

Тема 1. Предмет, методологія та завдання курсу „Експортно-імпорتنний менеджмент ”

1.1. Предмет, мета та завдання курсу

1.2. Методологія курсу „Експортно-імпорتنний менеджмент”

1.3. Принципи організації та регулювання міжнародних торговельних операцій в Україні

1.1. Предмет, мета та завдання курсу

Предметом курсу „Експортно-імпорتنний менеджмент” є вивчення закономірностей, інструментів та методів зовнішньої торгівлі товарами та послугами та особливостей функціонування її основних елементів, а також відносин суб'єктів міжнародного економічного співробітництва, що виникають у процесі міжнародної торгівлі. Предмет дисципліни також можна розглядати як сукупність господарських, економічних, правових, фінансових відносин у сфері економічної діяльності між підприємствами України – суб'єктами ЗЕД та іноземними фірмами як на території України, так і за її межами.

Мета дисципліни полягає у формуванні розуміння закономірностей, логіки та механізмів, теоретичних основ міжнародної торгівлі і набуття системних знань і навичок щодо економічної ефективності міжнародної торгівлі у різних сферах діяльності; отримання знань і практичних навичок щодо сучасних форм організації та методів міжнародного обміну товарами і послугами, а також регулювання міжнародної торгівлі.

Завдання, що ставляться на початку вивчення дисципліни, заключаються у наступному: формування у студентів компетентності щодо сутності концепцій, етапів і показників розвитку міжнародної торгівлі; сучасних форм організації міжнародного обміну товарами, послугами, патентами та ліцензіями; особливостей і тенденцій застосування методів міжнародної торгівлі; формування та розвитку системи регулювання міжнародної торгівлі на корпоративному, національному, міжнаціональному, наднаціональному та глобальному рівнях та ін.

Отже, для досягнення поставленої мети, необхідно вирішити наступні завдання:

- ✓ зрозуміти сутність та специфіку механізму функціонування міжнародних торговельних відносин;
- ✓ вивчити економічні і організаційні відносини, які складаються між господарюючими суб'єктами різних країн під час здійснення міжнародних торговельних операцій;
- ✓ проаналізувати закономірності формування різних систем міжнародної торгівлі;
- ✓ дослідити різні аспекти управління міжнародної торгівлі;
- ✓ засвоїти теоретичні основи розвитку міжнародної торгівлі товарами та послугами;
- ✓ сформувати вміння застосовувати методи й інструментарій управління і організації ЗЕД на українських підприємствах;
- ✓ обґрунтувати сучасні тенденції розвитку міжнародної торгівлі товарами та послугами та виокремити пріоритети розвитку міжнародної торгівлі товарами та послугами в Україні;
- ✓ вміти оцінювати і робити відповідні висновки щодо визначення ефективності укладених угод, зовнішньоторговельної діяльності підприємства в цілому.

1.2. Методологія курсу „Управління операціями з експорту-імпорту”

Методологія аналізу передбачає пізнання реальних об'єктивних процесів її розвитку та наукове обґрунтування перспектив їх еволюції.

Методологія — це сукупність інструментів, методів наукового пізнання економічних явищ і процесів.

Наука, наукові знання — це ті, які дають можливість об'єктивно відобразити або узагальнити, виявити найбільш суттєві сторони розвитку економічних явищ природи, суспільства.

Мета методології аналізу міжнародної торгівлі полягає в пізнанні реальних процесів, законів, закономірностей, категорій, особливостей та тенденцій розвитку міжнародної торгівлі.

Методологічні основи курсу передбачають дослідження основних методів пізнання міжнародної торгівлі товарами та послугами та вироблення на цій основі прогнозів щодо пріоритетів розвитку цієї галузі. До них відносять:

1. Системний, який передбачає розгляд сфери послуг, як цілісного утворення, що складається з багатьох елементів.

Існує 4 наукових підходи до цього методу:

- системно-структурний підхід передбачає аналіз основних складових елементів системи послуг;
- системно-функціональний підхід полягає в аналізі функції кожного елемента системи (наприклад, складова сфери послуг – міжнародний туризм виконує економічну, соціальну, політичну функції);
- системно-генетичний підхід включає в себе визначення ядра в системі послуг та його впливу на основні елементи системи;
- системно-інтеграційний підхід передбачає дослідження взаємозв'язків між основними елементами системи.

2. Діалектичний метод включає у себе визначення протиріч, труднощів у функціонуванні сфери послуг та пошук шляхів їх розв'язання.

Діалектичні суперечності - це джерело розвитку системи ЗЕД. Вони проявляються в труднощах, перешкодах, гальмівних факторах, які мають місце в процесі розвитку ЗЕД.

3. Метод економічного аналізу полягає в аналізі економічних явищ за допомогою математичних інструментів. Даний метод передбачає аналіз законів і закономірностей розвитку міжнародної торгівлі та принципів, методів, форм, інструментів, важелів, механізму їх дій та використання.

4. Метод програмного моделювання передбачає дослідження сфери послуг за допомогою комп'ютерних програм і використання електронно-обчислювальної техніки для розробки та складання програм й моделей розвитку міжнародної торгівлі.

5. Статистичний метод передбачає аналіз фактологічного матеріалу, що характеризує розвиток міжнародної торгівлі.

Методологія аналізу міжнародної торгівлі передбачає комплексне використання зазначених методів. Тільки в цьому разі можна мати системні, всебічні знання про процес розвитку конкретної країни, або її окремих суб'єктів.

1.3. Принципи організації та регулювання міжнародних торговельних операцій в Україні

Національне законодавство, що регулює міжнародну торгівлю, поділяється на 2 види:

1. Законодавчі акти стратегічного характеру:

Закони, що регламентують міжнародну торгівлю України (Закон України «Про ЗЕД»);

а. Концепції розвитку міжнародної торгівлі України (Концепція розвитку експортного потенціалу України, ЗЕД України, зовнішньоекономічної політики України);

б. Програми довгострокового розвитку міжнародної торгівлі України з країнами світу.

Основні положення стратегічних документів діють протягом п'яти і більше років.

Нормативні документи тактичного поточного характеру включають:

- ✓ Постанови Верховної Ради, що обмежені в часі («Про порядок регулювання (здійснення) бартерних операцій», 1999р.; « Про експортне мито на вивіз великої рогатої худоби », 2000 р.);
- ✓ Укази Президента;
- ✓ Накази Міністерства економіки та питань Європейської інтеграції;
- ✓ Декрети Кабінету міністрів України тощо.

До суб'єктів міжнародної торгівлі, визначених в законі України «Про ЗЕД», необхідно віднести наступних:

1. Держава:

- Законодавча влада - Верховна Рада, яка розглядає і приймає основні принципові рішення щодо ЗЕД України.

- ✓ Президент та його Адміністрація.
- ✓ Кабінет Міністрів України.

2. Фізичні особи:

- ✓ Громадяни України, що здійснюють міжнародну торгівлю товарами і послугами, зареєстровану місцевими органами влади.
- ✓ Іноземні громадяни, що здійснюють міжнародну торгівлю товарами і послугами, зареєстровану місцевими органами влади.
- ✓ Особи без громадянства, що здійснюють ЗЕД, зареєстровану місцевими органами влади.

3. Юридичні особи:

- Підприємства, організації, відомства, які займаються міжнародною торгівлею товарами і послугами на основі державної, приватної, акціонерної, муніципальної, колективної форм власності.

4. Об'єднання фізичних осіб.

- ✓ Об'єднання юридичних осіб.
- ✓ Об'єднання фізичних та юридичних осіб.
- ✓ Спільні підприємства.
- ✓ Представництва іноземних фірм в Україні.
- ✓ Іноземні підприємства із 100% капіталом, які діють на території України.
- ✓ Місцеві органи влади.
- ✓ Інші держави, які діють на території України через своїх представників.

В 1974 році на IV сесії Генеральної асамблеї ООН була прийнята Декларація «Новий економічний порядок», в якій зафіксовано 15 принципів, що регламентують відносини між країнами світу. До них віднесено:

1. Принцип суверенітету - це право країни на самостійне здійснення своєї внутрішньої і зовнішньої політики.
2. Принцип взаємодопомоги.
3. Принцип взаємовигоди.

4. Принцип мирного співіснування.
5. Принцип застосування економічних санкцій проти агресора.
6. Принцип вільного доступу до моря і від нього країнам, що його не мають.
7. Принцип територіальної цілісності.
8. Принцип поваги прав людини.
9. Принцип невтручання у внутрішні справи держави.
10. Принцип права на самовизначення народів та націй.
11. Принцип сумлінного виконання міжнародних зобов'язань.
12. Принцип незастосування сили чи погрози силою.
13. Принцип співробітництва держав.
14. Принцип непорушності кордонів.
15. Принцип надання допомоги країнам, що розвиваються.

