Румунія — 3, Україна — 2,4 млн дол.

Сучасний світовий ринок послуг являє собою цілісну систему, що складається з таких підсистем, як транспортні, туристські, фінансові, будівельні, страхові та інші послуги. Вони тісно взаємопов'язані між собою, чутливі до ринкових змін, причиною яких є постійні коливання в попиті та пропозиції послуг на ринку, характеризуються високою швидкістю обороту капіталу, що пов'язано з коротким виробничим циклом у сфері послуг, а також постійним зростанням асортименту.

### ***Міжнародна торгівля продукцією інтелектуальної праці***

Міжнародний ринок продукції інтелектуальної праці утворює торгівля нематеріальними видами технологій (міжнародний технологічний обмін), а також торгівля науково-технічними, інжиніринговими, консультаційними послугами.

До нематеріальних видів технологій належать:

- патент — свідоцтво, яке видається відповідною державною установою винахідникові, і засвідчує його монопольне право на використання цього винаходу;
- ліцензія — дозвіл, який видається власником технології (ліцензіаром), захищеної чи незахищеної патентом, зацікавленій стороні (ліцензіатові) на використання цієї технології упродовж визначеного часу і за визначену плату;
- копірайт — ексклюзивне право автора літературного, аудіо чи відео-продукту на показ і відтворення своєї роботи;
- товарний знак — символ (малюнок, графічне зображення, поєднання букв тощо) певної організації, що використовується для індивідуалізації виробника товару і який не може бути використаний іншими організаціями без офіційного дозволу власника;
- ноу-хау — надання технічних знань, практичного досвіду технічного, комерційного, управлінського, фінансового й іншого характеру, що є комерційною цінністю, застосовуються у виробництві і професійній практиці і не забезпечені патентним захистом.

Розвиток міжнародного ринку продукції інтелектуальної праці зумовлений прискоренням науково-технічного прогресу (НТП). Розширення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) потребує величезних фінансових витрат, дорогого устаткування, висококваліфікованих кадрів. Це змушує фірми брати участь у міжнародному науково-технічному поділі праці. Швидкий розвиток торгівлі технологіями, науково-технічними знаннями значною мірою пов'язаний з істотними розходженнями в технічному рівні окремих країн. В умовах прискорення НТП передова техніка і технологія сконцентровані в невеликій групі промислово розвинутих країн, що витрачають величезні кошти на НДДКР. Так, у США витрати на НДДКР перевищують витрати на ці цілі в Німеччині, Франції, Англії,

Італії, Японії, разом узяті. Тому в США зосереджена велика частина передових наукових досліджень.

Широко використовує іноземні науково-технічні знання Японія, що дало їй можливість випускати нову продукцію, удосконалену за рахунок власних наукових досліджень.

Міжнародний технологічний обмін успішно використовує й Німеччина, яка за допомогою іноземних ліцензій модернізувала виробничу базу транспортного машинобудування, хімічної, електротехнічної галузей.

Країни, що розвиваються, щоб бути конкурентоспроможними на світовому ринку, змушені розвивати свою технічну базу в тому самому напрямі, що й розвинуті країни.

Купівля передової іноземної технології є важливим засобом подолання технічної відсталості, створення власної промисловості, яка здатна задовольнити потреби внутрішнього ринку і зменшити залежність від імпорту.

Поглиблення міжнародного науково-технічного поділу праці приводить до дедалі більшої спеціалізації фірм у вузьких галузях науки і техніки.

Обмін науково-технічними знаннями забезпечує окремим країнам, що не мають достатньо фінансових ресурсів для проведення НДДКР, досягнення високих темпів економічного розвитку за рахунок використання передових технологій інших країн.

У сучасних умовах міжнародному технологічному обміну притаманні певні особливості [22, с.449–456; 54, с.113]:

**1. Розвиток ринку наукоємних технологій.** Прогресивною вважається тенденція не просто зростання експортного потенціалу країни, а його «інтелектуалізація», тобто збільшення частки наукоємних високотехнічних товарів у загальній структурі експорту. Це є чинником економічного зростання. Поглиблення міжнародного поділу праці призводить до зростання зовнішньоекономічних інноваційних ресурсів, пов'язаних з міжнародним трансфертом технологій. Міжнародний технологічний обмін може до певної міри компенсувати нестачу коштів для фінансування науково-технологічного розвитку країни.

Для оцінювання обсягів технології, що передається через торгівлю високотехнологічними товарами, використовується класифікація

технологічної ємності торгівлі (ТЄТ), розроблена ЮНКТАД. Під технологічною ємністю торгівлі розуміють частку витрат на дослідження і розробки в загальному обсязі виробництва і торгівлі товарами окремих галузей [34, с. 352].

Показник ТЄТ розраховується по кожній країні в розрізі галузей виробництва й окремих товарів, а потім визначається середнє значення ТЄТ.

Високотехнологічноємними вважаються товари і галузі, чий ТЄТ перевищують середнє значення для країни, групи країн чи галузі; середньотехнологічноємними — якщо ТЄТ близька до середнього значення; низькотехнологічноємними — якщо ТЄТ значно нижча від середнього значення. Наприклад, у країнах ОЕСР високотехнологічноємною вважається торгівля аерокосмічним устаткуванням (22,7% витрат на науково-дослідні розробки в загальному обсязі виробництва), офісним устаткуванням і комп'ютерами (17,5%); середньотехнологічноємна — торгівля автомобілями (2,7%), хімікатами (2,3%); низькотехнологічноємна — торгівля целюлою, глиною (0,9%), продуктами харчування (0,8%), папером (0,3%) і т.д. При цьому середня ТЄТ для високотехнологічних товарів становить 11,4%, середньотехнологічних — 1,7%, низькотехнологічних — 0,5%.

**2. Монополія найбільших фірм на ринках технологій.** Наукові дослідні розробки концентруються в найбільших фірмах промислово розвинутих країн, оскільки тільки вони володіють достатніми фінансовими коштами для проведення дорогих досліджень. Транснаціональні корпорації активно залучають у проведення НДДКР свої закордонні філії, дочірні компанії, для яких характерне підвищення частки витрат на наукові розробки в загальній сумі цих витрат ТНК.

**3. Технологічна політика ТНК.** Останнім часом відбулися зміни в напрямках НДДКР, проведених ТНК. Дослідження зміщуються в галузі, що визначають успіх у виробничій і збутовій діяльності:

- удосконалення традиційних видів виробів для кращого пристосування їх до вимог світового ринку за показниками матеріалоемності, енергоемності, безпеки, надійності тощо;
- створення принципово нових товарів, дослідження ринків, де можна очікувати високих прибутків;
- удосконалення існуючої і створення нової технології.

ТНК використовують нові підходи до передачі науково-технологічних досягнень:

- продаж ліцензій на початкових етапах життєвого циклу товарів, з метою встигнути окупили частину витрат на НДДКР доходами від реалізації їхніх результатів;
- установлення монополюно високих цін на запатентовану продукцію й обмеження виробництва і випуску нової продукції покупцями ліцензій;
- укладання угод між ТНК для одержання ексклюзивного права на блоки патентів на найважливіші винаходи. Укладаються угоди між окремими ТНК з метою утворення патентних пулів<sup>1</sup>. Права на винаходи одержують усі учасники пулу шляхом видачі взаємних ліцензій. Використання нових винаходів, створених поза пулом, припиняється у випадках:
- використання патентів для контролю за розвитком техніки або для гальмування цього розвитку;
- позбавлення дочірніх компаній ТНК самостійності у виборі техніки і технології. Вони повинні керуватися загальною ліцензійною політикою в рамках ТНК;
- передачі ТНК ліцензій на некомерційних умовах своїм філіям і дочірнім компаніям, що ставить останніх у переважну ситуацію на ринку, сприяє підвищенню конкурентоспроможності їхньої продукції. Внутрішньокорпораційний обмін технологією дає змогу закордонним філіям швидше налагодити виробництво нових товарів і організувати їхній збут; обійти митні бар'єри і валютні обмеження інших країн; знижує ступінь ризику при укладанні угод і гарантує нерозголошення промислових секретів третім країнам.

Внутрішньокорпораційна торгівля є головним напрямом міжнародного технологічного обміну. Так, серед усіх ліцензійних надходжень розвинутих країн частка внутрішньокорпораційних надходжень становить понад 60%, у т.ч. у США частка надходжень від продажу ліцензій дочірнім філіям становить близько 80, в Англії — 50%.

Важливе місце в технологічній політиці ТНК посідає міжнародне науково-технічне співробітництво шляхом створення стратегічних альянсів між ТНК різних країн для спільного рішення науково-технічних проблем.

---

<sup>1</sup> Пул — форма монополії, особливий вид картелів, які відзначаються тим, що прибуток усіх учасників надходить у загальний фонд, а потім розподіляється між ними згідно з раніше встановленою пропорцією.



**4. Взаємини ТНК із країнами, що розвиваються.** ТНК намагаються створити таку структуру міжнародного поділу праці, яка забезпечувала б економічну і технічну залежність країн, що розвиваються. Так, у цих країнах ТНК створюють підприємства по випуску комплектуючих виробів, що поставляються на дочірні підприємства в інших країнах. Передаючи технології на виготовлення проміжної продукції в країни з дешевою робочою силою, ТНК тим самим знижує собівартість своїх товарів.

Нерідко ТНК переміщує в країни, що розвиваються, виробництво товарів, життєвий цикл яких минув і прибуток від реалізації яких поступово зменшується. Ці товари вони одержують за низькими цінами, а потім реалізують їх у свою збутову мережу під своєю відомою товарною маркою, одержуючи підвищений прибуток.

**5. Участь у міжнародному технологічному обміні венчурних фірм (дрібних і середніх фірм із числом зайнятих до 1 тис. чол.).** Перевага цих фірм на ринку технологій полягає у вузькій спеціалізації. Випускаючи обмежену номенклатуру товарів, ці фірми отримують доступ на вузькоспеціалізовані світові ринки; не несуть додаткових витрат на вивчення ринку, рекламу; надають більше уваги безпосередньому вирішенню науково-технічних завдань.

Продаж ліцензій є для венчурних фірм найбільш конкурентною формою передачі технології, тому що вони не можуть суперничати з великими корпораціями ні в масштабі експорту високотехнічної продукції, ні у вивезенні підприємницького капіталу.

**6. Розвиток міжнародної технічної допомоги.** Ця допомога надається розвинутими країнами країнам, що розвиваються, і країнам з перехідною економікою в галузі передачі технічних знань, досвіду, технології, технологічноємної продукції, навчання персоналу. Міжнародні програми технічної допомоги спрямовані на підвищення технічного рівня країн-одержувачів і здійснюється на багатосторонній основі, у тому числі по лінії міжнародних організацій (наприклад, МВФ, Всесвітнього банку, ОЕСР та ін.) чи на двосторонній основі. Технічна допомога надається у вигляді безоплатних технологічних грантів на одержання країною, що розвивається, технології технологічноємних товарів, фінансових засобів на купівлю технології, навчання кадрів, а також у вигляді співфінансування, тобто одержувач допомоги відповідно до угоди не тільки організаційно забезпечує її

одержання, а й частково фінансує, хоча його частка фінансової участі в загальній вартості проекту незначна.

### ***Міжнародна ліцензійна торгівля***

Міжнародна торгівля ліцензіями є основним економічним механізмом міжнародного технологічного обміну і наразі набула широкого і швидкого поширення.

Зростання міжнародної торгівлі ліцензіями зумовлене рядом чинників, що стимулюють фірми продавати і купувати ліцензії на світовому ринку:

- комерційна зацікавленість у здійсненні технологічного трансферту як з боку ліцензіара (продаючи ліцензію, він за короткий термін окупує витрати на НДДКР, дістає додатковий прибуток за рахунок швидкого освоєння винаходу і випуску на його основі нових видів продукції), так і з боку ліцензіата (купуючи ліцензію, він економить на НДДКР, має доступ до передових науково-технічних досягнень, одержує доходи від використання новітніх технологій);
- посилення конкурентної боротьби на світовому ринку;
- прискорення випуску на ринок нової продукції;
- одержання доступу до додаткових ресурсів;
- проникнення і завоювання важкодоступних ринків у країнах, де широко використовуються тарифні і нетарифні бар'єри;
- одержання прибутку від продажу ліцензій на продукцію, що не відповідає новим стратегічним пріоритетам. Так, фірми з диверсифікованим виробництвом постійно коригують асортимент продукції, переключаючи ресурси на виробництво найбільш прибуткових виробів. При цьому «за бортом» можуть виявитися види продукції чи технології, які для самих фірм уже не мають інтересу, але можуть бути з вигодою передані закордонним підприємствам, зацікавленим у їхньому продажі;
- країни з обмеженими ресурсами науково-технічного розвитку, беручи участь у міжнародному технологічному обміні, мають можливість зайняти тверду позицію на світовому ринку без додаткових витрат;
- за допомогою ліцензій створюється реклама вітчизняної продукції і завдяки цьому зростає попит на неї в інших країнах, а також вивчаються закордонні ринки;

– політичні і правові мотиви.

У цілому оборот ліцензійної торгівлі становить близько 30 млрд дол. на рік. Однак значущість цього ринку визначається тим, що вартість продукції, яку випускають у різних країнах за іноземними ліцензіями, становить 330–400 млрд дол. щорічно. Лідуюче положення на ринку ліцензій належить США (65% надходжень промислово розвинутих країн від експорту ліцензій).

Існує класифікація країн залежно від їхньої ролі в міжнародній торгівлі ліцензіями (табл. 8.15) [55, с. 123].

Таблиця 8.15

**Класифікація країн залежно від їхньої ролі  
в міжнародній торгівлі ліцензіями**

Групи країн	Характеристика
1. Промислово розвинуті країни з домінуючим експортом ліцензій	США. Експортна спрямованість торгівлі ліцензіями має історичний характер і відображає науково-технічний потенціал країни. Переважну частину витрат на проведення фундаментальних наукових досліджень бере на себе держава. У США надходження від продажу ліцензій становить 56% загального обсягу платежів з ліцензійних угод в усіх країнах, і в 17 разів перевищують їхні платежі за закуплені ліцензії
2. Промислово розвинуті країни з переважним експортом ліцензій	Велика Британія, Швейцарія. Вони мають позитивне сальдо в ліцензійній торгівлі і проводять політику стимулювання експорту ліцензій. Спеціалізуються на виготовленні високотехнологічних виробів, створюють велику кількість філій і дочірніх компаній великих фірм при порівняно невеликих можливостях промислового використання нових технологій
3. Промислово розвинуті країни з переважним імпортом ліцензій	Німеччина, Японія, Італія, Франція й інші промислово розвинуті країни. Вони широко використовують закордонний досвід і технічні знання для модернізації провідних галузей на основі передових технологій і прискорення власних науково-технічних розробок. Не прагнуть до балансування надходжень і платежів за ліцензійними угодами

## Продовження табл. 8.15

4. Країни, що розвиваються, з експортно-імпоротною спрямованістю торгівлі ліцензіями	Аргентина, Бразилія, Мексика, Індія, Туреччина. Проводять політику цілеспрямованої закупівлі закордонних технологій для вирішення великих економічних завдань. Експортуються ліцензії, як правило, до прилеглих держав
5. Країни, що розвиваються, з імпоротною спрямованістю ліцензійної торгівлі	Таїланд, Алжир, Панама. Закупівля нових технологій здійснюється в основному у вигляді супутніх ліцензій при будівництві промислових об'єктів
6. Країни, що розвиваються, з епізодичним характером ліцензійної торгівлі	Найменш розвинуті країни

Об'єкти ліцензій:

- запатентований винахід або технологічний процес;
- технологічні знання і досвід, ноу-хау;
- промислові зразки (нове художньо-конструкторське рішення, що визначає його зовнішній вигляд);
- товарний знак.

Ліцензії бувають **патентні**, тобто такі, що підтверджують передачу права використання патенту без відповідного ноу-хау, і **безпатентні**, тобто такі, котрі підтверджують право використовувати ноу-хау без патентів на винахід. Основна частка світової торгівлі технологіями припадає на продаж безпатентних ліцензій, оскільки вони не потребують проведення додаткових НДДКР і передбачають мінімальний комерційний ризик.

За обсягом переданих прав на використання науково-технічних знань ліцензіара розрізняють три види ліцензій:

- проста (невиняткова), при продажу якої за ліцензіаром залишається право самостійно використовувати об'єкт ліцензії, а також надавати ліцензії на певну технологію й іншим ліцензіатам на певній території;
- виняткова, що передбачає монопольне право ліцензіата використовувати технологію і відмовлення ліцензіара від самостійного використання запатентованих винаходів чи ноу-хау та їхній продаж на домовленій території;

- повна, що надає ліцензіатові виключне право на використання патенту або ноу-хау упродовж терміну дії угоди і відмовлення ліцензіара від самостійного використання предмета ліцензії упродовж цього терміну.

Ліцензія може бути **відкритою**, якщо патентом має право скористатися будь-яка зацікавлена особа. Відкрита ліцензія оформляється у відповідному патентному відомстві, при цьому патентне мито стягується в половинному розмірі.

Ліцензія буває **примусовою** у випадку, якщо компетентні органи примушують патентовласника передати іншим особам право на використання патенту.

Продаж ліцензій здійснюється на основі укладання **ліцензійної угоди**. Ліцензійна угода — це договір, згідно з яким ліцензіар (продавець) надає ліцензіатові (покупцеві) дозвіл на використання у певних межах своїх прав на патенти, ноу-хау, товарні марки і за визначену винагороду.

Одним з найбільш важливих і складних питань при продажу і купівлі ліцензій є визначення ліцензійних платежів (ціни ліцензій). Ліцензійні платежі — це визначена винагорода ліцензіарові, виплачувана ліцензіатом як відшкодування за надання прав на використання предмету угоди.

Форми ліцензійних винагород бувають різні. Залежно від методу підрахунку вони поділяються на дві групи.

*До першої групи* належать винагороди, розмір яких підраховується на базі фактичного економічного результату використання ліцензії. До цієї групи належать такі форми, як періодичні відсоткові відрахування й участь у прибутку ліцензіата.

*До другої групи* належать винагороди, розмір яких безпосередньо не пов'язаний з фактичним використанням ліцензії, а заздалегідь встановлюється і вказується в договорі, виходячи з оцінок можливого економічного ефекту й очікуваних прибутків ліцензіата на базі використання ліцензії. До цієї групи належать такі форми: первісний платіж готівкою, паушальний платіж, передача цінних паперів ліцензіата, передача зустрічної технічної документації.

### ***Міжнародна торгівля інжиніринговими послугами***

Поширеною формою міжнародної торгівлі продукцією інтелектуальної праці є інжиніринг.

Інжиніринг — це комплекс інженерно-консультаційних послуг щодо використання технологічних та інших науково-технічних розробок.

Сутність міжнародної торгівлі інжиніринговими послугами полягає в наданні однією стороною іншій на основі договорів комерційних інженерно-розрахункових, консультаційних, інженерно-будівельних послуг щодо:

– підготовки виробництва:

а) передпроектні послуги (соціально-економічні дослідження, польові дослідження, топографічна зйомка, розвідка корисних копалин, підготовка техніко-економічних обґрунтувань, консультації і нагляд за проведенням цих робіт);

б) проектні послуги (складання генеральних планів, схем, робочих креслень, технічних специфікацій, консультації, нагляд тощо);

в) післяпроектні послуги (підготовка контрактної документації, нагляд за здійсненням робіт, керування будівництвом, приймально-здавальні роботи і т. ін.);

– забезпечення процесу виробництва (послуги з організації процесу виробництва, керування підприємством, навчання персоналу);

– забезпечення реалізації продукції;

– обслуговування будівництва й експлуатації промислових, інфраструктурних, сільськогосподарських та інших об'єктів.

Усі ці послуги мають інтелектуальний характер і спрямовані на оптимізацію інвестиційних проектів на всіх етапах їхньої реалізації.

Основні чинники, що впливають на розвиток міжнародного ринку інжинірингових послуг:

– прискорення науково-технічного прогресу, що приводить до істотних зрушень у структурі міжнародної торгівлі у бік збільшення торгівлі суміжними видами устаткування, що потребують спеціальних знань для вирішення технологічних і організаційних питань, починаючи від проектування підприємства до введення його в експлуатацію;

– зростання обсягу державних і приватних інвестицій, що дозволяє розширювати будівництво і вводити нові об'єкти, при проектуванні яких можуть знадобитися інжинірингові послуги;

– наявність вільного капіталу, розміщеного на ринку інжинірингових послуг;

- високий попит на інжинірингові послуги з боку країн, що вступили на шлях самостійного економічного розвитку і не мають необхідного досвіду і кадрів фахівців для розвідки і розроблення своїх природних ресурсів, розвитку паливно-енергетичної бази, створення галузей важкої промисловості тощо;
- прагнення великих ТНК до зовнішньоекономічної експансії, тобто розширення сфер впливу. Вони використовують надання технічних послуг як один із засобів проникнення в економіку інших країн. Наприклад, надання інжинірингових послуг якій-небудь країні зумовлює згодом постачання машин і устаткування, вартість яких у 10–20 разів вища від вартості послуг, що зумовили їхнє постачання;
- збільшення кількості великих інженерних фірм з великими оборотами і широкою сферою діяльності, створення національних і міжнародних асоціацій інженерних фірм, що сприяють розвитку інжинірингу [22, с.494].

До особливостей ринку інжинірингових послуг як ринку технологій належать:

- результати торгівлі інжиніринговими послугами втілені не в речовинній формі продукту, як це має місце в разі торгівлі технологією, а в деякому корисному ефекті, що може мати чи не мати матеріальний носій, тобто інжиніринг є непрямую формою передачі технологій. Наприклад, послуги за навчання фахівців, керування процесом будівництва не мають матеріальних носіїв;
- інжинірингові послуги пов'язані з підготовкою і забезпеченням процесу виробництва і реалізації, розрахованих на проміжне споживання матеріальних благ і послуг. Послуги виробничого характеру не належать до інжинірингових послуг;
- об'єктом купівлі-продажу є послуги, які пристосовані до використання в конкурентних умовах і передач у середньому доступних науково-технічних, виробничих, комерційних та інших знань та досвіду.

Інжинірингові послуги надають спеціалізовані фірми, великі промислові і будівельні компанії, організації.

Ринок інжинірингових послуг умовно поділяється на ринок інженерно-консультаційних послуг і ринок інженерно-будівельних

послуг. Це зумовило розподіл фірм, компаній, що займаються наданням інжинірингових послуг, на інженерно-консультаційні й інженерно-будівельні.

Інженерно-консультаційні фірми надають технічні послуги у формі консультацій. Сферою їхньої діяльності є цивільне будівництво (порти, аеродроми, транспортні магістралі, міське будівництво тощо) і промислові об'єкти, які використовують специфічні технологічні процеси.

Інженерно-будівельні фірми надають повний комплекс послуг: проектування об'єкта, постачання устаткування, монтаж, налагодження і пуск устаткування в експлуатацію. Вони також спеціалізуються на розробленні промислових об'єктів, заснованих на використанні специфічних технологічних процесів. Ці фірми, як правило, виконують функції генерального підрядчика, а в субпідрядників виступають машинобудівні і будівельні компанії.

Залежно від характеру й обсягу наданих інжинірингових послуг на практиці використовуються різні види договорів. Інженерно-консультаційні послуги оформляються контрактом на надання інженерно-консультаційних послуг чи угодою про відрядження фахівців для виконання визначеного роду робіт [54, с. 138].

Інженерно-будівельні послуги найчастіше надаються на основі договору підряду чи контракту про надання технічного сприяння в будівництві.

## **8.2. Форми міжнародної торгівлі щодо способу та організації взаємовідносин між партнерами**

До основних форм міжнародної торгівлі залежно від характеру та способу організації взаємин між експортерами та імпортерами належать: зустрічна торгівля, електронна торгівля, виробнича кооперація, лізинг. Ці форми пов'язані з виробничим співробітництвом, відображають операційний аспект міжнародної торгівлі, зокрема із застосуванням інформаційно-комп'ютерних технологій.

### ***Міжнародна зустрічна торгівля***

Сутність зустрічної торгівлі полягає в тому, що експортно-імпортні операції доповнюються прийняттям партнерами зустрічних



зобов'язань щодо постачання (закупівлі) погоджених товарів і послуг. Міжнародна зустрічна торгівля є якісно новою формою організації комерційних операцій, розвиток якої відрізняється швидкими темпами. Вона сприяє встановленню ефективного, довгострокового, взаємовигідного співробітництва учасників безпосередньо в сфері виробництва. У міжнародному товарообігу її частка становить близько 50%.

Для зустрічної торгівлі характерні такі риси:

- вона є важливим інструментом регулювання міжнародного товарообміну, оскільки укладання міжурядових угод про товарообмінні операції, а також угод про економічне і виробниче співробітництво на компенсаційній основі дає змогу на кілька років уперед визначити види й обсяги товарів взаємного постачання, їхню загальну вартість і порядок розрахунків, характер і вартість супутніх чи окремо наданих технічних послуг і науково-технічних знань;
- гнучкість, завдяки чому контрагентам вдається пристосовуватися до умов, що змінюються, на світових товарних ринках; дає можливість країнам цілеспрямовано диверсифікувати свій експорт, виходити на нетрадиційні ринки збуту, на важкодоступні ринки розвинутих країн, обгороджені тарифними і нетарифними бар'єрами; створює умови для економії валюти, прискорення процесу міжнародного товарообміну;
- пов'язування експорту із зустрічними закупівлями товарів імпортуєючої фірми чи країни-імпортера, і навпаки.

**Види міжнародної зустрічної торгівлі:**

- бартерні операції;
- зустрічні закупівлі;
- викуп техніки, яка була у вживанні;
- операції з давальницькою сировиною;
- прості компенсаційні операції;
- складні компенсаційні угоди.

**Бартерна** (товарообмінна) угода — це один з видів експортно-імпортних операцій, оформлених бартерним договором або договором зі змішаною формою оплати, яким оплата експортних (імпортних) поставок частково передбачена в натуральній формі, між контрагентами, що передбачає збалансований за вартістю обмін товарами,

роботами, послугами в будь-якому поєднанні, не опосередкований рухом коштів у готівковій чи безготівковій формах.

Головна особливість бартерної операції полягає в тому, що такий безвалютний товарообмін здійснюється на основі рівності вартостей обмінюваних товарів за світовими цінами.

Бартерний контракт за своєю структурою являє собою ніби здвоєний контракт купівлі-продажу. Кожна зі сторін є і продавцем, і покупцем. Загальна сума бартерного контракту визначається сторонами в єдиній валюті після внесення виправлень, зведених з урахуванням базисних умов поставок. Кількісні обсяги постачань товарів з кожної сторони коригуються так, щоб загальна вартість постачань з кожної сторони була однаковою. Митні збори, мита, податки кожна сторона контракту сплачує у своїй країні самостійно без взаєморозрахунків.

Бартерні контракти часто виступають як разові спробні постачання на ринок з метою визначення попиту, каналів збуту, а також у разі нестачі валютних коштів.

**Зустрічні закупівлі.** Ця форма зустрічної торгівлі дає партнерам можливість гнучко виконувати свої зобов'язання з урахуванням повної чи часткової оплати товарів у грошовій чи товарній формах, заліку фінансових вимог без переказу валютних коштів, досягнення збалансованості взаємопоставок.

Залежно від обсягу зобов'язань розрізняють три варіанти зустрічних закупівель.

*Перший варіант.* Він припускає, що зобов'язання зустрічної закупівлі містить контракт купівлі-продажу, в якому передбачається, що імпортер сплачує повну вартість товарів згідно з документами, що підтверджують поставку, а експортер бере на себе зобов'язання купити не пізніше від установленого терміну зустрічні товари на всю суму експортного контракту. Імпортер визначає перелік товарів зустрічного постачання, їхні основні характеристики, ціни і вимагає від експортера представлення в комплекті платіжних документів і банківської гарантії належного виконання зобов'язань щодо зустрічних поставок, тобто фінансового забезпечення угоди.

Сторони укладають основний і додатковий контракти, в яких вони обмінюються ролями продавця і покупця.

*Другий варіант.* Підписується основний контракт, згідно з яким імпортер оплачує одну частину суми коштами, а іншу — зустрічними

ми поставками товару. На суму зустрічних поставок укладається додатковий контракт, що відображає основні зобов'язання імпортера з постачання зустрічних товарів погодженої номенклатури, певної якості і рівня цін. У випадку невиконання зустрічних зобов'язань за додатковим контрактом імпортер основного контракту зобов'язаний оплатити експортеру всю суму, що залишилася, грошима.

*Третій варіант.* Укладається основний контракт, згідно з яким близько половини вартості поставленого товару імпортер оплачує коштами, а частину, що залишилася, — зустрічними поставками товарів. Але в цьому випадку він здійснює зустрічні поставки авансом, тобто до основної поставки. Такі зустрічні закупівлі називаються авансовими, чи попередніми. Контракти на основну поставку і на авансову поставку пов'язані між собою таким чином, що закінчення виконання зобов'язань щодо зустрічному авансовому постачанню товарів є початком виконання зобов'язань по основній поставці.

Для захисту своїх інтересів експортер в основний контракт включає обов'язки імпортера надати фінансові гарантії виконання зустрічних поставок.

Імпортер захищає свої інтереси тим, що авансові поставки товарів за додатковим контрактом здійснюються тільки за наявності банківської гарантії належного виконання зобов'язань на всю суму авансових поставок.

**Викуп техніки, що була у вживанні,** під час збуту новіших моделей і модифікацій. За цією формою торгівлі експортер одержує можливість продати більш сучасну і дорогу продукцію, а імпортер — можливість звільнитися від морально застарілої техніки, а також продати її за залишковою вартістю, тобто врахувати її у вартості нової придбаної техніки. Вартість викупленої техніки зраховується в платіж за нову і становить залежно від її стану, моделі, року виготовлення й інших умов, майже 10–20% вартості нової.

**Операції з давальницькою сировиною.** Давальницька операція — це постачання однією країною сировини, напівфабрикатів, комплектуючих деталей для їхнього наступного перероблення, складання в країні торговельного партнера і зворотнє постачання готових виробів у країну першого експорту.

Економічний зміст таких операцій полягає в тому, що власник сировини, не володіючи потужностями для її перероблення, надає

її переробному підприємству, що міститься в іншій країні, в обсязі, необхідному для забезпечення виробництва заданої кількості готової продукції, покриття витрат, пов'язаних з переробленням, а також для забезпечення визначеної норми прибутку переробному підприємству.

Вартість наданої для перероблення сировини і готової продукції, що закупається, при реалізації міжнародного контракту визначається за світовими цінами. Митний режим, застосований до таких угод, передбачає звільнення сторін угоди від заходів економічного впливу держави, сплати вивізного мита, якщо під час виробничого процесу перероблення митний контроль підтвердить, що продукція, яка підлягає вивезенню, виготовлена саме з визначеної в контракті давальницької сировини і відповідно до встановлених і погоджених норм виходу готової продукції з цієї сировини.

Виплата штрафних санкцій і відшкодування збитків передбачаються в основному в товарній, а не грошовій формі.

**Прості компенсаційні угоди.** За цієї форми зустрічної торгівлі експортер поставляє виробниче устаткування на умовах комерційного кредиту, а імпортер після його встановлення і пуску в експлуатацію погашає, компенсує його вартість і вартість кредиту постачанням продукції, виготовленої на цьому устаткуванні, поступово, як з розстрочкою платежу.

Мета цих операцій: створення нових виробництв, нової продукції, насичення сучасним устаткуванням і технологією енергоємних галузей промисловості, що потребують реконструкції.

У контракті передбачаються такі зобов'язання іноземного експортера:

- поставити необхідне устаткування;
- передати супутні ліцензії на використання винаходів і ноу-хау з виділенням їхньої вартості в загальній сумі;
- здійснити монтажні роботи;
- забезпечити пуск в експлуатацію;
- навчити персонал.

У компенсаційній угоді ціни визначаються двома способами:

а) використання світових цін, що діють на дату підписання угоди, без наступної їхньої зміни до повної компенсації. Комерційні ризики при зменшенні чи збільшенні цін на компенсуючу продукцію несе

відповідно покупець чи продавець устаткування. Однак сторони можуть заздалегідь визначити термін компенсації;

б) постачання компенсуючої продукції здійснюється щораз за поточними цінами відповідно до кон'юнктури. Недолік цього способу — багаторазове узгодження цін і труднощі з визначенням терміну закінчення компенсації.

Прості компенсаційні угоди, як правило, укладають на суми, що не перевищують 20 млн дол. і на термін не більше ніж три роки. При цьому ціни на компенсуючу продукцію, встановлюються тверді і фіксуються щорічно.

**Складні компенсаційні угоди.** Це довгострокові (на 5–10 років) компенсаційні великомасштабні операції (100 млн дол. і більше). Особливістю таких угод є те, що експортер не зацікавлений сам використовувати компенсуючу продукцію в таких великих обсягах. Найчастіше він відмовляється від неї на користь третьої сторони, яка в міру реалізації продукції компенсує експортерів вартість устаткування і кредит. Таким чином, складна компенсаційна угода є трестонньою.

Для виконання таких угод укладають контракти на постачання конкретного устаткування і на постачання компенсуючої продукції третій стороні, яка володіє ринком збуту, а між експортером устаткування і третьою стороною укладається договір про умови погашення суми устаткування і вартості кредиту в міру реалізації компенсуючої продукції.

Під час підготовки і реалізації складної компенсаційної угоди зазвичай звертаються до міжнародної практики вибору партнерів на умовах відкритих міжнародних торгів, організації тендерних комітетів.

### ***Електронна торгівля***

Важливою рисою сучасної міжнародної торгівлі є розвиток електронної торгівлі [72; с.334–339]. Термін «електронна торгівля» охоплює дистрибуцію, маркетинг, продаж чи доставку товарів або послуг електронними засобами. Швидкі темпи зростання електронної торгівлі спостерігаються завдяки використанню Інтернету для комерційних цілей.

Комерційна операція поділяється на три етапи:

- реклама та пошук;
- замовлення та оплата;
- постачання.

Кожен з цих етапів може здійснюватися через Інтернет і тому розглядається в контексті електронної торгівлі.

Будь-який продукт, який може бути представлений у цифровому форматі, можна постачати електронним способом.

Продукти, які постачаються електронним способом:

- комп'ютерне програмне забезпечення. Нині — це основний продукт, який продається через Інтернет;
- фінансові та страхові послуги;
- аудіо-відеотовари (фільми, ігри та музика);
- туристські послуги (замовлення авіаквитків та місць у готелях);
- інформаційні послуги (послуги телефонного та/або телеграфного зв'язку, доступ до баз даних);
- телекомунікаційні послуги;
- послуги інформаційних технологій та ін.

Існують такі засоби електронної торгівлі: телефон, факс, телебачення, система електронних платежів та грошових переказів, електронний обмін даними та Інтернет.

Найбільш універсальним інструментом порівняно з іншими засобами електронної торгівлі є Інтернет, оскільки за його допомогою більшість етапів комерційних операцій можуть бути здійснені в інтерактивному режимі з однією чи декількома особами, без обмежень у часі чи просторі та з порівняно низькими витратами.

Обсяги електронної торгівлі щорічно зростають. Суттєва частка загальних обсягів її припадає на США (93% усієї електронної торгівлі). В США ця торгівля становить 16,28% усіх національних операцій між підприємствами, а щорічні темпи зростання — 6,1%. У 2008 р. на частку електронних операцій припадало 1,9% від загального обсягу роздрібних продаж (удвічі більше, ніж у 2001 р.). Щорічні темпи зростання роздрібної електронної торгівлі становили 28,1%, а загальної роздрібної торгівлі лише 8,8%.

Використання електронного засобу реалізації товарів і послуг зростає і в Європі, хоча темпи такого зростання набагато нижчі, ніж у США.

Країни, що розвиваються, далеко відстають від розвинутих за технічними можливостями для ведення електронної торгівлі. Це по-

яснюється недостатнім розвитком телекомунікаційної інфраструктури, високою вартістю користування Інтернетом, недостатністю висококваліфікованих фахівців для роботи у цій сфері.

У розвитку електронної торгівлі між фірмами лідуватимуть такі сектори економіки, як електроніка, хімія, логістика, які в 2008 р. здійснювали через Інтернет 30% своїх міжфірмових угод. Традиційні галузі промисловості (машинобудування, автомобілебудування, металообробка) в 2008 р. здійснювали за допомогою Інтернет майже 27% своїх комерційних угод.

Переваги електронної торгівлі:

- зменшення бар'єрів на шляху поширення інформації та торгівлі;
- забезпечення споживачів і підприємств інформацією про наявність будь-яких у світі товарів та послуг, ціни, умови продажу, що дає їм змогу знайти найвигідніших постачальників;
- забезпечення постачальників оперативною інформацією про послуги ринку, надаючи можливість вести справи без створення нових відділень та не наймаючи агентів за кордоном;
- полегшення зв'язку між учасниками ринку та недопущення затримки із постачанням товарів або послуг за допомогою віртуальних магазинів та контактних вузлів в Інтернеті;
- швидкість та гарантованість поставок дають можливість підприємствам знизити обсяги та номенклатуру запасів, що зменшує їхні витрати.

До недоліків електронної торгівлі слід віднести насамперед зменшення доходів країни. Так, такі товари, як книги, фільми та музичні записи можуть бути перетворені на цифровий формат, безпосередньо передані споживачеві і уникнути митних зборів. З таких товарів також важко збирати непрямі податки (наприклад, ПДВ, податок з продажу).

Електронна торгівля може створювати проблеми із дотриманням прав інтелектуальної власності. У світовій мережі електронної торгівлі немає кордонів, тому на різних територіях можуть існувати схожі торговельні марки, що може призвести до конфліктів.

Торгівля електронними засобами призводить до виникнення правових питань про походження товарів, тобто коли товари, що доставлені електронним шляхом, слід вважати «місцевими», а коли

«імпортованими». Неясно також, як слід діяти у випадку, коли національне законодавство та міжнародні конвенції, що стосуються міжнародних торговельних операцій, вимагають наявності угод у «письмовій формі», «оригінальних» документів чи «справжніх» (зроблених рукою) підписів. Таким чином, використання електронної торгівлі потребує не тільки технологічних рішень, а й наявності відповідного правового середовища.

Щоб допомогти урядам справитися з цими недоліками, на міжнародному рівні ЮНСІТРАЛ було розроблено Типовий закон про електронну торгівлю та Типовий закон про електронні підписи.

Розвинуті країни активно беруть участь у розробленні міжнародної конвенції щодо електронних операцій, яка ґрунтується на Типовому законі (США та ОЕСР), правил електронного обміну даними (ЕОД) в рамках контрактів та угод між торговельними партнерами (ЕС, міжнародні організації). ЕОД — це система управління, в якій визначено комплекс характеристик даних, завдяки чому здійснюється електронний обмін документами певного формату.

### *Міжнародний лізинг*

**Лізинг** — це форма довгострокової операції, яка пов'язана з передачею у використання обладнання, транспортних засобів та іншого рухомого й нерухомого майна, крім земельних ділянок та інших природних об'єктів [10].

Міжнародний лізинг є однією з форм лізингу, за якою укладається договір лізингу, що здійснюється суб'єктами лізингу, які перебувають під юрисдикцією різних держав, або якщо майно чи платежі перетинають державні кордони.

Лізинг виступає як форма отримання кредиту і водночас як форма міжнародної торгівлі, що створює умови для прискореного розвитку новітніх технологій. Лізингова компанія (лізингодавець) придбає устаткування й т.ін. за свій рахунок і передає за контрактом оренди фірмі (лізингоотримувачеві) на певний строк. Після закінчення строку оренди фірма-клієнт може його продовжити або викупити орендоване майно за залишковою вартістю. Орендна плата встановлюється на рівні, що перевищує ціну об'єкта оренди, за якою його можна купити за звичайних комерційних умов.

Світовий обсяг операцій за лізингом обладнання останнім часом щорічно зростає на 4,1% і становить близько 0,5% трлн дол. Найбіль-



шим регіоном за загальним обсягом лізингових угод є Північна Америка (55% світового ринку лізингових послуг). На Європу припадає 26%, Азію – 16%, на решту країн – 3%. На частку більших п'яти країн припадає 80,1% світового обсягу лізингових операцій: США – 52,1%, Японію – 13,9, Німеччину – 6,5, Велику Британію – 3,8, Францію – 3,8%.

Рівень розвитку міжнародних лізингових операцій вважається своєрідним показником динамічності економіки держави та гнучкості її господарюючого механізму. Так, у США лізинг є основним інвестиційним інструментом, на частку якого протягом декількох років припадає 40% інвестицій у машини та устаткування; у більшості промислово розвинутих країн та НІК цей показник перевищує 25%. Частка лізингу в обсязі інвестицій у виробництво за континентами становить: Азія – 27%, Африка – 1,3, Північна Америка – 41,5, Південна Америка – 31,1, Європа – 24,6, Австралія та Нова Зеландія – 1,7%.

Фірми, які виступають на міжнародному лізинговому ринку в ролі орендувачів, поділяються на чотири групи: філії банків, філії промислових компаній, «пов'язані» лізингові компанії, незалежні фірми.

**Лізингові філії комерційних банків**, які забезпечують як пряме фінансування закупівлі обладнання, так і надання власне лізингових послуг, контролюють більшу частку лізингового ринку. Спочатку комерційні банки розглядали лізинг обладнання як конкуренцію своєму бізнесу. Пізніше, в міру того, як покупці обладнання почали шукати шляхи зменшення свого податкового тягаря, вони почали створювати спеціалізовані філії, які зайняли помітне місце на ринку довгострокової оренди обладнання.

До групи філій (не «пов'язаних») **промислових компаній** належать лізингові фірми, які не спеціалізуються на здаванні в оренду продукції материнських фірм.

**«Пов'язані» лізингові компанії** – це спеціалізовані філії фірм-виробників обладнання, які фінансують продаж продукції своїх материнських компаній.

До групи **незалежних лізингових фірм** входять різні компанії (страхові, фінансові, орендні), які не мають над собою материнської компанії, яка володіє контрольним пакетом акцій.

Основними імпортерами лізингових послуг США є Канада та країни ЄС.

### ***Міжнародне виробниче кооперування***

Для міжнародної торгівлі за кооперацією характерна довгострокова попередня узгодженість безпосередніх виробничих зв'язків, а також зацікавленість сторін у результативності спільної діяльності.

Міжнародне виробниче кооперування — це найрозповсюдженіший вид міжнародних виробничо-технічних зв'язків підприємств. Воно є наслідком спеціалізації національних виробництв, що взаємодіють у системі міжнародного поділу праці, ґрунтується на предметній спеціалізації і виступає як форма часткового та загального поділу праці у світовому господарстві.

Міжнародне виробниче кооперування означає включення країни в міжнародний поділ праці в рамках «вертикальної моделі міжнародного поділу праці», тобто за умови збереження автономності виробничого процесу в національних кордонах.

Таким чином, міжнародна кооперація виробництва — це заснований на міжнародному поділі праці внаслідок здійснення на договірній основі про спільну діяльність сталий обмін між країнами виробами, які є елементами кінцевої продукції і виготовляється ними з найбільшою економічною ефективністю [22, с.613–615; 32, с.240].

Основною ланкою міжнародної виробничої кооперації і прямих зв'язків є договори (контракти), які укладаються господарюючими суб'єктами на основі відповідних міжурядових, галузевих і міжвідомчих угод і являють собою підставу (до створення митного союзу) для митних органів під час пропуску товарів, що поставляються по кооперації, через кордон.

#### **Операції виробничої кооперації:**

- поставка сировини, матеріалів, вузлів, деталей, запасних частин, заготовок, напівфабрикатів, комплектуючих виробів та інших виробів галузевого і міжгалузевого призначення, що технологічно взаємопов'язані і необхідні для спільного виготовлення кінцевої продукції;
- надання послуг щодо виконання проектних і ремонтних робіт, технічного обслуговування та здійснення технологічних операцій, пов'язаних з виготовленням та реалізацією кінцевої продукції [11].

Особливості міжнародного виробничого кооперування:

- суб'єктами кооперації є промислові підприємства з різних країн;
- кооперація не супроводжується створенням будь-яких організаційних структур;
- сторони на підставі попереднього узгодження умов спільної діяльності пристосовують своє виробництво до здійснення кооперації;
- проведення уніфікації об'єкта кооперування, тобто введення спільних технічних вимог, технічної документації, вимог техніки безпеки;
- закріплення в договірному порядку як головних об'єктів кооперування видів комплектуючих виробів, напівфабрикатів, технологій тощо;
- розподіл між сторонами в межах узгодженої програми завдань, закріплення виробничої спеціалізації та координація їхньої господарчої діяльності;
- додержання графіка виконання виробничих програм в погоджених обсягах, асортименті, якості;
- довгостроковість, стабільність та регулярність відносин між партнерами, що підвищує їхню зацікавленість у цьому виді зв'язків і веде до встановлення між кооператорами установлених виробничих і технологічних зв'язків, тісної взаємодії та взаємозалежності;
- різний соціально-економічний характер відносин між партнерами, що залежить від того, кооперування є внутрішньофірмовим чи міжфірмовим.

У міжнародному виробничому кооперуванні виділяють три форми:

1) поставка або обмін між кооператорами комплектуючими виробами для здійснення наступного складання кінцевого продукту на підприємствах кожного з партнерів або одного з них;

2) кооперування на основі організації спільного виробництва. Сторони об'єднують зусилля та кошти щодо реалізації конкретних програм створення та випуску нового єдиного кінцевого продукту;

3) кооперування шляхом погодження виробничих програм. Асортимент продукції розподіляється між підприємствами, об'єднуються

зусилля щодо спільних виступів у торгах, здійснюється співробітництво шляхом використання вільних потужностей кооперантів [22, с. 620].

Розглянемо докладніше форми міжнародного виробничого кооперування.

**1. Міжнародне кооперування при постачанні комплектуючих виробів** (підрядне кооперування) здійснюється між фірмами, які перебувають між собою в прямій виробничій залежності, що пов'язано з їхньою спеціалізацією. Метою такого кооперування є підвищення рівня спеціалізації виробництва та одержання без додаткових капіталовкладень вигоди за рахунок економії на витратах виробництва та зростання обсягу виробництва кінцевої продукції.

Кооперування при постачанні комплектуючих виробів здійснюється двома основними методами.

**I метод** — це обмін між партнерами комплектуючими виробами відповідно до обговорених раніше умов спеціалізації та самостійного здійснення збирання кінцевого продукту.

**II метод** передбачає постачання комплектуючих виробів одним партнером другому, який здійснює збирання кінцевого продукту. При цьому методи підприємства, які виготовляють окремі комплектуючі, технологічно пов'язані між собою та подетально спеціалізовані. Вони виробляють та постачають вироби одному головному підприємству (зазвичай материнській компанії), яка збирає кінцевий продукт.

**2. Міжнародне кооперування на основі організації спільного виробництва** з метою створення єдиного нового кінцевого продукту передбачає об'єднання фінансових, науково-технічних, матеріальних і трудових ресурсів фірм-кооперантів та закріплення за кожним з партнерів певної відповідальності за випуск визначеної частини продукції. На всіх етапах створення кінцевого продукту (науково-дослідні роботи, виробниче освоєння продукції, серійний випуск, збут, технічне обслуговування) партнери тісно співробітничать.

Таке кооперування, як правило, здійснюють фірми з майже однаковим виробничим профілем, у яких переважає предметна спеціалізація. Воно може проводитися на основі двох методів.

**I метод.** Участь партнерів обмежується поставками окремих комплектуючих виробів для створення єдиного кінцевого продукту.

**II метод.** Партнери об'єднують свої сили та кошти для створення нового продукту, починаючи зі стадії проектування та закінчуючи

збутом і технічним обслуговуванням спільно створеного виробу. Всі обов'язки та витрати щодо створення кінцевого продукту заздалегідь розподіляються між партнерами.

**3. Міжнародне виробниче кооперування шляхом погодження виробничих програм.** Воно здійснюється на основі розподілу асортименту продукції між двома або декількома фірмами та проведенням спільних наукових досліджень.

Окремі фірми укладають угоди про договірну спеціалізацію або про поділ виробничих програм. Такі угоди, як правило, укладають конкуруючі компанії, щоб розмежувати та закріпити за кожною стороною угоди визначений асортимент продукції, а також усунути або зменшити дублювання виробництва. Це сприяє обмеженню конкуренції між фірмами, які виготовляють продукцію однакового асортименту, підвищенню однорідності продукції, яку вони виробляють, її спеціалізації.

### **Підсумки глави**

1. Форми міжнародної торгівлі найчастіше класифікують за такими ознаками, як предмет торгівлі та спосіб і організація взаємовідносин між партнерами. Аналіз форм міжнародної торгівлі дає можливість докладніше охарактеризувати обсяги та структуру торгівлі окремої країни, групи країн і світу в цілому, а також визначити певні переваги та недоліки для експортера та імпортера.

2. До форм міжнародної торгівлі щодо предмета торгівлі належить торгівля сировинними товарами; промисловими товарами, машинами, устаткуванням; послугами; продукцією інтелектуальної праці.

3. Міжнародна торгівля промисловими та сировинними товарами ґрунтується на міжнародних торгових класифікаторах (Стандартній міжнародній торговельній класифікації ООН, Гармонізованій системі опису та кодування товарів, Класифікаторі товарів за укрупненими економічними угрупованнями). Перелік товарних найменувань у відповідній класифікаційній системі називається товарною номенклатурою, яка використовується для побудови митного тарифу, для класифікації товарів у статистиці тощо.

4. До сировини належать продукти видобувної промисловості та сільського господарства. Основними ринками сировинних товарів є ринки продовольства, сільськогосподарської сировини, руд і металів, палива. Головні особливості торгівлі сировинними товарами: нестабільність ринку; перевищення пропозиції окремих сировинних товарів над попитом; темпи зростання торгівлі паливом і сировиною мінерального походження випереджають темпи зростання торгівлі продовольством і сільськогосподарською сировиною; високий ступінь монополізації; зростає державне втручання у визначення обсягів, напрямів, форм і методів торгівлі сировинними та продовольчими товарами. Експорт сировинних товарів становить майже 20% світового експорту, а з урахуванням торгівлі напівфабрикатами – близько 40%.

5. У структурі міжнародної торгівлі промисловими товарами, торгівля машинами, устаткуванням і транспортними засобами становить майже 51,5%, промисловими виробами – 35,8%, хімічними товарами – 12,7%. Головні особливості торгівлі промисловими товарами: зниження життєвого циклу більшості видів товарів; зростання виробництва високотехнологічних виробів; поширення внутрішньогалузевої торгівлі; перехід від одиничних до системних продажів; постійна диверсифікація виробництва та якомога дрібніші галузі та підгалузі; переважна частина світової торгівлі машинно-технічною продукцією зосереджена в промислово розвинутих країнах; торговельна політика держави спрямована на стимулювання експорту машинно-технічної продукції та захист національного товаровиробника.

6. Світові ціни на промислові та сировинні товари – це ціни їхньої реалізації на світовому ринку. Для визначення їх застосовують два критерії: за визначеною ціною проходять великі комерційні угоди; ціни угод, укладених у найбільших центрах світової торгівлі. Для окремих товарів світовими цінами виступають експортні чи імпорتنі ціни основних експортерів або імпортерів.

7. Міжнародний ринок послуг – це сфера обміну послугами між країнами. Послуги, на відміну від товарів, не можна побачити, відчутти на дотик, вони не піддаються збереженню, торгівля ними пов'язана з їхнім виробництвом. Послуги на міжнародному рівні надаються із застосуванням чотирьох способів: транскордонне постачання; споживання за кордоном; комерційна присутність; тимчасовий переїзд фізичних осіб до іншої країни.

Експорт послуг становить 19% усього обсягу світового експорту товарів та послуг. Торгівля послугами зростає високими темпами, що зумовлено революційними технологічними змінами; підвищенням темпів розвитку технологічних програм у галузі телекомунікацій та інформації, збільшенням попиту на фінансові, страхові, банківські послуги. У структурі світового експорту послуг половина його вартісного обсягу припадає на міжнародні транспортні послуги (23%) та поїздки (27%).