Основні категорії та поняття

- **Методологія** — це сукупність інструментів, методів наукового пізнання економічних явищ і процесів.
- **Наука, наукові знання** — це ті, які дають можливість об'єктивно відобразити або узагальнити, виявити найбільш суттєві сторони розвитку економічних явищ природи, суспільства.
- **Діалектичний метод** - визначення протиріч, труднощів у функціонуванні сфери послуг та пошук шляхів їх розв'язання.
- **Метод економічного аналізу** - аналіз економічних явищ за допомогою математичних інструментів.
- **Метод програмного моделювання** - дослідження сфери послуг за допомогою комп'ютерних програм і використання електронно-обчислювальної техніки для розробки та складання програм й моделей розвитку міжнародної торгівлі.
- **Статистичний метод** - аналіз фактологічного матеріалу, що характеризує розвиток міжнародної торгівлі.

- **Методологія аналізу міжнародної торгівлі** - комплексне використання зазначених методів. Тільки в цьому разі можна мати системні, всебічні знання про процес розвитку конкретної країни, або її окремих суб'єктів.

Тема 2. Теорії міжнародної торгівлі

2.1. Основний зміст класичних теорій міжнародної торгівлі

2.2. Неокласичні теорії та їх значення в міжнародній торгівлі

2.3. Альтернативні теорії міжнародної торгівлі

2.1. Основний зміст класичних теорій міжнародної торгівлі

Розвиток теоретичної бази міжнародної торгівлі має свою історію. З виникненням товарного виробництва бурхливими темпами почала розвиватися торгівля, а разом з тим і перші школи економічної думки.

Суттєвим кроком розвитку економічної думки є *теорія меркантилізму*, яка вважається початком систематизації знань даної сфери. Меркантилізм – напрямок економічної думки, розроблений європейськими вченими (кінець XVI ст. – поч. XVII ст.) суть якого полягає в тому, що основою багатства країни є наявність у ній золота. Основним вкладом даної економічної концепції вважається по-перше, надання особливої ролі міжнародній торгівлі для економічного зростання та розробки конкретної моделі її розвитку; по-друге, вперше було розкрито суть поняття «платіжного балансу».

Виділяють такі передумови, що започаткували дану теорію:

- 1) географічні відкриття (початок XVII ст.) і мореплавство;
- 2) виявлення золота в Західній півкулі;
- 3) зміцнення національних держав із захопленням колоній і боротьбою за сфери впливу;
- 4) збільшення ролі міст, як економічних центрів.

Виникнення теорії меркантилізму пов'язано з виходом за рамки феодальних теорій самозабезпечення, і обґрунтуванням ролі товару в рамках

нової господарської системи. Крім того, дана теорія була покликана довести потребу в економічній експансії національних держав за кордон.

Економічна система, на думку меркантилістів, складається з трьох секторів: 1) виробничий сектор; 2) сільський сектор і 3) іноземні колонії.

Держава розглядалася, як інструмент регулювання міжнародної торгівлі, до функцій якого повинні входити:

1) підтримка позитивного торговельного балансу – вивозити товарів більше, ніж ввозити, оскільки це забезпечує приплив золота як засобу платежу, що у свою чергу дозволить збільшити внутрішні витрати, виробництво і зайнятість;

2) регулювання зовнішньої торгівлі для збільшення експорту і скорочення імпорту з метою забезпечення «позитивного торговельного сальдо» за допомогою тарифів, квот і інших інструментів торговельної політики;

3) заборона або суворе обмеження вивозу сировини і дозвіл безмитного імпорту сировини, яка не добувається усередині країни, що дозволить акумулювати запаси золота і тримати низькими експортні ціни на готову продукцію;

4) заборона всякої торгівлі колоній з іншими країнами, а також заборона колоніям виробляти готові товари.

Меркантилізм як науковий економічний підхід мав свої наслідки:

1) встановлення державного контролю за використанням і обміном дорогоцінних металів;

2) дозвіл на здійснення торгівлі тільки за визначеними маршрутами і певними компаніям, задача яких складалася в забезпеченні позитивного сальдо торговельного балансу;

3) субсидуванню урядом експорту;

4) накладання мита на імпорт готових виробів, у той час як імпорт сировини не обкладався митом.

Альтернативою теорії меркантилізму є модель англійського економіста Девіда Хьюма, що одержала назву «*ціна-золото-струми*». Дана теорія ставить під сумнів положення меркантилістів, що країни можуть постійно збільшувати

кількість золота, і що це не вплине на їхню конкурентноздатність. Акцентована увага на те, що приплив золота в результаті підтримки позитивного сальдо торговельного балансу збільшить пропозицію грошей усередині країни і призведе до зростання зарплати і цін. Внаслідок цього зростання конкурентноздатність країни упаде. Навпаки, відтік золота з країни призведе до падіння цін і зарплат, і підвищить конкурентноздатність країни.

Висновок країна не зможе постійно підтримувати позитивне сальдо торговельного балансу, тому що внутрішньоекономічні фактори будуть перешкоджати цьому.

Рух золота між країнами буде механізмом економічного розвитку, внаслідок чого, розмір експорту буде прагнути до балансу з обсягом імпорту і торговельне сальдо буде дорівнювати нулю.

Виходячи з моделі Хьюма “ціна-золото-струми”, зрівноваження сальдо торговельного балансу кожної країни відбувається в чотири етапи:

Таблиця 2.1.

Вихідна ситуація	Країна I (Експорт > Імпорту)	Країна II (Експорт < Імпорту)
Етап 1	Чистий приплив золота	Чистий відтік золота
Етап 2	Зростання грошової маси	Скорочення грошової маси
Етап 3	Зростання цін і зарплати	Скорочення цін і зарплати
Етап 4	Зростання імпорту і скорочення експорту	Скорочення імпорту і зростання експорту
Результат:	Експорт = Імпорту	Експорт = Імпорту

Дана концепція діє в таких умовах:

- 1) наявність прямого зв'язку між кількістю грошей в обігу і рівнем цін (кількісна теорія грошей);
- 2) повна зайнятість в кожній країні;
- 3) попит на товари еластичний за ціною (зростання цін призводить до скорочення витрат на товари і навпаки);
- 4) існує ситуація “чистої” конкуренції на ринку як товарів, так і факторів виробництва;
- 5) національні валюти вільно обертаються в золото і навпаки («золотий стандарт» валютної системи).

При наявності даних умов зрівноваження торговельного балансу відбувається автоматично.

Торговельний баланс – різниця між сукупним обсягом експорту та імпорту. Якщо експорт перевищує імпорт це свідчить про позитивне сальдо (актив) торговельного балансу, та якщо імпорт перевищує експорт говорять про дефіцит (пасив) торговельного балансу.

Засновником *класичної школи* економічної думки був Адам Сміт (1723-1790), який народився в маленькому шотландському містечку, де в ті часи в якості грошей для місцевих платежів використовувалися цвяхи. Закінчив Оксфордський університет, викладав логіку і філософію моралі. У 1776 р. була видана його основна наукова праця «Дослідження про природу і причини багатства народів», де він вперше ввів поняття, яке стало ключовим у всій теорії міжнародної економіки – «поділ праці».

Цитата з роботи: «Основне правило кожного розсудливого глави сім'ї полягає в тому, щоб не намагатися виготовляти дома такі речі, які обійдуться дорожче, ніж при покупці їх на стороні. Швець не намагається зшити собі одяг, а купує його у кравця...».

Суть теорії *абсолютних переваг* полягає в тому, що добробут націй залежить не стільки від кількості накопиченого ними золота, скільки від їхньої здатності виробляти кінцеві товари і послуги. Тому, основне завдання полягає в розвитку виробництва за рахунок поділу праці і його кооперації.

Однак, теорія зовнішньої торгівлі А.Сміта заснована на численних припущеннях:

- 1) праця – єдиний фактор виробництва;
- 2) має місце повна зайнятість;
- 3) у торгівлі беруть участь тільки дві країни, які торгують тільки двома товарами;
- 4) витрати виробництва залишаються постійними;
- 5) ціна одного товару виражена в кількості праці, витраченого на виробництво іншого;
- б) не враховувалися транспортні витрати;
- 7) зовнішня торгівля вільна від обмежень і регламентації.

Відповідно до поглядів А.Сміта:

1) урядам варто не втручатися в зовнішню торгівлю, підтримувати режим відкритих ринків і вільну торгівлю;

2) країни повинні спеціалізуватися на виробництві тих товарів, де в них є переваги, і торгувати ними в обмін на товари, перевагою у виробництві яких володіють інші нації;

3) зовнішня торгівля стимулює розвиток продуктивності праці шляхом розширення ринку за межі національних кордонів;

4) експорт є позитивним чинником для економіки країни тому що забезпечує збут надлишку продуктів, які не можуть бути продані на внутрішньому ринку;

5) субсидії на експорт повинні бути скасовані, тому що є податком і призводять до підвищення внутрішніх цін.

Теорія абсолютних переваг (*absolute advantage*), говорить, що країни експортують ті товари, які вони виробляють з меншими витратами (у виробництві яких вони мають абсолютну перевагу), і імпортують ті товари, які виробляються іншими країнами з меншими витратами (у виробництві яких перевага належить їх торговельним партнерам).

Розвитком класичної школи міжнародної торгівлі стала *теорія порівняльних (відносних) переваг*, автором якої є Давід Рікардо (1772-1823), який народився в Англії в сім'ї емігрантів з Голландії. Батько був біржовим брокером. Він відмовився від сина внаслідок його одруження. За чотири дні до розгрому герцогом Веллінгтоном Наполеона при Ватерлоо, він купив англійські державні цінні папери. Стрибок їхньої вартості, що відбувся після цього, зробив Рікардо багатим і дозволив піти з бізнесу і зосередитися на науці. Він вивчив книгу А.Сміта та написав працю «Принципи політичної економіки й оподаткування», де виклав теорію порівняльних переваг. Він став оратором і членом англійського парламенту.

Давід Рікардо розвив теорію абсолютних переваг і довів, що торгівля вигідна кожній з двох країн, навіть якщо жодна з них не має абсолютної переваги у виробництві конкретних товарів.

У теорії порівняльних переваг використовується поняття альтернативної ціни (витрат заміщення) – це порівняння цін одиниць двох товарів на внутрішньому ринку, виражених через кількість робочого часу, витраченого на їхнє виробництво. Тобто альтернативна ціна – це робочий час, необхідний для виробництва одиниці одного товару, виражений через робочий час, необхідний для виробництва одиниці іншого товару.

Для будь-яких двох країн і для будь-яких двох товарів порівняльна перевага залежить тільки від співвідношення продуктивності праці в кожній із країн.

Теорія порівняльних переваг (*comparative advantage theory*) говорить, що якщо країни спеціалізуються на виробництві тих товарів, що вони можуть робити з відносно більш низькими витратами в порівнянні з іншими країнами, то торгівля буде взаємовигідною для обох країн, незалежно від того, чи є виробництво в одній з них абсолютно більш ефективним, ніж в іншій. (Як приклад Рікардо використовував країни Англію і Португалію та товари - сукно і вино).

Розвитком теорії порівняльних переваг стала *теорія взаємного попиту* Джона Стюарта Мілля (1806-1873), яка вводить поняття інтернаціональної вартості. В умовах вільної торгівлі товари будуть обмінюватися при такому співвідношенні цін, які встановлюється в проміжку між існуючими всередині кожної з країн відносними цінами на товари, якими вони торгують.

Точний кінцевий рівень цін взаємної торгівлі буде залежати від обсягу світового попиту та пропозиції на кожний з цих товарів.

Нерозуміння принципу відносних переваг веде до прорахунків у зовнішньоторговельній політиці:

1) кожна країна має захищати свої слабкі галузі від іноземної конкуренції;

2) теза про нееквівалентний характер торгівлі країн, що розвиваються з розвиненими країнами є схованою формою експлуатації.

В розвинутих країнах популярна теза про те, що необхідно відгороджуватися від імпортованих товарів, оскільки іноземні товари більш конкурентоздатні, тому що зарплати за кордоном нижчі.

До недоліків теорії порівняльних переваг можна віднести:

1) не враховує транспортних витрат, які можуть сягати значних величин і робити неефективною торгівлю;

2) не враховує вплив зовнішньої торгівлі на розподіл доходів усередині країни, які-небудь коливання цін і заробітної плати, інфляцію і міжнародний рух капіталу;

3) використовує значення тільки одного фактора виробництва – праці, і не бере до уваги інші;

4) припускає повну зайнятість (тобто, якщо робітник залишає одну галузь, то відразу ж знаходить місце в іншій);

5) не пояснює торгівлю між приблизно однаковими країнами, коли жодна з них не має відносної переваги перед іншою.

2.2. Неокласичні теорії та їх значення в міжнародній торгівлі

Розглянуті вище теорії пояснюють міжнародну торгівлю розходженням абсолютних і відносних витрат праці на виробництво товарів у різних країнах. У XIX столітті теорія вартості праці почала витіснятися різними варіантами теорії факторів виробництва.

Прорив у теорії міжнародної торгівлі був зроблений у 20-х роках ХХ сторіччя економістами-неокласиками зі Швеції – Елі Хекшером і його учнем Бертілом Оліном.

Елі Хекшер (1879-1952) шведський економіст, що вивчав економіку в університеті і викладав у Стокгольмі, мав величезну кількість наукових праць. Він заклав фундамент *теорії співвідношення факторів виробництва* в статті «Вплив зовнішньої торгівлі на розподіл доходів», виданої в 1919 р. Однак, лише через 30 років її перевели на англійську мову і вона принесла Хекшеру світову славу. Бертіл Олін (1899-1979) – шведський економіст і політичний діяч, учень Хекшера, викладав у Копенгагенському університеті, у

Стокгольмській школі бізнес-адміністрації. Був членом парламенту. Олін створив модель загальної рівноваги для закритої економіки, розширив її і включив у неї міжнародну і міжрегіональну торгівлю. У 1977 р. поділив Нобелівську премію по економіці з Мідом (англійський економіст) за заслуги в розвитку теорії міжнародної економіки.

Для будь-якої теорії присутні умови (припущення), які повинні виконуватися, щоб теорія діяла. Ці умови в науці називаються вихідними постулатами (припущеннями). Для теорії співвідношення факторів виробництва притаманні наступні постулати (припущення):

1) існують тільки дві країни і два товари (як і в теорії абсолютних і порівняльних переваг);

2) один товар – трудомісткий, інший – капіталомісткий (тобто два фактори виробництва);

3) кожна країна в різній мірі наділена цими факторами виробництва. Різна фактороінтенсивність окремих товарів (один товар – трудомісткий, інший – капіталомісткий) і різна факторонасиченість окремих країн (в одній країні капіталу відносно більше, в іншій – відносно менше).

Теорія співвідношення факторів виробництва, як основа для міжнародної торгівлі може бути представлена у виді двох теорем:

1) Теорема *Хекшера-Оліна* – кожна країна експортує ті фактороінтенсивні товари для виробництва яких вона має відносно надлишкові фактори виробництва, і імпортує ті товари для виробництва яких вона має відносну нестачу факторів виробництва.

Країна 1 є відносно трудомісткою і товар 1 – відносно більш трудомістким, а країна 2 – капіталонасичена і товар 2 – відносно більш капіталомістким. Відповідно до припущень теорема передбачає, що споживачі в обох країнах мають досить подібні або однакові переваги. (Якщо переваги настільки відмінні, що їхні рівні байдужості не перетнуться – тоді теорема не спрацює). Допустимо, що смаки схожі настільки, що рівень байдужості, що визначає всі сполучення двох товарів, які забезпечують споживачеві однаковий рівень корисності, буде однаковим для обох країн.

Країна 1 має відносну перевагу у виробництві товару 1, а країна 2 – у виробництві товару 2. Розвиваючи торгівлю трудонасичена країна 1 починає спеціалізуватися на виробництві трудомісткого товару 1, а капіталонасичена країна 2 – на виробництві капіталомісткого товару 2. Спеціалізація буде продовжуватися доти, поки країни не вийдуть на рівень загальної відносної світової ціни P_w , яка буде розташовуватися десь між внутрішніми відносними цінами кожної з країн до початку торгівлі.

Країна 1, експортуючи товар 1 і імпортує товар 2 (виробництво країни 2) досягає балансу попиту та пропозиції. Країна 2, експортуючи товар 2 і імпортує товар 1 (із країни 1), забезпечує баланс попиту та пропозиції тобто експорт товару 1 країною 1 дорівнює його імпорту країною 2 та навпаки. Таким чином, від міжнародної торгівлі зросте споживання товарів 1 і 2 країнами 1 і 2, що призведе до загального економічного зростання.

Другою теоремою, що пояснює торгівлю за рахунок різної наділеності факторами виробництва є *теорема вирівнювання цін на фактори виробництва*, яку запропонував Пол Самуельсон (1915) – один з найбільш відомих американських економістів, який був удостоєний Нобелівської премії за дослідження в області макроекономіки з застосуванням методів математичного аналізу. Сформулював теорію специфічних факторів виробництва і теорему вирівнювання цін на фактори виробництва і розподільних ефектів міжнародної торгівлі.

Міжнародна торгівля призводить до вирівнювання абсолютних і відносних цін на гомогенні фактори виробництва в торгуючих країнах. капіталу означає капітал, який характеризується однаковою продуктивністю і ризиком. Гомогенність праці означає працю з однаковим рівнем підготовки, освіти і продуктивності.

Відповідно до вихідних умов при відсутності торгівлі відносна ціна товару 1 нижче в країні 1, ніж у країні 2, оскільки в країні 1 відносна ціна праці (зарплата) – нижче. В результаті торгівлі країна 1 починає спеціалізуватися на виробництві товару 1, як найбільш трудомісткого і скорочує виробництво товару 2, оскільки він найбільш капіталомісткий. В результаті зростає

відносний попит на працю, що призводить до зростання зарплат, у той час як відносний попит на капітал зменшується, що призводить до скорочення вартості капіталу (відсоткової ставки). У випадку країни 2 відбувається прямо протилежне. Таким чином, різниця в ціні факторів виробництва між країнами скоротиться.