8. На міжнародному ринку продукції інтелектуальної праці здійснюється купівля-продаж науково-технічних знань, що є результатом наукових досліджень, проектних, конструкторських робіт і досвіду їхнього промислового освоєння, тобто товаром виступають продукти інтелектуальної праці, що мають наукову та комерційну цінність і втілені у формі патентів, ліцензій, товарних знаків, промислових зразків, ноу-хау, а також інжинірингові послуги.

Міжнародна торгівля ліцензіями посідає основне місце на ринку продукції інтелектуальної праці. У цілому оборот ліцензійної торгівлі становить близько 30 млрд дол. на рік. У загальній сумі надходжень від торгівлі ліцензіями частка промислово розвинутих країн становить 58%.

Міжнародна торгівля інжиніринговими послугами — це надання однією стороною іншій на підставі договорів комерційних інженерно-розрахункових, консультаційних, інженерно-будівельних послуг, які мають інтелектуальний характер і спрямовані на оптимізацію інвестиційних проектів на всіх етапах їхньої реалізації. На розвиток цього ринку впливає прискорення НТП; зростання обсягу державних та приватних інвестицій; високий попит на ці послуги з боку країн, що розвиваються; прагнення ТНК до зовнішньоекономічної експансії, які використовують надання технічних послуг як один із засобів проникнення в економіку інших країн.

9. До форм міжнародної торгівлі щодо способу та організації взаємовідносин між партнерами належать зустрічна торгівля, електронна торгівля, лізинг, виробниче кооперування. Ці форми пов'язані з виробничим співробітництвом, відображають операційний аспект міжнародної торгівлі, зокрема із застосуванням інформаційно-комп'ютерних технологій.

У разі зустрічної торгівлі експортно-імпортні операції доповнюють-ся прийняттям партнерами зустрічних зобов'язань щодо постачання

(закупівлі) погоджених товарів та послуг. Основні види цієї торгівлі: бартерні операції, зустрічні закупівлі; викуп техніки, яка була у вживанні; операції з давальницькою сировиною; прості та складні компенсаційні угоди. У міжнародному товарообігу частка цієї торгівлі становить близько 50%.

Електронна торгівля охоплює дистрибуцію, маркетинг, продаж чи доставку товарів або послуг електронними засобами. Обсяги електронної торгівлі постійно зростають. 93% усієї торгівлі припадає на США. У розвитку електронної торгівлі лідируватимуть електроніка, хімія, логістика.

Міжнародний лізинг — це форма довгострокової операції, яка пов'язана з передачею у використання устаткування, транспортних засобів та іншого рухомого та нерухомого майна. Світовий обсяг операцій з лізингу обладнання щорічно зростає на 4,1% і становить близько 0,5 млн дол.

Міжнародна виробнича кооперація — це заснований на міжнародному поділі праці внаслідок здійснення на договірній основі про спільну діяльність сталий обмін між країнами виробами, які є елементами кінцевої продукції і виготовляються ними з найбільшою економічною ефективністю. Основними формами міжнародного виробничого кооперування є поставка або обмін між кооператорами комплектуючими виробами для складання кінцевого продукту на підприємствах або кожного з партнерів, або одного з них; кооперування на основі організації спільного виробництва; кооперування шляхом погодження виробничих програм.

### **Ключові поняття**

Форми міжнародної торгівлі; міжнародні торгові класифікатори; міжнародні товарні номенклатури; світова ціна; світові товарні ринки; міжнародна торгівля сировиною, промисловими товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці; патент; ліцензія; промислові зразки, товарний знак; ноу-хау; міжнародна торгівля інжиніринговими послугами; міжнародна ліцензійна торгівля; зустрічна торгівля; бартерні операції; операції з давальницькою сировиною; прості та складні компенсаційні угоди; електронна торгівля; міжнародний лізинг; міжнародна виробнича кооперація.



### Запитання для самоконтролю

1. Яка існує класифікація форм міжнародної торгівлі?
2. Які розрізняють міжнародні торгові класифікації товарів?
3. Які розрізняють види цін у міжнародній торгівлі?
4. Які є форми міжнародної торгівлі щодо предмета торгівлі?
5. Охарактеризуйте світові ринки сировинних та промислових товарів.
6. Що таке послуги і чим вони відрізняються від товарів?
7. Які існують класифікації послуг?
8. Які є способи здійснення міжнародної торгівлі послугами?
9. Охарактеризуйте структуру світового ринку послуг.
10. У чому сутність міжнародної торгівлі продукцією інтелектуальної праці?
11. Чому зростає міжнародна торгівля ліцензіями?
12. Що є об'єктами ліцензій і які існують види ліцензій?
13. На підставі яких договорів здійснюються операції з міжнародного ліцензування?
14. Які бувають форми ліцензійних винагород?
15. У чому сутність міжнародної торгівлі інжиніринговими послугами?
16. Які чинники впливають на розвиток міжнародного ринку інжинірингових послуг та які його особливості?
17. Які методи розрахунку винагороди консультанта використовуються в сучасній практиці?
18. Які є форми міжнародної торгівлі щодо способу та організації взаємовідносин між партнерами?
19. У чому полягає специфіка зустрічної торгівлі та які існують її види?
20. Які особливості електронної торгівлі?
21. Які особливості міжнародного лізингу?
22. Охарактеризуйте міжнародну виробничу кооперацію та її основні форми.

### Запитання для обговорення

1. Які фактори зумовлюють становлення й розвиток тієї чи іншої форми міжнародної торгівлі?
2. Україна на світових ринках сировини та промислових товарів.
3. Прокоментуйте факт зростаючої ролі сфери послуг у міжнародній торгівлі.
4. Які сучасні тенденції розвитку транспортних перевезень?
5. Проблеми та перспективи розвитку транспортних послуг в Україні.
6. Які особливості дії ринку туристських послуг?
7. Конкуренція в сфері туризму.
8. Проблеми та перспективи розвитку туристських послуг в Україні.

9. Які особливості функціонування світового ринку фінансових послуг?
10. Світовий ринок послуг аутсорсингу.
11. Які існують проблеми інтелектуальної власності в міжнародних угодах у галузі електронної торгівлі?
12. Які особливості обмежувальної ділової практики в галузі торгівлі продукцією інтелектуальної праці?
13. Розвиток світового ринку електронних закупівель.
14. Позитивно чи негативно впливають інформаційно-комп'ютерні технології на розвиток міжнародної торгівлі країн, що розвиваються?

### **Набуття практичних навичок**

1. Проаналізуйте стан світового ринку сировинних товарів (вид товару на вибір).
2. Проаналізуйте стан світового ринку промислових товарів (вид товару на вибір).
3. Проаналізуйте стан та розвиток міжнародної торгівлі машино-технічною продукцією (вид продукції на вибір).
4. Проаналізуйте зміни, які відбулися протягом останніх п'яти років, у зовнішній торгівлі послугами окремої країни, групи країн (країна та вид послуг на вибір).
5. Виявіть зміни, які відбулися протягом останніх п'яти років у зустрічній торгівлі окремої країни (вид зустрічної торгівлі та країна на вибір).
6. Визначте, що треба зробити в законодавчому та інституційному плані для суттєвого збільшення обсягу зовнішньої торгівлі України продукцією інтелектуальної праці.
7. Сформулюйте перспективи впливу інформаційно-комп'ютерних технологій на міжнародну торгівлю сировиною, промисловими товарами та послугами.
8. Визначте, як можна використовувати інформаційно-комп'ютерні технології для полегшення участі малих та середніх підприємств у міжнародній виробничій кооперації.
9. Проаналізуйте розвиток міжнародного лізингу в окремій країні (країна на вибір).

### **WEB-сайти**

**www.wto.org**

Сайт СОТ, де публікуються матеріали щодо стану світових товарних ринків, ринків послуг.

<a href="http://www.unctad.org">www.unctad.org</a>	Сайт ЮНКТАД, де публікуються огляди щодо міжнародних торговельних відносин.
<a href="http://www.uncitral.org/uncitral/ru/uncitral.texts/electronic-commere.html">www.uncitral.org/uncitral/ru/uncitral.texts/electronic-commere.html</a>	На сайті публікуються правові документи ЮНСІТРАЛ щодо електронної торгівлі.
<a href="http://www.arbiter.wipo.int">www.arbiter.wipo.int</a>	Сайт Центру ВОІВ по арбітражу та посередництву в сфері електронної торгівлі.
<a href="http://www.unctad.org/ecommerce">www.unctad.org/ecommerce</a>	На сайті публікуються доклади ЮНКТАД щодо електронної торгівлі.
<a href="http://www.vniki.ru/biki.nsf/all/about.htm">www.vniki.ru/biki.nsf/all/about.htm</a>	Сайт БІКІ (бюлетень іноземної комерційної інформації), де публікуються матеріали щодо стану світових товарних ринків, ринків послуг, дослідження міжнародних організацій з проблем міжнародної торгівлі.
<a href="http://www.eximbase.com">www.eximbase.com</a>	Каталог «Імпортери та експортери України».
<a href="http://www.intracen.org">www.intracen.org</a>	Сайт МТЦ, на якому міститься статистика про торгівлю між країнами світу, включаючи українську зовнішню торгівлю, а також оцінка експертів експортного потенціалу України.
<a href="http://www.exporthelp.europa/thdapp/comext/Comext Servlet">www.exporthelp.europa/thdapp/comext/Comext Servlet</a>	Сайт зі статистики торгівлі країн ЄС.

## **ГЛАВА 9.**

### **МЕТОДИ ЗДІЙСНЕННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- дати визначення поняття «метод міжнародної торгівлі»;
- пояснити, які фактори впливають на вибір методу;
- пояснити різницю між прямим та непрямим методом;
- сформулювати особливості внутрішньокорпоративної торгівлі;
- розкрити специфіку окремих торговельно-посередницьких операцій;
- розумітися на відмінностях посередницьких фірм;
- сформулювати вимоги, що визначають вибір посередників.

Суб'єкти міжнародної торгівлі, виходячи на світовий ринок з метою реалізації своєї продукції, вибирають той чи інший метод організації зовнішньоторговельної діяльності. Метод міжнародної торгівлі — це організаційна форма і порядок здійснення зовнішньоторговельної операції.

У міжнародній торговій практиці використовують два основних методи проведення торгових операцій: прямий і непрямий.

На вибір методу зовнішньоторговельної діяльності впливає характер продукції, яка випускається, масштаби виробництва, особливості цільових ринків, на яких планується реалізовувати продукцію, а також форми міжнародної торгівлі (за предметом торгівлі або специфікою взаємовідносин між партнерами).

#### **9.1. Торгівля на підставі прямих зв'язків між контрагентами (прямий метод)**

Якщо зовнішньоторговельні операції здійснюються прямим методом, то передбачається встановлення прямих зв'язків між виробником (постачальником) і кінцевим споживачем, тобто товар поставляється безпосередньо кінцевому споживачеві, а закуповується — безпосередньо у самого виробника на основі договору між-

народної купівлі-продажу. Близько 50% міжнародного товарообміну відбувається на основі прямих зв'язків.

Прямий метод, як правило, застосовується:

- у разі продажу ТНК великогабаритної і дорогої продукції промислового призначення. У деяких фірм на частку прямих продажів припадає близько 70% усієї експортної продукції промислового призначення. Це пов'язано з підвищенням технічного рівня і складністю товарів, які випускаються на ринок; зростанням частки унікального устаткування, устаткування комплектних підприємств, новітніх суден, літаків. Для врахування вимог покупця необхідно встановити прямі контакти між експортером та імпортером, починаючи зі стадії проектування продукції і закінчуючи введенням її в експлуатацію;
- у випадку здійснення експортно-імпортних операцій між великими ТНК з постачання сировини, напівфабрикатів, комплектуючих частин і деталей тощо;
- у разі поставок товарів через закордонні підрозділи ТНК, що володіють роздрібною мережею. Створені ТНК збутові і виробничі закордонні філії та дочірні компанії стають на ринках інших країн контрагентами. Вони вступають у безпосередні відносини з кінцевим споживачем як промисловим, так і роздрібним, на ринку країни місцезнаходження і на ринках інших країн. Це змінює характер прямих зв'язків, оскільки вони орієнтовані на реалізацію безпосередніх контактів з конкретними споживачами. Створення закордонних збутових і виробничих підрозділів і встановлення безпосередніх міжфірмових зв'язків зумовлює зміни у співвідношенні між традиційними методами здійснення зовнішньоторговельних операцій;
- у разі здійснення експорту-імпорту промислової сировини на основі довгострокових контрактів;
- у випадках закупівель сільськогосподарської сировини у фермерів країн, що розвиваються;
- у разі здійснення зовнішньоторговельної діяльності державних підприємств і установ країн, що розвиваються, шляхом організації й проведення торгів.

Прямий метод торгівлі припускає постачання заздалегідь погоджених видів продукції, що орієнтована на специфічні вимоги кон-

кредного іноземного споживача. Прямі зв'язки носять цілеспрямований характер, тому що ґрунтуються на системі попередніх замовлень і характеризуються тривалістю і стійкістю відносин споживача з постачальниками необхідних для виробництва сировини, матеріалів, комплектуючих виробів з метою безперебійного забезпечення виробничого процесу ресурсами. Між постачальниками і споживачами укладаються довгострокові контракти, згідно з якими упродовж установленого в контракті терміну передбачається регулярне постачання погоджених кількостей товару.

Прямий продаж має ряд переваг: дає експортерам можливість установлювати тісні контакти з іноземними споживачами, здійснювати жорсткий контроль над торговими операціями; одержувати вищий прибуток за рахунок зменшення витрат на суму комісійної винагороди посередників; краще вивчати стан і тенденції розвитку ринку; швидше пристосовувати свої виробничі програми до попиту і вимог зовнішнього ринку; знижувати ризик і залежність результатів комерційної діяльності від несумлінності посередницької організації.

До недоліків прямого методу торгівлі належать: наявність високого ступеня ризику, що зумовлено відмінностями економічних, правових і соціальних умов у різних країнах, а також необхідність залучення персоналу високої комерційної кваліфікації (інакше випадку фінансові витрати можуть значно зрости).

Особливим видом прямого методу здійснення зовнішньоторговельних операцій є внутрішньокорпоративна торгівля між підрозділами однієї й тієї самої ТНК.

Всередині ТНК існує система внутрішніх інтервальних (від англ. *internal market*) ринків. Інтервальний ринок ТНК розглядається як система постачань, які здійснюють окремі філії та дочірні фірми в межах однієї ТНК за специфічними трансфертними цінами. На цьому ринку значна кількість експортно-імпортних операцій, які формально є ринковими і здійснюються відповідно за договором купівлі-продажу, постачання тощо, насправді являє собою переміщення товарів, послуг у межах єдиної корпорації. Інтервальний ринок сприяє максимізації доходів ТНК і досягненню більш ефективного її функціонування, а також стає одним з механізмів інтеграції окремих підприємств у межах корпорації. На інтервальних ринках ТНК здійснюється близько 70% усієї міжнародної торгівлі [[www.cfin.ru/press/management/2000-6/10/shtlm](http://www.cfin.ru/press/management/2000-6/10/shtlm)].

Важливою особливістю внутрішньокорпоративної торгівлі є залучення через інтернальні ринки в міжнародну торгівлю численних малих фірм, які виступають субпідрядниками та підрядниками ТНК. Тобто ТНК виконують роль сполучних ланок між багатьма фірмами, які не мають доступу на світовий ринок. Крім того, інтернальні ринки ТНК сприяють розвитку внутрішньорегіональної торгівлі, оскільки філії ТНК значну частину потреб у деталях та комплектуючих виробів задовольняють за рахунок постачань із материнської компанії. Важливою тенденцією також є формування в складі ТНК спеціалізованих дочірніх компаній, які надають специфічні послуги (наприклад, менеджмент компанії).

Головною відмінністю інтернального ринку від зовнішнього є «свобода доступу» на нього економічних агентів, які використовують механізм трансфертних цін. Близько  $\frac{1}{3}$  світової торгівлі здійснюється через трансфертні ціни.

Трансфертні ціни — це умовно-розрахункові ціни внутрішньокорпоративної торгівлі між закордонними підрозділами однієї ТНК. Вони використовуються насамперед для переведення прибутків та зменшення податків.

Якщо метою ТНК є зменшення сум сплачуваних податків, що встановлюються за експорт чи імпорт, то трансфертні ціни визначаються на рівні, суттєво нижчому від ринкових цін. Наприклад, ціни знижуються на комплектуючі вироби, які постачаються через кордон між філіями головною компанією.

Якщо метою ТНК є подолання обмежень на репатріацію прибутків, що впроваджуються країною, де розташовані закордонні підрозділи ТНК, то товари постачаються за вищою ціною до філії-споживача в країні, що застосувала валютні обмеження.

Крім того, трансфертні ціни застосовуються у випадку, коли національні валюти країн, де розташовані підрозділи ТНК, схильні до знецінення, а також для зменшення суми надходжень, що оподатковуються. Це відбувається у випадку, коли країна базування приймає рішення, що прибутки та інші форми заходів закордонних філій не оподатковуються до тих пір, поки ці прибутки не переведено на рахунок материнської компанії. Якщо ставка податку за кордоном нижча, ніж у країні базування, то тоді материнська компанія зацікавлена в переказі частини своїх доходів у філії, знижує експортні ціни товарів та послуг, які постачаються до закордонного підрозділу.

Таким чином, трансфертні ціни можуть розглядатися в двох аспектах. Перший з них (інтернальний) пов'язаний з використанням трансфертних цін у ролі координатора комерційно-виробничої діяльності в межах ТНК. Другий аспект (зовнішній) пов'язаний з їх використанням як інструмента, за допомогою якого ТНК компенсує негативний вплив зовнішнього середовища.

Трансфертне ціноутворення ґрунтується на п'яти основних методах: витратному, ринковому, фактичному, договірному та змішаному [69; 79, с.169–171].

У випадку витратного трансфертного ціноутворення ціна встановлюється на рівні витрат. Застосовуються три методи визначення ціни на підставі витрат:

- змінних витрат на одиницю продукції;
- повних витрат, коли враховуються перемінні й постійні витрати на одиницю продукції;
- з урахуванням граничних витрат, тобто до базової ціни, що враховує постійні та перемінні витрати на одиницю продукції, додається надбавка.

При ринковому трансфертному ціноутворенні ціни на внутрішньо-корпораційні постачання встановлюються виходячи із ринкових цін.

При фактичному трансфертному ціноутворенні визначена частина прибутку включається на кожному етапі виробничого циклу або при розподілі продукції між підрозділами ТНК, що забезпечує рентабельність кожного підрозділу. При цьому методі ТНК використовує такі підходи для визначення норм прибутку для своїх підрозділів:

- відповідно до галузевих норм;
- за товарообігом (прибуток визначається для кожного підрозділу за обсягом товарообігу, що забезпечує цей підрозділ);
- за витратами;
- за трудовими витратами.

При договірному трансфертному ціноутворенні ціни встановлюються на підставі результатів переговорів і консультацій між підрозділами ТНК. При цьому методі ТНК використовує такі інструменти:

- надання підрозділу, що продає, права реалізовувати продукцію як на інтернальних, так і на зовнішніх ринках;
- надання підрозділу, що купує, права здобувати продукцію і на інтернальних, і на зовнішніх ринках;



– корпоративний арбітраж.

У разі змішаного трансфертного ціноутворення застосовується комбінація всіх визначених вище методів. Так, нижню межу ціни можна визначити витратним методом, а верхню — ринковим методом, після чого обирають одну з цін залежно від цілей і завдань ТНК.

## **9.2. Торгівля через торговельно-посередницьку ланку (непрямий метод)**

За непрямого методу купівля і продаж товарів здійснюються через торговельно-посередницьку ланку на підставі укладання договору з торговельним посередником, який виконує певні зобов'язання у зв'язку з реалізацією товару продавця.

Торговельні посередники — це юридичні особи (фірми, організації, установи і т. ін.), що сприяють обміну товарів і незалежні від виробників та споживачів. Їх безпосередня функція — поєднання продавців і покупців, пов'язування попиту та пропозиції.

Торговельне посередництво охоплює широке коло послуг:

- пошук іноземного контрагента;
- підготовка і укладання договору;
- кредитування сторін і надання гарантій оплати товару покупцем;
- здійснення транспортно-експедиторських операцій;
- страхування товарів при транспортуванні;
- виконання митних формальностей;
- проведення рекламних та інших заходів щодо просування товарів на зовнішні ринки;
- здійснення технічного обслуговування та інші послуги.

Торговельний посередник несе певні витрати в своїй діяльності, основними з яких є:

- заробітна плата управлінського персоналу і працівників сервісних служб;
- амортизаційні відрахування на будівлі, спорудження, канцелярське устаткування, машини;
- витрати на підтримку будівель, споруджень, на зв'язок, рекламу, представницькі витрати;

- митні та транспортно-експедиторські витрати;
- витрати на підтримку субагентської мережі;
- податки і збори.

Більше половини всіх товарів, залучених у міжнародний товарообіг, реалізується за сприяння торгових посередників. Їхніми послугами широко користуються в зовнішній торгівлі США, Великої Британії, Нідерландів, Швеції, Японії та інших країнах.

До використання торговельно-посередницької ланки звертаються:

- у разі збуту стандартного промислового устаткування і споживчих товарів;
- при реалізації великими фірмами другорядних видів продукції;
- при реалізації продукції на віддалених, важкодоступних і слабо вивчених ринках, ринках малої ємності;
- при просуванні нових товарів;
- при відсутності в країнах-імпортерах власної збутової мережі;
- при монополізації великими торговельно-посередницькими фірмами ввезення в країну певних товарів;
- великі фірми при невеликому обсязі експортно-імпортних операцій;
- при здійсненні епізодичних зовнішньоторговельних операцій малими і середніми фірмами.

Переваги непрямого методу торгівлі полягають у тому, що:

- фірма-експортер не вкладає коштів в організацію збутової мережі на території країни-імпортера, оскільки торговельно-посередницькі фірми володіють власною матеріально-технічною базою (складськими приміщеннями, ремонтними майстернями). Це полегшує освоєння нових ринків;
- експортер звільняється від діяльності, пов'язаної з реалізацією товару (доставка імпортеру, упакування, пристосування до вимог місцевого ринку, оформлення документації);
- посередники мають у своєму розпорядженні великі можливості в організації реклами, виставок, ярмарків;
- з'являється можливість використовувати капітал торговельно-посередницьких фірм для фінансування угод на основі короткострокового і середньострокового кредитування;
- торговельні посередники мають стійкі ділові зв'язки з банками, страховими і транспортними компаніями;

- на ринки окремих товарів, монополізованих торговельно-посередницькими фірмами, можна потрапити тільки за умови використання посередницької ланки.

Недоліком непрямого методу торгівлі є позбавлення експортером безпосередніх контактів з ринками збуту, а також залежність його від сумлінності й активності торгового посередника.

Особливості діяльності торговельних посередників у сучасних умовах:

- розширення напрямів і сфер торговельно-посередницької діяльності, що здійснюється за окремими товарами (номенклатурою), видами діяльності (оптові, роздрібні, посылкові), здійснюваними операціями (експортні, імпортні), наданими послугами, характером угод і функціями. Зростає спеціалізація посередників на операціях з певною групою товарів. Розширюється надання різних видів послуг у комплексі: операції щодо організації збуту (пошук контрагентів, укладання угод від імені продавця, надання гарантій оплати товару покупцем, дослідження ринків, проведення рекламних компаній), транспортно-експедиторські операції; фінансування торговельних операцій; надання технічних послуг і післяпродажного технічного обслуговування; надання інформації про ринки;
- прив'язування торговельних посередників до виробників машин і устаткування;
- зосередження переважної більшості торговельно-посередницьких операцій у руках невеликої кількості ТНК, що мають свої фінансові, страхові компанії, флот, склади запасних частин. Це дає їм можливість здійснювати купівлю-продаж за свій рахунок, фінансування операцій, страхування, транспортування, технічне обслуговування, виробництво й оброблення;
- посилення впливу на торговельних посередників транснаціональних корпорацій, що координують сферу й особливості їхньої діяльності шляхом поділу ринків збуту;
- підпорядкування великим промисловим компаніям дрібних і середніх торговельно-посередницьких фірм шляхом системи франшиз, тобто довгострокових договорів з наданням виключного права на реалізацію товарів і послуг зі збереженням торгової марки виробника;

- підпорядкування торговельним монополіям дрібних і середніх фірм-експортерів і виробників у країнах, що розвиваються. Через них скуповується сировина, яку вони самостійно переробляють і реалізують ними через власні роздрібні магазини;
- участь торговельно-посередницьких фірм у міжнародних консорціумах для здійснення великих будівельних проектів (здійснюють закупівельно-збутові операції для цих підприємств).

### **Торговельно-посередницькі операції**

Торговельно-посередницькі операції — це операції, пов'язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробника-експортера незалежним від нього торговим посередником за укладеною між ними угодою чи окремим дорученням.

Види торговельно-посередницьких операцій класифікуються залежно від характеру взаємин між виробником-експортером і торговим посередником, а також функцій, виконуваних торговим посередником, на:

- операції з перепродажу;
- комісійні;
- агентські;
- брокерські (табл. 9.1).

Таблиця 9.1

### **Види міжнародних посередницьких операцій**

Посередницькі операції	Торгові посередники	Головні функції посередників				Характер повноважень
		Дія від свого імені	Підписання контракту	Ведення переговорів	Придбання товарів у власність (фінансування угоди)	
1. Операції з перепродажу	а) купці, столхолдери, дилери, оператори; б) дистрибутори	+	+	+	+	Посередники укладають угоди з третіми особами від свого імені та за свій рахунок (договір поставки)

Продовження табл. 9.1

2. Комісійні операції	а) комісіонери; б) консигнатори	+	+	+	-	Посередники укладають угоди з третіми особами від свого імені, але за рахунок довірителя (договір комісії)
3. Агентські операції	а) торговельні комерційні агенти; б) агенти-представники	-	+	+	-	Посередники укладають угоди з третіми особами від імені і за рахунок довірителя (агентський договір або договір доручення)
4. Брокерські операції	брокери, маклери, куртьє	-	-	+	-	Посередники, що не мають права укладати угоди з третіми особами

**Операції з перепродажу товарів** здійснює торговий посередник від свого імені і за свій рахунок, тобто він сам виступає стороною договору як з експортером, так і з кінцевим покупцем, і стає власником товару після його оплати.

Операції з перепродажу товарів бувають двох видів.

В операціях першого виду торговий посередник стосовно експортера виступає як покупець, що здобуває товари на основі договору купівлі-продажу. Він стає власником товарів і має право реалізовувати їх на свій розсуд на будь-якому ринку і за будь-якою ціною. Після виконання сторонами своїх зобов'язань за договором купівлі-продажу відносини між експортером і торговим посередником припиняються. Таких посередників називають дилерами.

В операціях другого виду експортер надає торговому посереднику, що іменується торговцем за договором (дистриб'ютором), право продажу своїх товарів на визначеній території упродовж погодженого терміну на основі договору про надання права на продаж (дистриб'юторська угода).

Дистриб'ютор продає товар від свого імені і за свій рахунок. Посередництво дистриб'ютора полягає в просуванні товару від експор-

тера до кінцевого споживача на визначеній території. Торговець за договором відповідає за всі ризики, пов'язані з псуванням чи утратою товару, а також неплатоспроможністю покупців.

У дистриб'юторському договорі про надання права на продаж установлюються тільки загальні умови, що регулюють взаємини сторін щодо реалізації товарів на визначеній території. Для виконання цього договору сторони укладають окремі контракти купівлі-продажу товарів, згідно з якими посередник здобуває товар експортера, а потім реалізує його кінцевому споживачеві (третім особам) від свого імені і за свій рахунок. У цих контрактах визначається кількість і якість товару, що поставляється, валютно-фінансові умови постачання, гарантії якості, порядок надання реклаमाцій тощо.

Умови угоди купівлі-продажу між торговцем за договором і кінцевим покупцем повинні відповідати умовам договору про надання права на продаж між експортером і торговцем за договором.

У договорі про надання права на продаж визначається територія, на якій дистриб'ютору надається право продажу товарів експортера. Вона називається договірною територією і за її межами торговець за договором не має права без письмового дозволу експортера продавати товар.

Право на продаж буває:

- простим, за якого експортер залишає за собою право продавати на договірній території товари самостійно і через інших посередників;
- винятковим (монопольне застереження), коли експортер зобов'язується на договірній території продавати визначені товари тільки певного дистриб'ютора. Експортер також може зобов'язатися заборонити своїм вітчизняним та іноземним покупцям продавати товари на договірній території;
- винятковим з обмеженнями, коли експортер зберігає за собою право продажу товарів на договірній території безпосередньо третім особам. Це можливо в тих випадках, якщо посередник відмовився купити товар за цінами і на умовах, запропонованих експортером; якщо товари поставляються державним організаціям; складають частину компенсаційної угоди; є комплектуючою частиною устаткування, машин, що поставляються експортером іншому клієнту.

У договорі про надання права на продаж визначається ціна і способи виплати винагороди.

У договорі визначаються обов'язки дистриб'ютора, не пов'язані з реалізацією товару:

- у застереженні про неконкуренцію вказується, що торговець, за договором не може без згоди експортера представляти на договірній території жодної фірми, яка є конкурентом експортера, і не може продавати товари, конкурентні для товару експортера;
- застереження про мінімальний обсяг продажів передбачає мінімальну суму, на яку посередник зобов'язується закупити товари упродовж визначеного терміну, або визначає кількість товарів з розбивкою за термінами постачання, чи містить застереження про те, що продажі повинні здійснюватися на таку суму або кількість, за яких його частка на ринку буде не нижчою від визначеного відсотка;
- обов'язки дистриб'ютора з організації технічного обслуговування: забезпечення обслуговування упродовж гарантійного терміну, проведення ремонту після закінчення терміну гарантії, утримання складу запасних частин і майстерень з ремонту тощо;
- дистриб'ютор зобов'язаний здійснювати рекламу за свій власний рахунок або частково за рахунок експортера;
- посередник інформує експортера про становище на ринку, свою діяльність щодо продажу товарів, про інших своїх експортерів. Він охороняє інтереси експортера, зобов'язується не ставити його товари в гірші умови, ніж товари інших експортерів.

Якщо посередник перебуває в країні експортера, то до його обов'язків може входити одержання замовлень від іноземних покупців і розміщення їх у виробника від свого імені і за свій рахунок. Якщо посередник перебуває в країні-імпортері, то до його обов'язків можуть входити організація складу, постачання товарів зі складу кінцевому споживачеві, здійснення реклами, демонстрація зразків товарів на складі тощо.

За умовами договору експортер, як правило, надає в розпорядження дистриб'ютора докладну технічну документацію, надає йому підтримку у вирішенні технічних питань, що виникають у процесі продажу товарів. Крім того, він надає посереднику пільги для створення

резерву запасних частин, частково або повністю компенсує витрати щодо технічного обслуговування, реклами тощо.

Оскільки за умовами угоди посередник продає товари від свого імені і за свій рахунок, то експортер не має яких-небудь взаємин з покупцем і останній не може висувати претензій до експортера.

Дистриб'юторські угоди вигідні експортерам і дистриб'юторам.

Експортер одержує можливість виходу на нові ринки; його товар рекламується на цих ринках упродовж декількох років; він упевнений у збуті продукції; дистриб'юторська фірма має власну збутову мережу чи засоби на її створення, а дистриб'юторські угоди супроводжуються договорами купівлі-продажу на постачання товарів і гарантують одержання платежу за товар відразу після постачання товару (якщо тільки товари не поставляються в кредит); виключаються ризики збитків від втрати чи ушкодження товарів на території чужої країни.

Для дистриб'ютора ці договори цікаві тим, що, порівняно з іншими посередниками, вони мають більшу комерційну незалежність, самостійно встановлюючи ціни; часто здобувають монопольне право на продаж товарів експортера на своїй території.

Угоди з дистриб'ютором підписуються на тривалий термін (2–5 років) з наступним продовженням за згодою сторін. Такі угоди укладаються, як правило, на реалізацію машинно-технічних, сировинних та споживчих товарів.

**Комісійні операції** здійснюються між комісіонером (посередником) та комітентом. За цією операцією, комітент доручає комісіонеру від імені комісіонера, але за рахунок комітента здійснити операцію купівлі-продажу з третім контрагентом. Платіж за поставлені товари одержує комісіонер. Посередником комісіонер є тільки для комітента. Для третього контрагента комісіонер буде стороною контракту купівлі-продажу, а саме — продавцем, якщо комісіонеру доручено щось продати, чи покупцем, якщо комітент доручає комісіонеру щось купити.

З комітентом комісіонер регулює взаємини на підставі договору комісії (комісійного договору), що зазвичай носить разовий характер. Згідно з комісійним договором, комісіонер не купує товари комітента, а тільки укладає угоди з купівлі-продажу товарів за рахунок комітента, тобто комітент залишається власником товару до його пере-



дачі в розпорядження кінцевого покупця. Таким чином, комісіонер, здійснюючи операцію, ні на один момент не стає власником товару, і товар надходить прямо від продавця до покупця.

Іноді при здійсненні комісійних операцій товар комітента передається у володіння комісіонера, який при цьому не стає його власником. Власником залишається комітент. Ризик випадкової загибелі чи випадкового пошкодження товарів, за відсутності іншої домовленості, несе комітент, а комісіонер зобов'язаний вживати заходів щодо забезпечення схоронності довірених йому товарів і відповідати за їхню втрату чи пошкодження, якщо це відбудеться з його вини.

У договорі комісії застережуються:

- мінімальні і максимальні ціни при експорті й імпорті. При цьому застережується, щоб завищення цін не стало причиною зниження конкурентоспроможності товару;
- терміни постачань обговорених партій товарів;
- граничні технічні та якісні характеристики товарів;
- відповідальність комітентів перед комісіонерами і комісіонерів перед комітентами;
- розміри і порядок виплати комісійних винагород, що можуть визначатися як відсоток від суми угоди (в середньому до 10%) чи як різниця між ціною, призначеною комітентом, і ціною реалізації комісіонера;
- умови платежу.

Одним із різновидів комісійних операцій є **операції консигнації**. Їхня суть полягає в постачанні експортером (консигнантом) посередникові (консигнатору) товару для реалізації на ринку протягом певного терміну. Консигнатор у міру реалізації товару зі складу здійснює платежі консигнанту.

На умовах консигнації реалізуються товари масового виробництва, в сталому і швидкому збуті яких експортер не впевнений. Такі операції використовуються також в разі слабкого освоєння ринку чи при постачаннях товарів, які недостатньо відомі місцевим покупцям.

Консигнаційні операції проводяться на підставі договору консигнації, згідно з яким одна сторона (консигнатор) зобов'язується за дорученням іншої сторони (консигнанта) упродовж терміну договору консигнації за установлену винагороду продавати від свого імені і за рахунок консигнанта поставлені на склад у країні консигнатора товари.

Товари залишаються власністю консигнанта до моменту їхнього продажу третій стороні.

У договорі консигнації вказують:

- суму цін товарів, які одночасно зберігаються на складі і поповнюються в міру їхньої реалізації;
- термін консигнації, упродовж якого ця сума повинна бути реалізована (наприклад, товари на суму 100 тис. дол., термін консигнації — 3 роки);
- обов'язки консигнатора та консигнанта;
- умови платежу. Встановлюється валюта платежу, обумовлюється, після закінчення якого терміну від моменту продажу товарів консигнатором здійснюється платіж на користь консигнанта (платіж здійснюється в міру реалізації товару). Платіж вважається виконаним після того, як консигнант підтвердить його одержання і правильність (платежі виконуються за календарними періодами по відкритому рахунку з наданням консигнатором банківської гарантії чи акцептом тратт на суму консигнації, оскільки, по суті, консигнанти кредитують консигнаторів на середній термін реалізації товару);
- спосіб консигнації, обраний сторонами:
  - а) безповоротну, тобто якщо якась частина товарів, обумовлених договором консигнації, не буде реалізована консигнатором, то останній зобов'язаний купити їх у консигнанта за тверду суму;
  - б) частково поворотну, коли консигнатор зобов'язується реалізувати товари на визначену частину суми, а товари на суму, що залишилася, якщо їх не вдасться реалізувати, повернути консигнантові;
  - в) поворотну, яка означає, що всі нереалізовані товари підлягають поверненню консигнантові;
    - мінімальні продажні ціни, нижче яких консигнатор не може продавати товар без попередньої письмової згоди консигнанта. При цьому вказуються базисні умови постачання товарів на консигнацію;
    - умови винагороди консигнатору.

Операції з консигнації мають ряд переваг: дають можливість консигнаторові впливати на рівень цін на ринку, підвищуючи їх у період підвищення попиту і знижуючи в період незадовільної реалізації; полегшують освоєння нових ринків, оскільки іноземні покупці мають

можливість ознайомитися з товаром шляхом їх огляду і за допомогою перевірки в роботі.

**Агентські операції** полягають у дорученні однією стороною, іменованою принципалом, незалежній від неї іншій стороні, іменованій агентом, здійснювати фактичні і юридичні дії, пов'язані з купівлею чи продажем товару на обговореній території за рахунок і від імені принципала.

Агентські операції відбуваються на основі агентської угоди, що укладається на визначений чи невизначений термін. Угода укладається на термін від року до п'яти років і в ньому передбачається можливість його продовження на погоджений чи невизначений термін (поки одна зі сторін не заявить про своє бажання перервати угоду).

Агенти за обсягом повноважень бувають із правом (торгові агенти, агенти-повірені) і без права (агенти-представники) укладати угоди від імені і за рахунок принципала.

Агента як незалежного посередника (торгового агента) характеризують такі риси:

- він є юридичною особою, зареєстрованою в торговому реєстрі;
- не перебуває в трудових відносинах із принципалом і діє тільки як його представник у рамках відповідальності, покладеної на нього агентською угодою;
- самостійно і за певну винагороду здійснює свою діяльність;
- не бере участі в угоді купівлі-продажу, не купує за свій рахунок товар, а лише сприяє здійсненню угоди;
- не підлягає прямому контролю з боку принципала.

Права, надані агенту на здійснення операцій на певній території, бувають простими, винятковими і винятковими з обмеженнями.

Просте право визначається шляхом внесення в угоду умови про прямі продажі, відповідно до якої принципал зберігає за собою право вести переговори з покупцями, що перебувають на території агента, без участі останнього.

Якщо агенту надається виключне право (цю умову іноді називають монопольним застереженням), то товари принципала не надходять на територію агента через посередників третіх країн.

У разі надання агенту виключного права з обмеженнями, принципал зберігає за собою право безпосередньо постачати товари певним покупцям чи певній категорії покупців (наприклад, державним підприємствам та організаціям).

Інколи в агентську угоду включається умова про надання агенту права продавати товари принципала поза виділеною для агента територією (позатериторіальне застереження).

Зобов'язання торгового агента фіксуються в договорі, для чого вносяться спеціальні застереження:

- застереження про неконкуренцію, відповідно до якого:
    - а) агент не має права пропонувати, купувати чи здійснювати рекламу товарів, що є конкурентними для товарів принципала, а також представляти інші фірми, що є конкурентами на договірній території;
    - б) агент зобов'язаний зберігати виробничі і ділові секрети як під час, так і після закінчення терміну договору;
    - в) не має права виступати як агент в інтересах конкурентів чи брати участь у капіталі цих фірм;
    - г) зобов'язаний сповіщати принципала про порушення його монопольних прав і вживати заходів до їх захисту;
  - застереження про мінімальний оборот, відповідно до якого агент зобов'язаний здійснювати посередництво по укладанню контрактів у обсязі, не меншому від погодженої суми (мінімальної квоти), що встановлюється на визначений період (як правило, рік). Застерігаються також наслідки для агента на випадок недосягнення розміру продажів чи його перевищенні;
  - застереження делькредере, згідно з яким агент гарантує принципала від збитків, що можуть виникнути внаслідок несплати ціни особою, що купила товар при сприянні агента, а також зобов'язується відшкодувати принципалу збитки, що виникають через неплатоспроможність покупця в межах заздалегідь установленної суми;
  - здійснює рекламу за свій рахунок відповідно до інструкцій принципала;
  - здійснює післяпродажне технічне обслуговування. Розмір наданих послуг спеціально застерігаються, а сума винагороди за них сплачується понад комісійні;
  - надає інформацію і звітність принципалу.
- Агент-представник виконує менший обсяг функцій. Його обов'язки:
- проводити маркетингові дослідження та інформувати принципала про тенденції ринку;

- надавати принципалу інформацію про технічні вимоги до товарів і ціни;
- інформувати принципала про запити споживачів, передбачувані розміщення замовлень;
- створювати сприятливу думку про принципала і його товари в ділових колах і здійснювати рекламу;
- сприяти укладанню і реалізації контрактів;
- організовувати ділові контакти принципалів з імпортерами товарів, урядовими й іншими організаціями, від яких залежать рішення про розміщення замовлень.

Винагорода агента фіксується в агентській угоді. В ній насамперед визначається момент виникнення права агента на винагороду і дата її сплати.

Як правило, агент має право на винагороду від угод, не виконаних з вини принципала. Сплата винагороди відбувається у встановлений термін.

Агент із виключним правом може одержувати винагороду за всі угоди принципала на закріпленій території, навіть якщо вони укладені без сприяння агента.

В агентській угоді передбачаються обов'язки принципала, який повинен:

- передати агенту (безкоштовно або за плату) матеріали, необхідні для здійснення його діяльності (зразки, креслення, каталоги);
- повідомити умови угоди;
- вчасно сповістити агента, якщо не може прийняти замовлення, передане агентом.

Принципал має право:

- змінювати ціни;
- контролювати ціни угод, укладених агентом від його імені. Це важливо в умовах зміни валютних курсів, підвищення митних платежів, введення квот у країні імпортера;
- реєструвати торгові марки товарів, що реалізуються через агента.

**Брокерські операції** — встановлення через професійного посередника (брокера — в англо-американському праві, маклера — в німецькому, куртє — у французькому) контакту між продавцем і покупцем, що сприяє укладанню угоди між зацікавленими клієнтами.

Брокери допомагають збуту і придбанню великих партій товарів (як правило, біржових та аукціонних товарів), але самі стороною договору ні продавцем, ні покупцем не виступають. Їхнє завдання — знайти покупця для продавця і продавця для покупця і сприяти підписанню контракту між ними. Отже, брокер не є представником, він не перебуває в договірних відносинах ні з покупцем, ні з продавцем і діє за окремими дорученнями.

Схематично роботу брокера можна описати так. Експортер із країни А звертається до брокера країни В з проханням підшукати покупця в будь-якій країні на певний товар. Брокер звертається до імпортера країни С з пропозицією купити товар у експортера. При згоді сторін брокер зводить контрагентів, які підписують контракт. Експортер поставляє в країну С свій товар.

Функції брокера:

- надання замовнику комерційної інформації про стан ринку;
- пошук контрагента та ведення з ним переговорів;
- підготовка проекту контракту та направлення кожній стороні підписаних відповідним чином примірників контракту;
- доставка сторонам іншої документації щодо здійснення угоди;
- контроль за виконанням контракту та пред'явленням реклаमाцій;
- надання гарантії платоспроможності покупця;
- підбір партії товару певного асортименту.

Брокер не має права представляти інтереси іншої сторони в угоді, а також приймати від іншої сторони винагороди, за винятком випадків, коли на це мається згода клієнта. У ряді випадків посередниками виступають два брокери: від покупця і від продавця.

За посередницьку діяльність брокер одержує винагороду (брокеридж) і, як правило, від тієї сторони, яка до нього звернулася першою. Його розмір при товарних операціях встановлюється в межах від 0,25% до 2–3%.

У випадку разового звертання до брокера угоди з ним не підписують. Якщо відносини довгострокові, то їх оформляють договором.

### ***Торговельно-посередницькі фірми***

Якщо збут організують через торговельно-посередницьку ланку, то експортер вирішує проблему підбору фірми-посередника. Пра-

вильний вибір посередника багато в чому визначає ефективність угоди. При виборі посередника аналізується ступінь солідності фірми, розглядається, наскільки сумлінно вона виконує свої обов'язки, її діловий авторитет, можливість технічного обслуговування, професійний рівень інженерно-технічного обслуговування, наявність матеріально-технічної бази.

Вибір фірми-посередника визначається й тим, наскільки велике в неї коло клієнтів, оскільки експортер воліє звернутися до посередника, в якого він є єдиним принципалом із продажу певного товару.

До торгово-посередницьких фірм належать фірми, що в юридичному й господарському плані незалежні від виробника і споживача товарів. Вони діють з метою отримання прибутку. Прибуток можна отримувати двома способами:

- як різницю між цінами закупівлі товарів у експортера і цінами, за якими ці товари продають покупцям;
- у вигляді винагороди за надані послуги щодо просування товарів на зовнішні ринки.

Основним видом діяльності торгово-посередницьких фірм є комерція. Проте найбільші з них в окремих випадках здійснюють і виробничу діяльність (оброблення закуповуваних товарів), транспортування вантажів, страхування. Ці функції допомагають здійсненню торгової діяльності.

Торгово-посередницькі фірми залежно від характеру здійснюваних операцій поділяють на торгові, комісійні, агентські, брокерські.

**Торгові фірми** здійснюють операції з перепродажу за свій рахунок і від свого імені. Вони працюють в основному з постійними поставальниками, з якими будуються довгострокові відносини. За характером здійснюваних операцій розрізняють торгові дома, експортні, імпортні, оптові, роздрібні фірми, дистриб'ютори, стокисти.

Торгові дома зазвичай являють собою транснаціональні корпорації конгломератного типу, які поряд із зовнішньоторгівельною компанією включають виробничі, банківські, страхові, транспортні, роздрібні й інші фірми. Торговий дім не обмежує свою діяльність рамками якої-небудь однієї товарної групи. Він здійснює за свій рахунок експортно-імпортні товарообмінні й інші зовнішньоторгівельні операції за широкою номенклатурою товарів і послуг та реалізує комплекс угод, взаємозалежних за ефективністю, зацікавленістю

партнерів, за взаємними розрахунками з одночасним використанням різних форм зовнішньоекономічних зв'язків.

Торгові дома виконують такі функції:

- закупають товари у виробників чи оптовиків своєї країни і перепродують їх за кордоном;
- купують іноземні товари за кордоном і перепродують їх місцевим оптовикам чи роздрібним торговцям, промисловим споживачам;
- виконують окремі комісійні доручення;
- надають послуги в сфері страхування, ремонту й технічного обслуговування, складування, інжинірингу, фінансів;
- вкладають кошти у виробництво, купують у повну власність підприємства, передають устаткування в оренду (лізинг), надають кредити;
- здійснюють інвестиційне співробітництво з іноземними партнерами у будівництві об'єктів.

Експортні фірми являють собою торгові підприємства, які закупають за свій рахунок товари на внутрішньому ринку, а потім перепродують їх від свого імені за кордоном. Вони іноді виконують комісійні доручення, виступаючи комісіонерами закордонних фірм.

Експортні фірми залежно від виконуваних функцій і номенклатури товарів поділяються на:

- спеціалізовані, які торгують яким-небудь одним товаром або товарами, подібними за номенклатурою. При цьому на угоди по якій-небудь одній групі товарів має припадати понад 50% продажів. Товарами збуту переважно є товари легкої і лісопаперової промисловості;
- універсальні, які торгують різноманітним асортиментом масових споживчих товарів і вивозять продукцію декількох галузей. Ці фірми закупають товари багатьох підприємств, розміщених у різних районах, і продають їх у кілька країн. Угоди укладаються за наявними в них зразками товарів;
- фірми, що експортують сільськогосподарську продукцію (зерно, бавовну, вовну, чай, каучук, каву, шовк і т.п.). Ці фірми працюють на ринках (найчастіше країн, що розвиваються), де споживачі і виробники, внаслідок їх розосередженості і чисельності, не мають можливості організувати власну мережу кана-



лів збуту. Вони вдаються до послуг посередників-заготівників, які зв'язують їх з безпосередніми виробниками (фермерами). Посередники-заготівники контролюють значну товаро-заготівельну мережу: від скупників, що здобувають товари безпосередньо в окремих виробників на місцевих базах, до торговців-пакувальників, які перепродують їх експортним фірмам.

Імпортні фірми, являють собою торгові підприємства, що закуповують за свій рахунок за кордоном товари, а потім продають їх на внутрішньому ринку промисловим, оптовим і роздрібним торговцям. Ці фірми мають на складах товарні запаси і за потребою негайно постачають на внутрішній ринок.

Найбільшу частину імпорتنих фірм у промислово розвинутих країнах посідають фірми, що спеціалізуються на закупівлі й реалізації обмеженої кількості однотипних сировинних і продовольчих товарів (чай, кава, тютюн, цукор, прянощі, текстильна сировина). Їхніми функціями є не тільки імпорт, а й сортування, складання асортименту, розфасування, упакування. Імпортні фірми закуповують товари безпосередньо в іноземних експортерів через:

- товарні біржі;
- аукціони;
- постійні закупівельні контори, що відкриваються імпортними фірмами за кордоном.

Зростає значення імпорتنих фірм у торгівлі машинами й устаткуванням, оскільки вони беруть на себе післяпродажне технічне обслуговування. Багато імпорتنих фірм мають у своєму розпорядженні широку мережу дилерів, які безпосередньо реалізують машини й устаткування споживачам і здійснюють післяпродажне обслуговування.

Оптові фірми — це підприємства, що виступають як посередники між промисловими або заготівельними підприємствами й роздрібними торговими фірмами. Вони закуповують за свій рахунок товари за кордоном великими партіями і реалізують їх на місцевому ринку окремим споживачам більш дрібними партіями, одержуючи прибуток за рахунок різниці в ціні.

Роздрібні фірми — це підприємства, що зазвичай самостійно виконують експортно-імпортні операції. Свою діяльність вони реалізують через створення власних закордонних філій у вигляді магазинів

роздрібною торгівлі, а також через організацію представництв і агентств із закупівлі товарів у дрібних місцевих виробників. Великі роздрібні фірми мають у своєму розпорядженні широкую мережу своїх філій, дочірніх компаній і закупівельних контор за кордоном.

Розрізняють також посилкові роздрібні фірми, які приймають замовлення від іноземців і громадян, що проживають за межами своєї країни.

Дистриб'ютори — це фірми, що зазвичай містяться в країні імпортера і здійснюють в основному імпортні операції із купівлі-продажу товарів від свого імені і за свій рахунок на підставі угоди про надання їм права на продаж.

Стокісти — це фірми в країні імпортера, що здійснюють операції з експорту й імпорту за спеціальним договором про консигнаційний склад. Цей договір є доповненням до основного договору про надання права на продаж, до агентського договору, договору комісії.

Стокісти мають у своєму розпорядженні власні склади, купують і продають товари за свій рахунок і від свого імені, їхня функція іноді є однією з додаткових функцій оптової фірми.

Діяльність **комісійних фірм** пов'язана з комісійними посередницькими операціями. Вони виконують разові доручення комітентів від свого імені, але за рахунок комітентів. Залежно від виду здійснюваних операцій і характеру взаємин з комітентом розрізняють експортні й імпортні комісійні фірми.

Комісійні експортні фірми виступають представниками продавця або покупця.

Комісійна фірма — представник продавця виконує доручення вітчизняного виробника-експортера з продажу його товарів на закордонному ринку. До її обов'язків входять своєчасне постачання товару покупцеві, фінансування і документальне оформлення угоди, виконання всіх формальностей у країні покупця, здійснення гарантійного технічного обслуговування (за узгодженням сторін), організація збереження товарів у своїй країні чи за кордоном (за дорученням комітента). Комісійну винагороду фірма одержує від виробника-експортера.

Комісійна фірма — представник покупця виконує доручення іноземного покупця по закупівлі товарів на ринку своєї країни і розміщує замовлення іноземних імпортерів у виробника своєї країни. До

обов'язків фірми входять також транспортування і страхування вантажів, підписання контракту і здійснення розрахунків від імені покупця. Комісійну винагороду фірма одержує від покупця.

Серед комісійних фірм-представників покупця найважливіше місце посідають конфірмаційні доми. Їхньою характерною рисою є прийняття на себе ризику за кредитами, які від імені виробника-експортера вони надають покупцям; крім того, ці фірми фрахтують, страхують і кредитують імпортера, якщо він цього вимагає, здійснюючи платіж готівкою за поставлені експортером товари.