Міжнародна торгівля призводить до вирівнювання цін на фактори виробництва. Якщо відносні ціни збалансовані між країнами, це означає, що і відносні ціни на фактори виробництва в цих країнах теж збалансовані.

Однак, на практиці ціни факторів виробництва істотно відрізняються в різних країнах, це обумовлено наступними припущеннями:

- 1) обидва товари виробляються в обох країнах;
- 2) технології в торгуючих країнах однакові;
- 3) існує абсолютна внутрішня мобільність факторів виробництва і товару (тобто робоча сила може безперешкодно переміщатися від галузей з низькою зарплатою в галузі з відносно високою зарплатою);
- 4) міжнародний рух факторів виробництва відсутній (це є найважливішою характерною рисою міжнародної економіки – міграція робочої сили, переливи капіталу, торгівля технологіями).

Незважаючи на всі обмеження і недоліки ці дві теореми є найважливішим інструментом аналізу міжнародної торгівлі, що доводить принцип загальної рівноваги, якому повинний підкорятися економічний розвиток.

Теорія співвідношення факторів виробництва і на сьогоднішній день є однією з найпопулярніших теорій розвитку міжнародної торгівлі. Вона не однократно була підлягала перевіркам (емпіричним) на статистичних даних. Результати цих перевірок як підтверджували, так і спростовували теорію. У 1953 році американський учений (російського походження) Василь Леонтьєв провів дослідження, що спростували висновки теорії Хекшера-Оліна.

Василь Леонтьєв (1906 р.) народився в Росії, закінчив Ленінградський університет, у 1928 р. захистив кандидатську дисертацію в Берлінському університеті. У 1931 році почав працювати в Американському національному бюро економічних досліджень, викладав у Гарвардському і Нью-Йоркському

університетах. Його внесок в економічну науку складається в створенні теорії міжгалузевого аналізу на базі таблиць «витрати-випуск», за що він одержав Нобелівську премію. Він вважає, що економічні концепції безглузді, якщо їх неможливо спостерігати і вимірити. Леонт'єв є закордонним членом Російської Академії наук.

Шляхом розрахунків, на основі статистичних даних, було виявлено скільки потрібно капіталу і робочої сили, щоб виробити товари для експорту вартістю 1 млн. \$, і товари, вартістю 1 млн. \$, які прямо конкурують з імпортними товарами. Для кожної галузі промисловості він розраховував витрати капіталу і праці на одиницю товару, причому, не обмежувався тільки готовою продукцією, але і робив відповідні розрахунки для проміжних галузей.

Фактично він порівнював співвідношення капіталу і праці, яке необхідне для виробництва одиниці американського імпорту $\left(\frac{K}{T}\right)_{im}$, зі співвідношенням капіталу і праці, яке необхідне для виробництва одиниці американського експорту $\left(\frac{K}{T}\right)_{ek}$. Відповідно до цього співвідношення:

1) країна може бути капіталонасиченою, якщо:

$$\frac{\left(\frac{K}{T}\right)_{im}}{\left(\frac{K}{T}\right)_{ek}} < 1;$$

2) країна може бути трудонасиченою, якщо:

$$\frac{\left(\frac{K}{T}\right)_{im}}{\left(\frac{K}{T}\right)_{ek}} > 1.$$

Леонт'єв очікував, що відповідно до теорії Хекшера-Оліна розрахунки покажуть, що експортні американські товари вимагають більше капіталу на один зайнятого, ніж американські товари, які прямо заміщають імпорт. Результати виявилися прямо протилежними. Капіталоемність американського імпорту на 30 % перевершувала експорт, що означало, що США зовсім не є капіталонадлишковою країною, а, навпаки, трудонадлишковою, що не

узгоджувалося з уявленням. За даною методикою розрахунки були зроблені в 1962 і 1987 рр.

“Парадокс” Леонтьєва полягає в тому, що теорія співвідношення факторів виробництва не підтверджується на практиці: трудонасичені країни експортують капіталомістку продукцію, тоді як капіталонасичені трудомістку.

Теорія Хекшера-Оліна зазнавала перевірки кілька разів. У 1987 р. американці зробили розрахунки для 27 країн за 12 факторами виробництва. Теорія Хекшера-Оліна діяла в 70 % випадках, у 30 % виконувався “парадокс” Леонтьєва. Але деякі економічні підходи виділяють недоліки даної концепції:

1) Необхідно поділяти робочу силу на кваліфіковану і некваліфіковану. У 1966 р. робоча сила була підрозділена на 8 категорій за рівнем кваліфікації і доведено, що в США є надлишок кваліфікованої робочої сили, тому враховуючи витрати на її підготовку і навчання, її можна розглядати як капітал;

2) США імпортує велику кількість сировини, видобуток якого вимагає великих витрат капіталу. Тому, якщо експорт вимагає великої кількості капіталомісткої сировини, те це робить американський експорт капіталомістким;

3) Тест Леонтьєва не враховував факту існування американського імпортного тарифу;

4) Ефект реверсу факторів виробництва: один і той же самий товар може бути трудомістким у трудонадлишковій країні і капіталомістким у капіталонадлишковій країні.

2.3. Альтернативні теорії міжнародної торгівлі

Починаючи з середини ХХ сторіччя розвиток економічної думки характеризувався появою нових альтернативних теорій які намагалися пояснити різні аспекти міжнародної торгівлі.

Один з напрямів економічної думки розглядав розвиток принципів класичних теорій, розповсюджуючи їх на все більшу кількість товарів, країн,

факторів виробництва. Даний підхід стверджував, що не зважаючи на збільшення кількості змінних, основні постулати лишаються дійсними.

Другий підхід не ставив під сумнів закономірності класичних теорій в цілому та вивчав відокремлені елементи міжнародної торгівлі, поглиблюючи їх.

Третій напрямок економічної думки стверджував, що класичні теорії не пояснюють сучасну міжнародну торгівлю та потребують докорінно нових ідей.

Теорія специфічних факторів виробництва виникла внаслідок питання: як буде розвиватися міжнародна торгівля, якщо частина факторів виробництва не є мобільною і не може рухатися між галузями. В теорії співвідношення факторів виробництва передбачалася мобільність факторів виробництва, однак повна мобільність неможлива, тобто виділяються специфічні фактори виробництва тільки для даної галузі.

Пол Самуельсон і Роналд Джонс у 1971 р. розробили модель специфічних факторів виробництва. Основними умовами цієї теорії є використання трьох факторів виробництва: праці, капіталу та землі, а також передбачається торгівлі двох країн двома товарами. Праця є мобільним у середині країни фактором (вільно переміщується між галузями і використовується для виробництва як товару 1, так і товару 2. У той же час, капітал і земля є специфічними факторами: капітал використовується тільки для виробництва товару 1, а земля – тільки для виробництва товару 2. Специфічний фактор – фактор виробництва, характерний тільки для даної галузі і не переміщається між галузями. Мобільний фактор – фактор виробництва, що вільно переміщається між галузями.

Використання факторів виробництва за умовами даної теорії розподіляється таким чином:

Таблиця 2.2

	<i>товар 1</i>	<i>товар 2</i>
Праця	P_1	P_2
Капітал	К	
Земля		З

Теорія специфічних факторів виробництва стверджує:

В основі міжнародної торгівлі полягають розходження у відносних цінах на товари, які виникають в силу різної забезпеченості країн специфічними факторами виробництва, причому:

- фактори, які специфічні для експортного сектора – *розвиваються*;
- фактори, які специфічні для сектора, що конкурує з імпортом – *скорочуються*.

Дана теорія ґрунтується на законі убутної віддачі (економетрія). Закон убутної віддачі – при незмінній кількості факторів виробництва граничний продукт праці убуває при досягненні деякого обсягу виробництва (кожна додаткова одиниця праці, вкладеної у виробництво, забезпечує все менший ріст його обсягів).

В результаті міжнародної торгівлі можливі три варіанти зміни пропозиції мобільного фактора під впливом специфічних факторів виробництва. Перший варіант передбачає, що у країні 1 більше капіталу (специфічний фактор) і менше землі, ніж у країні 2. При збільшенні пропозиції капіталу і незмінних розмірах інших факторів зросте гранична продуктивність праці у виробництві товару 1. При цьому попит на працю для виробництва збільшиться в сфері виробництва товару 1 і відбудеться зростання зарплати та точка рівноваги переміститься, частина робітників перейде в галузь, що виробляє товар 1 з галузі, що виробляє товар 2.

Другий варіант передбачає, що в країні 2 більше землі (специфічний фактор) і менше капіталу, ніж у країні 1. При збільшенні пропозиції землі і незмінних значеннях інших факторів зросте гранична продуктивність праці у виробництві товару 2. Попит на працю, яка використовується для виробництва товару 2 збільшиться. При цьому в галузі, що виробляє товар 2, відбудеться зростання зарплати, точка рівноваги переміститься та частина робітників у галузь, яка виробляє товар 2 з галузі, що виробляє товар 1.

Третій варіант має місце коли перша і друга країни приблизно однаково забезпечені капіталом і землею, але в одній із країн більше робочої сили, ніж в іншій (мобільний фактор). Різна забезпеченість робочою силою мало впливає на пропозицію товарів 1 і товарів 2. Це пов'язано з тим, що для росту пропозиції

робочої сили необхідно збільшити ціну робочої сили (зарплату), що збільшує ціну на товари. В результаті попиту на працю в галузі, що виробляє товар 1, так само як і в галузі, що виробляє товар 2 збільшиться, точка рівноваги переміститься, але розподіл трудових ресурсів між галузями не зміниться.

В першій країні власники специфічного фактора (капіталу) зміцнять свої позиції, частина трудових ресурсів переміститься у виробництво товару 1, але становище власників землі погіршиться.

Таким чином, можна зробити наступні висновки:

- модель специфічних факторів виробництва поділяє усі фактори на мобільні і специфічні;

- різна наявність факторів виробництва в країнах призводить до розходжень у відносній пропозиції товарів і відносних цінах, що і спонукає їх торгувати;

- в результаті міжнародної торгівлі фактори, які специфічні для експортного сектора, розвиваються, а фактори, які специфічні для сектора, що конкурує з імпортом, скорочуються.

Ці зрушення в пропозиції під впливом специфічних факторів виробництва є передумовами торгівлі між двома країнами.

Теорія ефекту масштабу відкидає принципи класичних теорій, визнає наявність різного рівня монополізації ринків і неоптимального використання факторів виробництва. Відомо, що в міру росту масштабів виробництва собівартість одиниці праці знижується за рахунок:

- ✓ росту спеціалізації – кожен працівник може зосередитися на одній виробничій функції;
- ✓ неподільності виробництва – при збільшенні масштабів випуску розміри обслуговуючих підрозділів, які не залучені безпосередньо у виробництво (управлінський персонал, бухгалтерія) зростають відносно повільніше, ніж саме виробництво;
- ✓ технологічної економії – витрати на створення нової якості товару менші, ніж зміна вартості даного товару.

Економіка масштабу – це розвиток виробництва, при якому зростання витрат факторів на одиницю призводить до зростання виробництва більше, ніж на одиницю. Ефектом масштабу пояснюється торгівля між країнами, що близькі за наявністю факторів виробництва, а також торгівля технологічно близькою або однорідною продукцією.

За припущенням, дві країни ідентичні і їхня пропозиція товарів 1 і 2 характеризується однаковими виробничими можливостями, а попит на них однаковим рівнем байдужності. До торгівлі обидві країни виробляють і споживають однакову кількість одиниць товарів 1 і 2. Відносна ціна на товари та рівень байдужності, що визначає попит знаходяться у нестійкому положенні, тобто будь-який мінімальна зміна цієї рівноваги призведе до падіння відносної ціни товару 1 доти, поки перша країна не почне виробляти тільки товар 1. Аналогічно любий зсув рівноваги в іншому напрямку призведе до падіння відносної ціни товару 2, доти поки друга країна не почне спеціалізуватися тільки на виробництві товару 2.

З початком торгівлі перша країна буде спеціалізуватися тільки на виробництві товару 1, що буде поступово збільшувати його виробництво, поки країна 1 буде цілком спеціалізуватися на товарі 1. Аналогічно для товару 2 і країни 2.

При повній спеціалізації кожна країна може продати іншій по більшій кількості товару 1 і 2 ніж до початку міжнародної торгівлі, тобто збільшиться споживання кожного товару на певну кількість одиниць. Новий рівень байдужності буде підтверджувати більш високий рівень споживання кожної з країн. Зростання споживання відбувається в результаті ефекту масштабу, оскільки країни, які почали спеціалізуватися на певному товарі змогли в сукупності виробити обох товарів більше, ніж до торгівлі.

Положення про те, що зростання витрат факторів (праці) на одиницю призводить до зростання виробництва більш ніж на одиницю, припускає що це зростання обумовлене наявністю певних структурних зрушень виробництва (зовнішніх або внутрішніх).

Зовнішній ефект масштабу (зниження витрат на одиницю в межах фірми в результаті зростання масштабів виробництва в галузі в цілому) припускає, що збільшується кількість організацій, які виробляють той же самий товар, у той час як розмір кожної з них залишається незмінним. В даному випадку ринок залишається конкурентним (що зближує закономірності торгівлі на базі цієї моделі з класичними теоріями міжнародної торгівлі).

Внутрішній ефект масштабу (зниження витрат на одиницю товару в межах фірми в результаті росту масштабів її виробництва) припускає, що обсяг виробництва товару залишився колишнім, а кількість фірм, які виробляють його, скоротилося (що призведе до виникнення недосконалої конкуренції, при якій виробники можуть впливати на ціну, забезпечуючи збільшення обсягу продажу за рахунок зниження ціни). На практиці випадок повної монополії зустрічається рідко.

Частіше виникають ситуації олігополії, коли існує невелика кількість фірм, які виробляють даний продукт, кожна з яких може впливати на ціни. При цьому товари можуть бути не зовсім однаковими. Прикладом олігополії може бути автомобільний ринок США або Європи (де функціонують 11 головних виробників). На такому ринку розвивається монополістична конкуренція в умовах олігополії.

Значний внесок у розвиток теорії торгівлі в умовах монополістичної конкуренції вніс Пол Кругман. Біографічна довідка свідчить, що Пол Кругман (1953 р.) – американський економіст, фахівець з міжнародної економіки, засновник «нової теорії міжнародної торгівлі», яка пояснює торгівлю в умовах монополістичної конкуренції.

Модель МТ в умовах монополістичної конкуренції встановлює залежність величини продажів даної фірми від:

- продажу галузі в цілому S ;
- кількості фірм у галузі n ;
- змінної попиту – залежність ринкової частки фірми від ціни на її товар b ;
- ціни товару даної фірми P ;
- середньої ціни конкуруючих (аналогічних) товарів

$$X = S \left[\frac{1}{n} - b \cdot (P - \bar{P}) \right] \quad (1)$$

базове рівняння ринкової рівноваги

Якщо фірма продає свої товари за ціною, яка перевищує середньоринкову ($P > \bar{P}$), то її частка на ринку $\left(\frac{S}{n}\right)$ буде меншою $X < \left(\frac{S}{n}\right)$. Якщо фірма продає свої товари за ціною, яка нижче середньоринкової ($P < \bar{P}$), то її ринкова частка повинна бути більшою $X > \left(\frac{S}{n}\right)$.

Існує три основні взаємозв'язки між кількістю фірм і ціною на товари:

- 1) взаємозв'язок між n (кількістю фірм у галузі) і середніми витратами, який показує що, чим більше n , тим менше обсяг виробництва кожної фірми, тим вищі середні витрати на одиницю товару;
- 2) взаємозв'язок між кількістю фірм і ціною, по якій кожна з них продає товар, який показує що, чим більше фірм, тим вище конкуренція і тим нижчі ціни;
- 3) взаємозв'язок між ціною, по якій фірми продають товар, і їхньою кількістю на ринку, який показує що, якщо ціна перевищує середньоринкову, то на ринку з'являється додаткова кількість фірм, а якщо ціна нижче середньоринкової, то кількість фірм зменшується.

Рівняння виду:

$$\bar{C} = \frac{F}{X} + C \quad (2)$$

показує взаємозв'язок між кількістю фірм на ринку і середніми витратами виробництва на одну фірму, де

\bar{C} - середні витрати,

F - постійні витрати, які не залежать від розмірів виробництва фірми,

C - граничні витрати фірми.

Це рівняння пропозиції на олігопольному ринку. Воно показує, що по мірі зростання обсягів виробництва фірми її середні витрати скорочуються,

оскільки фіксовані витрати поділяються на більшу кількість вироблених товарів.

Рівняння ринкової рівноваги (1) набуває вигляду $X = \frac{S}{n}$. Підставляючи замість X в ліву частину рівняння (2), одержуємо його праву частину. Це доводить, що чим більше фірм у галузі, тим вищі середні витрати кожної з них. Зростання продажу S у розрахунку на одну фірму в результаті збільшення ринку при розвитку торгівлі і при постійній кількості діючих фірм n призводить до скорочення \bar{c} витрат кожної з них. Якщо в рівнянні (1) помножити вираз в квадратних дужках на S , одержимо:

$$X = \frac{S}{n} - Sb \cdot P + Sb \cdot \bar{P} = \left(\frac{S}{n} + Sb\bar{P} \right) - SbP \quad (3)$$

Зворотна взаємозалежність продажу від ціни виражається (з макроекономіки):

$$X = A - BP \quad (4),$$

де

A – постійна, B – коефіцієнт, що показує нахил прямої відносно горизонтальної осі.