Комісійні імпортні фірми є представниками покупців своєї країни; вони розміщують замовлення в іноземних виробників від свого імені за рахунок вітчизняних комітентів. Вони також надають комітентам різні послуги, наприклад, складають інформаційні огляди кон'юнктури товарних ринків, стежать за відвантаженням товарів, підтримують контакт із постачальниками, для чого мають за кордоном своїх представників, можуть одержувати від іноземних виробників товари на консигнацію.

**Агентські фірми** виконують агентські операції і виступають від імені і за рахунок принципала. Вони можуть самі укласти угоди від його імені і за його рахунок чи тільки бути посередником під час укладання угод. Характерними рисами агентських фірм є довгострокове представництво, тісний контакт із принципалом і юридично повна незалежність від нього.

Більшість агентських фірм мають західноєвропейське походження. Їхні філії спеціалізуються на імпорті-експорті готових виробів і послуг незалежних постачальників. Найбільшу активність ці фірми проявляють на ринках з обмеженою місткістю. Агентські фірми мають стабільні позиції в західноєвропейському експорті товарів і послуг у країнах, що розвиваються. Їхня частка в цих операціях становить 10–20%.

Залежно від місцезнаходження агентські фірми класифікуються на:

- а) агентів у країні принципала, до яких належать:
  - експортний агент — торгова фірма, що виступає за дорученням одного або невеликої кількості промислових фірм своєї країни на підставі агентського договору, що укладається між ними. Така фірма одержує від промислових фірм зразки, каталоги,

- прейскуранти і на їх основі шукає покупців. Великі фірми для одержання імпорتنих замовлень використовують свої закордонні відділення і збутові агентства. Транспортні витрати агентської фірми відшкодовуються промисловим підприємством;
- імпорнтний агент — торговельна фірма, що міститься в країні принципала і здійснює імпорнтні операції за його рахунок. Ці фірми можуть здійснювати додаткові послуги по збереженню товарів іноземних постачальників на наявних у них складах в очікуванні надходження замовлень, а також по рекламі для просування товарів на ринок;
  - б) агентів в іноземній державі, до яких належать:
    - закордонний збутовий агент — фірма, якій надане право компанією іншої країни діяти від її імені і за її рахунок на визначеній території в іноземній державі за встановленою номенклатурою товарів. Ці фірми організують збут товарів принципала на ринку, здійснюють технічне обслуговування машин і устаткування, створюють склади запасних частин, демонстраційні майданчики для показу устаткування, організують рекламу. Для великих фірм характерна наявність розгалуженої мережі власних відділень, філій і контор на території своєї країни;
    - іноземна закупівельна агентська фірма, що виконує операції по закупівлі товарів за кордоном для своїх принципалів. Її послугами користуються імпортери, що не мають за кордоном власних філій і не посилають туди своїх представників.

**Брокерські фірми** виконують брокерські операції. Це посередницькі фірми, що зводять контрагентів міжнародної торговельної угоди. За законодавством ряду країн, брокери не можуть виступати покупцями чи продавцями товарів, які їм доручено продати чи купити. Фахівців брокерських фірм характеризує високий професіоналізм, добре знання товару, цін на біржові товари, стан ринку, достатня поінформованість про запити покупців і можливості постачальників. Ці фірми підтримують міцні зв'язки з банками, що дозволяє їм іноді фінансувати угоди і видавати поручительства за кредитоспроможність покупців (делькредере).

### Підсумки глави

1. Метод міжнародної торгівлі — це організаційна форма і порядок здійснення експортно-імпортних операцій. На його вибір впливає характер продукції, масштаби виробництва, особливості цільових ринків, на яких буде реалізовуватися продукція, форма міжнародної торгівлі. Розрізняють прямий та непрямий методи експортно-імпортних операцій.

2. При прямому методі здійснення зовнішньоторговельних операцій передбачається встановлення прямих зв'язків між виробником (постачальником) і кінцевим споживачем. Особливим видом прямого методу є внутрішньокорпораційна торгівля між підрозділами однієї ТНК, за якої використовується механізм трансфертних цін. Трансфертні ціни — це умовно-розрахункові ціни продажу підрозділами ТНК один одному товарно-матеріальних цінностей.

3. При непрямому методі купівля та продаж товарів здійснюються через торговельно-посередницьку ланку на підставі укладання договору з торговельним посередником. Торговельні посередники — це юридичні особи, що сприяють обміну товарів і незалежні від виробників і споживачів. Види торговельно-посередницьких операцій класифікують залежно від характеру взаємин між виробником-експортером і торговим посередником, а також функцій, виконуваних останнім. Вони поділяються на операції з перепродажу (посередники укладають угоди з третіми особами від свого імені та за свій рахунок), комісійні операції (посередники укладають угоди з третіми особами від свого імені, але за рахунок довірителя), агентські операції (посередники укладають угоди з третіми особами від імені і за рахунок довірителя), брокерські (посередники, що не мають права укладати угоди з третіми особами).

Якщо збут організовується через торговельно-посередницьку ланку, то експортер вирішує проблему підбору фірми-посередника. При виборі посередника враховується ступінь солідності фірми, її фінансовий стан, діловий авторитет, можливість технічного обслуговування, наявність матеріально-технічної бази тощо. Торгово-посередницькі фірми залежно від характеру здійснюваних операцій поділяються на торгові, комісійні, агентські, брокерські. Вони отримують прибуток двома способами: як різницю між цінами закупівлі товарів у експортера і цінами, за якими ці товари продаються покупцям, а

також у вигляді винагороди за надані послуги з просування товарів на зовнішні ринки.

### **Ключові поняття**

Прямий та непрямий метод міжнародної торгівлі; внутрішньокорпоративна торгівля; трансфертні ціни; торговельні посередники; торговельно-посередницькі операції; операції з перепродажу товарів; комісійні операції; агентські операції; брокерські операції; дилери; дистриб'ютори; комісіонери; консигнатори; агенти; брокери; торговельно-посередницька фірма.

### **Запитання для самоконтролю**

1. Що розуміють під методом міжнародної торгівлі?
2. Охарактеризуйте сутність прямої торгівлі.
3. У чому полягають переваги та недоліки прямої торгівлі?
4. Охарактеризуйте внутрішньокорпоративну торгівлю.
5. Що розуміють під трансфертними цінами і для чого їх застосовують?
6. Які основні методи трансфертного ціноутворення?
7. Охарактеризуйте сутність непрямой торгівлі.
8. У чому полягають переваги та 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 сутність операцій з перепродажу?
14. У чому полягає сутність комісійних операцій?
15. У чому полягає сутність агентських операцій?
16. У чому полягає сутність брокерських операцій?
17. Які існують методи виплати винагороди посередникам у міжнародній торгівлі?
18. На які види поділяються торговельно-посередницькі фірми?

### **Запитання для обговорення**

1. Які основні тенденції внутрішньокорпоративної 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 у системі товаропротування?

### Набуття практичних навичок

Навчальну групу розподіліть на три малі групи, кожна з яких виконує такі індивідуально-групові завдання:

1. Підберіть та узагальніть матеріали по трансфертному ціноутворенню в різних країнах.
2. Підготуйте приклади розрахунку трансфертних цін.
3. Зберіть інформацію щодо складання міжнародного комерційного контракту купівлі-продажу торговельно-посередницьких послуг.
4. Проаналізуйте комерційні умови міжнародних договорів з торговельними посередниками, які установлені в окремих країнах.

### WEB-сайти

<b>www.corgov.net</b>	Публікується інформація про проблеми корпоративного управління ТНК.
<b>www.transferpricing.com</b>	Публікується інформація про проблеми трансфертного ціноутворення ТНК.
<b>www.cnnfn.com</b>	Надається інформація про новини світового бізнесу, фінансів.
<b>www.oecd.org</b>	Сайт ОЕСР, де є інформація в галузі корпоративного управління, розвитку торгівлі, сільськогосподарського та промислового виробництва.
<b>www.iccwbo.org</b>	Сайт Міжнародної торговельної палати, де розміщено інформацію про її діяльність у таких сферах, як господарське право, маркетинг тощо.
<b>www.eximbase.com</b>	Публікується інформація про всі підприємства України, що здійснюють експортно-імпортну діяльність.

## **ГЛАВА 10.**

### **ОРГАНІЗОВАНІ ТОВАРНІ РИНКИ**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- дати визначення поняттю «організовані товарні ринки»;
- пояснити особливості міжнародної біржової торгівлі;
- охарактеризувати біржові операції;
- розкрити специфіку діяльності міжнародних товарних аукціонів, міжнародних торгів, міжнародних ярмарок/виставок.

Організовані товарні ринки — це спеціально створені ринки певних товарів, які функціонують за встановленими правилами, що зафіксовані в міжнародних та національних нормативних актах і на яких у заздалегідь визначений час здійснюються міжнародні торгові угоди між продавцями та покупцями товару, формуюючи пропозицію й попит на нього.

Торгівля через такі ринки є непрямим методом проведення торговельних операцій. До організованих ринків належать міжнародні товарні біржі, міжнародні товарні аукціони, міжнародні торги, міжнародні виставки та ярмарки. Вони виступають посередниками між експортерами (виробниками, національними торговельно-посередницькими фірмами) та імпортерами (кінцевими споживачами, іноземними торговельно-посередницькими фірмами).

#### **10.1. Міжнародні товарні біржі**

##### **Сутність міжнародної біржової торгівлі**

Міжнародні товарні біржі — це постійно діючі оптові ринки, на яких відбуваються угоди купівлі-продажу, по-перше, на масові сировинні і продовольчі якісно однорідні і взаємозамінні товари (товари в матеріально-речовинній формі) і, по-друге, на «невловимі» товари (фінансові інструменти чи контракти фінансового типу).

Внаслідок прискороеного зростання біржової торгівлі фінансовими інструментами (товарні ф'ючерси, банківські відсоткові ставки, фондові індекси акцій, контракти на фрахтування, на державні цінні



папери) експерти ЮНКТАД уточнили зміст поняття «міжнародна товарна біржа»: «Сучасна товарна біржа — це фінансовий ринок, на якому різні групи його учасників (хеджери і спекулянти) торгують контрактами, прив'язаними до цін на сировину чи на так звані «нетоварні цінності» з метою запобігання цінового ризику і передачі його іншим учасникам ринку або, навпаки, прийняття цього ризику на себе в розрахунок дістати прибуток».

У розвинутих країнах і країнах, що розвиваються, нараховується близько 50 міжнародних товарних бірж із загальним оборотом понад 10 трлн дол., або близько 25 % від їхнього валового національного продукту [54, с.223]. На них реалізується продукція майже 160 найменувань. У міжнародному біржовому обороті товари в матеріально-речовинній формі представлені двома групами, що займають у ньому майже однакову частку: I група — сільськогосподарські і лісові товари і II група — промислова сировина і напівфабрикати.

Структура біржових товарів I і II груп (у відсотках до загального біржового товарообігу відповідної групи) характеризується такими даними:

**I група:**

- олійні товари (олієнасіння і продукти їхнього перероблення) — 38%;
- зернові товари — 22 %;
- продукція тваринництва — 18 %;
- продовольчі товари і текстиль — 20 %;
- лісові товари — 1,3 %;
- натуральний каучук — 1 %;

**II група:**

- паливні товари — 50 %;
- дорогоцінні метали — 30 %;
- кольорові метали — 20 %;

Основну частину міжнародного біржового обороту складають ф'ючерсні угоди («невловимі товари»), за якими не передбачається постачання реального товару. Обсяг біржового обороту за цими угодами становить 1,5 трлн дол. на рік (60–70% світового обороту). У світі нараховується 110 ф'ючерсних ринків по сільськогосподарських товарах і 40- по промисловій сировині і напівфабрикатах [22, с. 359].

Біржова торгівля характеризується такими особливостями:

- товар на біржі зазвичай відсутній;
- товар не повинен швидко псуватися і повинен бути представлений масово;
- на біржі продається і купується не визначена партія товару, а біржові контракти, що містять установлену біржею кількість товару певного сорту, типу, марки, терміну постачання;
- угоди укладаються на основі типових біржових контрактів;
- покупець одержує не товар, а варант (складське свідчення), що засвідчує здачу товару продавцем на біржовий склад. Варант підтверджує право власності на товар і, пред'явивши його, покупець може одержати товар з біржового складу;
- товар повинен бути придатний для стандартизації, тобто для створення класифікаційного стандарту, на підставі якого укладаються угоди без наявності товару;
- торгівля фінансовими інструментами перетворює біржу на сферу застосування капіталу, тобто на фінансовий інститут;
- торги проводяться на постійній і регулярній основі;
- біржа виступає посередником і тому не має права укладати контракт від свого імені;
- на основі біржових котирувань встановлюються ціни в позабіржовій торгівлі;
- немає прямого впливу держави на процес торгів.

Основна мета діяльності міжнародних товарних бірж:

- досягнення високої концентрації попиту та пропозиції в одному місці, що дає змогу визначити реальну збалансованість товарних ринків, спрямувати ресурси на забезпечення суспільства необхідними товарами, обмежити випуск товарів, пропозиція яких перевищує попит;
- регулювання оптового товарообігу на підставі ринкових законів;
- здійснення кваліфікованого посередництва між покупцями й продавцями;
- формування світових ринкових цін;
- установлення стандартів на біржові товари, розроблення типових контрактів, фіксація торговельних порядків;
- об'єднання продавців і покупців;
- створення умов для боротьби з монополістичними тенденціями шляхом залучення до біржової торгівлі великої кількості

продавців і покупців, забезпечення в процесі торгів гласності і конкуренції;

- створення передумов для мінімізації комерційного і фінансового ризиків (біржа гарантує виконання угод, використовує механізм страхування цінового ризику);
- надання учасникам біржового і позабіржового ринку інформації про стан попиту та пропозиції на товар, цін, рівні конкуренції.

Існує декілька напрямів сучасного розвитку біржової торгівлі.

1. Перехід на електронну біржову торгівлю.  
2. Розвиток міжбанківських зв'язків, перехід бірж на передові технології ведення біржової торгівлі, створює передумови для їхнього злиття і функціонування за уніфікованими правилами.

3. Зміни співвідношення між угодами на реальний товар і ф'ючерсними угодами на користь останніх.

4. Збільшення спекулятивних угод на ф'ючерсних біржах, на які припадає понад 95% усіх біржових угод. Це створило сприятливі умови для відмивання незаконно отриманих доходів.

5. Розвиток опціонної торгівлі, безпосередньо пов'язаний з ф'ючерсною торгівлею. Із загального сумарного обороту світового ф'ючерсного ринку приблизно  $\frac{1}{3}$  припадає на опціони.

6. Підвищення ролі міжнародних товарних бірж у встановленні та регулюванні цін на світових товарних ринках. На базі біржових котирувань провідних фірм здійснюється торгівля зерновими, кавою, какао-бобами, натуральним каучуком [22, с.385; 82, с.218].

У світі функціонує велика кількість різних видів товарних бірж, які класифікують за тими чи іншими ознаками [22, с. 386, 82, с. 210–213].

**За роллю у світовій торгівлі** біржі поділяються на міжнародні і національні.

Відмітними рисами діяльності міжнародних товарних бірж є те, що вони:

- обслуговують конкретні товарні ринки;
- біржові операції на них здійснюють представники різних країн;
- забезпечують вільний переказ прибутків, одержаних внаслідок біржових операцій;
- проводять арбітражні операції, тобто спекулятивні угоди з метою одержання прибутку на різниці цін на біржах різних країн.

Міжнародний характер бірж забезпечується відповідними валютним, торговельним і податковим режимами країн, де вони знаходяться.

До міжнародних, наприклад, належать усі біржі, розташовані в Чикаго і Нью-Йорку, Лондонська біржа металів, Лондонська ф'ючерсна й опціонна біржа.

Міжнародними вважаються також біржі, що обслуговують регіональні ринки. Діапазон їхньої дії охоплює територію двох чи більше територіально пов'язаних країн (Лондонська, Паризька, Сіднейська та інші біржі).

Національні біржі проводять операції купівлі-продажу товарів у межах однієї країни.

**За номенклатурою реалізованих товарів** розрізняють універсальні і спеціалізовані біржі.

На універсальних біржах угоди укладають за широким асортиментом різноманітних товарів.

Спеціалізовані біржі бувають широкого профілю, де предметом угод є однотипні групи товарів (наприклад, Нью-Йоркська біржа кави, цукру, какао, зернова біржа в Міннеаполісі), і вузькоспеціалізовані, де предметом торгів є один вид товару (наприклад, біржі цукру, каучуку, вовни, зернобобових).

**За ступенем відкритості** розрізняють відкриті біржі (у біржових операціях беруть участь як члени біржі, так і відвідувачі торгів) і закриті біржі (у біржових операціях беруть участь тільки члени біржі).

За ознакою **організаційно-правових форм діяльності** товарні біржі створюються у вигляді акціонерних товариств відкритого типу, закритого типу, товариств із колективною відповідальністю та ін.

До найбільших світових товарних бірж належать біржі, представлені в табл. 10.1 [81, с.75–78; 22, с.373–378].

Таблиця 10.1

**Перелік найбільших товарних бірж**

Країна	Назва біржі	Основні предмети обороту
США	Чиказька торговельна біржа (створена в 1848 р.)	Зернові, олійні, бройлери, фанера, дорогоцінні метали, казначейські білети й облігації США, муніципальні облігації, індекси акцій і облігацій

Продовження табл. 10.1

	Чиказька товарна біржа (створена в 1919 р.)	Велика рогата худоба, свині, пиломатеріали, казначейські папери США, валюта, індекси акцій
	Нью-Йоркська торговельна біржа (створена в 1872 р.)	Мідь, сира нафта, дизельне паливо, бензин, газ пропан, платина, паладій
	Чиказька біржа рису та бавовни	Рис та бавовна
	Торгова палата Канзас-Сіті	Зернові культури та цінні папери
	Зернова біржа Міннеаполісу	Пшениця та інші зернові культури
	Новоорлеанська товарна біржа	Рис, бавовна, соя
	Біржа кофе, цукру, какао	Кофе, цукор, какао, вершкове масло, сир, молоко
	Нью-Йоркська біржа бавовни та цитрусових (в 1996 р. об'єдналася з Нью-Йоркською ф'ючерсною біржею)	Бавовна, концентрат апельсинового соку, картопля, газ пропан, операції з індексом долара та казначейськими білетами США
	Північноамериканська біржа (підрозділ Чиказької торгової біржі)	Зернові, олійні, велика рогата худоба, свині, дорогоцінні метали, казначейські білети США, валюта
<b>Велика Британія</b>	Лондонська міжнародна фінансова і ф'ючерсна біржі – ЛІФФЕ (створена в 1982 р.)	Фінансові інструменти: товарні ф'ючерси на каву, цукор, какао, цінні папери з фіксованим доходом, казначейські векселі, акції
	Лондонська біржа металів (створена в 1877 р.)	Промислові метали (мідь, алюміній, цинк, свинець, нікель, срібло та ін.)
	Міжнародна нафтова біржа (створена в 1980 р.)	Бензин, північноморська нафта «Брент», газойль, дизельне паливо, мазут
	Лондонська товарна біржа	Сільськогосподарська продукція: кава, какао, цукор, каучук, картопля, олійні, олії, соєве борошно та ін.
	Балтійська ф'ючерсна біржа	Картопля, пшениця, ячмінь, велика рогата худоба, свинина, соєвий шрот

## Продовження табл. 10.1

<b>Японія</b>	Токійська промислова товарна біржа	Золото, срібло, платина, каучук, бавовна та вовняна пряжа
	Токійська міжнародна біржа фінансових ф'ючерсів	Фінансові інструменти
<b>Австраля</b>	Сіднейська ф'ючерсна біржа	Вовна, худоба, золото, срібло, цінні папери.
<b>Бразилія</b>	Бразильська ф'ючерсна біржа (створена в 1986 р.)	Кава, худоба, боби сої, золото.
<b>Німеччина</b>	Європейська біржа – EUREX (створена в 1997 р.)	Торгівля опціонами на базі Німецького індексу акцій (ДАХ)
<b>Канада</b>	Винніпезька товарна біржа	Пшениця, ячмінь, овес, жито, насіння льону, золото
<b>Малайзія</b>	Товарна біржа Куала-Лумпура	Олово, каучук, пальмова олія
<b>Нідерланди</b>	Європейська опціонна біржа	Золото, срібло та ін.
<b>Франція</b>	Французька міжнародна ф'ючерсна біржа (створена в 1986 р.)	Фінансові інструменти, ф'ючерсні операції з кави, какао, цукру, біржові індекси
<b>Швеція</b>	Шведська опціонна та ф'ючерсна біржа	Фінансові інструменти

Найбільш значущими центрами біржової торгівлі є США, Велика Британія, Японія (98% міжнародного біржового обігу).

**Види та порядок проведення біржових операцій**

Біржові операції бувають двох основних видів: угоди на реальний товар і ф'ючерсні (термінові) угоди [22, с. 361; 54, с. 230; 81, с. 84–92].

**Реальні угоди** укладають з метою передачі прав власності на товар від продавця покупцеві за визначений грошовий еквівалент. Угоди завершуються фактичним постачанням товару. Залежно від терміну постачання розрізняють угоди з негайним постачанням і угоди з постачанням у майбутньому.

**Угоди з негайним постачанням (наявні угоди)** відбуваються на підставі спотових контрактів і тому їх називають також угодами

«spot». Це двосторонні угоди з негайним постачанням обговореного наявного товару.

**Угоди на товар з постачанням у майбутньому** називаються форвардними угодами. Ці угоди здійснюються на підставі форвардних контрактів. Це двостороння угода про постачання певної кількості товарів погодженої якості і ціни, зафіксованої в момент укладання контракту, у встановленому місці в установлений термін. До угод з наступним постачанням належать:

- угоди на прибуття товару, завантаженого перед його укладанням і відправленого у встановлений пункт;
- угоди на навантаження товару, який повинен бути завантажений продавцем у пункті відправлення в умовний термін;
- угоди на постачання товару, який повинен бути доставлений продавцем до місця призначення у встановлений термін.

Терміни реалізації форвардних угод різні: від трьох до 24 місяців.

Ціни угод на товар з постачанням у майбутньому відрізняються від цін на реальні угоди. Це пов'язано з можливими відхиленнями цін дня реалізації від цін дня укладання угоди. У випадку перевищення ціни товару за форвардними угодами над цінами «spot» (пропозиція товару вища від попиту на нього) різниця називається котанго. Вона складається із суми витрат на збереження, страхування і виплати банківського відсотка. Якщо ціна за форвардними угодами нижча від ціни «spot» (пропозиція товару нижча від попиту на нього, товару з негайним постачанням не вистачає), то різниця називається беквардейшн.

Продавці укладають форвардні угоди, щоб забезпечити в майбутньому регулярний збут товару в міру виробництва, а покупці — для безперебійної роботи своїх підприємств.

**Ф'ючерсні угоди** — це угоди, що не передбачають зобов'язання поставити реальний товар, а припускають купівлю-продаж прав на товар. При їх укладанні продавець розраховує на зниження ціни товару в майбутньому, а покупець — на її підвищення. Хто правильно вгадає реальну ціну товару через певний строк, контракт на купівлю-продаж якого вже підписаний, той і виграє. Наприклад, продавець товару X розраховує, що ціни будуть знижуватися, й продає 6-місячні ф'ючерсні контракти на товар X за ціною 5000 дол. за контракт. Якщо через 6 місяців ціни на товар знизяться до 4500 дол., то продавець

має змогу купити реальний товар за ціною 4500 дол. за контракт і поставити його покупцеві за попередньою ціною 5000 дол. Ні покупець, ні продавець не мають на увазі реальний товар, і тому їхні відносини регулюються виплатою різниці, яку в будь-який момент виплачує розрахункова плата. Отже, наслідком ф'ючерських угод є не одержання реального товару, а одержання або сплата різниці між вартістю контракту в день укладання і вартістю в день виконання. Вартість контракту змінюється внаслідок зміни ціни на товар.

Ф'ючерські угоди допускають виконання таких умов:

- форми ф'ючерських контрактів стандартизовані, тобто уніфіковані такі реквізити: вид товару, кількість, базисна якість і розмір доплат за відхилення від нього, умови і терміни постачання форма оплати, відповідальність сторін у випадку невиконання зобов'язань, установлених контрактом, порядок розгляду спорів, що виникають під час укладання і виконання контракту;
- кожен контракт містить установлену правилами біржі кількість товару, яка названа одиницею контракту (наприклад, кави — 10 т, какао-бобів — 5 т, міді — 25 т, цукру — 60 т);
- ф'ючерські угоди укладаються не на кількість товарів, а на кількість контрактів. Кількість товару визначається числом укладених контрактів;
- угоди укладаються тільки на один стандартний вид товару, встановлений біржею. Він називається базисним сортом, крім якого біржа може встановити ще кілька сортів, що замінюють його. Розрахунок у цьому випадку здійснюється на підставі котирування базисного сорту з використанням знижок для товару нижчого сорту і надбавок для товару вищої якості;
- покупці і продавці погоджують тільки два параметри контракту — ціну і термін постачання;
- сторони контракту вносять грошовий депозит і підтримують необхідний розмір депозиту до дати виконання контракту, чим гарантується його виконання.

Виконання контракту здійснюється через розрахунково-клірингову палату.

Біржові угоди проводяться з метою купівлі-продажу реального товару, здійснення спекулятивних операцій, а також здійснення страхування від можливої зміни цін (хеджування).



Угоди з купівлі-продажу реального товару здійснюються:

- виробниками — для реалізації вироблених ними товарів;
- споживачами — щоб забезпечити себе необхідною продукцією, зазвичай сировиною для перероблення;
- торговцями — для подальшого перепродажу.

Спекулятивні операції здійснюються з метою одержання прибутку за рахунок різниці цін купівлі та продажу біржових контрактів. Контракти купуються для перепродажу в подальшому за вищою ціною і продаються в розрахунок на наступне зниження цін. Спекулятивні операції проводяться як з реальним товаром, так і з ф'ючерсними контрактами.

Для хеджування використовують ф'ючерсні угоди. Операції хеджування дають змогу уникнути можливих втрат у випадку зміни ринкових цін при укладанні угод на реальний товар. Суть хеджування полягає в тому, що продавець реального товару, з постачанням у майбутньому, бажаючи використовувати рівень цін, що існує на момент укладання угоди, одночасно здійснює операцію хеджування, тобто продає ф'ючерсні контракти на той самий термін і на ту саму кількість товару. Покупець реального товару з постачанням у майбутньому одночасно купує на біржі ф'ючерсні контракти. Після постачання продавцем реального товару здійснюється їх викуп. Після приймання товару покупцем одночасно здійснюється продаж ф'ючерсних контрактів. Страхування ґрунтується на тому, що якщо одна сторона несе втрати як продавець реального товару, то вона виграє як покупець ф'ючерсів на ту саму кількість товару; і навпаки, покупець реального товару компенсує витрати від несприятливої зміни цін, здійснюючи хеджування продажем ф'ючерсів на біржі.

Основні учасники біржової торгівлі:

- торговельні фірми, що укладають угоди від свого імені і за свій рахунок;
- промислові фірми, що реалізують продукцію своїх підприємств;
- переробні фірми, що є споживачами продукції, закуповуваної на біржі;
- брокери — особи, що укладають угоду за дорученням клієнтів;
- дилери — особи, що укладають угоди від свого імені;
- брокери–дилери — особи, які укладають угоду від свого імені і за дорученням клієнтів.

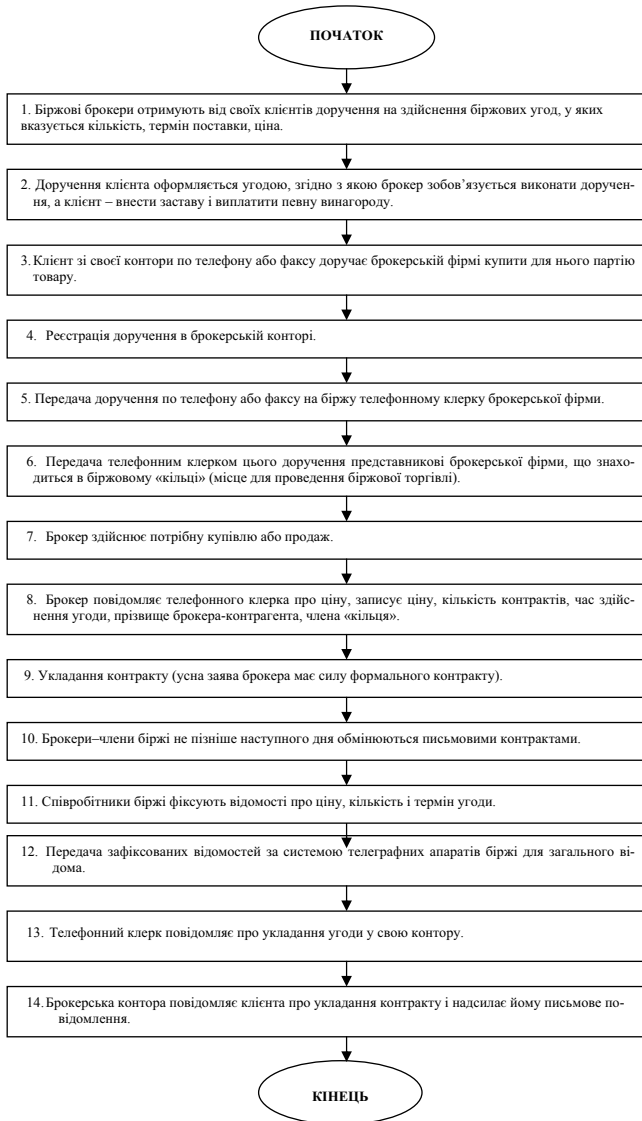


Рис. 10.1. Порядок проведення біржових операцій

Під особами розуміються юридичні (організації) чи фізичні особи. На деяких біржах, наприклад на Чиказькій товарній біржі, учасниками біржової торгівлі можуть бути тільки брокерські контори, що є власністю певної особи (тобто некорпоративні учасники). На інших, наприклад німецькій ДТВ, — тільки банки, що задовольняють певні вимоги щодо власного капіталу.

Біржові операції проводяться за певною схемою (рис. 10.1).

## 10.2. Міжнародні товарні аукціони

Міжнародні товарні аукціони являють собою спеціально організовані, що періодично діють у визначених місцях, ринки. На них шляхом проведення публічних торгів у заздалегідь обумовлений час і в спеціально призначеному місці здійснюється продаж попередньо оглянутих покупцем товарів, що переходять у власність покупця, який запропонував найвищу ціну.

Відмітні риси аукціонної торгівлі:

- продаж масових і одиничних товарів із суворо визначеними індивідуальними властивостями, які не піддаються стандартизації;
- торгівля ведеться тільки наявним товаром;
- обов'язковий попередній огляд аукціонних товарів;
- добровільна форма торгівлі, що має публічний характер, тобто всі зацікавлені експортери й імпортери мають право брати участь у торговельних операціях.

Аукціони дають можливість створити відкриту конкуренцію, визначити ціну товару, швидко його реалізувати за вигідною для покупця ціною; дають змогу покупцеві самостійно перевірити якість товару; гарантують постачання товару, що вже знаходиться на складі аукціону.

На міжнародних товарних ринках аукціон є найважливішою формою реалізації таких товарів, як хутро, з продажу якого упродовж року проводиться понад 150 аукціонів (через міжнародні аукціони США і Канади реалізується понад 70% усього проданого цими країнами хутра, у Данії — 90%, у Швеції і Норвегії — близько 95%), чай (близько 70% продаваного у світі реалізується через аукціони), неміта вовна

(90–95% вовни, експортованої Австралією і Новою Зеландією), тютюн, предмети живопису, прикладного мистецтва, скульптури (близько 90% усіх продажів), тропічні породи лісу, худоба і т.ін.

Основні центри аукціонної торгівлі наведені в табл. 10.2.

Таблиця 10.2

**Перелік головних центрів аукціонної торгівлі окремими видами товарів**

<b>Вид товару</b>	<b>Центри міжнародної аукціонної торгівлі</b>
1. Хутро і хутряна сировина: – в т.ч. норка	Нью-Йорк, Монреаль, Лондон, Копенгаген, Осло, Стокгольм, Санкт-Петербург
– каракуль	Лондон (південно-африканський каракуль), Санкт-Петербург
– лисиця, соболь, ондатра, білка, горностай, нерпа	Санкт-Петербург
– блакитний песець	Копенгаген, Осло, Лондон
– кролик	Лондон
2. Немита вовна	Лондон, Ліверпуль, Кейптаун, Мельбурн, Сідней (Австралія), Веллінгтон (Нова Зеландія). У цих центрах реалізується 75–80% світового продажу)
3. Чай	Калькутта і Кочин (чай з Індії), Лондон (з Індії, Індонезії, Шрі-Ланки), Коломбо (зі Шрі-Ланки), Гамбург, Антверпен, Найробі (Кенія) і Малаві (з Танзанії, Уганди, Конго, Маврикію, Родезії, Мазамбіку), Сінгапур.
4. Тютюн	Нью-Йорк, Амстердам, Бремен, Лусака (Замбія), Лімба (Малаві)
5. Квіти	Амстердам
6. Овочі і фрукти	Антверпен, Амстердам
7. Риба	США, порти західноєвропейських країн (крім Норвегії й Ісландії)
8. Коні	Довіль (Франція), Лондон, Москва
9. Килими	Ташкент
10. Предмети мистецтва, антикваріат	США, Лондон

Товари на аукціонах продаються за аукціонними цінами. Це реальні ціни, що встановлюються на аукціонах внаслідок співвідношення між попитом та пропозицією, причому головною особливістю їхнього формування є наявність у більшості випадків великої кількості покупців і одного або декількох продавців.

Міжнародні аукціони класифікуються за певними ознаками [22, с. 396; 81, с. 93; 82, с. 220].

**За часом проведення** аукціони поділяються на регулярні та нерегулярні. Регулярні аукціони проводяться спеціальними аукціонними фірмами в тому самому місці, у визначений час (один чи кілька разів на рік). Нерегулярні аукціони проводяться, коли виникає необхідність продажу товару.

**За формою організації торгівлі** розрізняють відкриті та закриті аукціони. Аукціони відкритої форми організуються, як правило, акціонерним товариством, що монополізує торгівлю певним видом товару і диктує на нього закупівельні ціни. Покупці є безпосередніми учасниками аукціону. Аукціони закритої форми організуються спеціалізованими брокерськими фірмами, які займаються перепродажем товарів. Покупці і продавці безпосередньо не беруть у них участі.

**За джерелом одержання прибутку** аукціони бувають трьох типів.

Перший тип — аукціони, що одержують прибуток за рахунок різниці між ціною перепродажу (оптовим покупцем чи безпосереднім споживачем) і закупівельною ціною.

Другий тип — аукціони, що перепродають товари незалежних виробників на умовах комісії. Розмір комісійних залежить від суми угоди і типу товару. Так, на американському аукціоні «СОТБІС» склалася така практика виплати комісійних: якщо сума угоди на коштовності коливається в межах 120 тис. — 1,2 млн швейцарських франків, то аукціон одержує 6% від суми угоди плюс компенсацію витрат, а якщо більше, ніж 20 млн — то 2 % від суми угоди і компенсацію половини витрат. Якщо продають товари живопису і раритетних меблів, то комісійні становлять 12%.

Третій тип — змішана модель діяльності аукціону, за якою фірма виконує одночасно операції з перепродажем і комісійні операції.

**За ознакою функціональної спрямованості** аукціони можуть бути торговими і торгово-виробничими. Аукціони, що є торговими

фірмами, мають у своєму розпорядженні відповідні приміщення, устаткування, кваліфікований персонал. Аукціони, що є торгово-виробничими фірмами, мають також власне виробництво, що дає змогу завершити процес підготовки товару до продажу. Наприклад, вироблення скуплених у заготівельників хутряних шкурок.

**За характером діяльності** аукціони поділяються на спеціалізовані, брокерсько-комісійні, аукціонні фірми, що належать кооперативам, союзам товаровиробників.

Спеціалізовані фірми організують аукціони і продаж на них аукціонних товарів як за свій рахунок, так і на умовах комісії. Ці фірми беруть на себе виконання всіх функцій щодо підготовки і проведення аукціонів.

У ряді випадків вони видають продавцям позички під їхні товари, передані фірмі для аукціонного продажу. Прикладом можуть бути спеціалізовані пушно-хутрові фірми, що представляють собою торгові монополії і продають на аукціонах хутро, придбане, як правило, за свій рахунок. А на комісійних засадах вони продають хутро, що належить фірмам-виробникам.

Брокерсько-комісійні фірми організують аукціони і продаж на них товарів на комісійних засадах за дорученням своїх клієнтів. Фірма виступає одночасно представником продавця і покупця й одержує від тих і інших винагороди. Продавець і покупець не знають один одного, їм відомий тільки брокер.

Аукціонні фірми, що належать кооперативам або спілками товаровиробників, поширені в Скандинавських країнах, у кожній з яких є по одній фірмі, що займає монопольне положення в аукціонній торгівлі, наприклад, хутром своєї країни.

Аукціони проводять у чотири етапи (рис. 10.2).

У сучасній міжнародній торгівлі роль аукціонів знизилася. Це пов'язано з динамічним розвитком прямих зв'язків між експортерами й імпортерами, розширенням товарних поставок рівномірної і гарантованої якості, збільшенням обсягів продажів товарів на основі окремих договорів, зниженням ефективності експорту через значні додаткові витрати, пов'язані з розвантаженням, збереженням і відправленням товару.

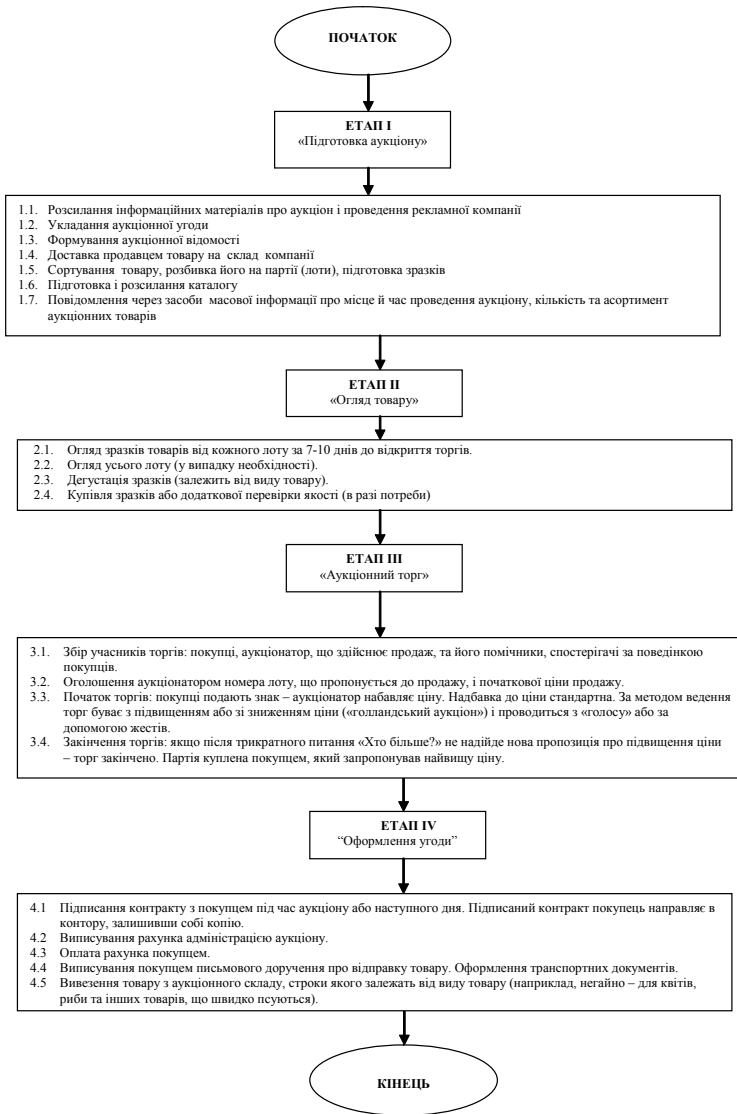


Рис. 10.2. Порядок проведення міжнародного аукціону

### 10.3. Міжнародні торги

Міжнародні торги (тендери) — це метод укладання договорів за купівлі-продажу чи підяду, за яким покупець (замовник) оголошує конкурс для продавців (постачальників) на товар (із заздалегідь визначеними характеристиками) і після порівняння отриманих пропозицій підписує контракт із продавцем (постачальником), що запропонував товар на найбільш вигідних для покупця (замовника) умовах.

Торги дозволяють зосередити в одному місці велику кількість постачальників, підрядчиків, забезпечуючи максимальну конкуренцію. Вони є найбільш розповсюдженим способом укладання угод на поставання машин і устаткування, виконання наукових, проектних і пошукових робіт, будівництво об'єктів «під ключ», надання державних кредитів тощо.

Як метод закупівель тендери найчастіше використовуються країнами, що розвиваються. На їхню частку припадає 20–40% усіх імпортованих товарів, завезених державними організаціями, і близько 80% загальної кількості проведених у світі торгів на машини й устаткування. Це пов'язано з тим, що в більшості країн, що розвиваються, немає досвіду укладання великих, міжнародних контрактів; чинне законодавство зобов'язує імпортерів закуповувати устаткування, вартість якого перевищує визначену суму, тільки через торги; відсутні необхідні технічні знання і кваліфікація для самостійного вирішення техніко-технологічних проблем.

Міжнародні торги організовуються переважно державними організаціями (міністерствами, закупівельними організаціями), муніципальними органами, іноді великими приватними фірмами, що забезпечує їм певні вигоди: немає необхідності створювати власний зовнішньоторговельний апарат, займатися регулярною комерційною і маркетинговою діяльністю; мають можливість залучати до торгів великі фінансові фірми, оскільки за право участі в торгах необхідно вносити застави в сумі 1–3% вартості передбачуваної угоди.

Міжнародні торги класифікують на види залежно від тієї чи іншої ознаки [22, с. 400; 51; 81, с. 104; 82, с. 237].

Залежно від способу проведення розрізняють відкриті та закриті торги.

До участі у відкритих тендерах залучаються всі бажаючі національні й іноземні фірми й організації. Предметом торгів є стандартне й універсальне устаткування, невеликі за обсягом підрядні роботи.



На закриті тендери запрошується обмежений, попередньо погоджений склад великих фірм і організацій, що мають великий досвід і технічно добре оснащені (зазвичай 5–7 фірм). Предметом торгів є унікальне, складне, спеціальне устаткування, комплектні підприємства, складні підрядні роботи, що потребують високої кваліфікації.

Залежно від ступеня відкритості інформації про пропозиції торгів, що надійшли від учасників, і оголошення умов, запропонованих переможцем, розрізняють гласні і негласні торги.

У разі проведення гласних торгів у день їх закриття голова тендерного комітету розкриває пакети з пропозиціями фірм і повідомляє запропоновані учасниками ціни. Рішення тендерного комітету, інформація про обсяг замовлення і загальну суму контракту публікується в пресі. Гласні торги характерні для відкритих тендерів.

Якщо торги негласні, то тендерні комітети публічно не розкривають пропозицій, не повідомляють ні складу учасників, ні запропонованих ними умов. Відомості про умови укладення угоди не публікуються. Негласні торги характерні для закритих тендерів.

Залежно від юридичного статусу учасників розрізняють:

- торги за участю тільки юридичних осіб, коли предметом торгів є нескладне, стандартне устаткування, виготовлене декількома фірмами в різних країнах, коли умови тендера, обсяги поставчань і терміни контракту недостатньо привабливі;
- торги за участю консорціумів, коли йдеться про великі замовлення, що змушує фірми об'єднуватися в тимчасові союзи. Комплекс передбачуваних угодою поставчань і робіт розподіляється між членами консорціуму за такими критеріями: досягнення вищого рівня технічного розвитку; досягнення найнижчих витрат у виробленні тих чи інших видів товарів чи при виконанні робіт;
- змішані торги, тобто за участю юридичних осіб і консорціумів.

Щодо предмету торгів розрізняють тендери:

- на постачання товарів;
- на виконання підрядних робіт;
- комбіновані, тобто такі, що включають як постачання необхідних товарів, так і виконання робіт.

За фінансовими умовами торги проводяться:

- з пропозицією ціни (фірми-учасниці самі пропонують ціни);

- зі знижкою (ціна фіксується в тендерній документації, а учасники намагаються її знизити);
- на кредитній основі (використовується кредит експортера, міжнародної організації, уряду);
- на компенсаційній основі (розрахунки за поставлений товар чи виконані роботи здійснюються на основі схем зустрічної торгівлі, у вигляді компенсацій).

Міжнародні торги проводять у чотири етапи (рис. 10.3).

Важливою стадією підготовки торгів є розроблення тендерної документації, яка включає:

- тендерні умови, чи проформу, тендера:
  - а) найменування і кількість товару, намічуваного до закупівлі;
  - б) усі основні технічні умови, техніко-економічні характеристики предмету торгів;
  - в) комерційні умови (терміни постачання, порядок установавання ціни, умови платежу, інформація, пов'язана з наданням експортером кредиту, внесенням гарантійних застав та ін.);
  - г) умови арбітражу, штрафів.
- умови проведення торгів (інструкція учасникам торгів);
- загальні умови торгів (аналогічні для багатьох видів устаткування, закупаваного через торги в певній країні) і спеціальні умови торгів (техніко-економічні й інші характеристики про конкретний вид устаткування);
- техніко-економічна документація (специфікації, креслення, каталоги);
- перерахування видів робіт, найкращі методи виконання їх, програма і графіки виконання робіт;
- проформу контракту;
- форми і суми гарантій.

Права організаторів торгів і тендерних комітетів досить широкі. Так, використовуючи право відхилити будь-яку пропозицію без пояснення причин, вони можуть стимулювати розвиток вітчизняного виробництва, залучаючи місцеві фірми до виконання тендерних замовлень.

З метою стандартизації правил проведення торгів і кваліфікаційних вимог до учасників, оптимізації часу й витрат на підготовку тендерної документації і тендерних пропозицій розроблені і викорис-

товуються рекомендації міжнародних організацій (ЄЕК, ЮНІДО), міжнародні угоди щодо процедури проведення торгів, міжнародні торговельні порядки тощо.

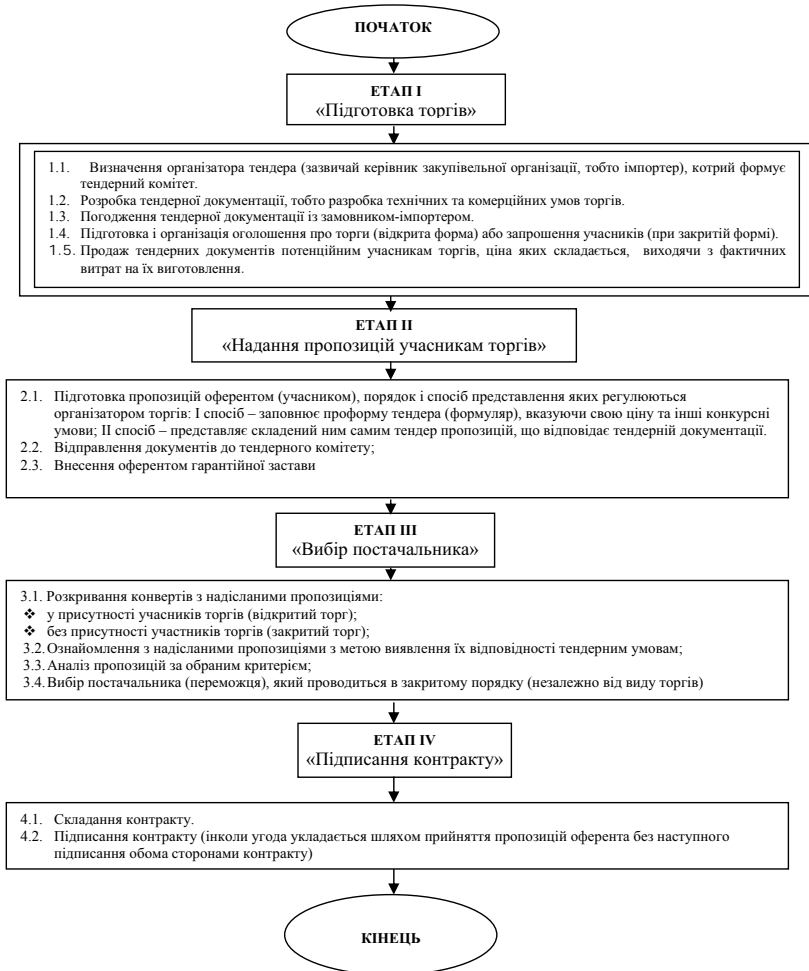


Рис. 10.3. Порядок проведення міжнародних торгів

### 10.4. Міжнародні ярмарки та виставки

Ярмарок — це періодично діючий ринок, на якому його учасники-експоненти виставляють зразки свого виробництва, демонструють нові досягнення й технічні удосконалення з метою укладання прямих торговельних угод.

На міжнародних ярмарках товари продають тільки проміжним ланкам (промисловість, оптова і роздрібна мережа).

Виставка — це публічна демонстрація досягнень у певній галузі економіки, техніки, науки, культури, призначених для задоволення потреб людини.

Міжнародні виставки — це найефективніший інструмент вивчення кон'юнктури, пошуку потенційного споживача, встановлення ділових контактів, коопераційних зв'язків, налагодження ділового співробітництва, підбору потенційних інвесторів та ін. Цьому сприяє безпосереднє спілкування фахівців між собою, а також організований на виставках наочний показ за допомогою комп'ютерної техніки та відео можливостей продукції.

З метою розвитку товарообігу на більшості виставок дозволяється здійснювати комерційні угоди щодо виставлених зразків, але продаж, на відміну від ярмарків, здійснюється кінцевим споживачем.

Переваги міжнародних виставок і ярмарків:

1) для покупця:

- зосередження великої кількості зразків товарів, вироблених у різних країнах;
- існує можливість упродовж короткого часу ознайомитися з наявною на ринку пропозицією, одержати консультацію від фахівців, проаналізувати ціни і якісні характеристики продукції;
- погодити на місці комерційні умови й укласти угоду;
- є можливість ознайомитися з товаром у дії, з його роботою і сферою застосування;

2) для продавця:

- можливість широко рекламувати свої товари з використанням різних засобів (друковані рекламні матеріали, рекламні фільми, продаж і роздача зразків у дрібній упаковці, показ товарів у дії);
- можливість краще й швидше вивчити товари своїх конкурентів;
- укладання угоди;

3) є місцем зустрічей представників ділових кіл різних країн для підтримання безпосередніх зв'язків і встановлення особистих контактів;

4) експонування кращих зразків новітніх товарів сприяє технічному прогресу і появі нових товарів;

5) виконують роль інформаційних центрів з обміну економічною і науково-технічною інформацією.

Виставка вважається міжнародною, якщо в ній 10–15% експонентів є представниками іноземних держав.

Щорічно в світі проводиться близько 400 міжнародних виставок. Найбільші виставкові центри світу містяться в Західній Європі і США: у Німеччині – Ганновер (465 тис. м<sup>2</sup> виставкової площі), Франкфурт-на-Майні (292 тис. м<sup>2</sup>), Кельн (275 тис. м<sup>2</sup>); у Франції – Париж (226,6 тис. м<sup>2</sup>); в Італії – Мілан (375 тис. м<sup>2</sup>); у США – Чикаго (204 тис. м<sup>2</sup>); у Великій Британії – Бірмінгем (190 тис. м<sup>2</sup>); у Нідерландах – Утрехт (181 тис. м<sup>2</sup>); в Іспанії – Валенсія (180 тис. м<sup>2</sup>).

У цілому на частку Німеччини, Великої Британії, США, Франції й Італії припадає близько 70 % усіх проведених міжнародних виставок і ярмарків.

Зростає значення міжнародних ярмарків/виставок у країнах, що розвиваються (Сирія, Лівія, Гана, Марокко, Чілі).

Міжнародні ярмарки/виставки класифікуються за певними ознаками [22, с.432; 38; 77, с.155; 82, с.255].

**За місцем проведення** розрізняють вітчизняні і закордонні. Міжнародні ярмарки/виставки вважаються вітчизняними для національного експонента і закордонними — для представника іншої країни.

**За сферою діяльності** ярмарки/виставки поділяються на регіональні, міжрегіональні і всесвітні.

Прикладом всесвітньої виставки може бути Всесвітня виставка «Експо-2000», що відкрилася в 2000 р. у Ганновері (Німеччина). У ній брало участь 200 країн і міжнародних організацій; на всіх континентах «Експо» здійснила 800 «світових проектів».

**За характером експонатів, що виставляються**, розрізняють універсальні і спеціалізовані ярмарки/виставки.

На універсальних ярмарках/виставках демонструється широка номенклатура продукції галузей, не пов'язаних між собою, тобто експонати не обмежені певними товарними групами.

На спеціалізованих ярмарках/виставках демонструються товари однієї чи декількох суміжних галузей промисловості.

**За термінами проведення** ярмарки/виставки бувають періодичні (2–4 рази на рік для товарів широкого вжитку або з інтервалом 2–5 років для технологічних нововведень) і постійно діючі (організуються зазвичай за присутністю різних представництв країни за рубежом з метою демонстрації зразків експортних товарів).

**За місцем проведення** ярмарки/виставки поділяються на постійні, тобто завжди зберігають свою тематику і місце проведення, і пересувні, які організуються з метою розширення кола відвідувачів з використанням різних засобів транспорту (на борту великих суден, в автофургонах, салонах літаків).

На міжнародних ярмарках/виставках укладають угоди двох видів: угоди за виставленими зразками з наступним постачанням товару і продаж самих експонатів.

Участь фірми в міжнародній ярмарці/виставці передбачає проходження нею чотирьох етапів (рис. 10.4).

Щоб визначити ефективність участі у виставці/ярмарці, порівняти виставку з іншими, у яких фірма брала участь, розраховують показник інтенсивності контактів:

$$I_k = \frac{B}{C \times T},$$

де  $I_k$  — інтенсивність контактів;

$B$  — кількість зафіксованих бесід з клієнтами;

$C$  — кількість стендистів;

$T$  — тривалість виставки в днях [58, с. 587].

Діяльність міжнародних ярмарок/виставок регулюють:

- місцеві установи (міністерства, відомства, торговельні палати, союзи промисловців і підприємців, міські органи влади та ін. Наприклад, Міжнародне бюро виставок, що діє в Україні);
- міжнародні організації (наприклад, Міжнародне бюро виставок, створене в 1931р. для спостереження за виконанням Паризької конвенції 1928 р. «Про міжнародні виставки»; Союз міжнародних ярмарків, створений у 1925 р. для організації міжнародних ярмарків, розширення сфери їхньої діяльності, сприяння розвитку міжнародної торгівлі; Робоча група з міжнародних ярмарок Комісії з розвитку зовнішньої торгівлі при Європейській Економічній Комісії ООН, створена в 1955 р.).

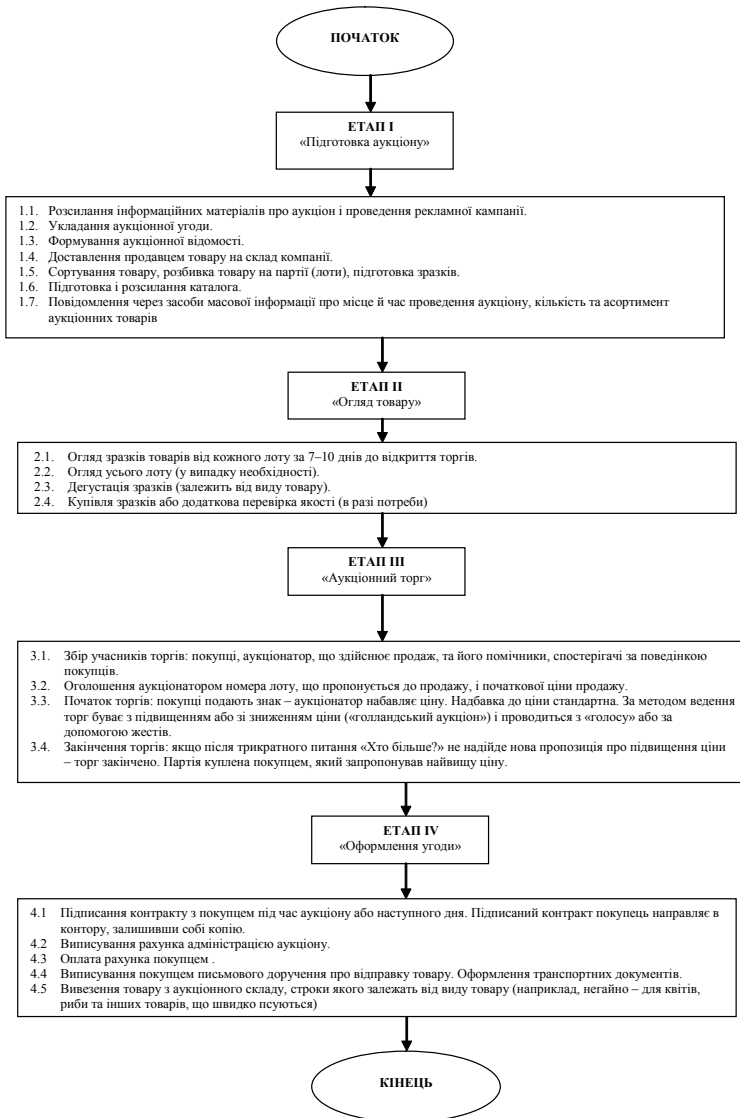


Рис. 10.4. Порядок проведення міжнародного аукціону

### Підсумки глави

1. Організовані товарні ринки — це спеціально створені ринки певних товарів, які функціонують за встановленими правилами, що зафіксовані в міжнародних та національних нормативних актах і на яких у заздалегідь визначений час здійснюються міжнародні торгові угоди між продавцями та покупцями товару, формуючи пропозицію й попит на нього. До цих ринків належать міжнародні товарні біржі, міжнародні товарні аукціони, міжнародні торги, міжнародні виставки та ярмарки. Торгівля через них є непрямим методом проведення торговельних операцій.

2. Міжнародні товарні біржі — це постійно діючі оптові ринки, на яких відбуваються угоди купівлі-продажу, по-перше, на масові сировинні і продовольчі якісно однорідні і взаємозамінні товари (товари в матеріально-речовинній формі), і, по-друге, на «невловимі» товари (фінансові інструменти чи контракти фінансового типу). Біржові операції бувають двох видів: а) угоди на реальний товар, які завершуються фактичним постачанням товару й залежно від терміну постачання поділяються на угоди з негайним постачанням та з постачанням у майбутньому; б) ф'ючерсні (термінові) угоди, які не передбачають зобов'язання поставити реальний товар, а допускають купівлю-продаж прав на товар. Мета біржових угод — купівля-продаж реального товару, здійснення спекулятивних операцій та страхування від можливої зміни цін на товари.

3. Міжнародні товарні аукціони — це спеціально організовані ринки, які періодично діють у визначених місцях. На них шляхом проведення публічних торгів, у заздалегідь обумовлений час і в спеціально призначеному місці здійснюється продаж попередньо оглянутих покупцем товарів, що переходять у власність покупця, який запропонував найвищу ціну. На аукціонах реалізуються товари, які мають індивідуальні властивості.

4. Міжнародні торги (тендери) — це метод укладання договорів закупівлі-продажу чи підряду, за яким покупець (замовник) оголошує конкурс для продавців (постачальників) на товар (із заздалегідь визначеними характеристиками) і після порівняння отриманих пропозицій підписує контракт із продавцем (постачальником), який запропонував товар на найвигідніших для покупця (замовника) умовах. Торги є найпоширенішими способом укладання угод на по-



стачання машин і устаткування, виконання наукових, проектних і пошукових робіт, будівництво об'єктів «під ключ», надання державних кредитів тощо.

5. Міжнародні ярмарки — це періодично діючі ринки, що дають змогу його учасникам-експонентам виставити зразки свого виробництва, продемонструвати нові досягнення й технічні удосконалення з метою укладання прямих торговельних угод. На них товари продаються тільки проміжним ланкам (промисловість, оптова і роздрібна мережа).

6. Міжнародні виставки — це публічна демонстрація досягнень у певній галузі економіки, техніки, науки, культури, призначених для задоволення потреб людини. Вони є найбільш ефективним інструментом вивчення кон'юнктури, пошуку потенційного споживача, встановлення ділових контактів, коопераційних зв'язків.

### **Ключові поняття**

Організовані товарні ринки; міжнародна товарна біржа; біржові товари; біржові операції; реальні угоди: угоди з негайним постачанням та угоди на товар з постачанням у майбутньому; ф'ючерсні угоди; хеджування; міжнародний товарний аукціон; аукціонні товари; міжнародні торги (тендери), тендерний комітет; тендерна документація; міжнародні ярмарки; міжнародні виставки.

### **Запитання для самоконтролю**

1. У чому полягає сутність міжнародних товарних бірж?
2. Які особливості біржової торгівлі?
3. Які основні цілі діяльності міжнародних товарних бірж?
4. За якими ознаками можна класифікувати міжнародні товарні біржі?
5. Яка структура біржових товарів?
6. Які особливості угод на реальний товар?
7. Які особливості ф'ючерсних угод?
8. Охарактеризуйте сутність спекулятивних операцій та операцій хеджування.
9. Яка послідовність виконання біржових операцій?
10. Які тенденції розвитку біржової торгівлі?
11. У чому полягає сутність міжнародних товарних аукціонів та які їхні особливості?
12. Які товари є предметом торгу на міжнародних товарних аукціонах?

13. За якими ознаками можна класифікувати міжнародні товарні аукціони?
14. Які існують етапи проведення аукціонів, у чому їхній зміст?
15. У чому полягає сутність міжнародних торгів?
16. Хто організує торги?
17. Які товари є предметом торгу на міжнародних торгах?
18. За якими ознаками можна класифікувати міжнародні торги?
19. Які існують етапи проведення міжнародних торгів, у чому їхній зміст?
20. Що входить до тендерної документації?
21. У чому полягає сутність міжнародних ярмарок?
22. У чому полягає сутність міжнародних виставок?
23. Охарактеризуйте переваги міжнародних ярмарок/виставок.
24. За якими ознаками можна класифікувати міжнародні ярмарки/виставки?
25. Проходження яких етапів передбачає участь фірми в міжнародній ярмарці/виставці?
26. Хто регулює діяльність міжнародних ярмарок/виставок?

### **Запитання для обговорення**

1. Як здійснювався розвиток біржової торгівлі?
2. Як формувалися сучасні міжнародні товарні біржі?
3. У чому особливості організаційної структури товарної біржі?
4. Як діє розрахунково-клірингова палата?
5. Як здійснюється котирування цін на біржі?
6. Які існують різновиди ф'ючерсних угод?
7. Які існують у біржовій торгівлі види доручень на виконання угоди, що застосовуються між брокером та клієнтом?
8. Охарактеризуйте основні способи проведення аукціонів.
9. Які сучасні тенденції розвитку міжнародної аукціонної торгівлі?
10. Охарактеризуйте міжнародну регламентацію торгів: мета та основні вимоги.
11. У чому полягає значення міжнародних торгів для країн, що розвиваються?
12. У чому сутність умов торгів?
13. Як відповідні національні та міжнародні організації регулюють діяльність міжнародних виставок/ярмарок?

### **Набуття практичних навичок**

Навчальну групу розподіліть на три малі групи, кожна з яких виконує такі індивідуально-групові завдання:

1. Складіть договір на укладання біржової угоди.
2. Складіть договір на надання брокерських послуг.
3. Проаналізуйте діяльність найбільших бірж світу (на вибір).
4. Проаналізуйте практику діяльності найбільших аукціонних центрів (на вибір).
5. Підберіть та проаналізуйте рекомендації міжнародних організацій (ЄЕК, ЮНІДО тощо) щодо процедури проведення міжнародних торгів.
6. Підберіть та проаналізуйте міжнародні нормативні акти щодо регулювання діяльності аукціонів, ярмарок/виставок.

### WEB-сайти

[www.vniki.ru/biki.nsf.all/abouthtml](http://www.vniki.ru/biki.nsf.all/abouthtml)

Сайт Бюлетеня іноземної комерційної інформації, де публікується інформація про формування світової товарної кон'юнктури.

[www.cnnfn.com](http://www.cnnfn.com)

Сайт, де публікується інформація про новини світового бізнесу.

[www.business.ua](http://www.business.ua)

Портал газети «Бізнес».

[www.ukrdzi.com](http://www.ukrdzi.com)

Сайт «Держзовнішінформ», який містить величезний ресурс зовнішньоторговельної інформації, включаючи дані про тендери, виставки, які проведені в світі.

[www.unido.org](http://www.unido.org)

Сайт містить програми підтримки в галузі промислового розвитку для країн, що розвиваються.

[www.unece.org](http://www.unece.org)

Сайт ЄЕК ООН, що містить рекомендації щодо процедур проведення торгів, ярмарок, виставок.

[www.biztradeshows.com](http://www.biztradeshows.com)

Сайт надає інформацію про аукціони, виставки, ярмарки, що відбуваються протягом року.

[www.eventseye.com](http://www.eventseye.com)

Сайт надає інформацію про торгові ярмарки, виставки.

[www.auma-messen.de](http://www.auma-messen.de)

Сайт надає інформацію про всі торгові аукціони, ярмарки, виставки світу.

## **РОЗДІЛ V.**

# **ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

### **ГЛАВА 11.**

## **МІЖНАРОДНІ РОЗРАХУНКИ**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- дати визначення поняття «міжнародні розрахунки»;
- розкрити особливості міжнародних розрахунків;
- охарактеризувати документарні форми розрахунків у міжнародній торгівлі;
- пояснити порядок оформлення акредитивів та інкасо;
- охарактеризувати недокументарні форми розрахунків та специфіку використання їх у міжнародній торгівлі.

### **11.1. Характеристика міжнародних розрахунків**

Міжнародні розрахунки — це система регулювання платежів за грошовими вимогами та зобов'язаннями, що виникають між юридичними та фізичними особами різних країн у процесі їхньої діяльності у світогосподарській сфері. Вони включають умови та порядок здійснення платежів, які закріплені в міжнародних нормативних документах, а також щоденну практику діяльності банків щодо їх проведення.

Переважаюча частина міжнародних розрахунків здійснюється в процесі міжнародних торговельних відносин.

Міжнародні розрахунки в зовнішньоторговельній сфері — це:

1) комерційні платежі за грошовими вимогами та зобов'язаннями, що виникають між підприємствами, банками, установами й окремими особами різних країн, пов'язані зі світовою торгівлею товарами та послугами;

2) некомерційні платежі, пов'язані з перевезенням пасажирів, страхуванням, туризмом, переказом грошей за кордон тощо.

Міжнародні розрахунки бувають двосторонніми, коли вони здійснюються між двома країнами, або багатосторонніми, коли суми, виручені від реалізації товарів в одній країні, використовуються для платежів третім країнам.

Більшість міжнародних розрахунків здійснюється в порядку безготівкових розрахунків, через банки різних країн, які підтримують взаємні кореспондентські зв'язки, тобто відкривають один одному рахунки, зберігають на них грошові кошти у відповідній валюті і виконують платіжні та інші доручення на засадах взаємності. Робиться це так: банк у країні імпортера списує суму платежу з рахунка свого клієнта та зараховує її (або еквівалент в іноземній валюті) на рахунок іноземного банку-кореспондента, а банк у країні експортера списує цю суму з рахунка кореспондента та зараховує її на рахунок свого клієнта, що експортував свій товар.

Платежі готівкою з міжнародних розрахунків виконуються в основному під час подорожей за кордон делегацій, туристів або приватних осіб, які обмінюють у банках валюту своєї країни на відповідну іноземну валюту<sup>1</sup>.

На стан платіжних розрахунків комплексно впливають численні чинники:

- економічні та політичні відносини між країнами;
- становище країни на товарних і грошових ринках;
- ступінь використання та ефективність державних заходів щодо зовнішньоекономічного регулювання;
- міжнародні торговельні правила і звичаї;
- регулювання міждержавних товарних потоків, послуг і капіталів;
- відмінності в темпах інфляції в різних країнах;
- стан платіжного балансу;

---

<sup>1</sup> *Готівкові розрахунки* — це платежі готівковими коштами підприємств, підприємців та фізичних осіб за реалізовану продукцію (товари, виконані роботи, надані послуги) та за операціями, які безпосередньо не пов'язані з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг) та іншого майна.

*Безготівкові розрахунки* — це перерахування визначеної суми коштів з рахунків платників на рахунки одержувачів, а також перерахування банками за дорученням підприємств та фізичних осіб коштів, що були внесені ними готівкою в касу банку на підставі розрахункових документів на паперових носіях або в електронному вигляді.

- банківська практика;
- умови зовнішньоторговельних контрактів та кредитних угод;
- конвертованість валют тощо.

Особливості міжнародних розрахунків полягають у такому:

1. Імпортери та експортери, їхні банки вступають до певних відомостей від зовнішньоекономічного контракту відносин, пов'язаних з пересилкою, обробленням товаророзпорядчих і платіжних документів, із здійсненням платежу. Обсяг зобов'язань і розподіл відповідальності між ними залежать від конкретної форми розрахунків.

2. Міжнародні розрахунки регулюються національними нормативними та законодавчими актами, міжнародними банківськими правилами та звичаями.

3. Міжнародні розрахунки є об'єктом уніфікації. Це зумовлено процесом інтернаціоналізації господарських зв'язків, універсалізацією банківських операцій. Наприклад, уніфікація вексельного законодавства, Уніфіковані правила для документарних акредитиву та інкасо, Правила щодо контрактних гарантій тощо.

4. Міжнародні розрахунки мають, як правило, документарний характер, тобто здійснюються проти фінансових і комерційних документів. До фінансових документів належать: прості й переказні векселі, чеки, платіжні розписки. До комерційних документів належать:

- рахунки-фактури;
- документи, які підтверджують відвантаження чи відправку товарів, або прийняття та відвантаження (коносаменти, залізничні, автомобільні, авіаційні накладні, поштові квитанції, комбіновані транспортні документи на змішані перевезення);
- страхові документи, оскільки експортні вантажі зазвичай застраховуються;
- інші документи — сертифікати, які засвідчують походження, масу, якість товарів, митні, консульські розрахунки.

5. Міжнародні розрахунки здійснюються в різних валютах, а тому, по-перше, на їхню ефективність впливає динаміка валютних курсів; по-друге, нормальне функціонування міжнародних товарно-грошових відносин можливе лише за умови вільного обміну національної валюти на валюту інших країн. Іншими словами, найбільш ефективна участь тієї чи іншої країни у міжнародних торговельних розрахунках можлива лише на основі конвертованої валюти. В сучасній практиці розрахунки

між банками різних країн з боргових вимог і зобов'язань здійснюються в основному у вільно конвертованій валюті. В країнах з частково конвертованою валютою держава використовує валютні обмеження, що безпосередньо впливає на зовнішньоторговельні розрахунки.

Значну роль у міжнародних розрахунках відіграють колективні валюти, які з'явилися в 70-х роках ХХ ст. Вони наділяються функціями міжнародних грошей як регіонального (регіональні валюти країн Європи, Азії, Африки, Латинської Америки), так і глобального характеру (спеціальні права запозичення – СДР).

Використання колективних валют у міжнародних розрахунках зменшує залежність їх ефективності від курсових коливань, економічної та валютної політики країн-емітентів цих валют.

До основних суб'єктів міжнародних розрахунків належать експортери, імпортери та банки, що їх обслуговують. Вони вступають у відповідні відносини, які пов'язані з рухом товаророзпорядчих документів і операційним оформленням платежів.

Провідну роль у міжнародних розрахунках відіграють великі банки. Міра їхнього впливу в міжнародних розрахунках залежить від:

- масштабів зовнішньоекономічних зв'язків країни базування;
- застосування національної валюти країни базування;
- спеціалізації, фінансового стану, ділової репутації;
- мережі банків-кореспондентів.

Для своєчасного та раціонального здійснення міжнародних розрахунків банки зазвичай підтримують необхідні валютні позиції в різних валютах відповідно до структури та термінів наступних платежів.

Валютна позиція — це співвідношення вимог та зобов'язань банку в іноземній валюті. Коли вони рівні по конкретній валюті, то валютна позиція закрита, а коли не збігаються, то валютна позиція відкрита. Відкрита валютна позиція може бути короткою (пасиви та зобов'язання щодо проданої валюти перевищують активи та вимоги в неї) та довгою (активи та вимоги по валюті, яка куплена, перевищують пасиви та зобов'язання).

## 11.2. Основні форми міжнародних розрахунків

При проведенні зовнішньоторговельних операцій важливо правильно вибрати форми розрахунків. Це дає змогу контрагентам змен-

шувати витрати та ризики невиконання протилежною стороною своїх зобов'язань за контрактом [14; 15; 43; 54].

Форми платежу (розрахунків) — це врегульовані законодавством країн-учасниць способи виконання грошових зобов'язань за зовнішньоторговельним контрактом. Порядок здійснення форм міжнародних розрахунків також регулюється міжнародними документами, які розробляються спеціально створеними організаціями — Міжнародною торговельною палатою, Комісією з права міжнародної торгівлі ООН тощо.

Розрахункові зобов'язання опосередковують здійснення платежів за товари, виконані роботи, надані послуги. Їхня мета — належне оформлення переказу грошових коштів боржником кредиторю.

Форми розрахунків варто відрізнити від розрахункових документів. Останні можуть мати таку саму назву, як і відповідна форма розрахунків (наприклад, акредитив, чек), однак вони виконують обліково-бухгалтерську та інформаційну функцію.

Форми міжнародних розрахунків умовно поділяються на документарні (акредитиви, інкасо) та недокumentарні (платіж на відкритий рахунок, авансові платежі, банківський переказ, векселі та чеки).

Міжнародні розрахунки, що мають документарний характер, означають, що здійснюються вони на основі фінансових та комерційних документів. Це робить такі розрахунки надійними.

На вибір тієї чи іншої форми розрахунку впливають такі фактори:

- вид товару (наприклад, форми розрахунків відрізняються залежно від поставок: технічного обладнання, продовольчої групи товарів або медикаментів);
- термін поставки;
- наявність кредитної угоди;
- платоспроможність і ділова репутація контрагента;
- характер компромісу між контрагентами;
- можливості банку, його надійність.

Форми міжнародних розрахунків відрізняються розміром участі комерційних банків у їхньому проведенні:

- мінімальна участь банків — при банківському переказі (виконання платіжного доручення клієнта). Відповідно досягається і мінімальне забезпечення платежу для експортера;
- середня участь — при інкасо (контроль за наданням, переказом товаророзпорядчих документів і видача їх платнику відповідно до інструкції довірителя);



- максимальна участь — при акредитиві (надання беніфіціару платіжного зобов'язання, яке реалізується під час виконання останнім умов акредитиву). Досягається максимальне забезпечення платежу для експортера, оскільки акредитив за своєю сутністю є грошовою гарантією оплати відвантаженого товару банком, що відкрив акредитив.

Країни світу використовують як документарні, так і недокументарні форми розрахунків, оскільки їх характеризує простота та дешевизна.

Промислово розвинуті країни в розрахунках між собою використовують переважно недокументарні форми розрахунків. Документарні розрахунки використовуються в розрахунках з країнами третього світу, з деякими країнами Східної Європи. Це дає можливість значно зменшити ризик неплатежу або нестачання товару.

Та чи інша форма розрахунків може бути сприятливою для експортера та несприятливою для імпортера, і навпаки, тому що містить певну частку ризику для кожного партнера. Кожний контрагент намагається покласти на тій формі розрахунків, за якої він мав би найменший ризик.

Різні форми розрахунків щодо оцінювання ризику відображені в табл. 11.1.

Таблиця 11.1

**Оцінювання ризику неплатежу/непостачання товару  
для контрагентів при різних формах розрахунків**

<b>Ранг ступеня ризику для експортера</b>	<b>Форми розрахунків</b>	<b>Ранг ступеня ризику для імпортера</b>
1	Відкритий рахунок	6
2	Документарне інкасо із розстрочкою платежу	5
3	Документарне інкасо з негайною оплатою	4
4	Непідтверджений акредитив	3
5	Підтверджений акредитив	2
6	Авансовий платіж	1

Для оцінювання ризику для контрагентів при різних формах розрахунків використовується метод ранжування ступеня ризику: найбільшому ступеню ризику надається перший ранг, найменшому — останній ранг. Із таблиці видно, що авансовий платіж і платіж на відкритий рахунок перебувають на різних полюсах. Ці форми розрахунків становлять односторонні вигоди або експортеру, або імпортеру. Крім того, на відміну від документарного інкасо та акредитива, участь банку при цих формах значно менша, тому що вони є лише провідниками грошових коштів.

### ***Механізм здійснення міжнародних розрахунків за допомогою інкасо***

Розрахунки за інкасовим дорученням (інкасо) — це банківська операція, за допомогою якої банк за дорученням свого клієнта (експортера) отримує на підставі розрахункових документів суму коштів, що йому належать, від платника (імпортера) за відвантажені йому товари чи надані послуги та зараховує ці кошти на рахунок клієнта-експортера у себе в банку [17; 10; 14; 15; 54; 75].

Інкасо являє собою тільки інкасування паперів, і банк не гарантує оплату коштів експортеру за відвантажений товар чи надані послуги.

Експортер, щоб зменшити ризик несплати при цій формі, повинен вимагати надання імпортером гарантії платежу, яку видає банк, тобто банківської гарантії.

Розрізняють два види інкасо:

- чисте інкасо, тобто стягнення платежу за фінансовими документами, які не супроводжуються комерційними документами. До фінансових документів належать: тратта (переказний вексель), простий вексель, чек;
- документарне інкасо, тобто стягнення платежу за фінансовими документами, які супроводжуються комерційними документами, або тільки за комерційними документами. До складу документів можуть входити: термінова тратта або тратта на пред'явника; коносамент або інший транспортний документ; комерційні рахунки-фактури; свідоцтво про походження; страхові поліси або сертифікати.

У практиці міжнародних розрахунків частіше використовують документарне інкасо.

У разі документарного інкасо банки спираються на «Уніфіковані правила по інкасо» (УПІ), які розроблені Міжнародною торговельною палатою в Парижі (зараз діє редакція 1996 р., публікація № 522). УПІ регулюють основні права та обов'язки учасників інкасо, визначають види інкасо, порядок подання документів до оплати та здійснення оплати, акцепту, повідомлення про проведення платежу, акцепту або про неплатіж та інші питання. До УПІ приєдналася більшість країн світу, в тому числі й Україна.

Таким чином, інкасова операція полягає в отримуванні та зарахуванні банком платежу для клієнта. Вона протилежна акредитуванню, оскільки платник не має обов'язку заздалегідь перераховувати грошові кошти, їх ще тільки треба буде в нього затребувати. Банки при документарному інкасо не беруть на себе зобов'язання здійснити платіж. Їхня відповідальність зводиться до переказування та вручення документів проти сплати чи акцепту, але без власного зобов'язання здійснити платіж, якщо покупець не виконає або не зможе виконати своїх зобов'язань за інкасо.

Інкасо дає менше гарантій платежу продавцеві, але набагато вигідніше платнику, який не заморожує своїх оборотних коштів. У разі використання документарного інкасо продавець до моменту відвантаження товару ще не може бути впевнений у тому, що покупець зробить платіж, тому ця банківська операція підходить для здійснення платежів у таких випадках:

- продавець довірить покупцеві, що він оплатить відвантажені товари чи надані послуги;
- стабільні політичні, економічні та правові умови в країні покупця;
- країна-отримувач не має імпорتنних обмежень (наприклад, валютний контроль), або вона надала всі необхідні дозволи.
- Учасники інкасової операції:
  - експортер (продавець, довіритель) — сторона, що виставляє документи на інкасо;
  - банк-ремітент — банк, якому довіритель доручає здійснювати операції інкасо;
  - інкасуєчий банк — банк (окрім банку-ремітента), який бере участь в операції щодо виконання інкасового доручення;
  - імпортер (покупець, платник) — сторона, що здійснює платіж або акцепт за отриманий товар.

Здійснення документарного інкасо умовно поділяють на три фази.

*Фаза 1.* Домовленість про умови інкасо.

Експортер визначає в своїй пропозиції умови платежу або узгоджує їх з покупцем у контракті на купівлю-продаж.

*Фаза 2.* Видача інкасового доручення та надання документів.

Після отримання замовлення або після укладення договору про купівлю-продаж продавець відвантажує замовлений товар або безпосередньо на адресу покупця або на адресу посередника. Одночасно він складає всі необхідні документи (рахунок-фактуру, коносамент, страховий сертифікат, свідоцтво про походження товару та ін.) і відправляє їх разом з інкасовим дорученням своєму банку (банку-ремітенту). Банк-ремітент передає документи з необхідними інструкціями інкасуєчому банку.

*Фаза 3.* Подання документів платнику.

Інкасуєчий банк інформує покупця про надходження документів, а також про умови одержання їх. Він приймає від покупця платіж або акцептований вексель і передає покупцеві документи. Сплатена сума по інкасо переводиться банку-ремітенту, який потім зараховує її на рахунок експортера.

Розрахунки у формі інкасо здійснюються за схемою (рис. 11.1).

Схема містить такі кроки:

1-й крок — укладання контракту, в якому сторони домовляються через які банки проводитимуть розрахунки;

2-й крок — експортер відвантажує товар;

3-й крок — експортер отримує від перевізника транспортні документи;

4-й крок — експортер готує необхідні документи (розрахунки, коносаменти, сертифікати якості, фінансові документи-тратти, чеки тощо) і разом з інкасовим дорученням передає своєму банку.

5-й крок — банк-ремітент після перевірки наданих документів на відповідність вимогам, наведеним в інкасовому дорученні, відправляє їх разом з дорученням банку-кореспонденту країни імпортера. В інкасовому дорученні банк експортера дає інструкції щодо переказування коштів, отриманих від імпортера, або щодо векселів, акцептованих імпортером (якщо такі направляються при інкасовому дорученні).

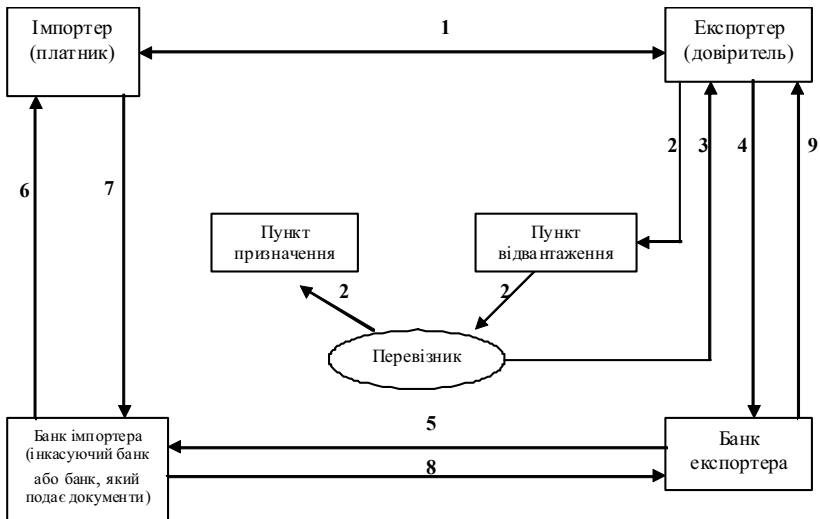


Рис. 11.1. Розрахунки за документарним інкасо

6-й крок — банк країни імпортера після отримання інкасового доручення та інших документів передає їх покупцеві (імпортеру) для перевірки з метою отримання від нього платежу (або акцепту тратт). Інкасууючий банк може здійснювати подання платнику безпосередньо або через банк-представник. Банк країни імпортера надсилає повідомлення платникові про одержання інкасового доручення та прохання здійснити платіж. Документи видаються платнику тільки проти платежу (акцепту тратти).

7-й крок — банк імпортера одержує платіж від імпортера.

8-й крок — інкасууючий банк переказує відповідну суму (виручку) банку-ремітенту поштою, телеграфом, каналами СВІФТ (залежно від інструкцій).

9-й крок — банк-ремітент після одержання переказує зараховує суму виручки на рахунок експортера.

У тому випадку, якщо, відповідно до інструкцій, наведених у інкасовому дорученні, передбачена передача документів платникові проти акцепту, банк зобов'язаний передати платнику документи після

одержання від нього акцептованого переказного векселя (тратти). Акцептуючи вексель, платник бере на себе зобов'язання здійснити платіж в обумовлені терміни.

Таблиця 11.2

**Переваги та недоліки інкасової форми розрахунків**

<b>Переваги</b>	<b>Недоліки</b>
<b>Для експортера</b>	
<p>1. Зменшення ризику довгострокової передачі товару. Банк захищає право експортера на товар до моменту оплати чи акцепту документів. Імпортер може розпорядитися товаром тільки після інкасування документів. Отримання платежу гарантовано, як тільки імпортер прийме документи.</p> <p>2. Збільшення конкурентоспроможності. Інкасо – менш тривалий та обтяжливий засіб досягнення домовленості, ніж акредитив. У експортера є можливість продати товар за нижчою ціною, збільшуючи свою конкурентоспроможність.</p> <p>3. Зручність. Банк може запропонувати ефективний засіб оброблення документів, здійснення розрахунків і зв'язків.</p> <p>4. Експортер має можливість одержати кошти від банку під акцепт або за урядовою програмою підтримки експортера</p>	<p>1. Тривалість проходження документів через банки і, відповідно, періоду їх оплати (акцепту), який може забирати від декількох тижнів до місяця та більше.</p> <p>2. Витрати по інкасо несе експортер. Додаткові витрати, які викликані неплатежем чи відмовою від акцепту з боку імпортера. Імпортер має право відмовитись від оплати поданих документів або не мати дозволу на переказування валюти за кордон. У цих випадках банк не несе відповідальності. Експортер понесе витрати, пов'язані зі зберіганням вантажу, його страхуванням, продажем його третій особі або транспортуванням назад у свою країну.</p> <p>3. Експортер зобов'язаний здійснювати виробництво та транспортування товару авансом</p>
<b>Для імпортера</b>	
<p>1. Імпортер оплачує фактично відвантажений товар, оскільки платіж здійснюється тільки проти товаросупроводжувачих документів. Тобто форма інкасо є сприятливою для імпортера щодо вибору часу для платежу.</p> <p>2. Зменшення витрат. Витрати на здійснення інкасо у вигляді банківської комісії незначні. У деяких випадках, відповідно до міжурядових або міжбанківських угод про взаємну торгівлю та розрахунки, комісія може взагалі не стягуватися. Крім того, імпортер може одержати вигоду з низької ціни купівлі (див. переваги для експортера)</p>	<p>1. Імпортер здійснює платіж або акцепт, не маючи можливості раніше перевірити якість товару.</p> <p>2. Нанесення шкоди репутації у випадку неплатежу або відмови від акцепту. Експортер може видати спеціальні інструкції щодо замовлення «протесту» від його імені, що дозволяє в подальшому подати офіційну скаргу</p>

Якщо відстрочка платежу, тобто надання експортером імпортеру короткострокового комерційного кредиту, не оформляється, банк на основі інструкції довірителя може видати документи платнику без оплати. При цьому експортер, звичайно, вимагає від імпортера банківську гарантію під забезпечення платежу за укладеною угодою. У цьому випадку документи видаються в обмін на письмове зобов'язання платника здійснити платіж в обумовлені терміни.

Витрати по здійсненню інкасових операцій включають:

1) комісійні за:

- вручення документів напроти акцепту або платежу;
- оплату акцепту;
- звільнення відвантаженого товару, який був адресований банку чи транспортному агенту, до розпорядження банку;

2) накладні витрати за:

- пролонгацію векселів;
- додаткову роботу з документами (повернення документів, протест та ін.);
- поштові збори;
- інші фактичні витрати.

Інкасова форма розрахунків має переваги і недоліки (табл. 11.2).

### ***Механізм здійснення міжнародних розрахунків за допомогою акредитива***

Документарний акредитив — це угода, згідно з якою банк зобов'язується на прохання клієнта-імпортера (заявника акредитиву) здійснити оплату документів, які відповідають умовам акредитиву, експортеру (бенефіціару), на користь якого відкрито акредитив [ 10; 14; 15; 54; 76].

Акредитивна форма розрахунків передбачає виконання умов та вимог, які мають бути виконані контрагентами та банками. Комерційні банки стають заінтересованими учасниками розрахункової операції поряд із зовнішньоторговельними партнерами. Це є специфічною акредитивної форми розрахунків.

Поряд з функцією забезпечення платежів акредитив може виконувати кредитну функцію. Зобов'язання банку імпортера здійснити платіж допомагає експортеру одержати від свого банку кредит (наприклад, на виробництво товару). Акредитив може слугувати банку

імпортера також як основа для кредиту (у випадках, коли банк при здійсненні акредитивної операції, може сподіватися, що буде розпоряджатися документами, які уособлюють власність на товар, бо товаросупроводжувальні документи засвідчують вимогу на видачу відправленого вантажу. Із передачею документів передається право на володіння товаром).

У світовій торгівлі за допомогою акредитива здійснюється до 80% платежів. Це пов'язано з тим, що документарний акредитив — найменш ризикований та найбільш дійвовим інструмент забезпечення платежів. У країнах, де контролюється зовнішня торгівля, застосування акредитива часто є необхідною умовою для здійснення експортно-імпортних операцій.

Сутність акредитива полягає в одержанні продавцем твердих гарантій платежу, а покупцем — повноцінних прав на відвантажений товар. Це можливо, коли гроші перераховуються платником лише при виконанні його контрагентом визначених умов, що і створює переваги, які має продавець, який домовився з покупцем щодо акредитивної форми оплати. Тому акредитив часто розглядається не тільки як форма розрахунків, а й як своєрідне забезпечення платежу за товари (роботи, послуги).

Відносини за акредитивом, які виникають між банком та клієнтом-платником (імпортером), а також між банком та одержувачем коштів (експортером), не пов'язані із договором купівлі-продажу, який укладається між експортером та імпортером. Відокремлений характер цих відносин відбивається в тому, що банки не зобов'язані перевіряти відповідність умов акредитива (вказівок про зміну умов, достроковому закритті тощо) договору між платником та одержувачем.

У разі розрахунків акредитивом банк, який його виставляє, діє від свого імені, але за рахунок коштів клієнта. Таким чином, відносини за акредитивом розглядаються як різновид договору комісії.

Бенефіціар за акредитивом не може скористатися на свою користь договірними відносинами, що існують між банками або між стороною, яка дала наказ відкрити акредитив, і банком емітентом. Під час операцій з акредитивом заінтересовані сторони мають справу тільки з документами, а не з товарами, послугами і/або іншими видами виконання зобов'язань, до яких можуть належати документи.



Акредитиви виставляються банками на підставі доручення або заяви клієнта (імпортера), які фактично повторюють усі умови розділу контракту, що стосується платежів.

Використання акредитивів для міжнародних розрахунків регламентується Уніфікованими правилами та звичаями для документарних акредитивів, розроблених Міжнародною торговою палатою (зараз діє редакція 1993 р., публікація № 500), до яких приєдналися понад 160 країн світу, серед них — Україна. Уніфіковані правила визначають основні поняття та види акредитивів, способи та порядок застосування, обов'язки та відповідальність банків, вимоги до документів, що подаються разом з акредитивом, а тому в кожному документарний акредитив обов'язково включається застереження, що Правила є невід'ємною складовою частиною такого акредитива.

Учасники розрахункової операції за акредитивом:

- покупець-імпортер (акредитиводавець), який звертається до банку з проханням про відкриття акредитива;
- продавець-експортер (бенефіціар), якому адресовано акредитив і на користь якого буде здійснено платіж;
- банк-емітент (банк імпортера) — банк, який відкриває акредитив за дорученням клієнта або звертається з проханням до іншого банку відкрити акредитив за його дорученням і за його рахунок;
- авізуючий банк (банк експортера) — банк, який сповіщає експортера про відкриття на його користь акредитива та передає його текст.

Процедура здійснення акредитивної операції поділяється на три фази.

*Фаза 1.* Угода про відкриття акредитива. Розглядається пропозиція щодо умов поставки товару. Експортер надає потенційному покупцеві свою пропозицію і під час переговорів з покупцем обговорює умови акредитива.

*Фаза 2.* Доручення на відкриття акредитива. Ця фаза пов'язана з підписанням умов поставки товару та його оплати. Імпортер дає експортеру замовлення на поставку товару, відповідно підписавши договір з купівлі-продажу. Водночас він дає своєму банку доручення на відкриття акредитива.

*Фаза 3.* Використання акредитива. Експортер поставляє замовлений товар і надає банку документи на оплату.

Розрахунки акредитивами здійснюються за схемою (рис. 11.2).

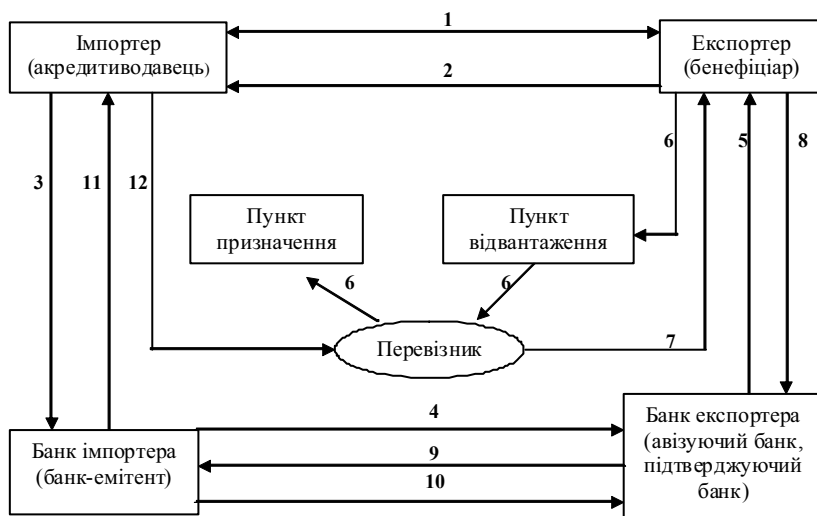


Рис. 11.2. Розрахунки за документарним акредитивом

Схема містить такі кроки:

1-й крок — експортер та імпортер укладають між собою угоду, в якій зазначають, що розрахунки буде здійснено у формі документарного акредитива.

2-й крок — експортер готує товар до відвантаження, про що повідомляє імпортера.

3-й крок — одержавши повідомлення експортера, імпортер подає своєму банку доручення (заяву) на відкриття акредитива.

У заяві банку доручається відкрити акредитив на умовах, які перелічені в ньому та відповідають укладеному контракту. В заяві вказуються:

- акредитиводавець і бенефіціар;
- дата та місце закінчення акредитива;
- вид акредитива;
- авізуючий банк і банк, який підтверджує акредитив;
- спосіб відвантаження товару та виконання акредитива;

- опис товару та умов поставки;
- перелік документів, проти яких виконується акредитив;
- дата першого відвантаження;
- термін, протягом якого повинні бути надані документи;
- номер рахунка, з якого банк списує кошти на оплату товару і комісійні банків.

4-й крок — банк-емітент після оформлення відкриття акредитива направляє акредитив іноземному банку, що обслуговує експортера (авізуючий банк), який перевіряє його достовірність і сповіщає експортера про відкриття та умови акредитива. На цьому етапі можуть виникнути два моменти щодо гарантії акредитива.

1. Отриманий від емітента акредитив може бути авізований банком без зобов'язань з його боку. У цьому випадку авізуючий банк тільки перевіряє наявність документів за зовнішніми ознаками. Він не бере на себе жодних зобов'язань щодо гарантії платежу експортеру.

2. Банк-емітент може звернутися до авізуючого банку, дати підтвердження відкритому акредитиву, тобто додати власну гарантію платежу. У цьому разі такий банк виступає в ролі банку, що підтверджує цей акредитив. Тоді акредитив має гарантії двох банків, один з яких перебуває в країні експортера, а другий — у країні покупця.

5-й крок — передавання відкритого акредитива експортеру (бенефіціару), який перевіряє відповідність його умовам контракту.

6-й крок — експортер відвантажує товар імпортеру, якщо згоден з умовами відкритого на його користь акредитива.

7-й крок — експортер отримує від перевізника транспортні документи.

8-й крок — передача експортером транспортних та інших документів, передбачених умовами акредитива, у свій банк (авізуючий).

9-й крок — банк експортера перевіряє всі документи щодо їхньої відповідності умовам акредитива та надсилає їх банку-емітенту для оплати або акцепту. У супроводжувальному листі зазначається поряток зарахування виручки на рахунок експортера.

10-й крок — банк-емітент перевіряє документи та здійснює платіж банку експортера. На суму платежу дебетується рахунок імпортера, а банк експортера зараховує відповідні кошти на рахунок експортера.

11-й крок — імпортер одержує від банку емітента всі комерційні документи.

12-й крок — імпортер за комерційними документами одержує у власність товари від перевізника.

Зовнішньоторговельні банки несуть повну відповідальність за своєчасну оплату поданих бенефіціаром документів, якщо ці документи повністю відповідають умовам акредитива, а також за своєчасне регулювання й усунення виявлених у документах розбіжностей шляхом проведення необхідної роботи зі своїми клієнтами — бенефіціаром для авізуючого банку і наказодавцем акредитива — для банку-емітента.

Відповідно до Уніфікованих правил, у практиці міжнародних розрахунків можуть застосовуватися різні види документарних акредитивів:

- відкличні та безвідкличні;
- підтвержені та непідтвержені;
- переказні (трансферабельні);
- револьверні (відновлювальні);
- компенсаційні;
- покриті та непокриті;
- резервні.

**Відкличний акредитив** відкриває банк імпортера, а банк експортера підтверджує цей акредитив. Але банк імпортера може змінити та навіть анулювати дію акредитива в будь-який час без згоди експортера (бенефіціара). За таких умов банк-емітент має сплатити банку, уповноваженому здійснити платіж, певну суму компенсації. На практиці такі акредитиви використовують у розрахунках між підприємствами, що мають довготривалі комерційні відносини та довіряють одне одному, оскільки значно зростає комерційний ризик. Тобто відкличний акредитив не надає експортеру достатньої гарантії. Необхідно пам'ятати, що в дорученні на відкриття акредитива необхідно чітко вказувати його форму, бо якщо її немає, то акредитив вважається відкличним.

**Безвідзивний акредитив** не може бути змінений або анульований без згоди зацікавлених сторін. Він дає експортеру високий ступінь гарантії того, що його поставки, послуги будуть оплачені, як тільки він виконає умови акредитива.

Безвідкличні акредитиви з точки зору додаткових гарантій платежу поділяються на **підтвержені** та **непідтвержені**.

**Підтвердження акредитива** здійснюється через надання гарантії платежу іншим (третім) банком, який бере на себе зобов'язання сплатити за документами, що відповідають умовам акредитива, в разі якщо це не зможе зробити банк-емітент. Підтверджений власним банком акредитив надає більше гарантії експортеру.

При здійсненні розрахунків за **непідтвердженим акредитивом** відповідальність за виконання платежу несе тільки банк-емітент. Банк-експортера лише авізує бенефіціару відкриття акредитива. Він не бере власного зобов'язання його проводити на документах за свій рахунок. Бенефіціар погоджується на безвідкличний непідтверджений акредитив, якщо політичний ризик і ризик переказування коштів незначні і це дає змогу провести операцію швидко.

**Переказний (трансферабельний) акредитив** — це зобов'язання банку, за яким бенефіціар (перший бенефіціар) може уповноважити обслуговуючий його банк передати своє право на отримання коштів повністю або частково одному або кільком постачальникам (другому бенефіціару). Такий вид розрахунків застосовуються тоді, коли бенефіціар не є постачальником або поставка здійснюється через торговельного посередника.

Після отримання від банку повідомлення про відкриття такого акредитива торговельний посередник може доручити банку переказати акредитив на свого постачальника або на другого бенефіціара. При цьому переказування, як правило, має відповідати умовам першого акредитива.

Переказаний акредитив може бути переказаний лише один раз, тобто другий бенефіціар не може переказати його третьому бенефіціару.

Використання переказного акредитива має певні переваги для посередників:

- дає змогу посередникові не використовувати своїх власних коштів і кредитних можливостей банку;
- переказні акредитиви можуть бути використані в такий спосіб, що покупець залишається невідомою особою першого постачальника.

**Револьверний акредитив** використовується, коли покупець віддає розпорядження поставляти замовлений товар частинами через відповідні проміжки часу (договір про поставки партіями). Цей акредитив покриває вартість часткових поставок.

Його перевагою є те, що не потрібно на кожну партію товару відкривати новий акредитив, а також отримується економія на канцелярських та інших витратах.

**Компенсаційний акредитив** являє собою другий акредитив, який гарантується першим, що називається основним. Бенефіціар за першим акредитивом, як правило, є посередником, який відкриває акредитив на користь постачальника товару. У правовому відношенні основний і компенсаційний акредитив не пов'язані між собою і є самостійними різновидами. Однак, відкриваючи компенсаційний акредитив треба враховувати відповідність умов його відкриття умовам основного акредитива.

**Покриті документарні акредитиви** — це акредитиви, відкриваючи які банк-емітент попередньо надає в розпорядження виконуючого банку валютні кошти (покриття), що належить імпортеру, на суму акредитива на термін дії зобов'язань банку емітента з умовою можливості їх використання для платежів за акредитивом.

**Непокриті акредитиви** — це акредитиви, які підтверджуються банками без попередньо зарезервованих ними коштів клієнтів на своїх рахунках для оплати товару (послуги) за акредитивом. Такі акредитиви використовуються тоді, коли банки повністю довіряють один одному та своїм клієнтам, а ризики, пов'язані з переказуванням коштів, мінімальні. На практиці найчастіше використовуються непокриті акредитиви.

**Резервні акредитиви** за своєю сутністю схожі з умовною гарантією, яка надається банком-емітентом. За їхньою допомогою можуть бути гарантовані такі платежі та послуги:

- виплата за вексями, які підлягають оплаті після пред'явлення;
- погашення банківських кредитів;
- оплата товарних поставок;
- виконання договорів підряду на проведення робіт або надання послуг.

Акредитивна форма розрахунків є найскладнішою та дорогою. За кожну операцію, за підвищені кредитні ризики банки беруть вищу комісію, ніж за інших форм розрахунків. Банки використовують спеціально встановлені тарифні ставки комісійних зборів та поштово-телеграфних витрат, витрат за користування системою SWIFT.

Витрати, пов'язані з відкриттям акредитива, як правило, бере на себе покупець, але він може вимагати від експортера, щоб той узяв на себе всі витрати та комісії або їх частку.

Банки можуть використовувати такі види комісійних<sup>1</sup>:

- попереднє авізування (20–50 дол.);
- авізування документарного акредитива (0,1–0,15%, при цьому min – 40 дол., max – 500 дол.);
- відкриття та підтвердження акредитива (0,1–0,3%);
- переказ трансферабельного акредитива (0,2%, при цьому min – 50 дол., max – 1000 дол.);
- платежі, угода, перевірка, прийняття та відправлення документів (0,1–0,3%);
- зміна умов акредитива (20–50 дол.);
- акцепт тратт (0,1–0,15%);
- поштово-телеграфні витрати;
- витрати на відправлення повідомлень по системі SWIFT;
- отримання документів, які відрізняються від умов акредитива (30–100 дол.);
- анулювання акредитива (30–50 дол.);
- комісійні за акредитивом за платіж у розстрочку (0,1–0,15%);
- платіж на користь бенефіціара (0,2–0,5%) тощо.

Основні переваги та недоліки документарних акредитивів (безвідзивних, як найпоширенішої форми) наведені в табл. 11.3.

Таблиця 11.3

**Переваги та недоліки акредитивної форми розрахунків**

Переваги	Недоліки
<b>Для експортера</b>	
1. Мінімальний ризик неоплати товару експортера. Банк не може відмовитися від оплати за повністю відповідними документами, якщо взяв на себе безвідзивне зобов'язання виконати це.	1. Зниження конкурентоспроможності. Продавець може обмежити себе або свій ринок та може зазнавати труднощів з пошуком покупців, бо імпортер несе великі витрати і має значний обсяг роботи з документами.
2. Оплата банком проводиться швидше та зручніше, ніж інкасо від експортера	
3. Вексель, акцептований банком, може бути дисконтований, якщо в країні існує ринок цих фінансових інструментів. Це забезпечує успіх у фінансуванні.	
4. Гнучкість відносно умов платежу.	
5. Міжнародна правова надійність.	
6. Використання практично в усіх країнах	

<sup>1</sup> Тарифи на акредитивні послуги українських банків [14].