Рівняння (3) має вигляд рівняння (4).

Формула граничних доходів фірми (з теорії економіки) дорівнює:

$$D_n = P - \frac{X}{B} = P - \frac{X}{Sb} = C. \quad (5)$$

Коефіцієнт B замінений на Sb і допускається, що для максимізації прибутку фірма установлює свої граничні доходи рівними своїм граничним витратам c . Перетворивши це рівняння одержуємо ціну, по якій фірма продає свої товари:

$$P = c + \frac{X}{Sb}, \quad (6)$$

але $X = \frac{S}{n}$, тому співвідношення між кількістю фірм і ціною, по якій кожна з них буде продавати свої товари, складе:

$$P = c + \frac{1}{bn}. \quad (7)$$

Це рівняння попиту на олігопольному ринку. Як видно, чим більше фірм (n), тим вище конкуренція, і тим нижчі ціни (P). Параметр продажу S не входить у рівняння (7), що означає, що розміри ринку не впливають на взаємозв'язок між кількістю і ціною.

До торгівлі ринок знаходиться в рівновазі за якою фірми в кількості (n_A) продають свої товари за ціною (P_A). Починаючи міжнародну торгівлю розмір ринку країни, який вимірюється обсягом продажу S збільшується. Це скорочує середні витрати. Ціна, яка залежить від кількості фірм, не залежить від розміру ринку і тому залишається на попередньому рівні. Нова ринкова рівновага досягається, коли більша кількість фірм (n_b) продає свої товари за більш низькими цінами (P).

Торгівля між країнами, які однакові або дуже близькі по наділеності факторами виробництва, пояснюється спеціалізацією країн на певних товарах в силу *не* порівняльних переваг, а економіки масштабу, коли зростання витрат факторів на одиницю призводить до зростання виробництва більше ніж на одиницю.

Сучасний розвиток міжнародної торгівлі з урахуванням інтеграційних процесів характеризується поширенням торгівлі між країнами диференційованими товарами даної галузі. Прикладом такої торгівлі є продаж японських автомобілів за кордоном та купівля натомість німецьких, або продаж італійських пральних машин у Францію і купівля звідти французьких і т.д. Таке явище не знаходило пояснення в рамках наявних теорій, тому почали формуватися нові підходи до закономірного пояснення міжнародної торгівлі однорідними товарами. Тому знайшла свій прояв *теорія внутрішньогалузевої торгівлі*.

За ступенем диференціації номенклатури товарів міжнародна торгівля підрозділяється на:

- внутрішньогалузеву торгівлю – обмін між країнами гетерогенною диференційованою) продукцією різних виробників (наприклад, експорт Францією автомобілів "Сітроен" та імпорт італійських автомобілів "Фіат").

- міжгалузєва торгівля – обмін між країнами продукцією різних галузей (наприклад, експорт нафти, імпорт пшениці).

Внутрішньогалузєва торгівля, як свідчать висновки досліджень, пояснюється такими причинами:

1) розходження в смаках споживачів, які хочуть мати більший вибір товарів в межах однієї товарної групи;

2) пересічний попит. Відповідно до загальної економічної теорії країни експортують ті товари, для яких існує місткий внутрішній ринок. Так як споживачі в країнах із приблизно однаковим рівнем доходів мають приблизно схожі смаки, кожній країні легше експортувати ті товари, для виробництва і торгівлі яких на внутрішньому ринку накопичений значний досвід;

3) ефект масштабу. Внутрішньогалузєва торгівля дозволяє одній країні спеціалізуватися на виробництві товарів з певною технологічною відмінністю. Оскільки, попит існує на різні товари, кожна з країн може спеціалізуватися і продавати одна одній більше товарів кожного типу;

4) «гнучкість» у соціальному аспекті. Внутрішньогалузєва торгівля не призводить до переміщення великих груп зайнятих із секторів, експорт яких падає.

Фірма зазнає ефекту масштабу, якщо спеціалізується на виробництві вузької номенклатури товарів для внутрішнього і зарубіжного ринків, і середні витрати показують скорочення витрат по мірі зростання обсягів виробництва.

Оптимальний обсяг виробництва для фірми складається певною кількістю товарів. Якщо виробляється більше товарів, тобто фірма витрачає більше ніж отримує, що призведе до скорочення виробництва.

Якщо виробляється менше товарів, тобто доходи перевищують витрати на виробництво, це призведе до розширення виробництва.

Отже, відповідно до теорії Хекшера-Оліна, якщо товари 1 і 2 гомогенні, перша країна (трудонасичена) буде експортувати товар 1 (трудомісткий) і

імпортувати товар 2 (капіталомісткий) і навпаки. Якщо частина товарів не гомогенна, а диференційована, то набирає сили модель внутрішньогалузевої торгівлі. Перша країна продовжує експортувати товар 1, але й імпортує товар в силу диференціації товару 1 між двома країнами. Таким чином, модель внутрішньогалузевої торгівлі не заперечує міжгалузеву і дає пояснення торгівлі однорідними товарами.

Вимір внутрішньогалузевої торгівлі провадиться за допомогою індексу:

$$T = 1 - \frac{|E - I|}{E + I},$$

де

T - індекс внутрішньогалузевої торгівлі,

E – експорт країни в цілому або в рамках однієї товарної групи,

I – імпорт країни в цілому або в рамках однієї товарної групи,

Дужки свідчать про абсолютне значення величини.

Індекс T завжди знаходиться в проміжку від 0 до 1. Якщо $T = 0$, то внутрішньогалузева торгівля відсутня. Це можливо, якщо експорт або імпорт дорівнюють 0. Якщо $T = 1$, то внутрішньогалузева торгівля максимальна, і якщо експорт дорівнює імпортові.

Чим ближче T до 1, тим більше внутрішньогалузева торгівля. Обмеженість застосування індексу T полягає в тому, що його значення залежить від того як визначена галузь або товарна група. Чим ширше визначення, тим більша імовірність, що в рамках товарної групи країни торгують певною кількістю диференційованих товарів, і тем вище значення індексу. Чим вужче визначена товарна група, тим нижче T .

Індекс T почав розраховуватися в другій половині ХХ століття для країн-учасниць інтеграційних об'єднань. У цих країнах на початку процесу інтеграції взаємна торгівля зростала темпами, які майже в 2 рази перевищували темпи росту міжнародної торгівлі, в основному за рахунок внутрішньогалузевої. Це явище підтвердилося розрахунками для різних галузей.

З'ясувалося, що для 10 розвинутих країн середній індекс внутрішньогалузевої торгівлі склав 0,48. Це означає, що майже половина торгівлі цих країн була внутрішньогалузевою. Зміна цього показника виявила тенденцію до зростання. Поль Кругман зробив такі розрахунки для США в 1987 р. і з'ясував, що в торгівлі офісним устаткуванням індекс T склав - 0,99 (майже вся торгівля внутрішньогалузева), медикаментами - 0,85, а взуттям – 0,05 (США практично все взуття імпортує).

Реверс факторів виробництва – явище, при якому той самий фактор виявляється капіталомістким у капіталонадлишковій країні і трудомістким у трудонадлишковій країні.

Теорія припускає що, країни 1 і 2 виробляють товари 1 і 2. Виробництво товару 1 у країні 1 складає A одиниць товару та K одиниць капіталу, при відносній ціні $T = \frac{W}{r} = \frac{1}{2} = a$ (при витратах праці $T = 18$ одиниць і капіталу $K = 6$ од., що дає співвідношення затрачуваного капіталу до праці $\frac{K}{T} = \frac{6}{18} = \frac{1}{3}$).

При тій же відносній ціні праці, виробництво товару 2 складає B при витратах $T=12$ одиниць праці, $K = 9$ одиниць капіталу, що дає співвідношення $\frac{K}{T} = \frac{9}{12} = \frac{3}{4}$, так як $\frac{1}{3} < \frac{3}{4}$, то товар 1 є відносно більш трудомістким.

Виробництво товару 1 у країні 2 складе D , при відносній ціні праці $T = \frac{W}{r} = 2$, при витратах праці $T = 6$ одиниць та капіталу $K = 18$ одиниць, що дає співвідношення $\frac{K}{T} = \frac{18}{6} = 3$. Виробництво товару 2 складе C при витратах праці $T = 9$ одиниць та капіталу $K = 12$ одиниць. Співвідношення $\frac{K}{T} = \frac{12}{9} = \frac{4}{3}$, так як $3 > \frac{4}{3}$, то товар 1 є відносно капіталомістким.

При відносній ціні праці $\frac{W}{r} = \frac{1}{2}$ в країні 1, товар 1 є трудомістким, а при відносній ціні праці $\frac{W}{R} = 2$ в країні 2 товар 1 є капіталомістким відносно того ж товару 2.

Таким чином, при різній відносній ціні факторів виробництва той самий товар в одній країні є трудомістким, а в іншій – капіталомістким. Це пояснює торгівлю країн, різних за забезпеченістю факторами виробництва тим самим товаром.

Можливості країн з виробництва товарів мають різноманітні відхилення. Ступінь відхилення показує наскільки складно замінити один фактор виробництва на інший при виробництві товарів 1 і 2. Чим менше відхилення, тим простіше фактори виробництва піддаються взаємозаміщенню. Чим більше відхилення, тим складніше взаємозаміщення факторів виробництва. Відхилення вимірюється **еластичністю заміщення**. Це коефіцієнт, який показує, наскільки складно замінити один фактор на інший у виробництві певного товару. Обчислюється:

$$l = \frac{\Delta\left(\frac{K}{T}\right) / \left(\frac{K}{T}\right)}{\Delta(S) / (S)},$$

де K – кількість капіталу, витраченого на виробництво товару;

T – кількість праці, витраченого на виробництво товару

S – відносна ціна фактора виробництва як відношення відсоткової зміни співвідношення витрат капіталу і праці до відсоткової зміни відносної ціни факторів виробництва.

Даний феномен реверсу факторів виробництва може відбутися в умовах великої еластичності взаємозамінності факторів виробництва. Емпіричні дослідження показали, що даний феномен має місце, однак, зустрічається досить рідко. У тих випадках, коли реверс у наявності, інструменти аналізу міжнародної торгівлі, що базуються на теорії співвідношення факторів виробництва не можуть бути застосовані.

Явище *пересічного попиту* є однієї з передумов внутрішньогалузевої торгівлі. Відповідно до цього структура експорту країни деякою мірою залежить від попиту в країні-імпортері. Для того, щоб експортувати товар, країна спочатку повинна наситити внутрішній ринок, орієнтуючись на попит внутрішніх покупців. Але і за кордоном товар буде успішніше продаватися в

тих країнах, де структура попиту приблизно однакова зі структурою внутрішнього попиту в країні-експортері.

Попит, стає реальним, коли він підкріплюється відносно високим рівнем доходу. Чим вище рівень доходу, тим більш якісний товар потрібен споживачеві. Тому, чим більше перетинаються структури попиту в країнах та це підкріплено високим рівнем доходу, тим вище рівень торгівлі між ними.

Всупереч теорії порівняльної забезпеченості факторами виробництва, не тільки розходження, але і схожість між країнами може бути передумовою торгівлі.

Теорія пересічного попиту стверджує що, оскільки споживачі в країнах із приблизно однаковим рівнем *доходу* мають приблизно схожі *смаки*, кожній країні легше експортувати ті товари, у виробництві і торгівлі якими на внутрішньому ринку накопичений великий *досвід*.

Залежність між рівнем доходу і якістю споживаних товарів прямо пропорційна, тобто чим вище рівень доходу, тим більш якісний товар купує споживач. Чим більше людей у двох країнах мають однакові доходи, тим вищий рівень торгівлі.

На практиці застосування даної теорії цілком залежить від розподілу доходів усередині кожної з країн, чим він рівномірніший, тим теорія підтверджується в більшій мірі.

Основні категорії та поняття

- **Торговельний баланс** – співвідношення сукупного обсягу експорту та імпорту.
- **Меркантилізм** – напрямок економічної думки, розроблений європейськими вченими (кінець XVI ст. – поч. XVII ст.) суть якого полягає в тому, що основою багатства країни є наявність у ній золота.
- **Теорія абсолютних переваг** - добробут націй залежить не стільки від кількості накопиченого ними золота, скільки від їхньої здатності виробляти кінцеві товари і послуги.

- **Теорія порівняльних переваг** - якщо країни спеціалізуються на виробництві тих товарів, що вони можуть робити з відносно більш низькими витратами в порівнянні з іншими країнами, то торгівля буде взаємовигідною для обох країн, незалежно від того, чи є виробництво в одній з них абсолютно більш ефективним, ніж в іншій.
- **Теорема Хекшера-Оліна** – кожна країна експортує ті фактороінтенсивні товари для виробництва яких вона має відносно надлишкові фактори виробництва, і імпортує ті товари для виробництва яких вона має відносну нестачу факторів виробництва.
- **“Парадокс” Леонтєва** - теорія співвідношення факторів виробництва не підтверджується на практиці: трудонасичені країни експортують капіталомістку продукцію, тоді як капіталонасичені трудомістку.
- **Економіка масштабу** – це розвиток виробництва, при якому зростання витрат факторів на одиницю призводить до зростання виробництва більше, ніж на одиницю.
- **Реверс факторів виробництва** – явище, при якому той самий фактор виявляється капіталомістким у капіталонадлишковій країні і трудомістким у трудонадлишковій країні.

Тема 3. Міжнародна торгівля в системі міжнародних економічних відносин

3.1. Роль міжнародної торгівлі в системі міжнародних економічних відносин

3.2. Сутність та основні показники міжнародної торгівлі

3.3. Форми та методи міжнародних торговельних відносин

3.1. Роль міжнародної торгівлі в системі міжнародних економічних відносин

Міжнародна торгівля є категорією міжнародної економіки, яка, зокрема, передбачає дослідження міжнародних економічних відносин. Тому, важливо

розглянути систему категорій міжнародної економіки та показати місце в ній міжнародної торгівлі. Система категорій міжнародної економіки включає:

1. Міжнародна економіка (МЕ) - сукупність національних господарств країн світу та економічних зв'язків між ними.

2. Національне господарство (НГ) - економіка окремої країни.

3. Національний експортний потенціал (НЕП) - сукупність природних матеріалів, виробничих, науково-технологічних, трудових ресурсів та фінансових засобів, які використовуються для розвитку міжнародних економічних зв'язків певної країни.

4. Міжнародні економічні відносини (МЕВ) - відносини між суб'єктами світового господарства з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних благ та надання послуг.

5. Інтернаціоналізація господарського життя (ІГЖ) - процес переростання суспільним виробництвом національних кордонів.

7. Міжнародний поділ праці (МПП) - вища форма суспільного поділу праці (сукупність різних видів виробництва). Це форма інтернаціонального виробництва.

8. Міжнародна кооперація виробництва (МКВ) - поєднання зусиль партнерів з метою вирішення спільних господарських завдань. Міжнародна кооперація виробництва - це поєднання господарських зусиль партнерів з метою виготовлення кінцевої продукції на одному із головних підприємств країн-учасниць.

9. Міжнародна економічна інтеграція (МЕІ) - процес зближення, переплетення, адаптації національних господарств країн світу. Це вищий етап розвитку ІГЖ, МПП, міжнародного економічного співробітництва, коли центр ваги останнього зміщується безпосередньо в сферу матеріального виробництва.

10. Світовий ринок (СР) - це сукупний міжнародний попит та пропозиція на товари, капітали, робочу силу, послуги.

11. ЗЕД - це процес розвитку господарських зв'язків між країнами світу.

12. Зовнішня торгівля — сукупність експортних-імпортних операцій окремої країни. Це основна форма прояву ІГЖ.

13. Світова торгівля (СТ) — сукупність зовнішньої торгівлі країн світу.

14. Міжнародна торгівля (МТ) — відносини між суб'єктами світового господарства з приводу купівлі-продажу товарів, капіталу, робочої сили, послуг.

Зовнішня торгівля (ЗТ) є важливою і історично першою формою міжнародних економічних відносин. Вона являє собою обмін товарами та послугами між державно оформленими національними господарствами. Це торгівля однієї країни з іншими країнами світу. Вона складається з ввозу (імпорту) і вивозу (експорту) товарів. В сукупності зовнішня торгівля різних країн утворює **міжнародну торгівлю**.

В сучасних умовах у міжнародній торгівлі приймають участь всі суб'єкти світового господарства. В її основі лежить міжнародний поділ праці. Розвиток міжнародної спеціалізації виробництва та поглиблення вищезазначеного розподілу праці (у вигляді загального, часткового та одиничного) породжує різноманітність форм і напрямків міжнародної торгівлі. Глибокий вплив на неї справляє науково-технічна революція, що прискорила якісні перетворення всіх елементів продуктивних сил і зрушення в географічній та товарній структурі світових товаропотоків.

Місце міжнародної торгівлі в системі міжнародних економічних відносин визначається наступними положеннями.

- По-перше, через неї реалізуються результати всіх форм світогосподарських зв'язків – вивозу капіталу, виробничої кооперації, науково-технічного співробітництва.
- По-друге, розвиток міжнародної торгівлі товарами визначає динаміку міжнародного обміну послугами.
- По-третє, зростання і поглиблення міжрегіональних та міждержавних взаємозв'язків виступають важливою передумовою міжнародної економічної інтеграції.
- По-четверте, міжнародна торгівля сприяє подальшому поглибленню міжнародного поділу праці та інтернаціоналізації господарських зв'язків.