## Продовження табл. 11.3

<b>Для імпортера</b>	
1. Використання практично в усіх країнах. 2. Гнучкість щодо умов платежу. 3. Безпека. Оплата відбувається лише після пред'явлення відповідних для акредитування документів, які підтверджують відвантаження товару. Завдяки фінансовим термінам гарантується вчасне виконання відвантаження та терміну дії акредитива	1. Імпортер несе великі витрати за акредитивом і має значний обсяг роботи з документами, що потребує багато часу на оформлення. 2. Покупець здійснює оплату, не маючи можливості попередньо перевірити якість товару

**Банківський переказ**

Банківський переказ належить до недокументарних форм розрахунків. Він є складовим елементом інших форм міжнародних розрахунків (акредитиви, інкасо, чеки, векселі).

Банківський переказ — це розрахункова банківська операція, яка являє собою доручення комерційного банку своєму банку-кореспонденту сплатити відповідну суму грошей на прохання та за рахунок переказника іноземному отримувачу (бенефіціару) із зазначенням способу відшкодування банку-платнику сплаченої ним суми.

Банківський переказ полягає в пересиланні платіжного доручення одного банку іншому.

Платіжне доручення — це розрахунковий документ, який містить доручення платника банку, що його обслуговує, здійснити переказ указаної в ньому суми грошових коштів зі свого рахунка на рахунок одержувача.

Схема розрахунку платіжними дорученнями відображена на рис. 11.3.

Схема містить такі кроки:

1-й крок — укладання контракту купівлі-продажу. В розділі «Умови платежу» вказується, що розрахунки за поставлений товар робитимуться у формі банківського переказу.

2-й крок — експортер відвантажує товар.

3-й крок — експортер отримує товарні документи від перевізника.

4-й крок — експортер відправляє повідомлення про відвантаження та інші комерційні документи імпортеру (отримання товару).



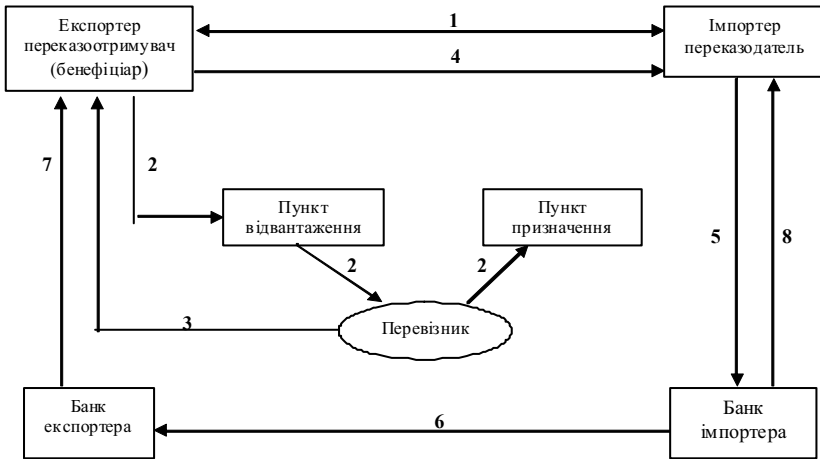


Рис. 11.3. Банківський переказ

5-й крок — заява на переказ.

6-й крок — платіжне доручення від імені банку імпортера на переказ іноземної валюти.

7-й крок — перевірка банком експортера правильності платіжного доручення, списання грошей з рахунка банку імпортера, зарахування отриманої суми на рахунок експортера, витяг з розрахункового рахунка про зарахування суми.

8-й крок — витяг з розрахункового рахунка про списання суми.

Переказування коштів за кордон здійснюється на основі заяви на переказ, у якій вказується:

- сума переказу в іноземній валюті (цифрою та прописом);
- спосіб виконання переказу (поштою, телеграфом, каналами СВІФТ);
- назва сторони, що отримує переказ, її адреса та номер рахунка в банку;
- назва банку, клієнтом якого є той, хто отримує переказ;
- мета та призначення переказу;
- номер і дата зовнішньоторговельного контракту;
- назва товару;

- номер рахунка клієнта, з якого має бути списана сума переказу, а також можливі витрати та комісія за виконання переказу.

Банки не несуть ніякої відповідальності за платіж (поставка товару, передання документів, а також сам платіж не входить до функцій банку до моменту подання платіжного доручення). Тому вони несуть мінімальну відповідальність і стягнуть мінімальну комісійну винагороду. Комісію, як правило, бере банк імпортера з переказодавця (розмір комісії визначається банком і виражається у відсотках).

Банківський переказ надає більше переваг імпортеру ніж експортеру, бо імпортер отримує товар і документи, як правило, до моменту оплати.

### ***Авансові платежі***

Авансовий платіж — це недокументарна форма розрахунків. У літературі його найчастіше відносять до способу платежу, що залежить від механізму оплати товару по відношенню до моменту його фактичної доставки.

Авансовий платіж — це грошова сума або майнова цінність, яка передається покупцем-імпортером продавцю-експортеру до відвантаження товару в рахунок виконання зобов'язань за контрактом.

Авансовий платіж виконує дві функції:

- функцію кредитування імпортером експортера;
- функцію забезпечення зобов'язань, які прийняті імпортером за контрактом.
- Аванс може виступати у двох формах:
- товарній, яка передбачає передання імпортером експортеру сировинних матеріалів або комплектуючих, необхідних для виготовлення замовленого обладнання;
- грошовій, яка передбачає сплату покупцем узгодженої за контрактом суми в рахунок належних за договором платежів до відвантаження товару (надання послуги), а іноді навіть до початку виконання контракту.

Авансові платежі використовують у таких випадках:

- експортер не впевнений у платоспроможності імпортера;
- нестабільна в країні покупця економічна та політична ситуація;
- у разі поставки дорогого обладнання, яке виготовлене за індивідуальним замовленням;

- у разі поставок рідкісних дефіцитних товарів, а також товарів стратегічного призначення;
- у випадку тривалих строків дії контракту.

Розмір авансу залежить від мети авансу, характеру та новизни товару, його вартості, строку виготовлення тощо. Аванс може надаватися як у розмірі повної вартості контракту, так і у вигляді частки, відповідного відсотка від неї.

Для експортера найвигіднішим є авансовий платіж на загальну суму контракту або попередня оплата. Переваги попередньої оплати:

- експортер захищений від ризику того, що іноземний покупець відмовиться або буде неспроможний заплатити за товар, який йому вже відвантажили;
- експортер отримує у своє розпорядження вільні кошти, які він може використати на закупівлю сировини, виплату заробітної плати, технічне оснащення підприємства тощо;
- експортер звільняється від необхідності звертатися до банку за кредитом зі сплатою відсотків та інших витрат за користування ними;
- у разі відмови прийняти замовлений товар експортер має право отриманий аванс використати на відшкодування збитків.

Недоліки цієї форми розрахунків стосуються більше імпортерів:

- ризик того, що експортер не доставить товар чи доставить не своєчасно та зовсім іншої якості чи специфікації;
- недотримання асортименту товару, що поставляється, а також умов пакування, що може призвести до визначення товару некондиційним;
- ризик втратити аванс;
- імпортер кредитує поставку на відповідний період до того, як він фізично отримує товар у своє розпорядження.

У міжнародній практиці розрахунки у формі авансу на загальну вартість контракту використовуються рідко. Найбільш поширені в міжнародній торгівлі авансові платежі, що покривають частину суми контракту. При цьому основну частину платежу експортер отримує після відвантаження товару, використовуючи інші форми розрахунків, платіжні та фінансові інструменти. Наприклад, 5–10% вартості контракту сплачуються у формі авансу, а решта — у формі відкритого рахунка або акредитива.

Авансові платежі, як правило, становлять 10–30% суми контракту і здійснюються після підписання контракту. При цьому частина контракту, що авансується, залежить від призначення авансу:

- завдаток у рахунок суми, вказаної в договорі, дорівнює зазвичай 10–15% суми контракту;
- аванс на виконання спеціального замовлення або поповнення обігового капіталу експортера становить 30–50% суми контракту;
- аванс за довгостроковими контрактами або на основі міждержавних угод може досягати 100% суми контракту;
- іноді оплата авансу може здійснюватися методом поетапних платежів, тобто кількома внесками: наприклад, 10–20% вартості замовлення — при підписанні контракту та 15% — після подання технічної документації.

Аванс сплачується протягом відповідного строку з дати підписання контракту (наприклад, 30–90 днів). У контракті також обумовлюється, через який проміжок часу після сплати авансу буде здійснено поставку товару. Як правило, аванс реалізується через банківський переказ (можуть використовуватись інші інструменти, наприклад чеки).

Аванс погашається шляхом заліку при поставці товару, що фіксується в контракті. Для імпортера вигідний такий спосіб погашення авансу, який зводить до мінімуму реальний строк авансування ним експортера, а для експортера — при якому аванс погашається під час розрахунків за останнє відвантаження товару, бо цей спосіб забезпечує більш тривале користування авансом і повністю страхує від можливих втрат у разі відмови імпортера від наступних партій товару.

За отримання авансу можуть нараховуватись відсотки на користь імпортера для переказування авансу до дати фактичної поставки товару.

При використанні авансового платежу імпортер, як правило, вимагає виставлення на себе гарантії банку експортера: гарантії повернення авансу або гарантії необхідного виконання контракту. Замість гарантії в контракт може вноситься застереження, що у випадку невиконання експортером умов договору аванс повертається імпортеру в повній сумі.

### ***Платіж на відкритий рахунок***

Платіж на відкритий рахунок передбачає ведення партнерами один для одного відкритих рахунків, на яких обліковуються суми поточної заборгованості.

У разі використання цієї форми здійснюються такі кроки:

- відвантаження експортером товару та відправлення документів на адресу імпортера;
- занесення експортером суми вартості вантажу на дебет відкритого на покупця рахунка;
- імпортер здійснює аналогічний запис у кредит рахунка імпортера;
- після оплати товару експортер і імпортер роблять компенсуючі проведення.
- До особливостей цієї форми розрахунків належать:
  - форма розрахунків передбачає ведення контрагентами великого обсягу роботи з обліку продажу;
  - товаророзпорядчі документи надходять до імпортера прямо, минаючи банк;
  - весь контроль за своєчасністю платежів покладається на плечі учасників угоди, передусім експортера;
  - рух товарів випереджає рух валютних коштів;
  - ця форма розрахунків найдешевша і порівняно проста для виконання.

Для експортера платіж на відкритий рахунок є найризикованішою операцією, тому що в нього немає ніяких гарантій, що імпортер урегулює свою заборгованість в обумовлений строк. Після того як усі права на товар перейшли до імпортера, експортеру залишається тільки поклатися на платоспроможність та порядність покупця. Для досягнення більшої надійності платежу експортери наполягають на виставленні на свою користь платіжних гарантій.

Така форма розрахунків найвигідніша для імпортера, немає ризику неоплати товару.

Розрахунки за допомогою відкритого рахунка використовуються, якщо між покупцем і продавцем існують надійні, стійкі та довгострокові ділові стосунки, а також якщо торгівля між країнами порівняно вільна від державних обмежень і міжнародного регламентування.

У міжнародних розрахунках платіж на відкритий рахунок посідає значне місце в торгівлі багатьох країн світу. Так, у країнах Західної

Європи до 60% усіх платежів здійснюється за цією формою. Це пов'язано з тим, що на світовому ринку з'явився надлишок товарів, і продавець повинен упроваджувати все більш пільгові умови продажу. Крім того, в торговельній практиці деяких країн (наприклад, у Великій Британії) розрахунки в такій формі асоціюються з розстрочкою платежу (продажем у кредит).

### ***Розрахунки з використанням чеків***

У торговельних і неторговельних розрахунках широко використовуються чеки. Чеки застосовуються як самостійний засіб платежу, а також у поєднанні з іншими формами міжнародних розрахунків.

Розрахунковий чек — це документ, який містить нічим не обумовлене письмове розпорядження власника рахунка (чекодавця) банку перевести вказану в чеку грошову суму одержувачу (чекодержателю).

Чек є особливою формою розрахунків, яка має зовнішню простоту та підвищену мобільність. Він зручний для розрахунків тоді, коли імпортер боїться віддати гроші до того, як одержить товар, а експортер не хоче передати товар до одержання гарантій платежу. Використання чека дає змогу заощаджувати обігові кошти — готівку та прискорити платежі, оскільки всі чеки оплачуються після подання.

Безумовний характер платежу за чеком означає незалежність зобов'язань сплатити вказану в чеку суму від умов та дійсності угоди, для виконання якої видано чек. Недійсність такої умови не є підставою для відмови здійснити платіж за чеком.

Платником за чеком може бути тільки банк, де чекодавець має грошові кошти на рахунку, якими він може розпоряджатися. Тобто виписаний чекодавцем документ повинен мати покриття (забезпеченість). Чеки, що виписуються клієнтом банку, видаються в межах суми, що є на його поточному та інших рахунках.

Відкликання чека до закінчення строку щодо його пред'явлення не допускається.

Видача чека не погашає грошового зобов'язання, на виконання якого він виданий. Чек є лише заміником грошей, а тому таке зобов'язання вважається виконаним тільки в момент одержання кредитором справжніх грошових коштів (зарахування їх на його рахунок).

Порядок та умови використання чеків устанавлюються законодавчими актами, банківськими правилами та нормами міжнародного права.

Чек, як правило, включає:

- назву «розрахунковий чек»;
- назву власника чекової книжки (чекодавця) та номер його рахунка;
- назву банку-емітента та його номер МФО;
- ідентифікаційні коди чекодавця та чекодержателя;
- назву чекодержателя;
- доручення чекодавця банку-емітенту сплатити конкретну суму, що зазначена цифрами та літерами;
- призначення платежу;
- число, місяць, рік та місце складання чеку;
- підписи чекодавця та відбиток печатки.

Строк дії чекової книжки — один рік.

Гарантована оплата чека забезпечується:

- шляхом депонування чекодавцем коштів на окремому рахунку в банку чекодавця;
- наявністю коштів на відповідному рахунку чекодавця, але не вище від суми, гарантованої банком за погодженням з чекодавцем при наданні чекової книжки.

Учасниками при розрахунках чеками є: чекодавець (боржник за зобов'язаннями), платник (банк), чекодержатель (кредитор за зобов'язанням).

Схема розрахунку чеками наведена на рис. 11.4.

Схема кроків:

- 1-й крок — платіжне доручення для депонування коштів;
- 2-й крок — заява на отримання чекової книжки;
- 3-й крок — видача чекової книжки;
- 4-й крок — товар, роботи, послуги;
- 5-й крок — чек;
- 6-й крок — реєстр чеків для оплати;
- 7-й крок — вимога на оплату;
- 8-й крок — перерахування коштів;
- 9-й крок — повідомлення про перерахування коштів.

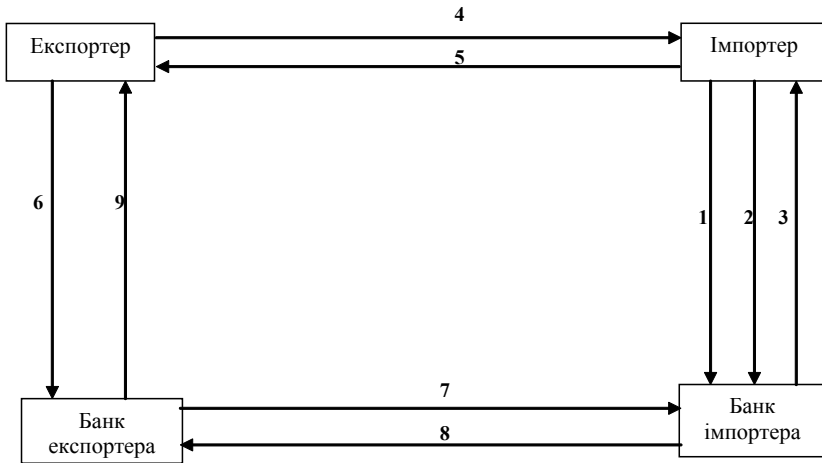


Рис. 11.4. Схема розрахунку чеками

У міжнародному обороті чеки використовуються при кінцевому розрахунку за поставлений товар і надані послуги, врегулюванні рекламаций та штрафних санкцій, при погашенні боргу, у розрахунку із неторговельних операцій. Як правило, чеки використовуються учасниками зовнішньоторговельних угод у випадку виникнення розрахунків на незначні суми.

Чек передається однією особою іншій шляхом внесення до нього передавального надпису (індосаменту), який здійснюється на зворотньому боці чека та підписується особою, яка зробила цей надпис (індосаментом).

Чек за умови передачі від однієї особи до іншої може бути:

- іменний, або чек на користь певної особи. Він не може бути переданий за допомогою звичайного індосаменту. Його передають шляхом передавального надпису із застереженням «Не наказу», тобто не кому-небудь, а конкретній особі;
- ордерний, тобто виписаний на користь певної особи чи за його наказом. Чек передається за допомогою індосаменту із застереженням «Наказу» чи без нього. У міжнародному платіжному обороті цей вид чека використовується найчастіше;



- чек на пред'явника. Він випишується пред'явникові і може бути переданий іншій особі як з індосаментом, так і без нього. Цей чек, як правило, виставляється клієнтом на свій банк. Якщо використовується чек цього виду, то його висилає чекодавець своєму зарубіжному партнерові за кордон, який після отримання виставляє його своєму банку для кредитування свого розрахунка. Тобто чекодавець здійснює платіж прямо своєму партнерові. Для цього платежу характерна швидкість, і тому він також широко використовується в зовнішньоторговельних операціях.

Залежно від чекодавця чеки поділяються на банківські та фірмові.

Фірмовий чек — це чек, виписаний фірмою на одержувача. Як правило, такий чек випишується в іноземній чи в національній валюті на пред'явника і виставляється фірмою на свій банк. Оплата за ним проводиться за рахунок коштів чекодавця. Фірмові чеки використовуються на фірмових бланках клієнтами банку. Проте такі чеки не дають повної гарантії отримання коштів. У зв'язку з цим зросло використання банківських чеків.

Банківський чек — це чек, виписаний банком на свій банк-кореспондент. У тексті чека немає найменування фірми-чекодавця, а чекодавцем виступає банк боржника. Оплата за чеком здійснюється за рахунок коштів банку чекодавця на його рахунках у банку-кореспонденті за кордоном. Найчастіше використовуються банківські ордерні чеки. Ризик невиконання за банківським чеком надзвичайно малий. Крім того, виплату грошей за таким чеком не можна припинити.

У неторговельних розрахунках застосовуються дорожні чеки та єврочеки.

Подорожній (туристський) чек — це платіжне доручення виплатити зазначену в чеку суму власникові, підпис якого є на дорожньому чеку в момент його продажу. У момент пред'явлення чека до оплати власник знову ставить свій підпис на подорожньому чеку і лише в разі ідентичності підписів проводиться його оплата. Дорожні чеки є іменними. Вони випишується місцевій або іноземній валюті та використовуються при поїздках, закордонних подорожах для оплати товарів і одержання в банку готівки. Подорожній чек не є законним платіжним засобом. Їх придбання та прийняття в оплату забезпечується угодою емітента з відповідними організаціями (як правило, з

туристськими організаціями). Дорожні чеки зручні у використанні, оскільки при їх вивезення за кордон не потрібно спеціального дозволу, як для готівкової валюти. У випадку крадіжки сума чека може бути відшкодована або у формі подорожнього чека, або в національній чи іноземній валюті.

За обмін чеків на місцеву валюту банки стягують комісійні, розмір яких установлює банк.

Єврочек — це стандартизований чек, який приймається до оплати у країні-учасниці Європейської банківської системи «Єврочек», створеної в 1968 р. (до її складу входить 40 країн). Єврочеки супроводжуються спеціальною гарантійною карткою. Єврочеки видає банк їхньому власникові без попереднього грошового внеску, і оплачуються вони за рахунок банківського кредиту строком до одного місяця. Оплачений чек повинен повернутися в банк, який його видав, протягом 20 днів для оплати. Разом з бланками єврочеків клієнту видають єврочекову картку, яка дає можливість виписувати гарантовані єврочеки. Картки дійсні протягом двох років. Єврочеки оплачуються лише в разі пред'явлення їхнім власником єврочекової картки. На картці вказується максимальна сума одного чека, гарантована банком.

Єврочек можна виписувати у валюті країни перебування. Єврочек, виписаний за кордоном в іноземній валюті, направляється через єврочек-центр країни перебування власника чека у єврочек-центр своєї країни і проводиться перерахунок цього єврочека за обмінним курсом у національну валюту. Банк, який оплачує єврочек, стягує комісію.

Переваги єврочеків полягають у тому, що їхня єдина форма, оплата їх лише за умови пред'явлення власниками гарантійних карток, контроль за обробленням за допомогою ЕОМ сприяють удосконаленню розрахунків з міжнародного туризму.

### ***Розрахунки з використанням векселів***

У системі міжнародних розрахунків одним з головних інструментів є вексель.

Вексель, як і чек, належить до кредитних засобів платежу, що зумовлено поширенням у зовнішній торгівлі комерційного кредиту.

Вексель — це цінний папір, який оформлюється в строгій відповідності з вимогами закону та засвідчує безумовне й беззаперечне боргове зобов'язання.

При розрахунках із зовнішньоторговельних операцій використовуються два основні види векселів: прості та переказні (тратти).

Простий вексель — це складений за суворо визначеною формою документ, за яким боржник (векселедавець) бере на себе просте, нічим не обумовлене зобов'язання у зазначений строк, в обумовленому місці здійснити платіж кредиторів (векселедержателям) або тому, кому він накаже. Якщо вексель простий, то платником є сам векселедавець. Таким чином, простий вексель — це боргове зобов'язання імпортера здійснити платіж.

Переказний вексель (тратта) — це складений за суворо визначеною формою документ, у якому міститься проста і нічим не обумовлена пропозиція кредитора (трасанта), адресована боржникові (трасату) в зазначений термін, у зазначеному місці сплатити третій особі (ремітенту) певну грошову суму. Таким чином, у складанні переказного векселя беруть участь три особи: трасант (особа, яка видала вексель або наказ платити), трасат (платник за векселем) та ремітент (особа, на користь якої видано вексель). Слід зазначити, що при виконанні зобов'язання за траттою трасант одночасно є кредитором щодо трасата і боржником щодо ремітента.

При розрахунках на умовах комерційного кредиту частіше використовуються переказний вексель.

У складанні простого векселя беруть участь дві особи: векселедавець (платник) та векселедержатель (отримувач коштів за векселем). Схема розрахунку за допомогою простого векселя наведена на рис. 11.5.

Схема містить такі кроки:

- 1-й крок — укладення угоди;
- 2-й крок — передача товару з платежем у кредит;
- 3-й крок — виставлення векселя з позначенням строку платежу;
- 4-й крок — після завершення строку платежу передача векселя на інкасо;
- 5-й крок — вексель передається для оплати;
- 6-й крок — гроші надходять на рахунок продавця;
- 7-й крок — повідомлення про надходження грошей;
- 8-й крок — повідомлення про платіж за векселем.

У складанні переказного векселя беруть участь три особи:

- трасант — особа, яка видала вексель чи наказ платити;
- трасат-платник за векселем;
- ремітент — особа, на користь якої видано вексель.

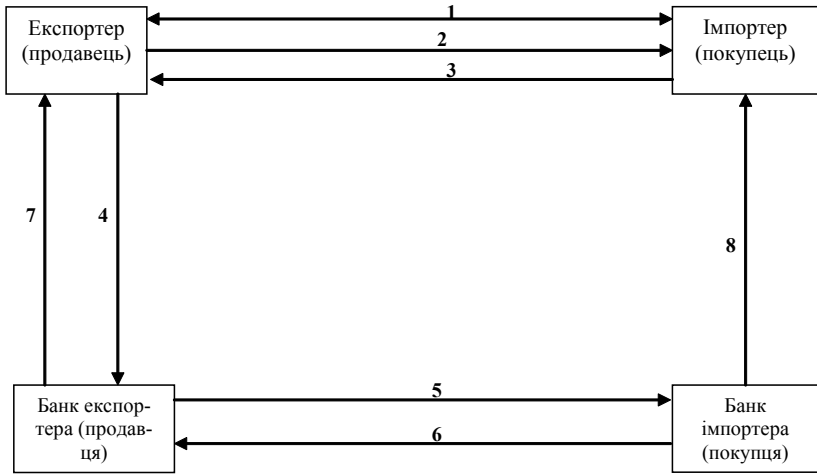


Рис. 11.5. Механізм розрахунків за поставлені в кредит товари за допомогою простого векселя

Схема розрахунку за допомогою переказного векселя наведена на рис. 11.6.

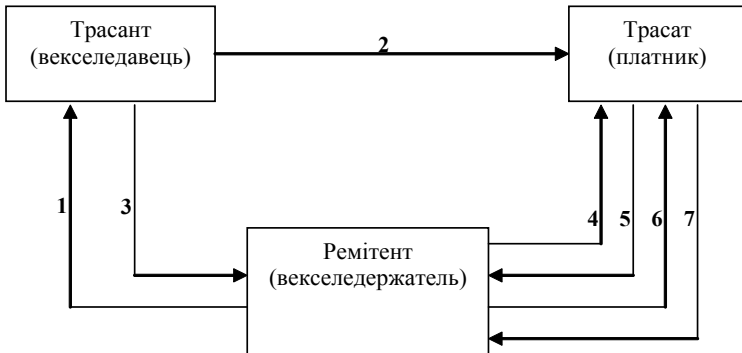


Рис. 11.6. Механізм розрахунків за поставлені в кредит товари за допомогою переказного векселя

Схема містить такі кроки:

- 1-й крок — трасант одержує товар від ремітента;
- 2-й крок — трасант відвантажує цей товар трасату;
- 3-й крок — трасант передає емітенту переказний вексель, де вказано, що платником його боргу перед ремітентом буде трасат;
- 4-й крок — ремітент пред'являє трасату переказний вексель, за яким він сподівається отримати акцепт;
- 5-й крок — трасат робить на векселі напис, який означає його згоду оплатити переказний вексель;
- 6-й крок — ремітент після акцепту пред'являє переказний вексель до сплати;
- 7-й крок — ремітент отримує кошти у вказаний строк.

Вексель складається за чітко встановленою формою. Його форма та вигляд регламентуються певною системою міжнародного та національного вексельного права. У багатьох країнах для уніфікації здійснення операцій з векселями розроблено вексельні формуляри.

До обов'язкових реквізитів простого векселя належать:

- назва «вексель»;
- проста та нічим не обумовлена обіцянка сплатити певну суму коштів;
- строк платежу;
- місце платежу;
- найменування отримувача коштів;
- місце і дата складання векселя;
- підпис векселедавця.

До обов'язкових реквізитів переказного векселя належать:

- назва «вексель»;
- безумовний наказ сплатити певну суму коштів;
- назва платника (трасата);
- строк платежу;
- місце платежу;
- назва отримувача коштів (ремітента);
- місце та дата складання векселя;
- підпис векселедавця (трасанта).

Якщо у векселі немає хоча б одного з перелічених реквізитів, то цей документ не матиме сили тратти чи простого векселя за винятком таких випадків:

- якщо не вказано місце платежу, то місце, позначене біля найменування платника, і є місцем платежу векселя;
- якщо не вказано місце видачі векселя, то місцем видачі є місце, позначене поряд з іменем векседавця;
- вексель, у якому не вказаний строк платежу, є векселем, який підлягає оплаті за пред'явленням.

У міжнародних розрахунках найчастіше використовуються акцептові векселі. Акцепт векселя — це підтвердження трасатом своєї згоди здійснити платіж за векселем. Акцепт векселя здійснюється у вигляді напису на лицьовому боці документа та підписується акцептантом. Необхідність акцепту зумовлена тим, що зобов'язання трасата за переказним векселем виникають лише після його акцепту.

Гарантією за простими та переказними векселями є їх авалювання банком. Аваль — це гарантія платежу за простим та переказним векселем з боку аваліста, якщо боржник не виконав своїх зобов'язань за векселем. Він здійснюється на лицьовому боці векселя або на додатковому аркуші (алонжі) та підписується авалістом.

У міжнародному платіжному обігу вексель є оборотним фінансовим документом. Це означає, що з передачею векселя іншій особі до нього переходять усі права, вимоги та ризик за цим документом. Передавання векселя здійснюється шляхом передавального напису — індосаменту, який здійснюється на зворотному боці векселя і підписується індосаментом.

Вексель може бути виписаний у будь-якій валюті, проте здебільшого його виписують у валюті країни платежу.

Векселі, які виписані в одній країні, а підлягають оплаті в іншій, називаються іноземними (зовнішніми).

В основі розрахунків під час операцій з іноземними векселями важливе значення має вексельний курс. Вексельний курс — це ціна іноземного векселя в національній валюті. При котируванні короткострокових вексельних курсів за основу береться курс «спот», а при котируванні довгострокових вексельних курсів орієнтуються на курс «форвард».

Для визначення вартості іноземного векселя необхідно знати:

- суму векселя;
- строк векселя;
- день продажу векселя;

- курс векселя;
- облікову ставку за місцем платежу.

Поряд з комерційними користуються й банківськими векселями. Банківський вексель — це тратта, яку виставляють банки на своїх іноземних кореспондентів. Імпортери, купуючи ці векселі в національних банків і пересилаючи їх для експортерів, погашають у такий спосіб свої боргові зобов'язання.

Використання векселів може бути передбачено, а іноді й визначатись як обов'язкова умова в разі застосування акредитивної та інкасової форм розрахунків. За таких форм розрахунків використання тратти повинно бути передбачено угодою між партнерами. В інкасовому дорученні та дорученні на відкриття акредитива вказується, що товарні документи передаються імпортеру лише за умови оплати чи акцепту виставленої тратти.

### Підсумки глави

1. Міжнародні розрахунки — це система регулювання платежів за грошовими вимогами та зобов'язаннями, що виникають між юридичними та фізичними особами різних країн у процесі їхньої діяльності у світогосподарській сфері.

2. Форми платежу (розрахунків) — це врегульовані законодавством країн-учасниць способи виконання грошових зобов'язань за зовнішньоторговельним контрактом. Метою розрахункових зобов'язань, які опосередковують здійснення платежів за товари, послуги, виконані роботи, є належне оформлення переказу грошових коштів боржником кредитору.

3. Документарні форми платежів поширені в розрахунках з деякими країнами Східної Європи, країнами третього світу. Вони дають можливість зменшити ризик неплатежу або непостачання товару. До документарних форм міжнародних розрахунків належать акредитиви та інкасо.

Документарний акредитив — це угода, згідно з якою банк зобов'язується на прохання клієнта-імпортера (заявника акредитива) здійснити оплату документів, які відповідають умовам акредитиву, експортеру, на користь якого відкрито акредитив. Специфікою

акредитивної форми розрахунків є те, що комерційні банки стають зацікавленими учасниками розрахункової операції поряд із зовнішньоторговельними партнерами. Акредитив є найменш ризикованим та найбільш дійовим інструментом забезпечення платежів.

Документарне інкасо — це банківська операція, за допомогою якої банк за дорученням свого клієнта (експортера) отримує на основі розрахункових документів суму коштів, що йому належить, від платника (імпортера) за відвантажені йому товари чи надані послуги та зараховує ці кошти на рахунок клієнта-експортера у себе в банку. При інкасо банки не беруть на себе зобов'язання здійснити платіж. Ця форма дає менше гарантій платежу продавцю, але набагато вигідніша платникові, який не заморожує своїх оборотних коштів.

4. Недокументарні форми платежів (авансові платежі, платіж на відкритий рахунок, банківський переказ, вексель, чеки, пластикові картки) переважають у розрахунках між промислово розвинутими країнами.

Авансовий платіж — це грошова сума, яку передає імпортер експортеру за відвантаження товару в рахунок виконання зобов'язань за контрактом. Найчастіше його відносять до способу платежу, що залежить від механізму оплати товару до моменту його фактичної доставки.

Платіж на відкритий рахунок передбачає ведення партнерами один для одного відкритих рахунків, на яких обліковуються суми поточної заборгованості.

Розрахунковий чек — це документ, який містить нічим не обумовлене письмове розпорядження власника рахунка (чекодавця) банку перевести вказану в чеку суму одержувачу (чекодержателю). Чеки застосовуються як самостійний засіб платежу, а також у поєднанні з іншими формами міжнародних розрахунків.

Вексель є цінним папером, який оформлюється в строгій відповідності з вимогами закону та засвідчує безумовне й беззаперечне боргове зобов'язання. Він належить до кредитних засобів платежу. В міжнародних розрахунках необхідно враховувати нормативні акти, що є у вексельному законодавстві різних країн.



### **Ключові поняття**

Міжнародні розрахунки; форми платежу (розрахунків); документарні та недокументарні форми розрахунків; інкасо; акредитив; банківський переказ; авансовий платіж; відкритий рахунок; розрахунковий чек; вексель.

### **Запитання для самоконтролю**

1. У чому сутність 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 сутність банківського переказу?
5. У чому особливості авансових платежів?
6. Що являє собою платіж на відкритий рахунок?
7. Який механізм розрахунків з використанням чеків та векселів?

### **Запитання 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 під час здійснення міжнародних розрахунків?
5. Яка роль євро в міжнародних розрахунках?
6. Яка роль колективних валют та золота в міжнародних розрахунках?
7. Яку роль відіграють інформаційні технології в міжнародних розрахунках?

### **Набуття практичних навичок**

Навчальну групу поділіть на три малі групи, кожна з яких виконує такі індивідуально-групові завдання:

1. Розробіть схеми здійснення платежів за документарними та недокументарними формами розрахунків.
2. Підготуйте комплект форм, які необхідно заповнити в разі застосування акредитивної та інкасової форм розрахунків.
3. Підготуйте зразкові тексти валютно-фінансових умов контракту на випадок розрахунків за товар у формі документарного акредитива та документарного інкасо.
4. Вивчіть та узагальніть положення нормативно-правових актів, які регулюють здійснення міжнародних розрахунків в Україні.

### **WEB-сайти**

<b>www.bank.gov.ua</b>	Офіційний сайт Національного банку України, де публікуються нормативно-правові документи з банківської діяльності.
<b>www.un.org</b>	Сайт ООН, де публікуються нормативні документи, що стосуються міжнародних розрахунків.
<b>www.iccwbo.org</b>	Сайт Міжнародної торговельної палати, де публікуються нормативні матеріали щодо здійснення тих чи інших форм міжнародних розрахунків.
<b>www.uncitral.org</b>	Сайт ЮНСІТРАЛ, де можна ознайомитися з документами Комісії щодо міжнародних розрахунків.
<b>www.bis.org</b>	Сайт Банку міжнародних розрахунків.
<b>www.ecb.int</b>	Офіційний сайт Європейського центрального банку.
<b>www.abe.org</b>	Офіційний сайт Європейської банківської асоціації.

## **ГЛАВА 12.**

### **ФІНАНСУВАННЯ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- дати визначення поняття «фінансування експорту» та «фінансування імпорту»;
- пояснити основні методи фінансування експортерів та імпортерів;
- охарактеризувати державне сприяння експортній діяльності.

#### **12.1. Методи фінансування експорту та імпорту**

Фінансування (кредитування) міжнародної торгівлі є важливим елементом економічного розвитку країни, оскільки кредит, як і якість товару та його ціна, виступають важливим засобом конкурентної боротьби на світовому ринку. Фінансування експортно-імпортних операцій полегшує можливість збуту товару для експортера та придбання товару для імпортера. Зовнішньоторговельні угоди фінансують банки, держава, експортери, імпортери, кредитно-фінансові організації.

Класифікаційні ознаки фінансування торгівлі:

1) стадія виробництва товару, який фінансуватиметься, тобто:

- виготовлення товару для експортера;
- складування товару в країні експортера;
- транспортування товару;
- зберігання на складі в країні імпортера;
- реалізація товару;
- використання товару в процесі виробництва та його амортизації;

2) термін користування кредитом, тобто фінансування може бути:

- коротостроковим (фінансування оборотного капіталу);
- середньостроковим;
- довгостроковим.

Фінансування експорту — це різні способи отримання експортером фінансових коштів від різних фінансових установ до одержання платежу від імпортера.

У разі фінансування експорту використовують усі форми кредитів, як і при внутрішній торгівлі, а також інші форми фінансування, які пов'язанні з наданими імпортеру умовами платежу [14, с.133–137; 32, с.537–574; 42, с.304; 47, с.527]. Таким чином, до форм фінансування експорту належать:

- кредитне фінансування, яке включає грошовий кредит (коротко- та довгостроковий) та відкриття кредитної лінії (гарантії, акцептний кредит);
- передавання вимог (форфейтинг та факторинг).

Фінансування може бути одержане звичайними (традиційними) методами банківського фінансування або нетрадиційними.

У випадку короткострокового фінансування експорту традиційними методами є:

- незабезпечений овердрафт у національній або в іноземній валюті. Овердрафт — це кредитна лінія, за якою клієнт може випускати чеки до певної максимальної суми. При наданні овердрафту банк списує кошти з розрахунку клієнта в розмірах, більших ніж залишки на його рахунку, відкриваючи таким чином кредит. Угода про овердрафт кожного разу укладається знову і означає тільки одну домовленість про надання фінансування. Імовірність кредитування в національній валюті збільшується, якщо експортер має поліс по страхуванню експортного кредиту для зменшення ризику втрат у випадку відмови імпортера від платежу. Якщо овердрафт надається в іноземній валюті, то клієнт виставляє рахунок-фактуру одному або всім своїм клієнтам у цій валюті, тобто клієнт очікуватиме надходження доходу в іноземній валюті, щоб оплатити овердрафт;
- акредитив з авансом. Він використовується, якщо необхідно фінансувати експортера перед відвантаженням товару. Склалася практика застосування цього виду акредитива в разі експорту певних товарів, наприклад, великої рогатої худоби з Італії, вовни — з Австралії, пиломатеріалів зі скандинавських країн. В умовах акредитива чітко вказується, яка частка його загальної суми становить аванс. Вона зазвичай не перевищує 85% загальної суми акредитива. Аванс експортеру видається під його письмове зобов'язання подати у визначений строк необхідні документи. Виплата відбувається банком експортера, але під

- гарантію банку, який відкрив акредитив. Якщо експортер не подасть у визначений строк документи і не погасить авансу, то банк, що його видав, дебетує рахунок банку-емітента на суму авансу та відсотків;
- аванси під інкасо. Банк надає їх експортеру, коли останній прохає банк провести інкасо від його імені. Розмір авансу визначається в кожному конкретному випадку залежно від величини кредитного ризику. Як правило, він складає 80-85% суми тратти. Після того, як покупець оплатив тратту, при розрахунках з експортером банк віднімає свою комісію за послуги, відсоток за кредитування і суму авансу, а різницю повертає експортеру. Банки надають такі аванси тільки надійним покупцям, які є постійними клієнтами експортера. При цьому експортер, як правило, надає банку заставний лист. У цьому випадку банк не стає власником тратти, але він має право регресу до експортера, якщо імпортер не виконає зобов'язання по вексею або відмовиться здійснити оплату;
  - урахування або купівля векселів/чеків банком. Урахування визначається так: а) надання фінансування експортерам за чеки, які виписані іноземними покупцями й оплачуються за кордоном; б) купівля векселів, які виписані експортером на імпортерів і оплачуються за кордоном. Таке фінансування оборотного капіталу здійснюється у випадку, якщо експортер продає свої товари на умовах відкритого рахунка, інкасо або документарного акредитива з акцептом тратт. Банк ураховує векселі тільки тоді, коли вони мають надійне забезпечення. Береться до уваги фінансова надійність імпортера, сума векселя, очікувана тривалість часу до оплати. У випадку відмови від платежу чи акцепту банк має право регресу до експортера.
- Якщо експортер постійно виписує векселі та чеки, які підлягають оплаті за кордоном, банк може запропонувати відкрити для нього облікову кредитну лінію на строк до одного року. У цьому випадку банк бере на себе зобов'язання ураховувати всі векселі, виписані клієнтом на іноземних покупців. Клієнт негайно одержує кредит (платіж) за свої експортні борги, однак повинен подати в банк заставний лист, у якому він заставляє банку всі векселі як забезпечення, а банк залишає за собою право регресу в разі неплатежу чи неакцепту імпортером;

– акцептні кредитні лінії, які являють собою угоду, згідно з якою банк згоден акцептувати векселі, які виписані експортером, під забезпечення у вигляді торгового векселя на товари, що експортуються. Строк оплати торгового векселя повинен бути ранішим або збігатися зі строком погашення позичкового векселя, який акцептований банком. Експортний контракт має покриватися страхуванням експортного кредиту. Фінансування за допомогою акцептної кредитної лінії здійснюється так. Експортер домовляється з банком щодо акцепту векселя, який виписаний експортером на суму до 90% відповідних торгових векселів. Експортер продає товари імпортеру й передає торговий вексель, який виписаний на покупця, відвантажувальні документи в банк для проведення документарного інкасо. Потім експортер виписує строковий вексель на банк на суму 90% від суми торгових векселів. Банк акцептує вексель, експортер ураховує вексель і одержує гроші. Як правило, термін користування акцептною кредитною лінією довший, ніж строк користування овердрафтом.

Перевагами акцептних кредитів є те, що урахування векселів здійснюється за нижчою обліковою ставкою, ніж ставка для врахування торгових векселів. Тому акцептні кредитні лінії є дешевими джерелами короткострокового фінансування. Недоліком цього методу фінансування є значна сума акцептного кредиту – не менше 1 млн дол., а також право регресу до експортера з боку банку.

Нетрадиційними методами короткострокового фінансування є експортний факторинг, який найчастіше використовується, кредити експортних посередників, фінансування через комісійні фірми.

Експортний факторинг – це посередницька фінансова операція, яка пов'язана з поступкою посередникові (фактору) кредитором (експортером) неоплачених платежів-вимог (рахунків-фактур) за поставлені товари, виконані роботи, послуги і, відповідно, права на одержання платежу за ними за рахунок сум, які стягуються з боржника (імпортера) за платіжними документами. Таким чином, факторинг являє собою покупку фактором (факторинговою компанією, факторинговим відділом банку) у постачальника комерційних рахунків з їх негайною оплатою постачальникові.

Фактор може оплатити рахунок також достроково або в момент настання терміну платежу.

Зазвичай банк оплачує одноразово 80–90% вартості рахунка-фактури, а 10–20% — це резерв, що буде повернутий після погашення імпортером усієї суми боргу.

Отже, банк набуває права на стягнення боргу, стає власником неоплачених платіжних вимог і бере на себе ризик їхньої несплати. Фактор приймає фінансовий ризик, оскільки не має можливості пред'явити регресивну вимогу до постачальника, і тому одержує право на оплату фінансових послуг.

У договорі про факторинг, який укладається між експортером–постачальником товару (послуг) та фактором, визначається вартість факторингових послуг. Вона складається з двох частин: комісії за обслуговування та вартості кредитування постачальника, тобто авансування його до моменту строку оплати рахунка клієнтом.

Комісія устанавлюється у відсотках від суми комерційного рахунка (рахунка-фактури) в розмірі 0,25–2,5%. Комерційні банки визначають розмір плати за домовленістю з конкретним клієнтом по кожному договору про факторинг, тому розмір комісії може бути вищим — 5% і більше.

Комісія стягується за звільнення від необхідності вести облік, за страхування від появи сумнівних боргів.

На розмір комісії впливають такі чинники:

- масштаби виробничої діяльності постачальника;
- надійність контрактів постачальника;
- експертна оцінка фактором ступеня ризику неплатежу;
- складність стягнення коштів із покупця.

У разі дострокової оплати фактором поданих документів розмір оплати за кошти, надані в кредит, розраховується за період між викупом платіжної вимоги і датою інкасування. Відсоток за кредит, як правило, на 1–2% вищий від ставок, які застосовують банки у випадку короткострокового кредитування підприємств. Це пов'язано з необхідністю компенсації додаткових витрат і ризику банку.

Банк визначає максимальну (граничну) суму за операціями факторингу, у межах якої постачання товару або надання послуг може проводитися без ризику неотримання платежу. У договорі про факторинг зазначається узгоджений засіб розрахунку граничної суми та окреслено умови здійснення платежу на користь постачальника.

Граничні суми можуть устанавлюватися за трьома методами:

- визначення загального ліміту, згідно з яким кожному платникові встановлюється періодично поновлювальний ліміт, у межах якого факторинговий відділ автоматично оплачує платіжні вимоги, що йому надходять;
- визначення щомісячних лімітів відвантажень, тобто встановлюється сума, на яку протягом місяця може бути відвантажено товарів одному платникові;
- страхування за окремими угодами, який використовується у випадку, коли специфіка діяльності експортерів припускає не серію регулярних постачань товарів тим самим імпортерам, а ряд одноразових угод на великі суми з постачанням на визначену дату.

У випадку, якщо боржник здійснив платіж фактору і не одержав товари або одержав товари, які не відповідають умовам договору, він не може стягувати суми, які сплатив, з фактора. Але він має право пред'явити вимоги до постачальника. Боржник може стягувати сплачену суму з фактора у двох випадках:

- якщо боржник сплатив фактору, але фактор не сплатив постачальникові;
- якщо фактор сплатив постачальникові, знаючи про факт невиконання постачальником своїх зобов'язань перед боржником.

Експортний факторинг використовується переважно середніми торговельними підприємствами та виробниками, які серед своїх клієнтів мають постійних покупців. Його вигідно використовувати за умови, що експортер має проблеми з грошовими потоками та здійснює торгівлю на умовах відкритого рахунка, а також якщо термін кредитування становить від трьох до шести місяців.

До переваг використання факторингу експортерами належать: запобігання втратам за безнадійними боргами, зменшення витрат на утримання бухгалтерського апарату; усунення валютних ризиків; розширення кола партнерів та отримання знижок; економія часу; зменшення періоду фінансування.

Міжнародні факторингові операції координуються спеціально створеною міжнародною організацією «Фекторз Чейн Інтернейшн». Ця організація розробила спеціальний кодекс проведення факторингових операцій, у якому визначено зобов'язання факторингової компанії в країні експортера і відповідної компанії в країні імпортера.



При середньостроковому фінансуванні експорту використовуються банківські позики в національній та іноземній валюті, кредити, які гарантуються спеціальною державною установою. До нетрадиційних методів фінансування відносять експортний форфейтинг, зустрічну торгівлю, операції міжнародних кредитних союзів.

Експортний форфейтинг — це кредитування експортера шляхом придбання векселів або інших боргових вимог.

Форфейтингова операція схожа на операцію факторинг, але не є одноразовою операцією.

Форфейтування означає купівлю зобов'язань, погашення яких припадає на будь-який час у майбутньому і які виникають у процесі постачання товарів і послуг без повернення будь-якому попередньому боржникові. Здійснення операції форфейтингу передбачає, що експортер виконав свої зобов'язання за контрактом і прагне інкасувати розрахункові документи імпортера шляхом їхнього продажу з метою отримання готівкових коштів. Таким чином, продавцем векселя, що форфейтується, є експортер, який акцептує його у вигляді платежу за товари та послуги.

Покущцями (форфейтерами) стають банк або спеціалізована фірма. Вони беруть на себе всі комерційні ризики, пов'язані з неплатоспроможністю імпортерів, без права регресу (повернення) документів експортерів.

Якщо імпортер не має бездоганної репутації, форфейтер вимагає в банку країни-імпортера гарантію у формі авалю<sup>1</sup> або безумовну та безвідкличну гарантію за борговими зобов'язаннями, які він хоче придбати. Виконання цієї умови дуже важливе з точки зору необоротності угоди, тому що в разі неплатежу боржником форфейтер може покластися тільки на цю форму банківської гарантії.

Форфейтер під час купівлі боргових вимог (векселів) відраховує відсотки за весь термін, на який вони виписані (дисконтує векселі). Експортер перетворює тим самим кредитну операцію за торгову угодою в операцію з готівкою. У цьому випадку експортер відповідає тільки за задовільне виготовлення та постачання товару, а також правильне оформлення документів за зобов'язаннями. Ця обставина разом з наявністю фіксованої ставки відсотка, яка стягується з початку

---

<sup>1</sup> *Аваль* — вексельне доручення, за яким поручитель приймає на себе відповідальність за виконання платіжних зобов'язань.

операції, робить форфейтинг привабливим видом фінансування. Джерелом коштів для форфейтера ринок євровалют. Внаслідок цього облікова ставка за форфейтингом тісно пов'язана з рівнем відсотка за середньостроковими кредитами на цьому ринку. Облікова ставка може досягати 10% більше річних, залежно від ризику країни.

Витрати по форфейтуванню складаються з :

- витрат по одержанню банківської гарантії або авалю по векселю;
- премії за політичний ризик;
- витрат на мобілізацію грошових коштів, які залежать від ставок відсотків на євrorинку;
- управлінських витрат;
- комісії форфейтера, яка є різницею в часі між укладенням угоди та наданням документів.

Форфейтинг, як правило, застосовується в разі продажу машин та устаткування. Контракти на продаж є середньо- та довгостроковими, вони укладаються на великі суми (середня сума контракту — 1-2 млн дол.). Тому мінімальна сума, яка використовується при форфейтуванні, становить не менше ніж 250 тис. дол. Таким чином, розміри сум, які отримує експортер, не перевищують розмірів звичайних комерційних кредитів, але в той же час не досягають масштабів кредитів покупцеві, що забезпечують поставку великих партій машин та устаткування. Форфейтинг займає проміжне місце між ними. Купівля вимог (векселів) на велику суму може здійснюватися лише консорціумом форфейтерів.

Міжнародний кредитний союз — це асоціація фінансових компаній або банків у різних країнах, які укладають взаємні угоди щодо надання фінансування з частковими платежами. Якщо іноземний покупець бажає оплатити товари, що імпортуються, частковими платежами, то експортер може звернутися до члена кредитного союзу в своїй країні, який дасть розпорядження про надання фінансування через члена кредитного союзу в країні імпортера. Одержить негайну оплату без регресу до нього. Імпортер одержить фінансування частковими платежами.

Довгострокове фінансуванн експорту передбачає:

- випуск облігацій;
- кредити покупцю. Їх здійснює банк, який обслуговує експортера. Кредит надає банк країни-продавця безпосередньо покуп-

цеві або його банку на суму укладеного контракту. Формами такого кредиту є кредити за окремими контрактами на постачання машин, обладнання; кредитні лінії; кредити на споруду цілих об'єктів з постачанням обладнання та наданням будівельних, монтажних послуг. Договірні відносини між учасниками угоди, яка ґрунтується на кредиті покупцеві, оформлюється такими угодами: контрактом між експортером та імпортером, кредитною угодою між банком, який надає кредит, та позичальником (банком імпортера); гарантією, яка надається страховою установою банку, що кредитує. Такий кредит становить 80–85% контрактної ціни;

- проектне фінансування, під яким розуміють усі види великих довгострокових кредитів на реалізацію великого проекту в галузі будівництва, добування сировини, розвитку інфраструктури або комунікації;
- випуск акцій.

Нетрадиційним методом довгострокового фінансування є лізинг.

Фінансування імпорту — це різні способи одержання позики імпортером від фінансових установ для виконання платежу експортеру у випадку, коли в нього (покупця) виникає проблема з нестачею готівкових коштів [14, с. 124–132; 42, с. 332–337].

Джерела фінансування для імпортерів в основному аналогічні джерелам фінансування для експортерів. Це зумовлено тим, що по-перше, надання кредиту експортерів дає йому змогу поширити торговий кредит імпортерів (наприклад, коли банк згоден надати експортеру аванси під інкасо, експортер має можливість дозволити імпортеру здійснити оплату товару за допомогою строкової трати); по-друге, надання кредиту імпортеру дає можливість експортеру одержати платіж негайно (наприклад, використання лізингових, форфейтингових операцій, фінансування кредиту покупцю).

Традиційні способи фінансування імпортерів включають:

- банківський овердрафт у національній чи іноземній валюті;
- позику в національній чи іноземній валюті;
- розрахунки за допомогою акцептного акредитива та акредитива з розстрочкою платежу, компенсаційного акредитива;
- фінансування кредиту покупцеві, гарантоване державною установою;

– банківський акцепт (акцептний кредит). Експортер виставляє тратту для акцепту не на імпортера, а на банк імпортера. Формально кредит надає експортер, але акцептантом є банк, що змінює взамовідносини між сторонами. Порядок здійснення акцептної операції такий:

1) експортер виписує вимогу щодо здійснення платежу через акцепт тратти банком;

2) імпортер звертається в банк з проханням про надання акцептного кредиту;

3) банк на прохання імпортера зобов'язується акцептувати тратту, яку на нього виставить експортер;

4) між експортером та імпортером укладається угода, за якою платіж здійснюватиметься через акцепт тратти експортера певним банком;

5) експортер виписує тратту на банк імпортера і разом з товарними документами передає в свій банк для пересилання в банк імпортера;

6) банк імпортера передає для свого клієнта товарні документи й акцептує тратту, які відсилає до банку експортера;

7) імпортер (за певний час до оплати тратти) вносить до банку відповідну суму, за рахунок якої банк сплачує акцептовану ним тратту.

У разі акцептного кредиту експортеру не загрожує ризик неплатежу, оскільки він має акцепт банку, який бере на себе цей ризик. Залежно від розміру ризику установлюється розмір комісії за акцепт. За цієї операції банк імпортера не використовує своїх ресурсів для фінансування (банк оплачує тратту лише в разі неспроможності імпортера здійснити оплату зі свого боку). Здійснюючи акцепт тратти, банк гарантує для експортера оплату товару. Акцептні кредити відкриваються під товарні акредитиви або під заставу товару, що імпортується. Строк цих кредитів установлюється, як правило, до трьох місяців;

– банківська позика під продукцію, яка погашається з грошових надходжень від продажу імпортером експортних товарів. Порядок отримання позики під продукцію такий:

1) укладання угоди між експортером та імпортером про здійснення розрахунків на умовах акредитива;

2) звернення імпортера до банку про відкриття акредитива та отримання позики під заставу продукції;

3) імпортер передає до банку документи, які він отримав від експортера про відвантаження;

4) банк перевіряє документи і в разі позитивного рішення надає позику імпортеру;

5) імпортер використовує позику для оплати товару;

6) при надходженні товарів у країну імпортера банк їх складає та страхує;

7) імпортер продає товар;

8) банк передає товар після укладання угоди імпортером про його продаж;

9) погашення позики за рахунок виручки від продажу товару.

Банк надає позику, тривалість якої становить 7–90 днів, за таких умов:

- позичальник має бездоганну репутацію та досвід роботи в торгівлі;
- товари високої якості і швидко реалізуються;
- ринкові ціни на товари стабільні;
- добрий фінансовий стан постачальника та кінцевого покупця.

До нетрадиційних методів фінансування імпорту належать лізинг, форфейтинг, зустрічна торгівля, фінансування за посередництвом комісійної фірми.

## 12.2. Державне сприяння експортній діяльності

Інститути державної підтримки експорту поділяються на дві групи: ті, які надають фінансові ресурси, й ті, які надають гарантії й страхові поліси, під які кредитує іноземний банк.

Для надання фінансової підтримки розвитку експортно-імпоротної діяльності країни більшість урядів ініціювали створення спеціалізованих банків, установ, до основних функцій яких належать:

- короткострокове та довгострокове кредитування експортерів;
- гарантування та страхування експортних кредитів;
- довгострокове кредитування іноземних урядів та фірм.

Ці банки надають кредити іноземним покупцям товарів певної країни на вигідніших умовах, ніж інші організації. Найважливішою

умовою надання таких кредитів є гарантії урядів країн-позичальників. Такі банківські кредити здебільшого підлягають регулюванню та контролю державою. Хоча кредитні угоди укладаються між банками, санкціонуються вони урядами країн і в багатьох випадках є частиною міжурядових угод. Тому умови цих кредитів відрізняються від умов звичайних комерційних кредитів. Це цільові (експортні) кредити, які можуть використовуватися лише для закупівлі товару в країні кредитора, а не кредити на загальнокорпоративні цілі.

Функціонування спеціалізованих банків, як правило, підпорядковане тенденціям економічного розвитку. Проілюструвати їхню діяльність можна на прикладі головних торговельних країн.

У Сполучених Штатах Америки фінансуванням зовнішньої торгівлі, крім комерційних банків, займається експортно-імпортний банк США, Ексімбанк (Export-Import Bank, Eximbank). Це корпорація, яка перебуває в повному володінні уряду США. Банк виконує такі функції:

- надання прямих кредитів експортерам та імпортерам;
- сприяння комерційним банкам та іншим фінансовим установам, які забезпечують експортні продажі;
- страхування експортних кредитів і надання гарантій.

Забезпечення Ексімбанком короткострокових (до 180 днів) експортних продажів ґрунтується на програмі страхування експорту, яка здійснюється разом з Асоціацією страхування іноземних кредитів (FCIA), в якій беруть участь понад 50 провідних страхових компаній США. Ця Асоціація проводить короткострокову та довгострокову політику щодо покриття комерційних та політичних ризиків. Страхове покриття надається в розмірі 90 або 100% загальної суми кредиту експортера чи імпортера.

З Ексімбанком по прямих кредитних операціях тісно співробітничає Приватна експортна корпорація (Private Export Funding Corporation, PEFCO). Їй належить пайова участь у більше ніж 60 банках і промислових компаніях, а також власне інвестиційне бюро. Метою PEFCO є створення для американських фірм додаткового джерела фінансування експортних угод. Усі кредити PEFCO надаються під гарантію Ексімбанку за основною сумою та за відсотками. Це дозволяє рефінансувати кредити на ринку довгострокових позичкових капіталів. За допомогою середньо- та довгострокових кредитів

фінансується придбання іноземними покупцями товарів та послуг, які виробляються або надаються США (наприклад, енергетичні заводи, промислові споруди, залізничне обладнання тощо).

Ексімбанк та REFCO запропонують такі програми фінансування експорту:

- довгостроковим експортним угодам надаються прямі кредити іноземним банкам (банкам імпортера) і фінансується до 61% суми контракту. Якщо у фінансуванні бере участь експортер, то квота фінансування збільшується на 10%;
- по середньостроковому фінансуванню Ексімбанк може виплачувати субвенцію експортеру, якщо іноземним конкурентам також запропоновується субвенційне фінансування.

Ексімбанк видає приватним банкам гарантію (вартість — 0,5% річних) за наданим експортним кредитом. Частина кредиту, видана комерційним банком, повертається насамперед, тому участь у фінансуванні експортера не має ризику.

Щорічно Ексімбанк забезпечує фінансування експортних угод на суму майже 13 млрд дол. Особлива увага надається малим підприємствам США, підтримка яких становить близько 2 млрд дол. Так, Ексімбанк надав гарантії за банківськими кредитами невеликій нью-йоркській компанії De Francisci Machine Corporation, яка виробляє обладнання по обробленню харчових продуктів, на суму 7,9% млн дол., що дало їй змогу експортувати свою продукцію в Польщу [27, с. 457, 899].

У Японії фінансуванням зовнішньої торгівлі займається Ексімбанк (фінансовий інститут японського уряду) разом з комерційними банками та торговими домами. Фінансування експорту погоджується із загальною стратегією японського експорту машин та обладнання. Ексімбанк, як правило, фінансує 60–70% суми кредиту за пільговим відсотком, решту суми надають комерційні банки на умовах, що залежать від ситуації на ринку.

У Великій Британії підтримка фінансування експортно-імпортних операцій здійснюється через Департамент гарантії експортних кредитів (Exports Credits and Guarantee Department, ECGD). Банк отримує різницю між відсотком за кредитом і ставкою рефінансування через субвенції, які виплачує ECGD. На час виробництва експортного товару ECGD не надає фінансової підтримки. Вона надається

лише у виключних випадках, коли період виробництва займає більше ніж один рік і сума контракту перевищує 1 млн фунтів стерлінгів. Комерційним банкам, які видають експортні кредити, ЕСГД надають гарантії.

Експорт у Франції фінансують Французький центральний банк (Banque de France), Французький банк зовнішньої торгівлі (Banque Francaise du Commerce Exterier, BFCE) та комерційні банки.

Банки надають короткострокові кредити на ринкових умовах, середньострокові — на умовах, які відповідають угодам Організації економічного співробітництва й розвитку (фінансуються кредити експортерам та імпортерам). Довгострокові експортні угоди фінансуються через кредити BFCE підрядчику або рефінансуванням кредиту постачальника в BFCE. BFCE рефінансує себе за допомогою випуска цінних паперів, а різниця між ставкою рефінансування й відсотками за виданими кредитами покривається з коштів державного бюджету. Можуть застосовуватися змішані кредити, тобто спільне кредитування великих проектів кількома кредитними установами — як міжнародними, так і національними. Такі програми фінансування є засобом сприяння експорту національними експортерами. Кредити надаються на строк до 25 років, відсоткові ставки мінімальні за рахунок субвенцій та уряду [45, с. 437].

У Німеччині більшу частину експортного фінансування здійснюють два спеціальних інститути: Консорціум німецьких комерційних банків «Експорт-кредит» (Ausfuhrkredit GmbH/Frankfurt am Main, АКА), та Кредитна установа для відбудови (Kreditanstalt fuer Wiederaufbau, KfW) [45, с. 439–442].

АКА надає середньо- та довгострокові кредити для фінансування тільки німецьких експортних угод на основі кредитів із трьох своїх кредитних ліній:

- фонду А, який було створено без державної підтримки. Кредити з цього фонду надаються тільки через банки-учасники Консорціуму;
- фонду В, розміри якого визначають максимальну суму фінансових векселів АКА. Німецький банк ураховує їх за нижчою ставкою, й вони виставляються на основі експортної угоди за посередництвом будь-якого німецького банку;
- фонду С, з якого надаються кредити замовникам постачань, але виплачуються вони експортеру. Ці кредити забезпечуються



державними гарантіями й надаються тільки через банки—учасники Консорціуму.

Сума кредиту, який надається АКА, залежить від вартості експортного кредиту, який покривається страховкою страхової компанії «Hermes».

KfW фінансує експорт німецьких виробів довгострокового інвестування (споруди, обладнання тощо), телекомунікацій, продукції авіа- та суднобудування, пов'язані з ними інжинірингові послуги, фінансові консультації. Кредит надається на 85% договору замовникові постачання або банку замовника. Обов'язковою умовою є наявність державної гарантії.

KfW видає кредити підрядчику, які фінансуються з власних коштів. Кредити постачальникові надаються через банк-експортер. Відсоткові ставки за кредитами KfW фіксуються в угоді і є незамінними.

В Італії державну фінансову підтримку експортних угод здійснює державний кредитний інститут Mediocredito Centrale, який одержує кошти з державного фонду з експорту, державні дотації для покриття збитків, а також кредити на ринку позичкових капіталів під гарантію уряду. Форма підтримки Mediocredito залежить від виду експортного кредиту, наявності коштів у банку. Відсотки за кредит низькі. Якщо коштів на фінансування експортної угоди не вистачає, то надається державна субвенція. За низькими відсотковими ставками фінансується період виробництва експортного товару більш одного року.

У всіх країнах, де існують спеціальні установи, коштами яких управляє держава, здійснюються послуги щодо державного страхування експортних кредитів (друга група інститутів державної підтримки експорту). Як правило, страхуються такі види ризиків:

- зовнішньополітичний ризик;
- ризик введення заборони на переказ коштів, включаючи ризик мораторію;
- валютний ризик;
- кредитний ризик, якщо замовник або боржник є державною установою.

Це забезпечує прийнятний рівень прибутковості коштів для банків-кредиторів з урахуванням стандартів та вимог ОЕСР. До цієї групи інститутів належать Експортні Кредитні Агентства, ЕКА (Export Credit Agencies).

Отже, ЕКА — це прийнята в міжнародній практиці загальна назва установ (окремих страхових агенств, банків або департаментів міністерств), які впроваджують державну політику підтримки експорту шляхом здійснення страхування експортних, політичних та комерційних ризиків та надання гарантій.

На сьогоднішній день ЕКА функціонують більше, ніж у 70 країнах світу, в тому числі в Німеччині (Hermes), Іспанії (CESCE), Чехії (EGAP), Польщі (KUKE), Франції (COFACE), Угорщині (MENIB), США (US Ex-Im), Італії (SACE) тощо. Іноді ці функції виконують Національні Банки Розвитку.

Внаслідок страхування експортних кредитів за допомогою ЕКА, банк, який обслуговує виробника продукції, отримує зниження ризиків. Відповідно пом'якшуються умови кредиту: терміни збільшуються, відсоткова ставка знижується.

Фінансування під гарантії ЕКА здійснюється за двома схемами. Згідно з першою схемою, кредит надається вітчизняному банку для фінансування цільового контракту вітчизняного імпортера. Вітчизняний банк укладає індивідуальну кредитну угоду з іноземним банком, відповідно з умовами якої кредит надається вітчизняному банку під гарантію Експортного Кредитного Агентства. Цей кредит носить виключно цільовий характер, і банк не одержує ці гроші, оскільки кошти одержує безпосередньо експортер-виробник обладнання. Тобто іноземний банк оплачує контракт постачання, а вітчизняний банк повинен погасити кредитну заборгованість. Вітчизняний банк, у свою чергу, укладає кредитну угоду з підприємством. Згідно з другою схемою, іноземний банк-кредитор надає прямий кредит вітчизняному імпортеру під гарантії вітчизняного банку. Таким чином, у першому випадку позичальником є вітчизняний банк, а в другому — вітчизняне підприємство. Конкретний вибір схеми залежить від того, хто (банк чи підприємство-імпортер) заслуговує більше довіри у банку, що фінансує, та в Експортного Кредитного Агентства. Головною умовою одержання гарантій ЕКА для банку — це наявність у нього клієнта з великим контрактом на імпорт обладнання. Для банків, з якими ЕКА вже має позитивний досвід роботи, формальності зводяться до мінімуму. Для того щоб одержати схвалення ЕКА, вітчизняний банк має відповідати стандартним вимогам:

- наявність фінансової звітності за міжнародними стандартами та міжнародного аудиту за останні три роки;

- додержання основних нормативів, установлених Центральним банком;
- відповідна структура акціонерного капіталу й структура власників;
- відповідна економічна місія банку-гаранта в країні, наявність стратегії розвитку;
- наявність у банку рейтингів міжнародних рейтингових агентств.

Крім стандартних вимог, у ЕКА є додаткові правила. Так, «за правилами», ЕКА повинні обслуговувати експорт промислового технологічного обладнання. Однак іноді вони надають гарантії за кредитами підприємствам для закупівлі напівфабрикатів (наприклад, хімічної сировини, яка не виробляється в країні); за іншим правилом, обсяг гарантій ЕКА не повинен перевищувати 50% власного капіталу вітчизняного банку.

В Україні фінансування експортних операцій крім комерційних банків, здійснює Державний експортно-імпорتنний банк України (Укрексімбанк). Свою кредитну діяльність Укрексімбанк спрямовує на:

- забезпечення потреб економіки України в іноземних кредитних ресурсах для фінансування проектів у пріоритетних галузях народного господарства через залучення та надання резидентам іноземних кредитів під гарантію Кабінету Міністрів України;
- сприяння розвитку малого та середнього приватного підприємництва;
- залучення та надання іноземних кредитів у межах власної комерційної діяльності для фінансування ефективних кредитних проектів;
- забезпечення фінансування потреб вітчизняних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності за рахунок власних ресурсів.

Укрексімбанк спільно з МБРР здійснює Проект розвитку експорту, метою якого є сприяння розвитку експортного сектора економіки України через кредитування підприємств-експортерів. Загальний обсяг кредитного ліміту становить 60 млн дол. та 15 млн євро із зобов'язаннями виплатити його до 15 жовтня 2015 р. [[www.eximb.com/ua/service/legal/credit/export.html](http://www.eximb.com/ua/service/legal/credit/export.html)].

Укрексімбанк пропонує своїм клієнтам можливість профінансувати поставки товарів та послуг із зарубіжних країн за рахунок кредитних ресурсів іноземних банків-партнерів.

Таке фінансування надається іноземними кредиторами у формі експортних кредитів під страхове покриття Експортних Кредитних Агентств країни-експортера. Умови цих кредитів мають незначні відмінності, оскільки пропонуються банками різних країн, проте основні умови відповідають вимогам ОЕСР і є стандартними, а саме:

- **Термін:** від 1 до 5 років, у виняткових випадках — до 8,5 року (залежно від предмету поставок і згоди банка-кредитора).
- **Валюта:** долари США, євро та інші валюти залежно від валюти контракту і згоди банка-кредитора.
- **Кредит покриває:** до 85% вартості зовнішньоторговельного контракту і згоди банку-кредитора.
- **Авансовий платіж:** до 15% вартості зовнішньоторговельного контракту сплачує імпортер на користь експортера за умовами контракту.
- **Відсоткова ставка:** узгоджується з кредитором по кожному проекту окремо (рівень ставки залежатиме від кредитного рейтингу позичальника та кредитного проекту).
- **Додаткові витрати:** комісія за зобов'язання (близько 0,5% річних), комісія за організацію/управління (разова, становить близько 0,5% від суми кредиту), юридичні витрати (можливі, але не обов'язкові).
- **Страхова премія:** її розмір установлюється ЕКА країни-кредитора і залежить від країни імпортера, суми кредиту, терміну кредиту, предмету контракту тощо. Сплата страхової премії може бути здійснена за рахунок кредиту (повністю або частково), імпортером або за погодженням спільно з експортером.

Валютно-фінансові умови кредиту для конкретного позичальника, визначатимуться у відповідних кредитних угодах та залежатимуть від умов зовнішнього кредиту, а також кредитного рейтингу позичальника та кредитного проекту.

Накопичений багаторічний досвід Укрексімбанку у світі експортного фінансування забезпечив визнання провідними Експортними Кредитними Агентствами світу та широку географію іноземного забезпечення. Зазвичай Укрексімбанк пропонує позичальнику вибір серед декількох пропозицій іноземних кредиторів, що дає можливість обрати найбільш оптимальні умови фінансування проекту [[www.eximb.com/ukr/corporate/loans/loan/eka](http://www.eximb.com/ukr/corporate/loans/loan/eka)].

### **Підсумки глави**

1. Фінансування експортно-імпортних операцій є важливим елементом економічного розвитку країни, полегшує можливість збуту товару для експортера та придбання товару для імпортера.

Фінансування експорту — це різні способи отримання експортером фінансових коштів від різних фінансових установ до одержання платежу від імпортера. Фінансування може бути одержано традиційними або нетрадиційними методами. До традиційних методів в разі короткострокового фінансування належать овердрафт, акредитив з авансом, аванси під інкасо, урахування векселів банком, акцептні кредитні лінії; у випадку середньострокового — банківські позики в національній та іноземній валюті, кредити, які гарантуються спеціальною державною установою; у разі довгострокового — випуск облігацій, акцій, кредити покупцеві. Нетрадиційними методами є факторинг, форфейтинг, лізинг, кредити експортних посередників.

Фінансування імпорту — це різні способи одержання позики імпортером від фінансових установ для виконання платежу експортеру у випадку, коли в нього (покупця) виникає проблема з нестачею готівкових коштів. Джерела фінансування імпортерів в основному аналогічні джерелам фінансування для експортерів.

2. Державне сприяння експортній діяльності здійснюється через спеціалізовані банки, установи. Ці інститути поділяються на дві групи: ті, що надають фінансові ресурси (як правило, Експортно-імпортні банки), й ті, які надають гарантії й страхові поліси, під які кредитує іноземний банк (це Експортні Кредитні Агентства).

### **Ключові поняття**

Методи фінансування експорту та імпорту; овердрафт; акредитив з авансом; аванси під інкасо; урахування векселів; акцептні кредитні лінії; експортний факторинг; банківська позика; експортний форфейтинг; кредити покупцю; банківський акцепт; випуск акцій; випуск облігацій; лізинг; Експортно-імпортний банк; Експортне Кредитне Агентство.

### **Запитання для самоконтролю**

1. Що розуміють під фінансуванням експорту та імпорту?
2. Які існують методи фінансування експорту та в чому їхня сутність?

3. Які розрізняють методи фінансування імпорту?
4. Як здійснюється державне сприяння експортній діяльності?

### **Запитання для обговорення**

1. Які завдання вирішує фінансування експорту?
2. У чому переваги та недоліки існуючих методів фінансування імпорту?
3. Які переваги та недоліки кожного з методів фінансування експорту з точки зору експортера?
4. Яка роль ЕКА у фінансовій підтримці промислових проектів у країнах, що розвиваються?
5. Охарактеризуйте діяльність Експортної кредитної групи по експортному кредитуванню в рамках ОЕСР (Export Credit Group).
6. Охарактеризуйте діяльність Бернського союзу — Міжнародного союзу страхування кредитів та інвестицій (the Bern Union).

### **Набуття практичних навичок**

1. Проаналізуйте типи акредитивів та визначте найкращі з точки зору експортера.
2. Українській фірмі необхідне виробниче устаткування французького виробництва вартістю 600 тис. євро, яке експлуатуватиметься протягом 5 років. Після завершення цього строку залишкова вартість устаткування — 60 тис. євро. Виробник устаткування пропонує компанії комісію за технічне обслуговування устаткування в сумі 10 тис. євро щорічно. Податки компанії становитимуть 40%. Орендодавець забезпечує компанії технічне обслуговування. Однак це устаткування можна придбати за допомогою банківського кредиту на суму 500 тис. євро на 5 років під 15% річних. Яка форма фінансування буде вигіднішою для фірми: банківський кредит чи лізинг?
3. Факторингова операція була здійснена на суму 800 тис. дол., авансовий платіж становить 80%, комісія фактора — 3%, щомісячний відсоток за аванс — 2%. Яку суму отримає фірма, що продала факторові рахунки?
4. Альтернативою акредитиву є страхування експортного кредиту. Які переваги й недоліки страхування експортного кредиту, порівняно з акредитивом спостерігаються при експорті обладнання із США до України?
5. Проаналізуйте міжнародні кредитні угоди щодо фінансування експорту між Укрексімбанком та іноземними банками.

**WEB-сайти**

- [www.bibliotecar.ru/biznes-40/141.html](http://www.bibliotecar.ru/biznes-40/141.html)** На сайті можна знайти інформацію про системи фінансування експорту розвинутих країн.
- [www.oecd.com/ech/act/xcred/ecas.html](http://www.oecd.com/ech/act/xcred/ecas.html)** На сайті можна знайти інформацію про Експортні Кредитні Агентства із країн-членів ОЕСР.
- [www.eximb.com](http://www.eximb.com)** Офіційний сайт Укрексімбанку, де міститься інформація про діяльність та послуги банку.

## **РОЗДІЛ VI. МІЖНАРОДНІ ТОРГОВЕЛЬНІ УГОДИ**

### **ГЛАВА 13. НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ РЕГЛАМЕНТУВАННЯ МІЖНАРОДНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ УГОД**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- пояснити особливості міжнародних торговельних угод;
- пояснити значення уніфікації та гармонізації міжнародного торговельного права;
- охарактеризувати роль міжнародних економічних організацій в уніфікації та спрощенні процедур міжнародної торгівлі;
- розкрити особливості базисних умов поставки товарів, регламентованих міжнародною практикою.

#### **13.1. Сутність міжнародних торговельних угод**

Інтернаціоналізація промислового виробництва на основі взаємних постачань продукції, послуг, результатів творчої діяльності є характерною рисою сучасних світогосподарських відносин. Саме такий характер економічного співробітництва визначає форми, методи, зміст міжнародних торговельних операцій.

Міжнародна торговельна операція — це дії, які спрямовані на організацію, проведення та регулювання процесу обміну товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці між двома або кількома контрагентами різних країн.

Основними міжнародними торговими операціями є: експортно-імпортні, під якими розуміють комерційну діяльність, пов'язану з купівлею-продажем товарів, які мають матеріально-речову форму.

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



Здійснення експортних операцій передбачає:

- подання митному органу документів, які засвідчують підстави та умови вивезення товарів за межі митної території країни;
- сплату податків і зборів, установлених на експорт товарів;
- дотримання експортером вимог, передбачених законом.

При здійсненні реекспортних операцій товари, що походять з інших країн, не пізніше ніж у встановлений законодавством строк з моменту їхнього ввезення на митну територію країни, вивозяться з цієї території в режимі експорту.

Реекспортні операції здійснюються за таких умов:

- митному органу подано дозвіл уповноваженого органу, на реекспорт товарів, укладений в установленому законом порядку;
- товари, що реекспортуються, по-перше, перебувають у тому самому стані, в якому вони перебували на момент ввезення на митну територію країни, крім змін внаслідок природного зношення або втрат за нормальних умов транспортування та зберігання; по-друге, не використовувалися з метою одержання прибутку; по-третє, вивозяться не пізніше, ніж через один рік з дня їхнього ввезення на митну територію країни.

До товарів, що реекспортуються, не застосовуються заходи нетарифного регулювання [9, с.102].

Імпортні операції — це діяльність, яка пов'язана із закупівлею і ввезенням іноземних товарів для наступної реалізації їх на внутрішньому ринку країни.

Здійснення імпорتنних операцій передбачає:

- подання митному органу документів, що засвідчують підстави та умови ввезення товарів на митну територію країни;
- сплату податків і зборів, якими обкладаються товари під час ввезення на митну територію країни відповідно до її законів;
- дотримання вимог, передбачених законом, щодо заходів нетарифного регулювання та інших обмежень.

При здійсненні реімпорتنних операцій товари з країни їхнього походження та вивезені за межі її митної території, згідно з митним режимом експорту, не пізніше, ніж у встановлений строк, ввозяться на митну територію цієї країни для вільного обігу.

Товари можуть переміщуватися через митний кордон країни у режимі реімпорту, якщо вони:

- походять з митної території цієї країни і ввозяться не пізніше, ніж через один рік після їх вивезення (експорту);
- не використовувалися за межами країни походження з метою одержання прибутку;
- ввозяться у тому самому стані, в якому вони перебували на момент вивезення (експорту), крім змін внаслідок природного зношення або втрат за нормальних умов транспортування та зберігання.

У разі реімпорту товарів протягом одного року з дати їхнього експорту суми вивізного (експортного) мита, сплачені під час їхнього експорту, повертаються власникам цих товарів або уповноваженим ними особам на підставі їхніх заяв.

Особа, що переміщує товари в режимі реімпорту, сплачує суми, одержані експортером як виплати або за рахунок інших пільг, наданих під час вивезення (експорту) цих товарів, а також відсотки з цих сум.

Таким чином, експортно-імпортні операції вважаються здійсненими, якщо товар пропущено через державний кордон країни контрагента, для чого необхідно виконати певні митні формальності й процедури.

У міжнародній практиці виділяють також транзитні операції, під час здійснення яких товари і транспортні засоби переміщуються під митним контролем між двома митними органами. Транзитні операції бувають прямими і непрямыми.

Під прямими транзитними операціями розуміють перевезення товарів з однієї країни в іншу через територію чи повітряний простір третьої країни. Ці операції не включаються в експорт чи імпорт і враховуються за видами транспортних засобів, кількості вантажів, країнами відправлення і призначення. Під непрямыми транзитними операціями розуміють складування товарів у митні склади з метою їхнього перероблення і наступного вивезення в іншу країну.

Товари, що переміщуються транзитом, повинні:

- залишатися у незмінному стані, крім природних втрат, і не використовуватися з іншою метою, крім транзиту;
- бути доставленими до митного органу призначення в строк, визначений митним органом відправлення.

Під час транзиту товарів з дозволу та під контролем митного органу можна здійснювати окремі операції (перевантаження, виванта-

ження, навантаження, перепакування) з такими товарами без зміни їхніх властивостей та товарного вигляду.

Здійснення міжнародних торговельних операцій припускає використання визначених правових форм і конкретних методів їхнього проведення.

Правовою формою проведення міжнародних торговельних операцій є міжнародна торгова угода, під якою розуміють договір між двома чи декількома контрагентами, що перебувають в різних країнах, з постачання визначеної кількості і якості товарних одиниць<sup>1</sup>, надання послуг, обміну науково-технічними знаннями, оренди.

Договір вважається міжнародним тільки за умови, що його сторони перебувають в різних країнах. Якщо договір укладений між сторонами різної національної належності, фірми яких розташовані на території однієї країни, то в цьому випадку договір не вважається міжнародним. Якщо ж договір укладений між сторонами однієї національної належності, підприємства яких містяться на території різних країн, то договір вважатиметься міжнародним.

Міжнародна торговельна угода залежно від об'єкта купівлі-продажу оформляється у вигляді договору купівлі-продажу товарів у матеріально-речовій формі, договору закупівлі-продажу послуг, договору закупівлі-продажу продукції інтелектуальної праці.

Сторонами (контрагентами) міжнародних торговельних угод виступають фірми, союзи (об'єднання) підприємців, державні органи й організації, міжнародні економічні організації системи ООН.

Під фірмою розуміється підприємство, що переслідує комерційні цілі в процесі здійснення господарської діяльності. Фірми здійснюють переважну частину міжнародних торговельних угод. Фірми, що діють на світовому ринку, розрізняються за видами господарської діяльності, чинними операціям, правовим положенням, характером власності, належністю капіталу і контролю.

Союзи підприємців — це некомерційні об'єднання окремих груп підприємців, метою діяльності яких є не одержання прибутку, а представлення інтересів цих груп підприємців в урядових органах і сприяння в організації міжнародної діяльності, в тому числі в розширенні їхньої міжнародної торгівлі.

<sup>1</sup> *Товарні одиниці* — це окремі кількості товарів одного виду, які визнаються упродовж певного періоду предметом фактичної або можливої торгової угоди.

Союзи підприємців створюються у формі асоціацій, ліг, федерацій, рад, конгресів тощо.

У розвинутих країнах нараховується багато тисяч союзів, які залежно від виконуваних функцій, складу учасників, напряму діяльності бувають місцевими, національними, міжнародними, галузевими (підгалузевими).

Представники найбільших союзів підприємців у сфері міжнародної торгівлі беруть участь у виробленні проектів законів з питань торгової політики, патентного права, податків; надають фірмам-експортерам експортні й інші субсидії; підготовляють і проводять переговори про укладання торговельних угод з іноземними державами; беруть участь у наданні гарантій експортних кредитів і в захисті внутрішнього ринку від іноземної конкуренції шляхом введення спеціальних імпорتنих податків, антидемпінгового мита тощо.

Однак союзи підприємців, будучи некомерційними організаціями, рідко виступають як контрагенти міжнародних торговельних угод.

До найбільших союзів підприємців у світі належать: Національна асоціація промисловців США, Конфедерація британської промисловості у Великій Британії, Федеральний союз німецької промисловості в Німеччині, Національна рада французьких підприємців у Франції, Промисловий союз у Швеції тощо.

В Україні союзи підприємців створюються з 1989 р. Вони поділяються на національні, міжнародні, галузеві і місцеві<sup>1</sup>. Найбільші з них: Український союз промисловців і підприємців, Конгрес ділових кіл України, Ліга спільних підприємств України, Асоціація брокерів України, Конгрес бірж, Союз малих підприємств та ін. Їхня роль у розвитку міжнародної діяльності фірм різноманітна:

- співробітництво і взаємодія з об'єднаннями підприємців закордонних країн;
- надання допомоги в налагодженні господарських зв'язків з партнерами, що перебувають за межами України;
- співробітництво з організаціями ООН (ЮНІДО, МОП) з метою прискорення формування ринкових відносин в Україні;
- сприяння розвитку товарних, валютних і фінансових ринків;

---

<sup>1</sup> В Україні діяльність союзів підприємців регламентується Законом України «Про організації роботодавців» № 2436-III від 24.05.2001 р.

- організація міжнародних виставок, ярмарків, аукціонів;
- сприяння в збуті продукції на закордонних ринках у товарообмінних, лізингових операціях;
- участь в укладанні зовнішньоторговельних контрактів;
- виконання на договірній основі експортно-імпорتنих операцій, використання своїх валютних коштів на імпортування, сировини, матеріалів та інших товарів, необхідних для розвитку виробництва.

Підприємці України беруть участь також у діяльності різних міжнародних союзів підприємців: Міжнародному конгресі промисловців і підприємців; Раді залізничного транспорту країн СНД; Міжнародному союзу підприємців і орендарів; Міжнародній асоціації підприємств із власністю працівників; Східно-Європейському об'єднанні підприємців; Євро-Азіатській лізі малих і середніх підприємств та ін.

Державні органи (міністерства і відомства) і організації мають право брати участь у міжнародних торговельних угодах, тільки одержавши спеціальний дозвіл уряду даної країни. Так, правом виходу на зовнішні ринки користуються: у США — Управління державним майном (закупівлі і розпродаж стратегічних матеріалів, експорт срібла), у Великій Британії — Міністерство торгівлі і промисловості, в Індії — Міністерство оборони та Міністерство сільського господарства.

Найбільша кількість державних органів і організацій, що мають право виходу на зовнішні ринки, розміщена в країнах, що розвиваються.

Міжнародні організації системи ООН, що виступають як контрагенти з експорту-імпорту товарів і послуг на світовому ринку, здійснюють в основному будівництво інвестиційних об'єктів. Так, вони надають технічну допомогу в галузі виконання передінвестиційних робіт (ПРООН), здійснюють весь комплекс послуг, наданих при будівництві об'єктів «під ключ» на підставі укладання комерційних контрактів зі спеціалізованими інжиніринговими фірмами (ЮНІДО, ЮНКТАД, ЮНЕП, ФАО, МОП). Побудовані об'єкти передаються уряду країни-одержувача технічної допомоги на заздалегідь погоджених умовах.

- Для міжнародних торговельних угод характерні такі особливості:
- розширення номенклатури, асортименту, постачань проміжної продукції, швидка зміна виробів, ускладнення продукції, яка

- надходить на світовий ринок, зумовило подовження термінів виконання контрактів;
- комплексний характер угод на постачання устаткування для підприємств, тобто постачання машин, устаткування, матеріалів здійснюється в комплексі з наданою технологією й інжиніринговими послугами;
  - збільшення кількості угод з економічного співробітництва, що включають постачання устаткування і матеріалів, а також виконання комплексу зобов'язань по фінансуванню, страхуванню, різним формам розрахунків;
  - розширення постачань «під ключ», тобто продавець виконує весь комплекс робіт з будівництва підприємства;
  - здійснення великих угод разом з компаніями різних країн на основі створення консорціумів, що являють собою тимчасові і часто довгострокові міжфірмові альянси;
  - цілеспрямованість міжнародних торговельних угод, тобто орієнтація на конкретного споживача, що припускає встановлення безпосередніх зв'язків зі споживачем, здійснюваних на основі системи попередніх замовлень про заздалегідь погодженні постачання.

### **13.2. Уніфікація правил укладання міжнародних торговельних угод з купівлі-продажу товарів**

Практика міжнародної торгівлі характеризується значним ступенем правової уніфікації, метою якої є скорочення юридичних перешкод у міжнародній торгівлі шляхом розроблення і застосування міжнародно-правових документів, прийнятих на міждержавному рівні. Це стосується насамперед міжнародних договорів купівлі-продажу товарів.

Уніфікацією та гармонізацією міжнародного торгового права займаються такі міжнародні економічні організації, як ЮНСІТРАЛ, УНІДРУА, ЮНКТАД, ЄЕК ООН.

Комісія ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) розробила Конвенцію ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів, щоб уніфікувати умови міжнародних торговельних угод, що

укладаються, і усунути істотні розбіжності в національних законодавствах. Ця Конвенція прийнята в 1980 р. на Конференції ООН з договорів міжнародної купівлі-продажу товарів, що проходила у Відні, і тому названа Віденською. У Конференції брало участь 48 країн. З 1 січня 1988 р. Конвенція набрала чинності.

Конвенція надає учасникам широкі можливості для формулювання умов угоди відповідно до їхніх інтересів і з урахуванням особливостей її змісту. У ній містяться уніфіковані правила, що регулюють міжнародну купівлю-продаж товарів, що стосуються більшості країн з різними економічними і правовими системами і спрямовані на усунення правових бар'єрів у міжнародній торгівлі.

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

Особливостями Віденської конвенції є те, що вона:

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

Структура Віденської конвенції:

*Частина I.* Сфера застосування і загальні положення. У ній розкривається зміст поняття «міжнародний договір купівлі-продажу» (ст. 1); умови застосовності міжнародного договору до продажу і постачання товарів (ст. 2, 3); сфера регулювання і тлумачення Конвенції (ст. 4, 5, 7), заяви сторін (ст. 8), звичаї (ст. 9), форма договору (ст. 11, 12, 13).

*Частина II.* Укладання договору. Включає положення: укладання договору на основі оферти (ст. 14–22); момент укладання договору (ст. 23, 24).

*Частина III.* Купівля-продаж товарів. Вона включає: загальні положення (ст. 25–29); зобов'язання продавця: постачання товару і передача документів, відповідність товару і права третіх осіб; засоби правового захисту у випадку порушення договору продавцем (ст. 30–52); зобов'язання покупця: сплата ціни; прийняття постачання, засоби правового захисту у випадку порушення договору покупцем (ст. 53–65); перехід ризику (ст. 66–70); положення, які є загальними для зобов'язань продавця і покупця: передбачуване порушення договору і договори на постачання товарів окремими партіями; збитки; відсотки; звільнення від відповідальності; наслідки розірвання договору; збереження товару (ст. 71–88).

*Частина IV.* Заклучні положення (ст. 89–101).

Суттєве місце в розробленні та установленні загальних правил міжнародної торгівлі посідає Міжнародний інститут уніфікації приватного права (УНІДРУА). Інститутом розроблено багато міжнародно-правових документів, які прийнято на міждержавному рівні: Конвенції про одностайні закони про міжнародну купівлю-продаж товарів; Міжнародна конвенція про туристичний контракт; Конвенція про представництво (агентство) в міжнародній купівлі-продажу товарів; Конвенція про міжнародний фінансовий лізинг; Конвенція про міжнародний договір факторингу тощо. Крім того, Інститут розроблює альтернативні методи уніфікації: типові закони й рекомендації, кодекси поведінки у певних галузях діяльності, стандартні форми договорів.

Важливу роль в уніфікації порядку укладання і виконання договору міжнародної купівлі-продажу відіграє Конвенція про право, яке застосовується до договорів міжнародної купівлі-продажу (іменована як Гаагська конвенція). Вона була розроблена УНІДРУА і в 1985 р. представлена і відкрита для підписання на надзвичайній сесії Гаагської конференції з міжнародного приватного права (ГКМПП). У роботі сесії брали участь практично всі економічно розвинуті країни і 30 країн, що розвиваються, Азії, Африки і Латинської Америки.

Метою розробки нової Гаагської конвенції (перша редакція прийнята в 1955 р.) було розроблення положень, що доповнюють Ві-



денську конвенцію, а також Положення про уніфікацію колізійних правил, які визначають право, застосовне до питань, що не врегульовані однаковими міжнародно-правовими правилами. Конвенція універсальна, тобто може застосовуватися в державах-учасниках і в тих випадках, коли одна чи навіть обидві сторони в договорі міжнародної купівлі-продажу належать до держав-неучасників.

Основні положення Гаагської конвенції:

- визначення міжнародного характеру договору купівлі-продажу товарів (доповнення до Віденської конвенції);
- вилучення зі сфери застосування окремих видів товарів міжнародної купівлі-продажу (товари особистого споживання);
- включення аукціонних і біржових товарів, суден, електроенергії;
- визначення застосовного права, що регулює договір.

Право, застосовне до договору купівлі-продажу, включає такі положення:

- тлумачення договору;
- права та обов'язки сторін і виконання договору;
- момент, з якого покупець отримує право на плоди і доходи від товарів;
- момент, з якого покупець несе ризик щодо товарів;
- дійсність і наслідки для сторін застережень про збереження права власності;
- наслідки невиконання договору;
- способи погашення зобов'язань;
- позовну давність і наслідки недійсності договору;
- незастосування Конвенції відносно договору купівлі-продажу між сторонами, що належать державам-учасникам інших міжнародних угод.

Інститутом у 1994 р. підготовлено документ «Принципи міжнародних контрактів». Принципи, які повинні враховуватися при складанні контрактів, такі:

1. *Свобода договору та його форми.* Це виражається у свободі регулювання відносин відповідно до законодавчих норм держави. Цей принцип передбачає:

- вільне рішення про укладення чи неукладення договору;
- вільний вибір контрагентів;

- вільне визначення змісту договору;
- вільне вирішення питання про спосіб і форму укладення контракту;
- свободу зміни договору в цілому чи окремих його положень;
- право вирішувати питання про розірвання контракту.

2. *Обов'язковість договору.* Належним чином укладений контракт є обов'язковим для сторін, що є наслідком свободи укладення контракту. Сторони узгоджують волю і розроблюють для себе правило, яким врегульовують конкретні взаємні відносини. При цьому відповідно до норм закону мають можливість врегулювати свої відносини за власним бажанням, виходячи зі своїх інтересів. Але цей контракт може бути змінений або розірваний згідно з його умовами або за узгодженням волі всіх сторін.

3. *Добросовісність та чесна ділова практика.* Кожна сторона протягом чинності договору повинна діяти відповідно з прийнятою в практиці міжнародної торгівлі добросовісністю та чесною діловою практикою і не має права виключити чи обмежити цей принцип. Чесна ділова практика не повинна застосовуватися за стандартами, які звичайно використовуються в рамках окремих правових систем. Внутрішні стандарти беруться до уваги, коли доведено, що вони є загальноприйнятими в різних правових системах.

4. *Звичаї та практика.* Контрагенти можуть бути пов'язані будь-яким звичаєм, відносно якого вони домовились, та практикою, яку вони встановили у своїх взаємовідносинах. Під звичаєм розуміють широковідомий порядок ділових відносин певної сфери діяльності, якого постійно додержуються в міжнародній комерційній практиці.

У галузі регулювання міжнародної комерційної практики великий комплекс питань вирішує Європейська Економічна Комісія ООН (ЄЕК ООН), а саме — її Комітет з розвитку торгівлі, промисловості та підприємництва. У рамках Комітету працює Група експертів з міжнародних договорів на постачання промислової продукції, яка розроблює посібники зі складання таких договорів, та Робоча група зі спрощення процедур міжнародної торгівлі, яка розроблює рекомендації щодо систем передавання зовнішньоторговельної інформації та зовнішньоторговельної документації.

Робочі документи, які приймає ЄЕК, мають різний правовий статус та галузі застосування:

- резолюції та рішення, які мають силу повністю узгодженої норми;
- рекомендації, які застосовуються для координації політики в різних сферах діяльності з відповідними міжнародними та регіональними організаціями різного рівня;
- вимоги, які містяться в міжнародних угодах та конвенціях і обов'язкові для сторін, які домовляються;
- правила, які розроблюються на підставі міжурядових угод і протоколів. Вони містять обов'язкові для тих, хто підписав ці угоди вимоги.

ЄЕК у своїй діяльності робить наголос на таких загальних положеннях:

- спрощення процедур торгівлі з метою підвищення ефективності міжнародної торгівлі;
- поширення доступу до інформації про кон'юнктуру світових товарних ринків;
- прийняття нових концепцій підприємницької діяльності.

Спрощення процедур торгівлі в здійсненні фірмами своїх операцій забезпечується двома шляхами:

- 1) спрощенням, узгодженням та стандартизацією процедур експорту та імпорту з використанням усіх видів транспорту;
- 2) розроблення уніфікованої системи експортно-імпоротної документації як для паперових документів, так і для їхніх електронних еквівалентів на основі міжнародних стандартів.

ЄЕК разом з ЮНКТАД видані збірники по спрощенню зовнішньоторговельних процедур, а також документи, які містять їхні рекомендації. В цих рекомендаціях регулюються питання, які пов'язані з розробкою основних форм зовнішньоторговельних документів, кодів умов поставки й платежу, одиниць виміру, видів упаковки, а також з електронним обробленням зовнішньоторговельної інформації.

Уніфіковані серії документів для конкретних груп зовнішньоторговельних документів (контрактних, розрахункових, транспортних тощо) тісно пов'язані між собою за змістом, тобто за складом, найменуванням та розташуванням елементів, які в них містяться. Формуляри-зразки таких документів можуть застосовуватися як бланки без будь-яких змін. У деяких країнах введені в дію національні формуляри-зразки.

ЄЕК, наприклад, для спрощення зовнішньоторгових процедур розробила такі документи.

1. Формуляр-зразок ООН для зовнішньоторгових документів. Він установлює:

- галузь застосування міжнародних торгових документів;
- формати бланків;
- розміри конструкційної сітки;
- послідовність та межі розташування реквізитів документів;
- пояснення до заповнення реквізитів.

Формуляр є основою системи узгоджених міжнародних документів і призначений для розроблення всіх груп зовнішньоторгових документів: комерційних, транспортних, товаросупроводжувальних, банківських, страхових, митних та ін.

2. Формуляр-зразок уніфікованого рахунка для міжнародної торгівлі. Він розроблений для включення в серії уніфікованих документів, може використовуватися як підстава для створення рахунків, а також слугувати адміністративним цілям, тобто може надавати необхідні дані таким чином, щоб доповнювати чи замінювати нині існуючі документи (митні фактури, консульські фактури, декларації про походження товару тощо).

3. Угрупування заходів, що розроблюються, та торгових документів.

Рекомендовані заходи поділяються на 10 груп. Це заходи, що стосуються:

- виробництва товарів;
- купівлі;
- продажу;
- платежу;
- страхування;
- постачання, зберігання, складування та інших посередницьких операцій;
- перевезення;
- вивезення;
- ввезення та транзиту;
- інші заходи.

Класифікація документів розроблена відповідно галузям застосування. Документи поділяються на 10 груп: виробництво, закупівля,

продаж, банківські операції (платежі), страхування, посередницькі послуги та оброблення вантажів, транспорт, правила вивезення, правила ввезення та транзиту, інші. Ці групи охоплюють різні етапи звичайних зовнішньоторговельних угод.

4. Система уніфікованих зовнішньоторговельних документів ООН. Робота по стандартизації та уніфікації зовнішньоторгових документів проводиться на :

- міжнародному рівні (в рамках міжнародних економічних організацій);
- національному рівні (в рамках кожної окремої країни);
- внутрішньогалузевому рівні (з урахуванням специфіки товарів);
- рівні зовнішньоторгових підприємств та організацій (на підставі нормативних актів у галузі зовнішньої торгівлі).

Ця робота передбачає застосування єдиних елементів даних на підставі таких джерел, як, наприклад, «Довідник елементів зовнішньоторгових даних ООН». Відбувається також упорядкування термінології відносно назв видів, різновидів та конкретних документів на міжнародному, регіональному, національному та галузевому рівнях.

Для спрощення процедур торгівлі ЄЕК активно займається розробленням типових контрактів і їхнім впровадженням у міжнародну торгову практику.

Типовий контракт — це зразковий договір чи ряд уніфікованих умов, викладених у письмовій формі, сформульованих заздалегідь з урахуванням торгової практики чи торговельних звичаїв і прийнятих договірними сторонами після того, як вони були погоджені з вимогами конкретної угоди.

Типові контракти застосовуються тільки до певних товарів чи певних видів торгівлі. Найчастіше вони використовуються під час укладання угод на стандартні види машин і устаткування, споживчі товари; на промислову сировину (довгострокові контракти); на масові сировинні і продовольчі товари (на біржах).

Європейською економічною комісією ООН розроблено більше ніж 30 варіантів типових контрактів і загальних умов купівлі-продажу. Наприклад, договір закупівлі-продажу зернових, загальні умови купівлі-продажу для експорту споживчих товарів тривалого користування й металовиробів серійного виробництва; загальні умови

купівлі-продажу пиломатеріалів хвойних порід; загальні умови міжнародної купівлі-продажу цитрусових; загальні умови експортних поставок машинного устаткування й ін.

Типові контракти розробляють також великі компанії в монополізованих галузях; міжнародні, галузеві національні союзи підприємців; комітети товарних бірж; торговельні палати й ін. Так, міжнародні контракти на постачання та установавання обладнання можуть орієнтуватися на типовий договір FIDIC, підготовлений Міжнародною федерацією інженерів. Він складається з двох частин: ч. I — загальні умови з бланками пропозицій для учасників торгів та угода; ч. II — умови контрактних заявок зі вказівками щодо підготовки конкретних пунктів.

Використання типових контрактів дає змогу уніфікувати умови міжнародної торгівлі. Це заощаджує час на укладання угоди, дає можливість широко застосовувати накопичений практичний досвід торгівлі в певній галузі.

Типовий контракт періодично переглядається і змінюється у зв'язку з постійними змінами співвідношення сил між експортерами й імпортерами, організаційно-технічних умов торгівлі: засобів перевезення, методів визначення якості, стандартів і т.ін.

### **13.3. Міжнародні торговельні терміни (ІНКОТЕРМС — 2000)**

Сторони, що укладають контракт, найчастіше недостатньо інформовані про розходження в торговельних порядках країн, де містяться комерційні підприємства партнерів. Це може призвести до спорів, судових розглядів, які тягнуть за собою втрати часу і фінансовий збиток.

Щоб позбутися цих проблем, Міжнародна торговельна палата (МТП) в 1936 р. розробила торговельні терміни, що являють собою універсальний набір базових умов, знання і застосування яких полегшувало здійснення торговельних операцій. Вони ґрунтувалися на міжнародній торговельній практиці і звичаях. Збірник називався «Міжнародні правила тлумачення торговельних термінів ІНКОТЕРМС» (International Commercial Terms). Зміни в ІНКОТЕРМС

вносилися в 1953, 1967, 1980, 1990 роках. Зараз ІНКОТЕРМС діє в новій редакції 2000 р.

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:

- а) права та обов'язки сторін щодо постачання проданих товарів:
  - хто і за чий рахунок забезпечує транспортування товарів по території країн експортера, імпортера, транзитних країн, а також під час перевезення товару морським, річковим, повітряним транспортом;
  - стан вантажу стосовно транспортного засобу, що визначає зобов'язання продавця за встановлену в контракті ціну доставити вантаж у визначене місце або завантажити товар на транспортний засіб чи підготувати його до завантаження, або передати транспортній організації;
  - зобов'язання продавця по упакуванню і маркуванню товарів, а також зобов'язання сторін щодо страхування вантажів;
  - зобов'язання сторін по оформленню комерційної документації згідно з діючими в міжнародній торговельній практиці вимогами;
  - де й коли переходять від продавця до покупця права власності на товар;

б) момент переходу ризику випадкової загибелі чи ушкодження товару і витрати, що можуть виникнути у зв'язку з цим.

Зобов'язання продавця і покупця, наведені в «ІНКОТЕРМС – 2000» за кожною з базисних умов, перераховані в табл. 13.1.

Таблиця 13.1

**Зобов'язання контрагентів**

<b>А. Зобов'язання продавця</b>	<b>В. Зобов'язання покупця</b>
A1. Надання товару відповідно до умов контракту	B1. Сплата ціни
A2. Оформлення ліцензій, дозволів і виконання інших формальностей	B2. Оформлення ліцензій, дозволів і виконання інших формальностей
A3. Оформлення контракту перевезення і страхування	B3. Оформлення контракту перевезення і страхування

## Продовження табл. 13.1

A4. Постачання (товару)	B4. Прийняття постачання (товару)
A5. Перехід ризиків	B5. Перехід ризиків
A6. Розподіл витрат	B6. Розподіл витрат
A7. Повідомлення покупця	B7. Повідомлення продавця
A8. Доказ постачання, транспортні документи або еквівалентні електронні повідомлення	B8. Доказ постачання, транспортні документи або еквівалентні електронні повідомлення
A9. Перевірка, упакування, маркування	B9. Перевірка товарів
A10. Інші зобов'язання	B10. Інші зобов'язання

Отже, базисні умови постачання визначають, хто несе витрати по транспортуванню товару від продавця до покупця. Витрати, які несе експортер, включаються в ціну товару (іноді вони досягають 40–50% ціни). Базисні умови встановлюють базис ціни товару і впливають на рівень ціни.

ІНКОТЕРМС містить 13 комерційних термінів, згрупованих за чотирма різними категоріями. За кожною умовою визначаються обов'язки продавця і покупця по доставці товару і встановлюється момент переходу ризику випадкової загибелі або ушкодження товару з продавця на покупця [33].

Використовуваний при позначенні базисних умов термін «франко» або «вільно» означає, що покупець вільний від ризику і всіх витрат по доставці товару до пункту, позначеного після слова «франко» («вільно») (табл. 13.2).

## Таблиця 13.2

**Групування термінів, що позначають базисні умови постачання  
в «ІНКОТЕРМС – 2000»**

Група E	Відправлення
EXW	Франко-завод (із заводу)
Група F	Основне перевезення не оплачене
FCA	Франко-перевізник (вільно у перевізника)
FAS	Франко вздовж борту судна
FOB	Франко-борт



## Продовження табл. 13.2

Група С	Основне перевезення оплачене
CFR	Вартість і фрахт
CIF	Вартість, страхування і фрахт
CPT	Перевезення оплачене до
CIP	Перевезення і страхування оплачені до
Група D	Прибуття
DAF	Поставлено на кордон
DES	Поставлено на судні
DEQ	Поставлено франко-причал
DDU	Поставлено без оплати мита
DDP	Поставлено з оплатою мита

Зміст базисних умов:

I. Група «Е» вимагає від продавця лише надати товар у розпорядження покупця на своїй власній території, і тому він не несе жодних ризиків та втрат з доставки вантажу.

1. **EXW**— «франко-завод (франко склад) продавця» (назва місця). Ця умова поставок передбачає, що продавець виконав свої зобов'язання з доставки товару в момент його передання покупцеві або уповноваженій ним особі зі свого підприємства або складу. Продавець (якщо інше не обумовлено сторонами в контракті) не несе відповідальності за навантаження товару на транспортний засіб, наданий покупцем і за його митне очищення (оплата необхідних митних зборів). Покупець за власний рахунок забезпечує відвантаження і транспортування товару до пункту призначення і бере на себе всі пов'язані з цим витрати і ризики. Таким чином, ця умова поставок містить мінімальні зобов'язання для продавця; відповідно і ціна товару, який проданий на умовах EXW, буде найменшою порівняно з іншими базисними умовами поставки. Однак ця умова не повинна застосовуватись, якщо покупець з причин, які від нього не залежать, не може виконати або забезпечити виконання митних формальностей, пов'язаних з експортом товару. У цих випадках поставки необхідно здійснювати на умовах «франко-перевізник» (FCA).

II. Група «F»-термінів вимагає від продавця доставки товару для перевезення відповідно до вказівок покупця. Договори на цих умовах відносяться до договорів відправлення.

2. **FCA** — «франко-перевізник» (назва місця призначення). Ця умова означає, що продавець виконав свої зобов'язання щодо поставки товару в момент передавання очищеного для експорту товару перевізнику, якого вказав покупець, у названому місці або пункті. Якщо цей пункт у контракті точно не вказаний, продавець може на власний розсуд вибрати пункт передавання товару перевізникові в межах обумовленого в контракті району. У ряді випадків (при транспортуванні залізницею або повітряним транспортом) договір з перевізником укладається продавцем, але робить він це за рахунок покупця і на його ризик.

Ця умова поставки може застосовуватися при будь-якому способі поставок, включаючи змішані перевезення.

Під перевізником розуміють особу, яка, відповідно до договору перевезення, зобов'язується зробити або забезпечити транспортування товару залізницею, автотранспортом, повітряним транспортом, морем або внутрішніми водними шляхами, або змішані перевезення. Якщо, відповідно до інструкцій покупця, продавець повинен передати товар особі, яка не є перевізником, то вважається, що продавець виконав свої зобов'язання на момент, коли товар перейшов на відповідальне зберігання до цієї особи.

3. **FAS** — «вільно вздовж борту судна» (назва порту відвантаження). За цих умов поставки продавець виконує свої зобов'язання щодо доставки товару в момент, коли товари розміщені «вздовж судна» на причалі або на баржах-ліхтерах у вказаному порту відвантаження. З цього моменту всі витрати і ризики пошкодження товару бере на себе покупець. Покупець також повинен забезпечити митне очищення товару в країні експортера. Відповідно, ця умова поставок не повинна застосовуватись, якщо покупець з об'єктивних причин не може забезпечити виконання формальностей, пов'язаних з експортом товару. Умова FAS застосовується тільки в разі морських та річкових перевезень.

4. **FOB** — «франко-борт» або «вільно на борту судна» (назва порту відвантаження). Умова поставки FOB означає, що продавець виконав свої зобов'язання щодо поставки товару в момент, коли останній перетнув борт судна в узгодженому сторонами порту відвантаження. Таким чином, ризик втрати або пошкодження товару переходить від продавця до покупця саме в цей момент.

При відвантаженні на умовах FOB продавець повинен забезпечити очищення товару для експорту. За цією умовою товар відправляється морем або внутрішніми водними шляхами. У випадках, коли перетинання товаром борту судна не має великого значення (наприклад, у разі перевезень на судах-рокерах або у випадку контейнерних перевезень) застосовується умова поставки FCA.

III. Група «С»-термінів вимагає від продавця укласти договір перевезення на звичайних умовах за свій власний рахунок. Договори на цих умовах відносяться до відвантажувальних контрактів.

5. **CFR** — «вартість і фрахт» (назва порту призначення). У цьому разі продавець оплачує всі витрати, пов'язані з транспортуванням вантажу в зазначений пункт призначення. Водночас ризик втрати або пошкодження товару переходить з продавця на покупця в момент перетинання вантажу борту судна. Покупець бере на себе також інші додаткові витрати, які можуть виникнути вже після навантаження товару на судно. Продавець повинен забезпечити вільне вивезення вантажу зі своєї країни (сплатити всі митні збори).

Умова поставки CFR застосовується тільки в разі перевезення морським і річковим транспортом. Якщо момент перетинання товаром борту судна не має практичного значення (контейнерні перевезення), відвантаження товару робиться на умовах СРТ — «перевезення оплачено до».

6. **CIF** — «вартість, страхування і фрахт» (назва порту призначення). За всіма ознаками CIF аналогічне CFR. Відмінність полягає лише в тому, що продавець повинен застрахувати вантаж від ризику пошкодження або втрати в процесі транспортування. Продавець укладає договір зі страхувальником і сплачує йому страхову премію.

Однак при укладенні договору за умовами CIF покупець повинен виходити з того, що продавець забезпечить мінімально можливе страхування товару. Продавець також повинен забезпечити митне очищення товару для експорту.

Умови CIF застосовуються у випадку морських та річкових перевезень. В інших випадках (особливо, коли йдеться про контейнерні перевезення) укладають угоду за умовами СІР.

7. **СРТ** — «перевезення оплачено до» (назва місця призначення). Якщо за умовами CFR товари транспортуються тільки водним шляхом, то СРТ застосовується при будь-яких способах перевезень і

особливо при змішаних перевезеннях, зокрема в разі наскрізних контейнерних перевезень.

На умовах СРТ продавець оплачує вартість перевезення вантажу в зазначений пункт призначення. Ризик втрати або пошкодження товару так само, як і всі додаткові витрати, що виникають після передавання товару перевізникові, переходять до покупця в момент прийняття вантажу перевізником.

При цьому під перевізником розуміють особу, яка, згідно з договором перевезення, бере зобов'язання здійснити або забезпечити транспортування товару залізницею, автотранспортом, морем, повітряним транспортом або внутрішніми водними шляхами, або ж шляхом змішаного перевезення. Якщо для транспортування вантажу використовувались кілька перевізників, ризики переходять з продавця на покупця при передаванні товару першому перевізникові. Продавець же повинен забезпечити очищення товару для експорту.

8. **CIP** — «перевезення і страхування оплачені до» (назва місця призначення). CIP має багато спільного з CIF, але застосовується, як правило, при змішаних перевезеннях. Продавець повинен укласти договори перевезення і страхування, забезпечити митне очищення вантажу. Однак так само, як і при транспортуванні за умовами CIF, продавець повинен забезпечити мінімально можливе страхування вантажу.

IV. Група «D»-термінів, згідно з якою продавець відповідає за прибуття товару в погоджене місце чи пункт призначення на кордоні або в межах країни імпорту й повинен нести всі витрати та ризики, необхідні для доставки товару в країну призначення. Договори на цих умовах належать до доставочних контрактів.

9. **DAF** — «франко-кордон», або «поставлено на кордон» (назва місця поставки). Зобов'язання продавця щодо поставки товару вважаються виконаними в момент, коли очищені для експорту товари доставлені на кордон і передані покупцеві, але ще не пройшли митного очищення в країні покупця. Під «кордоном» розуміють будь-який кордон, у тому числі кордон країни продавця. Тому в умовах поставки повинне бути вказане точне місце на кордоні (прикордонний пункт), де товар передається покупцеві. За цих умов здійснюються поставки автомобільним і залізничним транспортом.

10. **DES** — «поставлено на судні» (назва порту призначення). Продавець виконує свої зобов'язання щодо поставки товару в мо-

мент, коли товар прибуває в порт призначення на борту судна. Таким чином, ризик втрати або пошкодження товару переходить з продавця на покупця в момент прибуття судна до причалу і розвантаження вантажу. Умова DES застосовується тільки в разі поставок водним шляхом.

11. **DEQ** — «поставлено з причалу» (назва порту призначення). Поставки з причалу в порту призначення відрізняються від поставок із судна насамперед тим, що перехід ризиків втрати або пошкодження товару з продавця на покупця здійснюється в момент, коли товар уже вивантажений на причал. Товар при цьому має бути очищений для імпорту. Продавець несе витрати з оплати мита, податків і зборів, пов'язаних із ввезенням товару в країну покупця. Якщо сторони вирішили, що оплату мита здійснює покупець, то в умовах поставки вказується: «Без оплати мита».

12. **DDU** — «поставлено без оплати мита» (назва місця призначення). Під цією умовою розуміють, що продавець виконав свої зобов'язання — передав товар покупцеві в зазначеному місці в країні покупця. Таким чином, усі витрати і ризики аж до цього моменту несе продавець. При цьому він не повинен сплачувати мито, збори та інші витрати, пов'язані з ввезенням товару в країну імпортера і проходженням митних формальностей. DDU застосовується за будь-якого способу транспортування.

13. **DDP** — «поставлено з оплатою мита» (назва місця призначення). Фактично цю умову поставки можна визначити як поставки на склад покупця, тобто DDP має на увазі максимальне зобов'язання продавця щодо поставки товару. Продавець несе всі ризики і оплачує всі витрати (включаючи митні збори, податки та ін.) щодо завезення товару в країну імпортера. Через це умова постачання DDP не повинна застосовуватись, якщо продавець з об'єктивних причин не має можливості отримати ліцензію на ввезення товару в країну покупця.

Таким чином, усі 13 базисних умов розміщені послідовно один за одним за принципом зростання витрат та відповідальності продавця з доставки товару, тобто від його найменших витрат та обов'язків (умова поставки EXW) до найбільших витрат та обов'язків (умова DDP).

Серед усіх розглянутих базисних умов сторони зовнішньоторговельних операцій віддають перевагу умовам FOB і CIF. У міжнародній

торгівлі під «ціною FOB» розуміють експортну ціну товару, а під «ціною CIF» — імпортну. Для продавця вигідне постачання товару на цих умовах, оскільки ризик випадкової загибелі або ушкодження товару з моменту навантаження товару на судно й одержання коносаменту переходить на покупця. Крім того, уклавши контракт на умовах CIF, продавець має право зафрахтувати судно за своїм розсудом. Це дає йому можливість дістати додатковий прибуток за рахунок різниці між вартістю фрахту, закладеної в ціні, і фактично виплаченої судовласнику, а також за рахунок використання зафрахтованого тоннажу для перевезення зворотним рейсом своїх імпортних вантажів.

### **Підсумки глави**

1. Міжнародна торговельна операція — це дії, які спрямовані на організацію, проведення та регулювання процесу обміну товарами, послугами, продукцією інтелектуальної праці між двома або кількома контрагентами різних країн. До основних міжнародних торгових операцій належать експортно-імпортні операції.

Правовою формою проведення міжнародних торговельних операцій є міжнародна торгова угода, під якою розуміють договір між двома чи декількома контрагентами різної національної належності.

Сторонами міжнародних торговельних угод виступають фірми, союзи підприємців, державні органи й організації, міжнародні економічні організації системи ООН.

2. Практика міжнародної торгівлі характеризується значним ступенем правової уніфікації, метою якої є скорочення юридичних перешкод у міжнародній торгівлі шляхом розроблення та застосування міжнародно-правових документів, прийнятих на міжнародному рівні. Важливу роль в уніфікації та гармонізації міжнародного торгового права відіграють ЮНСІТРАЛ, УНІДРУА, ЮНКТАД, ЄЕК ООН, які розроблюють уніфіковані правила, що регулюють міжнародну купівлю-продаж товарів.

3. Міжнародна торговельна палата розробила «Міжнародні правила тлумачення торговельних термінів «ІНКОТЕРМС», які являють собою універсальний набір базових умов, знання і застосування яких полегшує здійснення торговельних операцій.

### **Ключові поняття**

Міжнародна торговельна операція; експортна, реекспортна, імпортна, реімпортна, транзитна операції; міжнародна торговельна угода; договір міжнародної купівлі-продажу; контрагенти; уніфікація правил міжнародної торгівлі; конвенції з міжнародної купівлі-продажу товарів; спрощення процедур міжнародної торгівлі; типовий контракт; міжнародні торговельні терміни (ІНКОТЕРМС).

### **Запитання для самоконтролю**

1. У чому сутність міжнародної торговельної угоди?
2. Хто виступає контрагентом міжнародних торговельних угод?
3. Що передбачає здійснення експортних та імпорتنних операцій?
4. За яких умов здійснюються реекспортні та реімпорتنні операції?
5. У чому сутність транзитних операцій?
6. Коли договір вважається міжнародним?
7. У чому полягає значення уніфікації правил укладання міжнародних торговельних угод?
8. У чому сутність Конвенції ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів?
9. Як здійснюється спрощення процедур міжнародної торгівлі?
10. Що розуміють під типовим контрактом?
11. У чому сутність базисних умов поставок товару?

### **Запитання для обговорення**

1. Які сучасні особливості міжнародних торговельних угод?
2. Які нормативні акти розроблені ЮНСІТРАЛ, УНІДРУА, ЮНКТАД щодо уніфікації правил міжнародної торгівлі та в чому їхня сутність?
3. Які документи щодо спрощення процедур у міжнародній торгівлі, розроблені міжнародними економічними організаціями та в чому їхня сутність?
4. Як розподіляються зобов'язання між продавцем і покупцем під час поставок товару на умовах ІНКОТЕРМС у групах Е, F, С і D?

### **Набуття практичних навичок**

1. Підберіть та проаналізуйте стандартні форми договорів, розроблені УНІДРУА.
2. Розробіть алгоритм формування експортної ціни за базисними умовами ІНКОТЕРМС.
3. Розподіліть витрат продавця та покупця при використанні цін FOB, CPT, CIF.

4. Визначте митну вартість експортних товарів залежно від умов постачання (за 13 комерційними термінами).

5. Визначте митну вартість імпорتنих товарів залежно від умов постачання.

6. Для укладання зовнішньоторговельної угоди між українською фірмою «А» та американською фірмою «В» визначте найвигідніший варіант базисних умов постачання (EXW, DAF, DDP) і розрахуйте конкретну вартість експорту обладнання:

Дані для розрахунку:

- собівартість обладнання — 40 000 грн;
- страхові витрати — 6000 грн;
- витрати на пакування — 3000 грн;
- транспортні витрати в межах України — 12 000 грн;
- транспортні витрати за межами України — 3000 дол.;
- вантажні роботи на митниці ст. Чоп — 19 000 грн;
- розвантажувальні роботи в нерезидента — 3000 грн;
- мито — 10% від контрактної вартості обладнання;
- митний збір — 500 грн.

При розрахунку застосовується середній курс НБУ — 8,00 грн/дол.

### WEB-сайти

<b>www.unctad.org</b>	Сайт ЮНКТАД, де можна знайти інформацію про укладання міжнародних торговельних угод.
<b>www.uncitral.org</b>	Сайт ЮНСІТРАЛ, що містить документи про уніфікацію правил міжнародної торгівлі.
<b>www.unece.org</b>	Офіційний сайт ЄЕК ООН, що містить інформацію про спрощення процедур міжнародної торгівлі.
<b>www.iccwbo.org</b>	Сайт МТП, де можна знайти інформацію про регламентування міжнародних торгових угод.
<b>www.unidroit.org</b>	Офіційний сайт УНІДРУА, що містить інформацію про уніфікацію правил міжнародної торгівлі.



## **ГЛАВА 14. КОНТРАКТИ МІЖНАРОДНОЇ КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ**

Після вивчення матеріалу цієї глави ви повинні вміти:

- охарактеризувати зовнішньоторговельні контракти;
- пояснити сутність умов, що передбачені в контракті міжнародної купівлі-продажу;
- виділити особливості процедур підготовки до укладання контрактів міжнародної купівлі-продажу, етапів укладання та виконання цих контрактів;
- сформулювати типові помилки, що трапляються в зовнішньоторговельних контрактах;
- пояснити, як вирішуються суперечки, що виникають у міжнародній торгівлі.

### **14.1. Види та зміст контрактів міжнародної купівлі-продажу**

Зовнішньоторговельний контракт — це матеріально оформлена угода двох чи більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їхніх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну чи припинення їхніх взаємних прав і зобов'язань у зовнішньоекономічній діяльності.

У міжнародній комерційній практиці використовують різні види зовнішньоторговельних договорів: купівлі-продажу, підяду, ліцензійні, лізингові, інжинірингові, страхування, перевезення, з технічного обслуговування виробництва, позики тощо. Їхня структура, зміст, особливості визначаються видом зовнішньоторговельної операції, яку вони супроводжують. Однак найчастіше в зовнішній торгівлі застосовується контракт міжнародної купівлі-продажу. Тому доцільно розглянути зміст, особливості оформлення саме цих контрактів.

Контракт міжнародної купівлі-продажу — це комерційний документ, що являє собою договір постачання товару і, в разі потреби, — супутніх послуг, погоджений і підписаний експортером та імпортером.

Контракти купівлі-продажу залежно від термінів постачання і форм поділяються на:

- разові і з періодичним постачанням;
- з оплатою в грошовій і товарній формах (цілком чи частково) [22, с. 199–202].

**Контракт купівлі-продажу з разовим постачанням** — це разова угода, по якій передбачається постачання однією стороною іншій стороні погодженої між ними кількості товару до визначеної дати, встановленої в контракті. Постачання товару здійснюється один чи кілька разів протягом погодженого терміну.

Контракти з разовим постачанням бувають двох типів:

- з *короткими термінами постачання*. Вони, як правило, використовуються при оформленні угод на сировинні товари. Термін постачання може встановлюватися конкретно, тобто на визначену дату чи період, і невизначено, наприклад, після настання якої-небудь події;
- з *тривалими термінами постачання* (3–5 років і більше). Вони, як правило, використовуються при оформленні угод у торгівлі комплектним устаткуванням, літаками, суднами, судновими установками, складним устаткуванням і т.ін.

Умови контрактів із тривалим терміном постачання розрізняються залежно від методів їхнього укладення: прямого чи непрямого, тобто коли експортер бере участь у торгах, що організуються імпортером. На основі прямих зв'язків укладаються контракти на унікальне устаткування, монопольним виробником якого є постачальник — експортер, вузькоспеціалізована фірма чи консорціум, від імені якого виступає його головна фірма. Контрагентами таких контрактів виступають фірми промислово розвинутих країн, що поставляють устаткування для об'єктів, будівництво яких ведуть фірми країни-імпортера.

Для контрактів, що укладаються шляхом проведення міжнародних торгів, характерні більш стандартизовані умови, тому що учасники торгів пропонують свої умови, орієнтуючись на тендерні умови. Зміст контракту відрізняється лаконічністю і посиланнями на тендерні умови.

**Контракт купівлі-продажу з періодичним постачанням** — це угода, що припускає регулярне, періодичне постачання погоджених у ній кількостей товару протягом встановленого терміну.

Ці контракти бувають короткостроковими (звичайно річними) і довгостроковими (у середньому термін постачання становить 5–10, іноді 15–20 років).

Довгострокові контракти укладаються на постачання промислової сировини і напівфабрикатів (вугілля, нафти, нафтопродуктів, природного газу, руди, целюлози тощо).

**Контракт купівлі-продажу з оплатою в грошовій формі** припускає розрахунки у визначених погоджених сторонами валюті, способах платежу і формах розрахунку.

**Контракт купівлі-продажу з оплатою в товарній формі.** У ньому продаж одного чи декількох товарів одночасно пов'язується з купівлею іншого товару, і розрахунки в іноземній валюті не здійснюються. Це товарообмінні і компенсаційні угоди. У товарообмінних контрактах передбачається простий обмін погоджених кількостей одного товару на інший. У них установлюється або кількість товарів, що взаємно постачаються, або обумовлюється сума, на яку сторони поставлять товари. У компенсаційному контракті, так само як і в товарообмінному, передбачається постачання товарів на рівну вартість, але, на відміну від бартерної угоди, між сторонами узгоджується ціна товарів, що взаємно постачаються. У такій угоді фігурує, як правило, не два товари, а велика кількість пропонуванних до обміну товарів.

**Контракт купівлі-продажу з оплатою в змішаній формі.** Предметом контакту звичайно є будівництво на умовах цільового кредитування підприємства «під ключ». Оплата витрат частково здійснюється в грошовій, а частково — в товарній формі. У контракті заздалегідь установлюється частка продукції, що буде поставлятися з побудованого підприємства. У ньому також погоджуються три довгострокові угоди на ту саму суму: контракт купівлі-продажу технічних засобів і послуг щодо спорудження підприємства; угода про довгостроковий кредит; довгостроковий контракт на постачання сировини.

Обов'язковою умовою договору є перехід права власності на товар від продавця до покупця.

У контракті купівлі-продажу обумовлюється зміст договірних умов, порядок їхнього виконання і відповідальність за виконання.

На умови договору купівлі-продажу суттєво впливають прийняті в міжнародній практиці торгові звичаї, які відіграють вирішальну роль під час вирішення суперечок між контрагентами. Торговий

звичай — це однакове, загальновизнане правило, що встановилося в міжнародній торгівлі (яке не є нормою права), яке містить у собі ясне й визначене положення з питання, якого воно стосується.

Торговий звичай має відповідати таким вимогам:

а) мати характер загального правила, тобто використовуватися в усіх або в більшості випадків, до яких він застосовується;

б) бути достатньо відомим у відповідній галузі торгівлі;

в) бути визначеним щодо свого змісту та зрозумілим.

Загальні правила застосування торгових звичаїв:

а) сторони пов'язані будь-яким звичаєм, щодо якого вони домовилися, та практикою, яку вони встановили у своїх взаємних відносинах;

б) за відсутності домовленості про інше вважається, що сторони мали на увазі використання в їхньому контракті звичаю, про який вони знали або повинні були знати та який широко відомий і постійно дотримується сторонами в контрактах цього роду у відповідній галузі торгівлі.

Про торгові звичаї можна дізнатися в біржових правилах, збірниках торгових палат, матеріалах комісії ООН, типових контрактах, рішеннях третейських суддів з окремих питань.

Суб'єкти підприємницької діяльності при розробленні тексту договору мають право використовувати відомі міжнародні порядки, рекомендації міжнародних органів та організацій.

Права й зобов'язання сторін контракту визначаються правом місця його укладення, якщо сторони не погодили інше, що й відбивається в умовах договору.

До умов, що повинні бути передбачені в контракті, належать такі.

1. НАЗВА, НОМЕР ДОГОВОРУ (КОНТРАКТУ), ДАТА та МІСЦЕ ЙОГО УКЛАДАННЯ.

2. ПРЕАМБУЛА.

У преамбулі визначається повне найменування сторін — учасників зовнішньоекономічної операції, під якими вони офіційно зареєстровані, із зазначенням країни, скорочене визначення сторін як контрагентів («Покупець», «Продавець», «Замовник», «Поставник» тощо) та найменування документів, якими керуються контрагенти під час укладання договору (контракту) (статут підприємства, установчий договір тощо).

### 3. ПРЕДМЕТ ДОГОВОРУ (КОНТРАКТУ).

У цьому розділі визначається, який товар (роботи, послуги) один з контрагентів зобов'язаний поставити (здійснити) іншому, із зазначенням точного найменування, марки, сорту або кінцевого результату роботи, що виконується.

У випадку бартерного (товарообмінного) договору (контракту) або контракту на перероблення давальницької сировини визначається також точне найменування (марка, сорт) зустрічних поставань (або назва товару, що є кінцевою метою переробки давальницької сировини).

Якщо товар (робота, послуга) потребує більш детальної характеристики або номенклатура товарів (робіт, послуг) досить велика, то все це вказується в додатку (специфікації), який має бути невід'ємною частиною договору (контракту), про що робиться відповідна позначка в тексті договору (контракту).

Для бартерного (товарообмінного) договору (контракту) згаданий додаток (специфікація), крім того, балансується за загальною вартістю експорту та імпорту товарів (робіт, послуг).

У додатку до договору (контракту) на переробку давальницької сировини вказується відповідна технологічна схема такої переробки.

### 4. КІЛЬКІСТЬ ТА ЯКІСТЬ ТОВАРУ (ОБСЯГИ ВИКОНАННЯ РОБІТ, НАДАННЯ ПОСЛУГ).

У цьому розділі визначається, залежно від номенклатури, одиниця виміру товару, прийнята для товарів такого виду (у тоннах, кілограмах, штуках тощо), його загальна кількість та якісні характеристики.

У тексті договору (контракту) на виконання робіт (надання послуг) визначаються конкретні обсяги робіт (послуг) та термін їх виконання.

### 5. БАЗИСНІ УМОВИ ПОСТАЧАННЯ ТОВАРІВ (ПРИЙОМУ/ЗДАЧІ ВИКОНАННЯ РОБІТ АБО ПОСЛУГ).

У цьому розділі, вказується вид транспорту та базисні умови постачання (відповідно з «ІНКОТЕРМС – 2000»), які визначають обов'язки контрагентів щодо постачання товару і встановлюють момент переходу ризиків від однієї сторони до іншої, а також конкретний строк постачання товару (окремих партій товару).

У випадку укладення договору (контракту) на виконання робіт (надання послуг) у цьому розділі визначаються умови та строк виконаних робіт (послуг).

## 6. ЦІНА ТА ЗАГАЛЬНА ВАРТІСТЬ КОНТРАКТУ.

У цьому розділі визначається ціна одиниці виміру товару та загальна вартість товару або вартість виконаних робіт (наданих послуг), що поставляється згідно з контрактом, та валюта ціни. Якщо згідно з контрактом поставляються товари різної якості та асортименту, то ціна встановлюється окремо за одиницю товару кожного сорту, марки, а окремим пунктом контракту вказується його загальна вартість. У цьому випадку цінові показники можуть бути вказані в додатках (специфікаціях), на які робиться посилання в тексті контракту.

У контракті на перероблення давальницької сировини, крім того, зазначається її застава вартість, ціна та загальна вартість готової продукції, загальна вартість перероблення.

У бартерному контракті зазначається загальна вартість товарів, що експортуються, та загальна вартість товарів, що імпортуються за цим контрактом, виражені в іноземній валюті.

Таким чином, контрактна ціна — це кількість грошових одиниць, яку повинен заплатити покупець продавцю в тій чи іншій валюті за весь товар або одиницю товару, що були доставлені продавцем на базисних умовах у зазначений у контракті географічний пункт.

У контракті обов'язково встановлюється валюта ціни — це валюта, в якій визначається ціна товару в контракті. На вибір валюти ціни впливають вид товару, фактори, що діють на міжнародні розрахунки, в тому числі міждержавні умови, міжнародні традиції. Ціна товару може встановлюватись у будь-якій вільно конвертованій валюті: країни-експортера, країни-імпортера або третьої країни. Іноді ціна контракту вказується у декількох валютах або в колективних валютах з метою страхування валютного ризику.

Визначення валюти ціни є важливою умовою контракту, оскільки валюти не рівноцінні за своєю якістю. З валютної точки зору, експорт доцільно орієнтувати на країни з твердими валютами, а імпорт — зі слабкими валютами.

У контракті встановлюється спосіб фіксації ціни. Залежно від характеру зовнішньоторговельної угоди ціна договору може бути зафіксована:

- у момент укладання контракту;
- протягом реалізації контракту;
- до моменту завершення виконання контракту.

Залежно від способу фіксації ціни розрізняють такі види цін:

- тверда (стабільна, фіксована, гарантована);
- рухлива;
- ковзаюча;
- з наступною фіксацією.

Тверда ціна встановлюється в момент підписання контракту у вигляді конкретної цифри, не підлягає зміні протягом усього терміну його дії і не залежить від термінів і порядку постачання товарної партії. При цьому в тексті контракту робиться застереження: „Ціна тверда, зміні не підлягає». Такі ціни, як правило, характерні при укладенні зовнішньоторговельних угод на товарно-сировинних біржах, міжнародних аукціонах, торгових ярмарках.

Вони використовуються при короткострокових поставках, проте можуть застосуватися і при довгострокових поставках. Тверда ціна вигідна насамперед імпортеру. Експортер, який дав згоду на застосування такої ціни, йде на значну поступку покупцеві, оскільки до моменту одержання оплати за товар у сучасних інфляційних умовах фактична ціна товару може істотно зрости. Щоб компенсувати таку поступку та уникнути ризику, експортер може вимагати від імпортера передоплати або внесення авансу.

Рухлива ціна — це зафіксована при укладанні контракту ціна, яка може бути переглянута надалі, якщо ринкова ціна товару до моменту його постачання зміниться. При встановленні рухливої ціни в контракт вноситься застереження, що передбачає зміну ціни, зафіксованої в контракті, залежно від підвищення або зниження ціни на ринку до моменту виконання угоди.

У контракті обумовлюється допустимий мінімум відхилення ринкової ціни, наприклад, у межах 2–5% до ціни, прийнятої в контракті. У цих межах коливання контрактна ціна не переглядається. Установлюючи рухливу ціну, в контракті треба зазначити джерело статистичних даних, за яким слід судити про зміну ринкової ціни. Рухливі ціни, як правило, встановлюють на промислові, сировинні, продовольчі товари, що поставляються на умовах довгострокових контрактів. Розрахунки ведуться за цінами, що діють на даний період.

Ковзаючу ціну встановлюють у момент виконання умов угоди шляхом перегляду договірної (базисної) ціни з урахуванням змін у витратах виробництва, що відбулися в період виконання контракту.

При частковому постачанні ковзаюча ціна розраховується окремо на кожне постачання.

Ковзаюча ціна фіксується таким чином: вказується ціна на дату пропозиції чи підписання контракту (базисна ціна) та порядок розкладання цієї ціни на її складові елементи (наприклад, заробітна плата — 35%, матеріали — 40%, незмінна частка у змінній частині ціни, тобто прибуток, амортизація, накладні витрати — 15%).

Базова ціна розраховується експортером та узгоджується з імпортером при підписанні контракту. Кінцеву (ковзаюча) ціну розраховують за формулою, рекомендованою Європейською Економічною Комісією:

$$P_1 = \frac{P_0}{100} \left( A + B \frac{M_1}{M_0} + C \frac{S_1}{S_0} \right), \quad (14.1)$$

де  $P_1$  — ковзаюча ціна (у момент відвантаження товару);

$P_0$  — базова ціна, зафіксована в момент укладання контракту;

$A, B, C$  — частка у вартості товару (в сумі дає 100%);

$A$  — частка накладних витрат плюс прибуток, яка установлює експортер;

$B$  — частка матеріальних витрат;

$C$  — частка витрат на робочу силу;

$M_1$  і  $M_0$  — вартість матеріалу у момент виконання та підписання контракту відповідно;

$S_1$  і  $S_0$  — вартість робочої сили у момент виконання та підписання контракту.

Таким чином, у контракті обов'язково повинні бути вказані: базова ціна, її структура, момент початку зміни базової ціни, спосіб та момент розрахунку кінцевої ціни, межа ковзання (наприклад, не вище ніж 5% базисної ціни).

У контракті може бути передбачено, що ковзання поширюється не на всю суму витрат виробництва, а лише на певні елементи; при цьому вказують їхню величину у відсотках від загальної вартості замовлення. Змінна ціна може застосовуватися не на весь термін дії контракту, а на коротший термін (наприклад, на перші кілька місяців від дати укладання контракту або на період постачання певної кількості товару).

Ковзаючу ціну застосовують у довгострокових контрактах, тому що в разі тривалих строків поставок їхні економічні умови можуть



суттєво змінитися. Такі ціни, як правило, встановлюють на продукцію, що потребує тривалого терміну виготовлення (наприклад, для унікальних машин), а також у випадку виконання великих за обсягом підрядних робіт.

Установлення ціни з наступною фіксацією передбачає, що під час укладання контракту в ньому вказують базисну ціну, але одночасно застерігають, що базисна ціна зміниться у випадку, якщо до моменту виконання угоди зміняться ціни на ринку на аналогічний товар.

Отже, ціна з наступною фіксацією встановлюється в процесі виконання контракту. У контракті визначається тільки момент фіксації та принцип визначення рівня ціни. Наприклад, за домовленістю сторін ціна на продані товари може бути встановлена на рівні цін світового ринку на певну дату, в день поставки товару покупцеві, перед поставкою кожної передбаченої контрактом партії товару чи перед початком кожного календарного року. Покупцеві може бути надано право вибору моменту фіксації ціни.

У контракті обумовлюється допустимий мінімум відхилення ринкової ціни від базисної, в межах якого ціни не переглядаються.

Ціни з наступною фіксацією встановлюються на сировинні, промислові, продовольчі товари з тривалим строком поставок.

Під час визначення контрактної ціни можуть бути враховані різні види знижок. Найпоширеніші з них такі:

1. Загальна (проста знижка) — знижка, яка надається з преїскурантної або довідкової ціни і звичайно становить 20–30%, а в деяких випадках — до 40 %. Такі знижки використовуються при укладенні угод на машини й устаткування, зокрема на стандартні види устаткування. Знижки з довідкової ціни становлять 2–5%.

2. Знижка за оборот (бонусна знижка). Вона надається постійним покупцям на підставі спеціальної домовленості (бонусній угоді). У контракті в цьому випадку встановлюють шкалу знижок залежно від досягнутого обороту протягом визначеного терміну, як правило, одного року, а також порядок виплати сум на підставі цих знижок. Бонусні знижки можуть досягати 15–30% обороту на деякі види машин та обладнання та 1–2% на сировину та сільськогосподарські товари.

3. Прогресивна знижка — це знижка за кількість або серійність. Вона надається покупцеві за умови купівлі ним заздалегідь визначеного та в зростаючій кількості товару.

4. Дилерська знижка — знижка, яка надається виробниками своїм постійним закордонним посередникам по збуту. Вона в середньому становить 15–20% роздрібною ціни.

5. Спеціальні знижки. До них належать: знижки, які надаються привелейованим покупцям, у замовленнях яких особливо зацікавлені продавці, знижки на пробні партії та замовлення; знижки за регулярність замовлень.

6. Сезонні знижки — знижки за купівлю товару поза періодом активного сезону (наприклад, на сільськогосподарські добрива вони становлять близько 15%).

7. Приховані знижки, які надаються покупцеві у вигляді знижок на фрахт, пільгових кредитів або відсоткових кредитів, шляхом надання безкоштовних послуг та зразків.

8. Знижки за повернення товару, раніше купленого у фірмі. Надаються покупцеві при поверненні ним раніше купленого у фірмі товару застарілої моделі. Ці знижки можуть досягати 25–30% преїскурантної ціни.

9. Знижка під час продажу потриманого обладнання — до 50% від початкової ціни.

#### 7. УМОВИ ПЛАТЕЖІВ.

Цей розділ визначає валюту платежів, спосіб, порядок і строк фінансових розрахунків та гарантії виконання сторонами взаємних платіжних зобов'язань, застереження.

Валюта платежу — це валюта, в якій оплачується зобов'язання покупця (імпортера) за поставлений товар. Якщо валютні курси нестабільні, то ціни фіксуються в найбільш стійкій валюті, а платіж — у валюті країни-імпортера.

У торгівлі з фірмами промислово розвинутих країн валютою платежу, як правило, є національні валюти цих країн. У торгівлі з країнами, що розвиваються, — ВКВ основних промислово розвинутих країн, причому в експортних контрактах валюта тих з них, у банках яких зберігаються надходження країн, що розвиваються, від експорту.

Якщо валюта ціни і валюта платежу не збігаються, то в контракті вказують курс перерахунку першої на другу (наприклад, на базі СДР або за ринковим курсом валют).

До умов перерахунку, які встановлюються в контракті, належать:

- курс відповідного типу платіжного засобу (курс телеграфного або банківського переказу за платежами векселями чи без них, поштового переказу);
- курс перерахунку: звичайно, це середній курс дня, іноді курс продавця або покупця на час відкриття або закриття валютного ринку;
- час перерахунку валют (розрахунки здійснюються за поточним курсом валюти — найчастіше за ринковим курсом за день до платежу чи за 2–3 дні, що передують дню платежу, або на день платежу) на відповідному валютному ринку (продавця, покупця або третьої країни).

Неправильне встановлення часу перерахунку може призвести до великих втрат внаслідок зміни валютних курсів. Так, не можна здійснювати перерахунок валют за курсом дня укладення контракту, оскільки в разі нестабільності валюти платежу та її тенденції до девальвації експортер може зазнати збитків у момент платежу.

При визначенні умов платежу погоджують:

- коли належить робити платіж: до, у момент чи після поставки товару;
- у який спосіб має бути здійснено платіж, тобто форма розрахунків, умови банківського переказу (авансового платежу) або умови документарного акредитива чи інкасо;
- умови щодо гарантії, якщо вона є або коли необхідна (вид гарантії: за вимогою, умовна), строк дії гарантії, можливість змін умов договору без зміни гарантії;
- яка із сторін бере на себе витрати з оплати послуг банку-кореспондента;
- де повинен бути здійснений платіж (на міжнародні розрахунки суттєво впливає валютне та зовнішньоторговельне регулювання. Якщо в цих сферах у країнах є значні обмеження, то ефективне проведення розрахунків неможливе).

Способом страхування сторін за контрактом від валютних ризиків є включення до платіжних умов захисних валютно-цінових застережень.

У міжнародній практиці до валютно-цінових відносять валютні, комбіновані, індексні застереження.

Валютні застереження — це спеціальні умови, що передбачають перегляд суми платежу в тій самій пропорції, в якій передбачається

зміна курсу валюти платежу щодо валюти застереження. При цьому методі валюта платежу ставиться в залежність від стійкішої валюти застереження. Тобто відповідно до валютних застережень сума платежу підлягає перегляду пропорційно зміні курсу валюти платежу щодо валюти ціни або іншої стабільної валюти, тобто валюти застереження. Застереження бувають:

- з двосторонньою спрямованістю — корекція платежу здійснюється як від зниження курсу валюти, так і від його зростання. При цьому захищаються інтереси обох партнерів;
- з односторонньою спрямованістю — корекція платежу здійснюється тільки під час підвищення або тільки зниження валютного курсу. Застереження захищають інтереси лише одного з партнерів.

У міжнародній торгівлі розрізняють прямі, непрямі та багатовалютні (мультивалютні) застереження.

Якщо валюта ціни і валюта платежу збігаються, а розмір суми платежу залежить від зміни курсу валюти розрахунків щодо іншої стабільної валюти (валютне застереження), то застосовується пряме валютне застереження. Подібне застереження формулюється так: „Сума договору (контракту) становить ... X ... одиниць... зазначеної валюти.... Якщо в день, що передує дню платежу, курс... зазначеної валюти... стосовно до... зазначеної іншої валюти... зміниться порівняно з курсом... зазначеної валюти... щодо договору (контракту), що становить. У ... зазначеної валюти... за одиницю... зазначеної іншої валюти..., зміниться і сума даного договору (контракту) у відповідній пропорції».

При розбіжності валюти ціни та валюти платежу застосовується непряме застереження, відповідно до якого сума платежу змінюється пропорційно зміні курсу валюти ціни до курсу валюти платежу, що відбулася у визначений термін в узгодженому місці. В контракті вказується курс перерахунку однієї валюти до іншої на день проплати. Подібне застереження формулюється так: «Валюта розрахунку (назва валюти) визначена, виходячи із співвідношення валютного курсу на день підписання договору (контракту), і становить ... X ... одиниць ціни договору (контракту) (назва валюти). Якщо на день розрахунку валютний курс зміниться більш як на... +\–... У ..., суму платежу буде відповідно змінено у співвідношенні ... X. Валюта розрахунку (назва

валюти) визначена, виходячи із співвідношення валютного курсу на день підписання договору (контракту), і становить ... X ... одиниць валюти ціни договору (контракту) (назва валюти). Якщо на день розрахунку валютний курс зміниться, суму платежу буде відповідно змінено у співвідношенні ... X ...» [12].

Для прямого і для непрямого валютного застереження повинна бути вибрана найстійкіша валюта.

Багатовалютне (мультивалютне) застереження — це застереження, відповідно до якого сума платежу залежить від зміни курсового співвідношення між валютою платежу та кошиком валют, який визначається угодою сторін. Таким чином, застереження полягає в тому, що під час підписання контракту фіксується співвідношення валюти ціни до валютного кошика, а на дату платежу передбачається зміна суми платежу пропорційно до зміни цього співвідношення. Отже, при застосуванні мультивалютного застереження використовується принцип порівняння курсу валюти ціни до валютного кошика на дату підписання контракту і на дату платежу.

Для регулювання суми платежу залежно від зміни товарних цін, валютних курсів застосовують комбіновані валютно-цінові застереження. Якщо ціни і курси змінюються в одному напрямі, то суму зобов'язань перераховують на найбільший відсоток відхилення. Якщо напрями їхньої динаміки не збігаються, то суму платежу змінюють на різницю між такими відхиленнями.

У міжнародній практиці можуть застосовуватися індексні застереження. Це спеціальні умови, які запроваджуються в контракті з метою страхування експортерів від інфляційного ризику. Згідно з індексним застереженням, ціну товару, зазначену в контракті, додають до індексу цін на аналогічні товари або на найнеобхідніші товари, які становлять „споживчий кошик».

Таким чином, індексне застереження передбачає, що ціна товару та сума платежу зміняться згідно зі зміною до моменту платежу певного індексу цін, обумовленого в контракті, порівняно з моментом укладення угоди.

## 8. УМОВИ ЗДАВАННЯ-ПРИЙМАННЯ ТОВАРУ (РОБІТ, ПОСЛУГ).

У цьому розділі визначаються строк та місце фактичної передачі товару, перелік товаросупровідних документів.

Приймання-здавання проводиться за кількістю згідно з товаро-супровідними документами, за якістю — згідно з документами, що засвідчують якість товару.

#### 9. ПАКУВАННЯ ТА МАРКУВАННЯ.

Цей розділ містить відомості про пакування товару (ящики, мішки, контейнери тощо), нанесене на неї відповідне маркування (найменування продавця та покупця, номер контракту, місце призначення, габарити, спеціальні умови складування і транспортування та ін.), а за необхідності — також умови повернення.

#### 10. ФОРС-МАЖОРНІ ОБСТАВИНИ.

Цей розділ містить відомості про те, за яких випадків умови контракту можуть бути не виконані сторонами (стихійні лиха, воєнні дії, ембарго, втручання з боку влади та ін.). При цьому сторони звільняються від виконання зобов'язань на строк дії цих обставин або можуть відмовитися від виконання контракту частково, або в цілому без додаткової фінансової відповідальності. Строк дії форс-мажорних обставин підтверджується торгово-промисловою палатою відповідної країни.

#### 11. САНКЦІЇ ТА РЕКЛАМАЦІЇ.

У цьому розділі встановлюється порядок застосування штрафних санкцій, відшкодування збитків та пред'явлення рекламаций у зв'язку з невиконанням або неналежним виконанням одним із контрагентів своїх зобов'язань.

При цьому мають бути чітко визначені розміри штрафних санкцій (у відсотках від вартості недопоставленого товару або суми неоплачених коштів), строки виплати штрафів (від якого терміну вони встановлюються та протягом якого часу діють або їхній гарантійний розмір), строки, протягом яких рекламация можуть бути заявлені, права та обов'язки сторін контракту при цьому, способи врегулювання рекламаций.

#### 12. УРЕГУЛЮВАННЯ СПОРІВ У СУДОВОМУ ПОРЯДКУ.

У цьому розділі визначаються умови та порядок вирішення спорів у судовому порядку щодо тлумачення, невиконання та/або неналежного виконання договору (контракту) з визначенням назви суду або чітких критеріїв визначення суду будь-якою зі сторін залежно від предмета та характеру спору, а також погоджений сторонами вибір матеріального і процесуального права, яке буде застосувати цей суд, та правил процедури судового урегулювання.

### 13. МІСЦЕ ЗНАХОДЖЕННЯ (МІСЦЕ ПРОЖИВАННЯ), ПОШТОВІ ТА ПЛАТІЖНІ РЕКВІЗИТИ СТОРІН.

При цьому вказуються повні юридичні адреси, повні поштові та платіжні реквізити (№ рахунка, назва банку) контрагентів контракту.

За домовленістю сторін у контракті можуть визначатися додаткові умови: страхування, гарантії якості, умови залучення субвиконавців контракту, агентів, перевізників, визначення норм навантаження (розвантаження), умови передачі технічної документації на товар, збереження торгових марок, порядок сплати податків, мит, зборів, різного роду захисні застереження, з якого моменту контракт починає діяти, кількість підписаних примірників контракту, можливість та порядок внесення доповнень та змін до контракту та ін.

Здійснення експортно-імпортних угод по купівлі-продажу включає такі етапи:

- підготовка до укладання контракту;
- укладання контракту;
- виконання контракту.

## 14.2. Підготовка до укладання контракту міжнародної купівлі-продажу

Етап підготовки до укладення контракту на підставі прямих зв'язків включає:

**1. Вибір контрагента.** При виборі контрагента враховуються такі фактори:

- характер і предмет угоди;
- країна укладення і виконання контракту;
- місткість ринку і кон'юнктура на ринку;
- ступінь монополізації ринку великими фірмами;
- можливість проникнення на ринок;
- тривалість торгових відносин з тією чи іншою фірмою;
- характер діяльності фірми (виробник, споживач чи торговий посередник);
- зв'язки, рекомендації.

**2. Установлення контакту з потенційним покупцем.** При встановленні контакту можуть бути використані такі способи:

- направити пропозицію (оферту) одному чи декільком іноземним покупцям;
- прийняти і підтвердити замовлення покупця;
- направити покупцеві пропозицію у відповідь на його запит;
- взяти участь у міжнародних торгах, виставках, ярмарках, а також використовувати засоби реклами;
- направити покупцю комерційний лист про наміри почати переговори щодо укладення контракту.

Пропозиція однієї сторони іншій укласти контракт у торговій практиці називається **офертою**. Оферта — це письмова пропозиція продавця (оферента), спрямована можливому покупцеві про продаж товару на встановлених продавцем умовах.

В оферті вказуються основні умови угоди: найменування товару, кількість, якість, ціна, умови постачання, термін постачання, умови платежу, характер тари й упакування, порядок приймання-здачі, загальні умови постачання.

Розрізняють два види оферти: тверду і вільну.

**Тверда оферта** — це письмова пропозиція експортера на продаж визначеної партії товару, послана оферентом одному можливому покупцеві, із зазначенням терміну, протягом якого продавець пов'язаний своєю пропозицією і не може зробити аналогічної пропозиції іншому покупцеві.

**Акцепт** — це дія іншої сторони, з якої очевидно, що вона приймає умови, запропоновані оферті.

Якщо імпортер приймає умови оферти, він посилає імпортеру письмове підтвердження, що містить беззастережний акцепт, тобто згоду прийняти всі умови твердої оферти.

У разі незгоди імпортера з окремими умовами оферти він посилає експортеру **контроферту** (тобто нову оферту) із зазначенням своїх умов і терміну для відповіді.

До умов, у відношенні яких будь-яке доповнення чи зміна розглядається як істотна відмінність акцепту від оферти, належать: ціна, умови платежу, якість і кількість товару, місце й термін постачання, обсяг відповідальності однієї зі сторін перед іншою, порядок вирішення спорів.

Якщо покупець не дасть відповіді протягом установленого в оферті терміну, то це рівнозначно його відмовленню від укладення



угоди на запропонованих умовах і звільняє експортера від зробленої ним пропозиції.

**Вільна оферта** — це пропозиція на ту саму партію товару декільком можливим покупцям. У ній не встановлюється термін для відповіді і тому оферент не пов'язаний своєю пропозицією. Згода покупця з умовами, викладеними у вільній оферті, підтверджуються твердою контрофертою. Після акцепту контроферти продавцем угода вважається укладеною. Експортер акцептує ту контроферту, яка отримана раніше, чи від того покупця, з яким угода вигідніша.

Використання вільної оферти для покупця менш зручне, ніж твердої, оскільки вона не створює в імпортера повної впевненості в тому, що, пославши контроферту, він стане власником товару. Така оферта застосовується рідко.

Досить часто в міжнародній торгівій практиці застосовується спосіб підготовки угоди на основі вивчення умов **замовлення** на постачання товарів, отриманого від покупця.

Замовлення може бути підтвержене і прийняте до виконання чи відхилене (причини пояснювати не обов'язково).

Підтвердження замовлення є комерційним документом, що являє собою повідомлення експортера про прийняття умов замовлення без застережень.

У випадку, якщо ініціатива укладення угоди виходить від покупця, то його звертання до продавця з проханням надіслати оферту (пропозицію) називається **запитом**.

Мета запиту — одержати від експортних фірм конкурентні пропозиції, з яких вибирається найкраща. Тому запити посилаються не одній, а декільком фірмам різних країн. У запиті вказується: точне найменування потрібного товару, його якість, сорт, кількість, термін постачання. Ціна, за якою імпортер готовий купити товар, у запиті не вказується, а обумовлюється лише спосіб її фіксації.

Переговори між контрагентами ведуться листуванням, телефонуванням, телеграфом, телетайпом, телефаксом тощо, але особисті контакти, як правило, відіграють вирішальну роль.

Під час підготовки до укладення експортної угоди оформляються такі документи:

- пропозиція (оферта);
- контракт;

- підтвердження замовлення;
- рахунок-проформа (документ, що виступає як попередній рахунок, але не є основою для оплати);
- заявка на інструкції з постачання (видається постачальником і містить прохання до покупця повідомити інструкції у відношенні умов постачання замовлених товарів);
- тендер (пропозиція оферента, який бере участь у торгах, що відповідає вимогам замовника, і підтверджує згоду оферента взяти на себе виконання позначених у технічних умовах робіт та містить вказівку пропонованої ціни чи вартості робіт).

У процесі підготовки до укладення імпортової угоди оформляються документи:

- запит;
- лист про наміри, яким покупець інформує продавця про прийняття в принципі пропозиції, і угоду почати переговори про укладення контракту;
- замовлення (в нього включається інструкція щодо постачання замовлених товарів: кількість і розмір часткових постачань, їхніх умов, адреса експедитора, засіб транспорту, найменування перевізника, а також інструкція з упакування);
- тендерна документація.

### **14.3. Укладання контракту міжнародної купівлі-продажу**

Етап укладання контракту включає переддоговірний період, комерційні переговори, парафування тексту контракту, підписання контракту.

Протягом переддоговірного періоду ведуться попередні переговори про майбутню угоду й узгоджуються, уточнюються її основні умови, щоб умови договору були конкретними й точними, без різночитань.

Переговори ведуться шляхом листування, особистих зустрічей, розмов по телефону чи в поєднанні їхніх різних комбінацій.

У переддоговірний період складається проект контракту. У ньому враховується фактична домовленість, досягнута сторонами в ході переговорів.

При укладанні контракту сторонам, щоб уникнути помилок та збитків, слід враховувати важливі моменти [13, с. 405; 63, с. 6–9]:

1. **Обсяг договору.** Договір може бути коротким чи докладним.

Короткий договір містить мінімум умов: предмет контракту, який включає найменування та кількість товару; ціну з указанням базисних умов постачання; умови платежу). При його укладенні необхідно уявляти, чим будуть заповнюватися прогалини контракту.

Докладний договір передбачає значну кількість додаткових умов. Недоліки цих договорів такі:

- контракт, як правило, складається за допомогою типових договорів, які недостатньо враховують вид товару. У цьому випадку однакові умови передбачаються як відносно усіх видів масових продовольчих та промислових товарів, так і відносно машин та устаткування. Типові договори складаються незалежно від того з партнером якої країни вони укладаються, а також без урахування застосовуваного права;
- порівняно рідко використовуються посилання на стандартні умови купівлі-продажу, які застосовуються в міжнародній торгівлі;
- у договорі намагаються передбачити умови на всі випадки, що можуть виникнути під час його виконання. Це ускладнює переговорний процес при укладанні договору та обтяжує контракт великою кількістю загальних положень.

2. Договір повинен бути укладений із дотриманням інтересів обох партнерів і складатися згідно з чинним законодавством. Тому цю операцію слід доручити юристам.

3. У договорі не повинно бути будь-яких суперечностей чи недомовок. Суперечності між окремими умовами контракту, нечітко сформульовані умови спричинюють заперечення щодо їхнього тлумачення, і це може дорого коштувати одній із сторін. Тому в договорі треба звести до мінімуму фрази, які можна тлумачити неоднозначно.

4. Якщо договір складено контрагентом, необхідно чітко визначити сутність тих чи інших фраз, їхнє смислове навантаження.

5. Найменування та інша інформація про контрагентів. Якщо в договорі немає юридичної адреси сторін або є фіктивна юридична адреса зарубіжного партнера, або тільки поштова адреса для направлення кореспонденції до запитання, то в цьому випадку немає можливості

знайти партнера для вручення йому позовних матеріалів та повістки щодо виклику його в арбітраж. Тому необхідно перевіряти правовий статус партнера (що юридично він собою являє, де зареєстрований, який обсяг його правоздатності), його фінансове положення, комерційну репутацію, повноваження його представника щодо укладення договору. Якщо це не перевірити, то в ряді випадків експортер може не одержати оплату за свій товар або не зможе добитися повернення коштів, які були сплачені за імпорتنі товари, що не були поставлені або поставлені не в повному обсязі чи з суттєвими недоліками.

Необхідно також перевіряти, щоб найменування зарубіжного партнера в преамбулі відповідало наведеному в розділі „Місцезнаходження сторін». Це пов'язано з тим, що фірма, яка указана в преамбулі, може бути не зареєстрована в торговому реєстрі і відповідно не визнається юридичною особою країни, яка названа місцем її знаходження. А фірма, юридична адреса якої указана в контракті, може заперечувати, що вона уклала контракт.

6. У договорах, що передбачають поставку товару в декілька етапів, часто не вказують кількості товару та час поставки на кожному етапі.

7. Іноді допускаються неточності щодо застосування базисних умов поставки товару. Це може призвести до труднощів при вирішенні суперечок, наприклад, щодо питання про момент, у який товар вважається поставленим, про момент переходу ризику з продавця на покупця.

8. При складанні договору слід враховувати, що відносини між контрагентами визначаються не тільки умовами договору, а й нормами права, яке застосовується. Невідповідність умов контракту імперативним наказуванням закону призводить до визнання договору в цілому (або відповідної його умови) недійсним. Якщо в контракті немає умови з якого-небудь питання, то прогалина контракту заповнюється за допомогою норм застосованого права. У цьому випадку контрагент не завжди зможе виконати умову контракту.

9. У контракті доцільно передбачити можливість та порядок внесення доповнень та змін до контракту.

У період комерційних переговорів вивчаються аргументи сторін і знаходяться компромісні рішення. При узгодженні умов контракту одна сторона відсилає другій проект контракту. Після вивчення і зна-

ходження компромісних рішень складається остаточний текст контракту. На цій стадії складаються передконтрактні документи: протокол розбіжностей, протокол узгодження розбіжностей, протокол про залік взаємних вимог, угода про зміну договору, супровідний лист до проекту договору, договір (контракт) купівлі-продажу.

Підготовлений остаточний текст контракту візується кожною стороною підписами уповноважених представників сторін (попереднє підписання чи парафування тексту контракту), а потім підписується, що є останньою стадією укладення контракту.

Отже, контракт вважається укладеним, якщо він підписаний сторонами, юридичні адреси яких у ньому зазначені чи якщо він підписаний особами, що мають право підпису таких документів.

Якщо сторонами контракту виступають два контрагенти, то він підписується обома сторонами в двох примірниках, а якщо три і більш контрагентів — то складається в декількох примірниках і підписується кожною стороною. Якщо сторони перебувають у різних географічних пунктах і не можуть одночасно підписати контракт, то спочатку всі примірники контракту підписує одна сторона, пересилає їх іншій стороні, яка потім повертає першій стороні необхідну кількість примірників із двома підписами.

Контракт купівлі-продажу може бути укладений у письмовій, усній, (телефонуванням, на аукціонах, на біржах), частково в письмовій і частково в усній формі.

У більшості випадків національні законодавства вимагають тільки письмову форму договору. При цьому в письмовій формі надається оферта й акцепт.

Права й обов'язки контрагентів виникають з моменту укладення контракту. Момент укладення контракту визначається по-різному в різних країнах.

Якщо контракт підписується присутніми сторонами, то він вважається укладеним з моменту його підписання, якщо в цьому документі не зазначений інший термін вступу його в дію.

Якщо контракт укладається між відсутніми сторонами, то моментом укладення вважається:

- момент відсилання письмового акцепту (у Великій Британії, США, Японії, Швейцарії);
- момент одержання експортером акцепту (у Франції, Німеччині, Італії, Австрії).

Усна домовленість повинна обов'язково надалі підтверджуватися письмовим контрактом.

Контракт укладається двома мовами, якщо задіяні два контрагенти, а якщо їх більше, то всіма необхідними мовами.

Текст контракту друкується спочатку однією мовою, потім іншою. Або кожна сторінка тексту поділяється вертикально на дві частини: на одній текст друкується мовою одного партнера, на іншій — мовою іншого партнера.

#### **14.4. Виконання контракту міжнародної купівлі-продажу**

Виконання контракту — це процес реалізації узятих на себе зобов'язань: з боку продавця — у постачанні покупцеві товару, що є предметом контракту, з боку покупця — у сплаті встановленої ціни.

Продавець, щоб виконати свої зобов'язання, повинен у встановлений термін підготувати товар до відвантаження й оформити документацію, необхідну для відправлення товару й одержання платежів.

У процесі підготовки товару до відвантаження продавець повинен виконати ряд вимог, пропонує до:

- а) упакування товару. Ці вимоги враховують:
  - умови транспортування (приймається до ваги спосіб, відстань і тривалість транспортування, можливість перевантаження товару в дорозі, температурний режим і вологість під час транспортування, погодні умови, способи оплати транспортування, сумісність з іншими вантажами та ін.);
  - кліматичні умови (при постачанні товарів у тропічні країни, де високі вологість і температура, упакування повинна бути особливо міцною, просочена особливими речовинами, виготовлена зі спеціальних матеріалів; як упакування використовуються металеві контейнери, запаяні ящики і т.ін.);
  - специфіку митного режиму країни призначення товару. Упаковка повинна бути пристосована до відповідних вказівок, що містяться в митному тарифі. Наприклад, вона має бути якомога більш легкою при стягуванні специфічного мита з ваги бруто товару. Якщо стягуються митні податки з маси нетто, то маса нетто визначається шляхом вирахування з маси бруто маси

упаковки з урахуванням встановленої в митному тарифі шкали знижок на окремі види упаковки (бочки, ящики, кліті, барабани). Це називається тарним тарифом;

- положення законодавчих актів країни призначення товару щодо упаковки. Так, може бути заборонене ввезення товарів у певній упаковці; введено імпорتنі мита на окремі види пакувальних матеріалів;

б) маркування товару. Під маркуванням розуміють необхідні написи, зображення, умовні позначки, нанесені на упаковці. Маркування повинне містити позначку країни походження товару, відповідати вимогам митниці щодо розміру напису і його нанесення. Маркування потрібно для належного перевезення і здачі вантажу одержувачеві, для полегшення перевантажень товару в дорозі, кількісного добору окремих штук, для запобігання непорозумінь під час видачі товару різним адресатам.

Залежно від виконуваних функцій зовнішньоторговельні документи, що підтверджують виконання контракту, можна розподілити на групи.

1. За забезпеченням виробництва експортного товару:

- доручення на купівлю (для купівлі виробів чи матеріалів, необхідних для виробництва товарів, замовлених покупцем);
- інструкція з виготовлення;
- наряд на вивезення зі складу;
- таблиця фактурування (містить відомості про продані товари, використовується для складання комерційного рахунка);
- інструкція з упакування;
- наряд на внутрішнє транспортування;
- статистичні й адміністративні документи.

2. За підготовкою товарів до відвантаження:

- заявка на фрахтування;
- інструкція з відправлення;
- доручення на відвантаження (повітряні перевезення);
- ордер на перевезення (місцеві перевезення);
- повідомлення про готовність до відправлення;
- ордер на відправлення;
- повідомлення про відправлення;
- повідомлення про розподіл документів;

- дозвіл на постачання.
- 3. Фінансові документи (з платіжно-банківських операцій):
  - інструкція з банківського переведення;
  - заявка на банківську тратту;
  - повідомлення про інкасовий платіж;
  - повідомлення про платіж по товарному акредитиву;
  - заявка на банківську гарантію;
  - банківська гарантія;
  - гарантійний лист по товарному акредитиву;
  - інкасове доручення;
  - форма надання документів;
  - заявка на товарний акредитив;
  - товарний акредитив;
  - повідомлення про відкриття товарного акредитива;
  - повідомлення про переведення товарного акредитива;
  - повідомлення про зміну товарного акредитива;
  - банківська тратта;
  - перевідний вексель;
  - простий вексель;
  - боргове зобов'язання.
  - товаросупроводжувальні документи:

#### 4.1. Комерційні документи.

4.1.1. Комерційний рахунок. Основний розрахунковий документ, містить вимогу продавця до покупця про сплату зазначеної суми платежу за поставлений товар. У ньому вказується ціна за одиницю товару, загальна сума платежу, базисні умови постачання товару, спосіб платежу і форма розрахунку, найменування банку, де повинен бути зроблений розрахунок, відомості про оплату вартості перевезення і про страхування. За здійсненими функціями рахунки поділяються на такі види:

- рахунок-фактура — вимога оплати за проданий товар. Виписується звичайно після остаточного приймання товару покупцем;
- рахунок-специфікація — поєднує реквізити рахунка і специфікації. Виписується, коли партія містить різні за асортиментом товари;
- попередній рахунок — виписується, коли товар приймається в країні призначення чи при часткових постачаннях і коли



контракт ще не підписаний. Після приймання товару чи постачання всієї партії продавець виписує рахунок-фактуру, за яком здійснюється остаточний розрахунок;

- проформа-рахунок — містить відомості про ціну і вартість партії товару, але не є розрахунковим документом, тому що не містить вимоги про сплату зазначеної в ньому суми.

4.1.2. Документи, що дають кількісну характеристику товару: специфікація, технічна документація, пакувальний аркуш.

4.1.3. Документи, що свідчать про якість поставлених товарів: сертифікат якості, гарантійний лист, протокол випробувань, дозвіл на відвантаження.

4.2. Страхові документи:

- страховий поліс (підтверджує договір страхування, містить умови страхування);
- страховий сертифікат (засвідчує, що страхування було зроблено і було видано поліс);
- страхове оголошення (використовується, коли страхувальник повідомляє страховачеві відомості про окремі постачання, на які поширюється договір страхування);
- рахунок страховика;
- ковернот (страхувач сповіщає страхувальника про те, що його інструкції зі страхування виконані).

4.3. Транспортні документи (виписує вантажоперевізник у повідчення того, що товар він прийняв до перевезення).

4.3.1. У разі морських перевезень:

- 4.3.1.1. Коносамент — документ, що підтверджує прийняття товару до перевезення морським шляхом і зобов'язує перевізника видати товар законному власникові. Коносамент є:
  - розпискою, що підтверджує прийняття до перевезення вантажу, позначеного на лицьовій стороні цього документа («вантаж на борті», «вантаж завантажено», «вантаж прийнятий до навантаження»);
  - контрактом на перевезення товару на обговорених у ньому умовах;
  - товаророзпорядчим документом, тобто надає право власникові оригіналу розпоряджатися вантажем. Особа, яка зазначена в коносаменті або має коносамент на пред'явника, має право

вимагати від вантажоперевізника видачі товару і розпоряджатися ним. Для продажу товару, що перебуває в дорозі і наданого коносаментом, товаророзпоряднику досить продати чи поступити свої права по коносаменту.

Види коносаменту:

- іменний, котрий виписується на конкретного одержувача товару. Товар видається особі, на чие ім'я виписано коносамент;
- ордерний, відповідно до якого відправник вантажу може передати свої права третій особі, здійснивши індосування коносаменту, тобто поставивши на звороті підпис і печатку. Товар видається особі, на чие ім'я індосований коносамент;
- коносамент на пред'явника, відповідно до якого товар передається будь-якій особі — власнику коносаменту.

Коносаменти складаються в трьох і більше примірниках з однаковим змістом і датою (для відправника вантажу, вантажоодержувача і вантажоперевізника). Усі примірники складають повний комплект і є оригіналами. Однак товаророзпорядчим документом може бути тільки один оригінал коносаменту. Після видачі вантажу за одним із оригіналів інші втрачають силу.

4.3.1.2. Штурманська розписка.

4.3.1.3. Морська накладна.

4.3.1.4. Докова розписка.

4.3.2. При залізничних перевезеннях:

- залізнична накладна;
- дорожня відомість.

4.3.3. При повітряних перевезеннях:

- авіавантажна накладна.

4.3.4. У разі автоперевезень:

- автодорожня накладна;
- бордеро (містить перелік вантажів, перевезених вантажівками).

4.3.5. Під час перевезення декількома видами транспорту:

- універсальний транспортний документ;
- документ змішаного перевезення;
- документ комбінованого перевезення.

4.3.6. При використанні всіх способів перевезень:

- розписка в одержанні вантажу;
- гарантійний лист;

- підтвердження на фрахтування тоннажу;
- заява-вимога про відправлення;
- фрахтовий рахунок;
- повідомлення про прибуття вантажу;
- повідомлення про виникнення перешкод у постачанні;
- повідомлення про виникнення перешкод у перевезенні;
- повідомлення про постачання вантажу;
- вантажний маніфест;
- фрахтовий маніфест;
- контейнерний маніфест.

4.4. Транспортно-експедиторські документи (для оформлення операцій з експедирування, оброблення вантажів, складування, організації перевезення, надання місцевих транспортних засобів, перевірки, стану упакування, маркування):

- відвантажувальне доручення;
- експедиторська інструкція;
- повідомлення експедитором агента імпортера;
- повідомлення експедитором експортера;
- рахунок експедитора;
- експедиторське свідчення про одержання вантажу;
- повідомлення про відправлення;
- складська розписка експедитора;
- розписка в одержанні товару;
- товароскладська квитанція;
- ордер на оброблення вантажів;
- пропуск на товар;
- документи на портові збори.

4.5. Митні документи (для оформлення переходу товарів через митний кордон):

- митна декларація;
- експортна, імпортна, валютна ліцензії;
- декларації валютного контролю (експорт і імпорт);
- декларації: податкова, вантажна, про товари для внутрішнього споживання, про негайне митне вивільнення, про небезпечні вантажі;
- митне повідомлення про постачання;
- заявка і сертифікат про походження товару;

- сертифікат (ЮНКТАД) про походження товару, який підпадає під дію преференціального режиму;
- консульська фактура;
- свідчення про районне найменування;
- заявка і свідчення про контроль якості;
- заявка і свідчення про огляд;
- статистичні документи (експорт, імпорт);
- свідчення: ветеринарне, санітарне, фітосанітарне, карантинне;
- декларація про товари для митного транзиту;
- міжнародна митна декларація, зразок МЗП (відповідно до положень Міжнародної конвенції 1952 р. про полегшення умов залізничного перевезення вантажів через кордони);
- книжка МДП (відповідно до вимог Митної конвенції про міжнародне перевезення вантажів);
- книжка АТА (відповідно до вимог Митної конвенції про тимчасово ввезення вантажів);
- декларація ТМТ (відповідно до вимог Митної конвенції про міжнародне транзитне перевезення вантажів);
- транзитне гарантійне свідчення.
- На виконання зовнішньоторговельного договору впливають дві групи умов, які необхідно враховувати:
- умови, на які партнери угоди не можуть впливати і змінювати;
- умови, які партнери можуть встановлювати і змінювати.

До першої групи умов належать:

- економічна та політична ситуація в країні імпортера;
- діючі національні та міжнародні системи регулювання розрахунків у міжнародній торгівлі;
- забезпеченість платіжних зобов'язань (фінансовий стан партнера).

До другої групи умов належать:

- умови постачання (терміни, періодичність, умови транспортування, страхування тощо);
- порядок та строки платежу;
- одержання додаткових гарантій під час здійснення розрахунків.

Найскладнішою є оцінка першої групи умов виконання зовнішньоторговельного договору, що потребує значного обсягу організаційно-інформаційної роботи. Вирішення такого завдання рекомен-

дується здійснювати на основі аналізу існуючих рейтингів країн, розробленням яких займаються авторитетні агентства і консалтингові фірми.

### **14.5. Врегулювання міжнародних торгових суперечок**

Для вирішення суперечок, що виникають у міжнародній торгівлі, найчастіше використовується третейський суд, або арбітраж [54, с. 377].

Застосування арбітражу додає учасникам торгівлі більше впевненості. Сторони можуть самостійно визначити склад суддів, установлювати право, застосовуване для вирішення суперечки, при цьому забезпечується конфіденційність інформації в ході судового розгляду, досягається економія часу.

Для того щоб справа розглядалася в третейському суді, сторони повинні про це домовитися. Для цього вони можуть включити в договір контракту арбітражне застереження або укласти арбітражний договір.

При укладенні арбітражного договору в ньому необхідно передбачити:

- місце розгляду спору;
- норми права, від яких не можна відступати;
- вибір, матеріального права<sup>1</sup>, відповідно до якого буде розглядатися суперечка;
- межі дії арбітражного застереження;
- вибір арбітрів;
- оплату третейського суду по розгляду суперечки;
- мова, на якій буде розглядатися суперечка;
- характер розгляду справи (ступінь відкритості, термін);
- процедуру, якої повинні дотримуватися арбітри (на основі тільки документів, усного розгляду, опитування свідків і т.ін.);
- третейський суд зобов'язаний винести рішення, якщо тільки сторони не вирішать суперечки мирно;

---

<sup>1</sup> *Матеріальне право* — всі правові норми, які діють у певних країнах, які не стосуються процесу. Кожна країна має свої норми міжнародного приватного права, які визначають, матеріальне право якої країни потрібно застосовувати судами для вирішення юридичних питань, які виникають при здійсненні міжнародних торговельних угод.

- чи не впливає недійсність окремих положень арбітражного договору на дійсність договору в цілому;
- у яких випадках можна вважати, що ще не вичерпано процедури «мирного» врегулювання суперечки.

Учасники міжнародної торгівлі завжди прагнули звести до мінімуму труднощі, що виникали у зв'язку з відмінностями в нормах національного законодавства про арбітраж. Тому рядом міжнародних організацій розроблено міжнародні процедури врегулювання торгових суперечок.

Інституціональну структуру міжнародного арбітражу становить сукупність різних арбітражних органів, діяльність яких спрямована на забезпечення безпеки і передбачуваності світової системи торгівлі.

До структурних одиниць міжнародного арбітражу, наприклад, належать:

- Комісія ООН з прав міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ);
- Міжнародний арбітражний суд Міжнародної торговельної палати (МТП);
- Лондонський міжнародний третейський суд;
- Американський арбітраж;
- Європейський арбітраж;
- Орган розв'язання спорів (ОРС) у рамках СОТ;
- Міжнародний комерційний арбітражний суд при Торгово-промислових палатах країн СНД та ін.

**ЮНСІТРАЛ** розробив декілька документів, що містять типові правила щодо доарбітражного врегулювання спорів і про арбітраж. До них належать:

- Правила щодо арбітраж 1976 року.
- Правила по доарбітражного врегулювання спорів 1980 року;
- Типовий закон про арбітраж 1985 року.

Ці документи багатьма державами покладено в основу розроблення національних законодавчих актів.

При складанні міжнародних торгових контрактів у частині, що стосується вирішенню спорів, можна посилатися на перераховані вище документи шляхом використання типового арбітражного застереження, наведеного в них.

**Міжнародний арбітражний суд МТП** є неурядовою організацією, функціонує він з 1923 р. Він займається арбітражним урегулюванням міжнародних комерційних суперечок. Ним у 1988 р. розроблені:

- Регламент про арбітраж;
- Регламент про факультативне примирення (для сприяння мирному вирішенню спорів).

Відповідно до рекомендацій МТП усі сторони, що хочуть посилатися на Арбітраж МТП, у своїх контрактах повинні використовувати такий нормативний пункт: «Усі суперечки, що виникають у зв'язку з дійсним контрактом, підлягають остаточному врегулюванню відповідно до Регламенту про Примирення й Арбітраж МТП одним чи декількома арбітрами, призначеними відповідно до цього Регламенту».

Регламент про Арбітраж МТП не обмежує сторони у вільному виборі закону, що регулює контракт, а також місце і мову арбітражу.

**Європейський арбітраж** регламентується Конвенцією про зовнішньоторговельний арбітраж, підписаною в Женеві в 1961 р. Конвенцію ратифікувала Україна.

Європейський арбітраж діє під егідою Європейської економічної комісії ООН. З 1966 р. діє Регламент про арбітраж ЄЕК ООН.

**Орган вирішення спорів у рамках СОТ**, функцію якого виконує Генеральна рада СОТ, має виняткові повноваження створювати третейські групи для розгляду конкретних суперечок; затверджувати доповіді, що надаються такими групами, а також апеляційним органом; стежити за виконанням рішень і рекомендацій; санкціонувати застосування відповідних заходів у випадку невиконання рекомендацій.

Мета механізму врегулювання суперечок у рамках СОТ полягає в забезпеченні позитивного рішення суперечок, тобто заохочується прагнення сторін до пошуку взаємоприйнятого рішення проблем, що виникають у відносинах між країнами-членами. Врегулювання спорів досягається в процесі двосторонніх консультацій між зацікавленими урядами.

Так, на першому етапі врегулювання розбіжностей проведення таких консультацій є обов'язковою умовою. Якщо консультації не дають бажаних результатів протягом 60 днів, позивач може звернутися в ОРС із проханням про утворення третейської групи для розгляду справи.

Порядок проведення роботи третейської групи полягає в такому. До початку розгляду суперечки кожна сторона представляє групі свою заяву, в якій викладаються факти й аргументи, що стосуються спору. Якщо одна зі сторін піднімає питання наукового чи технічного

характеру, третейська група може призначити групу експертів для підготовки експертного висновку.

Третейська група представляє сторонам описовий розділ своєї доповіді (фактологічна сторона справи й аргументація сторін) і дає їм два тижні для підготовки зауважень. Потім група надає сторонам проміжну доповідь з висновками і дає сторонам один тиждень для подачі заяви про перегляд доповіді.

Термін перегляду — не більш двох тижнів.

Заключна доповідь передається сторонам у суперечці протягом шести місяців. У разі негайної потреби, коли йдеться про швидкопсувні товари, терміни надання доповіді скорочуються до трьох місяців. Через три тижні після передачі доповіді сторонам доповідь поширюється серед усіх членів СОТ.

У випадку якщо третейська група визнає, що розглянутий захід суперечить умовам відповідної угоди СОТ, вона рекомендує країні-члену, що запровадила цей захід, привести його у відповідність із цією угодою. Група також може запропонувати шляхи виконання рекомендації.

Доповіді третейської групи затверджуються ОРС.

Механізм розв'язання спорів у СОТ передбачає можливість подати апеляцію кожної зі сторін. Апеляція розглядається постійним апеляційним органом, що створюється ОРС і складається із семи чоловік. Термін розгляду апеляції не повинен перевищувати 60 днів. Апеляційний орган у праві підтвердити, змінити чи анулювати правові висновки і висновки третейської групи.

Процес урегулювання спорів третейською групою показано на рис. 14.1.

ОРС приймає доповідь апеляційного органа, що в безумовному порядку підлягає прийняттю сторонами суперечки, якщо немає загальної думки про те, що доповідь не повинна бути прийнята.

Невідкладне виконання рекомендацій ОРС є необхідною умовою ефективного розв'язання суперечок.

На засіданні ОРС, що проводиться протягом 30 днів після затвердження доповіді третейської групи чи доповіді апеляційного органа, порушена сторона (відповідач) зобов'язана викласти свої наміри у відношенні виконання рекомендацій. Якщо негайне виконання рекомендацій неможливе з об'єктивних причин, ОРС устанавлює



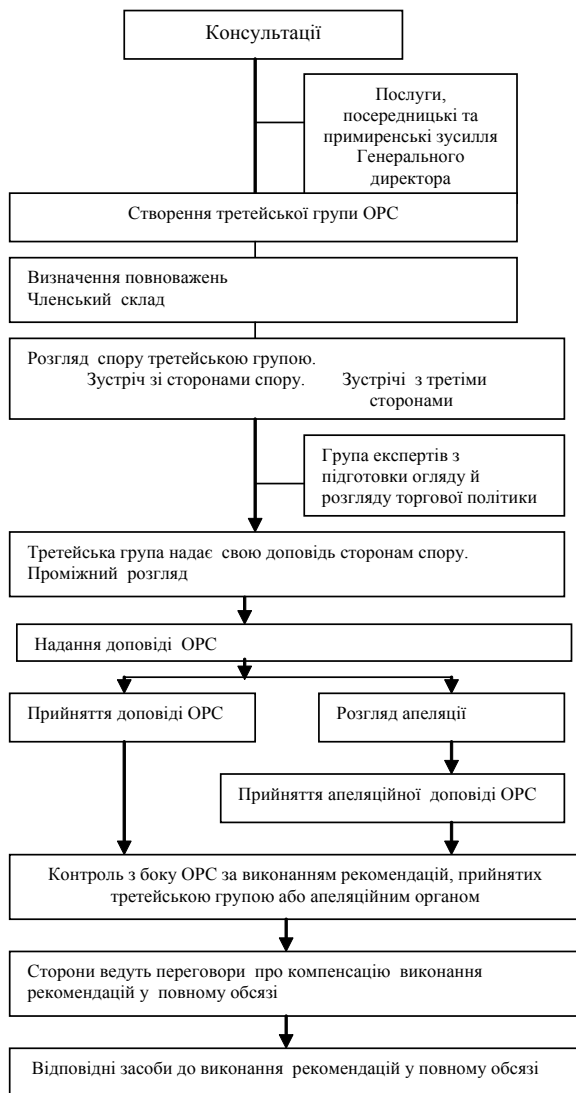


Рис 14.1. Процес урегулювання спорів третейською групою, яка була створена Органом розв'язання спорів СОТ

«розумні терміни» для їхнього виконання. У випадку невиконання рекомендацій у встановлений термін сторона-відповідач зобов'язана почати переговори з позивачем для визначення взаємопогоджуваної компенсації, наприклад, про зниження тарифів у секторах, що являють особливий інтерес для позивача.

Якщо задовільна для позивача компенсація не буде погоджена, позивач вправі звернутися до ОРС за санкцією на призупинення дії поступок чи зобов'язань стосовно відповідача.

Дія поступок припиняється в тому секторі торгівлі, у відношенні якого виникла суперечка. Якщо цей захід чомусь неефективний чи не може бути реалізований за практичних міркувань, то дія поступок припиняється у відношенні іншого сектора торгівлі, але в рамках тієї самої угоди, а якщо і це неможливо, то дія поступок припиняється в рамках іншої угоди СОТ.

ОРС контролює виконання прийнятих рекомендацій чи правових визначень, а будь-яка невіршена суперечка залишатиметься в його порядку денному до повного розв'язання.

**Міжнародний комерційний арбітражний суд при Торгово-промисловій палаті України** (Арбітражний суд). Це самостійний постійно діючий третейський суд, який розглядає економічні суперечки, що виникають при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності з договірних і інших видів міжнародних економічних зв'язків, якщо хоча б одна зі сторін є іноземною.

До компетенції Арбітражного суду належать суперечки, що виникають з відносин:

- купівлі-продажу (постачання) товарів;
- виконання робіт;
- надання послуг;
- обміну товарами і/чи послугами;
- перевезення вантажів і пасажирів;
- торгового представництва і посередництва;
- оренди (лізингу);
- науково-технічного обміну й обміну іншими результатами творчої діяльності;
- спорудження промислових та інших об'єктів;
- ліцензійних операцій;

- страхування;
- спільного підприємництва, інших форм підприємницької кооперації;
- інших видів міжнародних економічних зв'язків.

Діяльність Арбітражного суду здійснюється на основі Регламенту Міжнародного комерційного суду при ТПП України.

В Україні міжнародні торгові суперечки вирішуються на підставі Закону України «Про міжнародний комерційний арбітраж» № 4002 – XII від 24 лютого 1994 р., що установлює вимоги до арбітражного договору (арбітражного застереження), вимоги до порядку вибору арбітрів, правила арбітражної процедури, порядок прийняття арбітражних рішень.

### Підсумки глави

1. Зовнішньоторговельний контракт — це матеріально оформлена угода двох чи більше суб'єктів ЗЕД та їхніх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну чи припинення їхніх взаємних прав і зобов'язань у ЗЕД. У зовнішньоторговельній практиці найчастіше застосовується контракт міжнародної купівлі-продажу — комерційний документ, що являє собою договір постачання товару і, в разі потреби, супутніх послуг, погоджений і підписаний експортером та імпортером.

2. Контракт міжнародної купівлі-продажу залежно від термінів постачання і оплати поділяється на разові та з періодичним постачанням; з оплатою в грошовій і товарній формах (цілком чи частково).

3. Обов'язковою умовою договору є перехід права власності на товар від продавця до покупця.

У контракті обумовлюється зміст договірних умов, порядок їхнього виконання і відповідальність за виконання. До умов, що передбачаються в контракті, належать такі: 1) назва, номер контракту, дата та місце його укладання; 2) преамбула; 3) предмет контракту; 4) кількість та якість товару; 5) базисні умови постачання товарів; 6) ціна та загальна вартість контракту; 7) умови платежу; 8) умови здавання-приймання товару; 9) пакування та маркування; 10) форс-мажорні обставини; 11) санкції та рекламації; 12) урегулювання спорів у судовому

порядку; 13) місце знаходження, поштові та платіжні реквізити сторін. За домовленістю сторін можуть визначитися додаткові умови: страхування, гарантії якості, відвантаження товару, умови передачі технічної документації на товар тощо.

4. Етап підготовки до укладання контракту міжнародної купівлі-продажу включає: вибір контрагента; установлення контакту з потенційним покупцем; оформлення певних документів.

5. Етап укладання контракту міжнародної купівлі-продажу включає: переддоговірний період, комерційні переговори, парафування тексту контракту та його підписання.

6. Етап виконання контракту — це процес реалізації узятих на себе зобов'язань: з боку продавця — у постачанні покупцеві товару, з боку покупця — у сплаті встановленої ціни. Виконання контракту підтверджують певні зовнішньоторговельні документи.

7. Урегулювання міжнародних торгових суперечок здійснюється за допомогою третейського суду або арбітражу. До структурних одиниць міжнародного арбітражу, наприклад, належать ЮНСІТРАЛ, Міжнародний арбітражний суд МТП, Орган розв'язання спорів у рамках СОТ, Міжнародний комерційний арбітражний суд при ТПП країн СНД.

### **Ключові поняття**

Зовнішньоторговельний контракт; контракт міжнародної купівлі-продажу; торговий звичай; умови контракту; підготовка до укладання контракту; укладання та виконання контракту; оферта; тверда оферта; вільна оферта; акцепт; контро ферта; замовлення; лист про наміри; запит; зовнішньоторговельні документи; третейський суд; арбітраж.

### **Запитання для самоконтролю**

1. У чому полягає сутність зовнішньоторговельного контракту?
2. На які види поділяються контракти міжнародної купівлі-продажу?
3. Охарактеризуйте структуру контракту.
4. У чому сутність етапу «Підготовка до укладання контракту»?
5. У чому сутність етапу «Укладання контракту»?
6. Що розуміють під офертою та акцептом?
7. У чому сутність етапу «Виконання контракту»?
8. Які є особливості етапу «Виконання контракту»?
9. Як здійснюють врегулювання міжнародних торгових спорів?

### Запитання для обговорення

1. Які умови контракту належать до істотних? У чому їхня сутність та особливості?
2. У чому сутність таких способів визначення якості: за стандартом; за технічними умовами; за специфікацією; за зразком; за описом; за попереднім оглядом; за вмістом окремих речовин у товарі; за виходом готової продукції; за натурною масою?
3. Які особливості умови «Здавання-прийняття товару»?
4. У чому зміст умови «Гарантії, претензії щодо кількості та якості»?
5. Прокоментувати умову «Пакування та маркування товару» щодо: а) пакування: вид та характер, якість, порядок, розміри, спосіб оплати, повернення контейнерів; б) маркування: зміст або реквізити; порядок нанесення.
6. Які особливості умови «Відвантаження товару»?
7. Які санкції можуть застосовуватися до покупця та продавця?
8. Які основні умови страхування встановлюються в контракті?
9. На які категорії поділяються форс-мажорні обставини згідно з рекомендаціями МТП.

### Набуття практичних навичок

Навчальну групу поділіть на три малі групи. Кожна з них підготовлює індивідуально-групове завдання, яке передбачає презентацію розгорнутого тексту контракту міжнародної купівлі-продажу на:

- сировинні товари (вид товару за вибором);
- промислові товари (вид товару за вибором);
- машини та устаткування (вид товару за вибором).

Підготовлене індивідуальне завдання має відповідати таким вимогам:

- усі складові контракту повинні бути обґрунтовані;
- містити в собі типовий контракт (наприклад, розроблений ЄЕК ООН), на підставі якого можна скласти цей контракт, а також контрактні документи, які обслуговують виконання контракту.

Рівень виконання індивідуально-групового завдання попередньо оцінюється призначеною експортною групою (2–3 студенти).

Після ознайомлення з висновком експертної групи, індивідуальне завдання захищається виконавцями.

**WEB-сайти**

<b><a href="http://www.unecce.org">www.unecce.org</a></b>	Сайт ЄЕК ООН, що містить інформацію про розроблені типові контракти.
<b><a href="http://www.ucci.org.ua/home">www.ucci.org.ua/home</a></b>	Сайт ТПП України, де можна знайти інформацію про оформлення зовнішньоторговельних контрактів та документи, що підтверджують їхнє виконання.
<b><a href="http://www.iccwbo.org">www.iccwbo.org</a></b>	Сайт МТП, де можна знайти інформацію про структуру та зміст зовнішньоторговельних контрактів.

## БІБЛІОГРАФІЯ

1. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань оподаткування: Закон України № 398-V від 30.11.2006 р.
2. Про Єдиний митний тариф: Закон України № 2097-XII від 05.02.1992 р., зі змінами та доповненнями.
3. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України № 959-XII від 16.04.1991 р., зі змінами та доповненнями.
4. Про застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну: Закон України № 332-XIV від 22.12.1998 р., зі змінами та доповненнями.
5. Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту: Закон України № 330-XIV від 22.12.1998 р., зі змінами та доповненнями.
6. Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту: Закон України № 331-XIV від 22.12.1998 р., зі змінами та доповненнями.
7. Про організації роботодавців: Закон України № 2436-III від 24.05.2001 р.
8. Про платіжні системи та перекази грошей в Україні: Закон України № 2346-III від 24.05.2001 р.
9. Митний кодекс України № 1970-XII від 12.12.1991 р., зі змінами та доповненнями.
10. Цивільний кодекс України № 1540-06 від 18.07.1963 р., зі змінами та доповненнями.
11. Порядок отнесения операций резидентов в случае проведения ими ВЭД к договорам производственной кооперации, консигнации, лизинга, поставки сложных технических изделий и товаров специального назначения: Постановление КМУ № 445 от 30.03.2002 р.
12. Про окремі питання валютного законодавства, що установлює порядок розрахунків в іноземній валюті: Лист державної податкової адміністрації України № 9433/7/23-53-17 від 13.06.2002 р.
13. *Багрова І. В., Редіна Н. І.* Зовнішньоекономічна діяльність підприємств. — К.: ЦНЛ, 2004. — 580 с.
14. *Береславська О. І. та ін.* Міжнародні розрахунки та валютні операції. — К.: КНЕУ, 2002. — 392с.
15. *Бровков С. М., Руденко Л. В.* Валютно-фінансові механізми в міжнародному бізнесі: світовий досвід та українська практика. — К.: ТОВ. Агентство «Україна», 2001. — 380 с.
16. *Бураковський І.* Теорія міжнародної торгівлі. — К.: Основи, 2000 р. — 241 с.
17. *Ван Хорн Дж. К.* Основы управления финансами. — М.: Финансы и статистика, 1999.

18. *Вічевич А. М., Максимець О. В.* Аналіз зовнішньоекономічної діяльності. — Львів: Афіна, 2004. — 140 с.
19. *Внешнеторговые сделки* / Сост. И. Гринько. — Сумы: Фирма «Реал». 1994. — 464 с.
20. *Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учеб. для вузов* / Под. ред. Л. Е. Стровского. — М.: ЮНИТИ, 1999. — 823 с.
21. *Гармонизированная система описания и кодирования товаров*. — М.: ИНИОН, 1990.
22. *Герчикова И. Н.* Международное коммерческое дело. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. — 671 с.
23. *Герчикова И. Н.* Международное коммерческое дело: Практиум. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ-ДАНА, 1999. — 527 с.
24. *Гіл Чарлз В. Л.* Міжнародний бізнес. — К.: Основи, 2001. — 856 с.
25. *Глобальна торгова система: розвиток інститутів, правил, інструментів СОТ* / Кер. авт. кол. і наук. ред. Циганкова Т. М. — К.: КНЕУ, 2003. — 660 с.
26. *Губський Б. В.* Біржові технології ринку. — К.: Нора-прінт, 1997. — 296 с.
27. *Гриффін Р., Пастей М.* Міжнародний бізнес: Пер. с англ. / Под ред. А. Г. Медведева. — СПб.: Питер 2005.
28. *Дэниелс Дж. Д., Радеба Ли. Х.* — Международный бизнес: Учеб. — М.: Дело, 1994.
29. *Економічний розвиток і державна політика: Практикум. Вип. 9* / За заг. ред. І. Розпутенка — К.: К.І.С., 2002.
30. *Ефективність державного управління. Конкурентна політика* / За заг. ред. І. Розпутенка. — К.: К.І.С., 2003. — 207 с.
31. *Жук М. В.* Комерційні відносини України: організація зовнішньої торгівлі: Підручник. — Чернівці: Рута, 2004. — 560 с.
32. *Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. Посібник* / За ред. Козака Ю. Г., Логвінової Н. С., Сіваченка І. Ю. — К.: ЦУЛ, 2006. — 792 с.
33. *ИНКОТЕРМС-2000: МТП, 2000 г.*
34. *Киреев А.* Международная экономика. — М.: Международные отношения, 1998. ч. I. — 415 с.
35. *Кириченко О., Ковас І., Ятченко А.* Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. — К.: Фінансист, 2000. — 635 с.
36. *Козик В. В., Панкова Л. А., Карп'як Я. С. та ін.* Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посібник. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: ЦНЛ, 2004. — 608 с.
37. *Кратко И. Г.* Международное предпринимательство: Учеб. пособие. — М.: ИНФРА-М, 2001. — 272с.
38. *Критсотакис Я. Г.* Торговые выставки и ярмарки: Техника участия и коммуникации. — М.: Ось-89, 1997.
39. *Кругман П. Р., Обстфельд М.* Международная экономика: Учеб. СПб: Питер, 2004. — 831 с.



40. *Линдерт П. Х.* Экономика мирохозяйственных связей: Учеб. — М.: Прогресс, 1992.
41. *Майєр Дж., Олесневич Д.* Міжнародне середовище бізнесу: Конкуренція та регулювання у глобальній економіці: Пер. з англ. — К.: Либідь, 2002. — 703 с.
42. *Международная торговля: финансовые операции, страховые и другие услуги* / Под ред. М. А. Гольцберга. — М.: Бином, 1994. — 479 с.
43. *Международные валютно-кредитные и финансовые отношения* / Под ред. Л. Н. Красавиной. — М.: Финансы и статистика, 1994. — 592 с.
44. *Международные экономические отношения* / Под ред. Е. Ф. Жукова. М.: — 1999. — 485 с.
45. *Международный менеджмент: Учеб. для вузов* / Под ред. С. Э. Приварова. — СПб.: Питер, 2000. — 624 с.
46. *Міжнародна економіка: Навч. посібник. Вид. 2-ге перероб. та доп.* / За ред. Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової, В. М. Осипова. — К.: ЦУЛ, 2008. — 1118 с.
47. *Міжнародні фінанси: Навч. посібник* / За ред. Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової, В. В. Ковалевського. — К.: ЦУЛ, 2007. — 640 с.
48. *Міжнародні фінанси: Підруч.* / За ред. О. І. Рогача. — К.: Либідь, 2003. — 784 с.
49. *Мировая экономика и международный бизнес: учебник* (под общей ред. В. В. Полякова, Р. К. Щенина. — М.: КНОРУС, 2005. — 656 с.
50. *Мозговой О. М.* Фондовый рынок. — К.: КНЕУ, 1999. -315 с.
51. *Недужий И. И.* Международные торги. — М.: Международные отношения, 1991.
52. *Овчинников Г. П.* Международная экономика: Учеб. пособие. — СПб: Изд.-во Михайлова В. А., 1999. — 390 с.
53. *О развитии* мирового сектора финансовых услуг // БИКИ № 62, 2005.
54. *Основи міжнародної торгівлі: Навч. посібник* / За ред. Ю. Г. Козака, Н. С. Логвінової. — Київ: ЦНЛ, 2005. — 656 с.
55. *Пебро М.* Международные экономические, валютные и финансовые отношения. — М.: Прогресс, 1994. — 496 с.
56. *Перспективы* экономического развития в оценке экспертов ОЕСР // БИКИ № 4, 2007.
57. *Портер М.* Международная конкуренция: Учеб. — М.: Международные отношения, 1998.
58. *Предприятие* на внешних рынках: Внешнеторговое дело: Учеб. / Под ред. С. И. Долгова, И. И. Кретьова. — М.: Изд. Бек, 1997. — 784 с.
59. *Прогноз* мирового рынка золота // БИКИ № 1–2, 2007.
60. *Пугель Т. А., Линдерт П. Х.* Международная экономика: Учеб.: / Пер. с англ. — М.: Дело и Сервис, 2003. — 800 с.

61. *Пуригіна О. Г.* Міжнародні економічні конфлікти: Навч. посібник. — К.: ЦУЛ, 2008. — 280 с.
62. *Розач О.* Міжнародні інвестиції: теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій: Підручник. — К.: Либідь, 2005. — 720 с.
63. *Розенберг М. Г.* Контракт международной купли-продажи. — М.: Книжный мир, 1998. — 832 с.
64. *Рокоча В. В.* Міжнародна економіка. — К.: Таксон, 2003. — 320 с.
65. *Роль сектора услуг в экономике стран ОЭСР // БИКИ № 53, 2005.*
66. *Руководство по составлению дистрибьюторских соглашений: Публикация № 441 (Е) / Серия: «Издания Международной торговой палаты»:* Пер. с англ. — М.: Консалтбанк, 1996. — 112 с.
67. *Румянцева А. П., Башинська А. І., Корнілова І. М.* Міжнародна торгівля: Навчальний посібник. — К.: ЦНЛ, 2004. — 376 с.
68. *Рут Ф. Р., Філіпенко А. С.* Міжнародна торгівля та інвестиції: Підручник. — К.: Основи, 1998.
69. *Савчук В. П.* Практическая энциклопедия: Финансовый менеджмент. — К., 2005.
70. *Сальваторе Д.* Международная экономика: Пер. с англ. — М.: Ин-т внеш. экон. связей и управления, 1998. — 714 с.
71. *Світовий бізнес: Навч. посібник / За ред Ф. Ф. Бутинця.* — Житомир: Рута, 2004. — 498 с.
72. *Система світової торгівлі: Практ. посібник.* — К.: К.І.С., 2002. — 348 с.
73. *Солошенко Л.* Зовнішньоекономічна діяльність : організація та документальне оформлення. — Х.: Фактор, 2001. — 176 с.
74. *Типовой коммерческий агентский контракт МТП: Публикация №496 / Серия: Издание Международной торговой палаты:* — М.: Консалтбанк, 1996. — 80 с.
75. *Уніфіковані правила та звичаї для документарних акредитивів // Галицькі контракти.* — 1996. — № 50.
76. *Уніфіковані правила та звичаї для документарних акредитивів // Галицькі контракти.* — 1996. — № 50.
77. *Управління зовнішньоекономічною діяльністю / За ред. Кредісова А. І.* — К.: Віра — Р, 1998.
78. *Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку: У 2 т. — Т.1 / За заг. ред. Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручника.* — К.: КНЕУ, 2006.
79. *Ушакова Н. Г., Савицька Н. Л.* Міжнародне ціноутворення: Навч. посібник. — К.: ВД «Професіонал», 2004. — 218 с.
80. *Феонова Л. А.* Внешнеторговые контракты: Сб. договоров, комментариев. — М.: ПРИОР, 2001.
81. *Фомичев В. И.* Международная торговля: Учеб. — М.: ИНФРА — М., 2001. — 445 с.

82. Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2001. — 487 с.
83. Шемет Т. С. Теорія і практика валютного курсу: Навч. посібник/ За ред. О. І. Рогача. — К.: Либідь, 2006. — 360 с.
84. Шмитцгофф К. Экспорт: права и практика международной торговли. — М.: Юридическая литература, 1993.
85. Энз М. В., Лис Ф. А., Мауер Л. Дж. Мировые финансы. — М.: ДеКА, 1998. — 734 с.

## ЗМІСТ

<b>Передмова .....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ I. ВСТУП ДО КУРСУ «МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ» .....</b>	<b>5</b>
<b>Глава 1. Загальна характеристика міжнародної торгівлі.....</b>	<b>5</b>
1.1. Сутність міжнародної торгівлі та її специфічні риси.....	5
1.2. Основні етапи розвитку міжнародної торгівлі .....	29
1.3. Сучасне значення міжнародної торгівлі .....	36
1.4. Україна в системі світоторговельних зв'язків .....	53
<b>Глава 2. Міжнародна торгівля та економічний розвиток.....</b>	<b>71</b>
2.1. Визначальні чинники сприяння економічному розвитку та міжнародній торгівлі .....	71
2.2. Роль міжнародної торгівлі в економічному розвитку.....	79
<b>РОЗДІЛ II. ТЕОРІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ .....</b>	<b>93</b>
<b>Глава 3. Класичні теорії міжнародної торгівлі .....</b>	<b>93</b>
3.1. Теорія меркантилізму.....	93
3.2. Теорія абсолютних переваг.....	95
3.3. Теорія порівняльних переваг .....	98
3.4. Теорія відносної забезпеченості країн факторами виробництва та її тестування В. Леонтьєвим.....	105
<b>Глава 4. Стандартна модель міжнародної торгівлі .....</b>	<b>122</b>
4.1. Порівняльні переваги та постійні витрати заміщення.....	122
4.2. Порівняльні переваги та зростаючі витрати заміщення в стандартній моделі.....	126
4.3. Розвиток стандартної моделі: модель загальної рівноваги .....	137
<b>Глава 5. Альтернативні теорії міжнародної торгівлі .....</b>	<b>145</b>
5.1. Теорія технологічного розриву .....	146
5.2. Теорія життєвого циклу продукції .....	147
5.3. Теорія представницького попиту .....	149
5.4. Теорія економії на масштабах виробництва.....	151
5.5. Теорія внутрішньогалузевої торгівлі .....	158
5.6. Теорія конкурентних переваг .....	161
<b>РОЗДІЛ III. ТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА .....</b>	<b>169</b>
<b>Глава 6. Національний рівень регулювання міжнародної торгівлі... 169</b>	
6.1. Основні типи торговельної політики .....	169

6.2. Тарифні методи регулювання міжнародної торгівлі.....	173
6.3. Нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі.....	185
6.4. Торгова дискримінація.....	196
6.5. Особливості розвитку митно-тарифного регулювання в Україні.....	203
<b>Глава 7. Наднаціональний рівень регулювання міжнародної торгівлі. Міжнародні організації з регулювання міжнародної торгівлі.....</b>	
7.1. Регулювання міжнародної торгівлі в системі СОТ.....	223
7.2. Регулювання міжнародної торгівлі в системі ООН.....	230
<b>РОЗДІЛ IV. ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ.....</b>	
<b>Глава 8. Форми міжнародної торгівлі: сутність та особливості.....</b>	<b>244</b>
8.1. Форми міжнародної торгівлі щодо предмету торгівлі.....	244
8.2. Форми міжнародної торгівлі щодо способу та організації взаємовідносин між партнерами.....	304
<b>Глава 9. Методи здійснення експортно-імпорتنних операцій.....</b>	
9.1. Торгівля на підставі прямих зв'язків між контрагентами (прямий метод).....	324
9.2. Торгівля через торговельно-посередницьку ланку (непрямий метод).....	329
<b>Глава 10. Організовані товарні ринки.....</b>	
10.1. Міжнародні товарні біржі.....	352
10.2. Міжнародні товарні аукціони.....	363
10.3. Міжнародні торги.....	368
10.4. Міжнародні ярмарки та виставки.....	372
<b>РОЗДІЛ V. ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ.....</b>	
<b>Глава 11. Міжнародні розрахунки.....</b>	<b>380</b>
11.1. Характеристика міжнародних розрахунків.....	380
11.2. Основні форми міжнародних розрахунків.....	383
<b>Глава 12. Фінансування міжнародної торгівлі.....</b>	
12.1. Методи фінансування експорту та імпорту.....	419
12.2. Державне сприяння експортній діяльності.....	429
<b>РОЗДІЛ VI. МІЖНАРОДНІ ТОРГОВЕЛЬНІ УГОДИ.....</b>	
<b>Глава 13. Нормативно-правове регламентування міжнародних торговельних угод.....</b>	<b>440</b>
13.1. Сутність міжнародних торговельних угод.....	440
13.2. Уніфікація правил укладання міжнародних торговельних угод з купівлі-продажу товарів.....	446

13.3. Міжнародні торговельні терміни (ІНКОТЕРМС – 2000).....	454
<b>Глава 14. Контракти міжнародної купівлі-продажу.....</b>	<b>465</b>
14.1. Види та зміст контрактів міжнародної купівлі-продажу.....	465
14.2. Підготовка до укладання контракту міжнародної купівлі-продажу.....	479
14.3. Укладання контракту міжнародної купівлі-продажу.....	482
14.4. Виконання контракту міжнародної купівлі-продажу.....	486
14.5. Врегулювання міжнародних торгових суперечок.....	493
<b>Бібліографія.....</b>	<b>503</b>

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Барановська М. І., Захарченко О. В.,  
Кравченко С. В., Левицький М. А., Антошишина Н. І., Ганушак Л. М.,  
Козуб Н. М., Каракасіди О. Ф., Топалова А. І.

# МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ

ПІДРУЧНИК

*4-те видання, перероблене та доповнене*

*За редакцією:*

*доктора економічних наук, професора,*

*академіка АЕН України Ю. Г. Козака,*

*доцента Н. С. Логвінової,*

*кандидата економічних наук М. І. Барановської*

Керівник видавничих проєктів – Сладкевич Б. А.

Оригінал-макет підготовлено  
ТОВ «Центр учбової літератури»

Підписано до друку 07.12.2010. Формат 60x84 <sup>1/16</sup>  
Друк офсетний. Папір офсетний. Гарнітура PetersburgСТТ.  
Умовн. друк. арк. 28,8. Наклад – 500 прим.

Видавництво «Центр учбової літератури»  
вул. Електриків, 23 м. Київ 04176  
тел./факс 044-425-01-34  
тел.: 044-425-20-63; 425-04-47; 451-65-95  
800-501-68-00 (безкоштовно в межах України)  
e-mail: office@uabook.com  
сайт: www.cul.com.ua

Свідцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 2458 від 30.03.2006