3.2. Сутність та основні показники міжнародної торгівлі

Міжнародна торгівля (МТ) – це сфера товарно-грошових відносин, що являє собою сукупність зовнішньої торгівлі всіх країн світу. Міжнародну або зовнішню торгівлю характеризують три важливі характеристики: загальний обсяг (товарообіг), товарна і географічна структура.

1. *Загальний обсяг МТ (товарообіг)* підрозділяється на:

- вартісної обсяг, що обчислюється за визначений період часу в поточних цінах відповідного року з використанням поточних валютних курсів. Розрізняють номінальний і реальний вартісні обсяги МТ. Номінальний звичайно виражається в доларах США в поточних цінах і тому сильно залежить від динаміки обмінного курсу долара до інших валют. Реальний являє собою номінальний обсяг, конвертований у постійні ціни за допомогою дефлятора;
- фізичний обсяг обчислюється в постійних цінах і дозволяє робити необхідні зіставлення і визначати реальну динаміку МТ

Ці показники розраховується всіма країнами в національній валюті і переводяться в долари США з метою міжнародного зіставлення.

2. *Товарна структура.* Являє собою співвідношення товарних груп у світовому експорті (існує більш 20 млн. видів виробничих виробів споживчого призначення, величезне число проміжних виробів і більш 600 видів послуг).

3. *Географічна структура.* Являє собою розподіл торговельних потоків між окремими країнами і їхніми групами, виділюваними або за територіальною, або за організаційною ознакою.

Територіальна географічна структура – це дані про МТ країн, що належать до однієї частини світу або до однієї групи.

Організаційна географічна структура – це дані про МТ між країнами, що належать до окремих інтеграційних й інших торгово-політичних угруповань або виділені у визначену групу за тими чи іншими критеріями (наприклад, країни-експортери нафти ОПЕК).

Суб'єктами МТ виступають: країни світу; ТНК; регіональні інтеграційні угруповання. *Об'єктами МТ* можуть бути продукти праці людини – товари і послуги. У залежності від об'єкта МТ виділяють дві її форми:

- Міжнародна торгівля товарами (МТТ) – це форма зв'язку між товаровиробниками різних країн, що виникає на основі міжнародного поділу праці і виражає їх взаємну економічну залежність.
- Міжнародна торгівля послугами (МТП) – це специфічна форма світогосподарських зв'язків з обміну послугами між продавцями і покупцями різних країн.

Міжнародна торгівля товарами є першою і найбільш розвинутою формою МЄВ. На її стабільне і стійке зростання вплинули наступні фактори:

- 1) розвиток МПП і інтернаціоналізація виробництва;
- 2) НТР, яка сприяє відновленню основного капіталу, створенню нових галузей економіки, що прискорює реконструкцію старих;
- 3) активна діяльність ТНК на світовому ринку;
- 4) лібералізація МТ за допомогою заходів, проведених ГАТТ/СОТ;
- 5) розвиток процесів торгово-економічної інтеграції: усунення регіональних бар'єрів, формування загальних ринків, зон вільної торгівлі.

До інструментів аналізу міжнародної торгівлі можна віднести систему показників, які характеризують її розвиток у динаміці для міжнародного зіставлення. А також еластичність експорту й імпорту та тип економічного росту.

Основні показники розвитку міжнародної торгівлі можна систематизувати за такими ознаками:

I. Показники **обсягу** міжнародної торгівлі: експорт, імпорт, зовнішньоторговельний оборот, генеральна торгівля, спеціальна торгівля та фізичний обсяг міжнародної торгівлі.

1.1. *Експорт* це продаж та вивезення товарів та послуг за межі національних кордонів.

1.2. *Імпорт* це купівля та ввезення з-за кордону товарів та послуг для внутрішнього споживання.

Експорт та імпорт вимірюється національною вартістю та виражається у доларах США у поточних цінах і залежить від курсу долара США. Вартісні

показники зазвичай розраховуються у національній валюті та переводяться у долари США з метою міжнародного зіставлення.

Експорт розраховується у світових цінах на момент перетинання товаром кордону на базі ФОБ (від англ. – FOB – *free on board* – вільно на борту), імпорт – на базі цін СІФ (CIF – *cost, insurance, freight* – вартість, страхування, фрахт). У відповідності до загальноприйнятих правил тлумачення міжнародних комерційних термінів “*Incoterms*”, різниця між ціною ФОБ і СІФ полягає в тому, що СІФ, додатково до доставки у порт та завантаження, включає й страхування, оплату фрахту та інші збори.

Крім того, оскільки основна частка товарів в міжнародній торгівлі перевозиться морським шляхом, за основу розрахунку цін експорту та імпорту взято транспортування морем.

1.3. *Зовнішньоторговельний оборот* – сума вартісних обсягів експорту та імпорту країни за певний період часу (місяць, квартал, рік).

Зовнішньоторговельний оборот показує обсяг експорту та імпорту в цілому:

$$\text{ЗТО} = \text{E} + \text{I}$$

1.4. *Генеральна торгівля* – сума експорту й імпорту та вартості транзитних товарів.

1.5. *Спеціальна торгівля* – чистий зовнішньоторговельний оборот, тобто продукція, ввезена до країни та вивезена з неї.

1.6. *Фізичний обсяг зовнішньої торгівлі* – величина експорту або імпорту товарів в незмінних цінах одного періоду для отримання інформації відносно руху товарної маси без впливу коливання цін.

Індекс фізичного обсягу розраховується:

$$I_{of} = \frac{\sum Q_o \times P}{\sum Q_A \times P}$$

де Q_o – кількість товару у звітному періоді;

Q_B – кількість товару у базисному періоді;

P_o – ціна товару.

II. Показники результативності містять сальдо зовнішньоторговельного балансу, коефіцієнт імпортової залежності, індекс чистої торгівлі та індекс “умови торгівлі”.

2.1. *Сальдо зовнішньоторговельного балансу* – різниця між грошовими надходженнями (експортом) та витратами (імпортом). Сальдо зовнішньоторговельного балансу розраховується:

$$C_{\text{ТБ}} = E - I$$

де $C_{\text{ТБ}}$ – сальдо торгового балансу;

E – експорт товарів і послуг;

I – імпорт товарів і послуг.

Даний показник надає можливість визначити перевищення експорту над імпортом (актив торговельного балансу) або імпорту над експортом (пасив торгового балансу). Цей показник не використовується для зіставлення по країнах, тому що країни мають різний експортний потенціал.

2.2. *Коефіцієнт імпортової залежності* – відношення обсягів імпорту товару до обсягів його споживання у країні:

$$\hat{E}_{i, \text{г}} = \frac{V_{i, \text{д}}}{Q_{i, \text{д}}}$$

$V_{\text{і.т.}}$ – об’єм імпорту певного товару у країні;

$Q_{\text{п.т.}}$ – об’єм споживання даного товару (реальна ємність ринку певного товару в країні).

Обсяг споживання розраховується як:

$$Q_{\text{п.т.}} = B + I - E,$$

де B – об’єм виробництва певного товару;

I – обсяг імпорту певного товару у країну;

E – обсяг експорту певного товару з країни.

Коефіцієнт коливається від 0 до 1. Чим менше значення, тим країна більш незалежна від імпорту і забезпечує себе цим товаром самостійно; чим більшим є значення, тим країна більш залежна від імпорту. Застосовується при обиранні цільового закордонного ринку.

2.3. *Індекс чистої торгівлі* – показує по кожному з товарів рівень перевищення експорту над імпортом (при позитивному значенні індексу) або рівень перевищення імпорту над експортом (при негативному значенні):

$$I_{ч.т.} = \frac{E - I}{E + I}$$

Коливається від -1 до $+1$. Якщо показник ближчий до -1 – товар тільки ввозиться, що негативно характеризує торгівлю країни. Якщо ближче до $+1$ – товар тільки вивозиться, що позитивно характеризує торгівлю країни.

2.4. *Індекс “Умови торгівлі”* – це співвідношення експортних та імпортних цін певного товару, країни у цілому, групи країн.

Співвідношення цін може виражатися через співвідношення експортних та імпортних цін на нього або через співвідношення індексу експортних та імпортних цін у цілому:

$$I_{\text{УТ}} = \frac{I_{\text{ЕК.Ц.}}}{I_{\text{ІМ.Ц.}}}$$

де $I_{\text{ЕК.Ц.}}$ – індекс експортних цін – співвідношення експортних цін звітного періоду до експортних цін базисного періоду;

$I_{\text{ІМ.Ц.}}$ – індекс імпортних цін – співвідношення імпортних цін звітного періоду до імпортних цін базисного періоду.

“Умови торгівлі” відображають співвідношення взаємного попиту та взаємної пропозиції на експорт і на імпорт кожної країни. Вони розраховуються на базі співвідношення індексу експортних та імпортних цін кожної країни, та є найважливішим орієнтиром для їхньої зовнішньоторговельної політики у цілому.

Умови торгівлі публікуються у щомісячному виданні МВФ (Міжнародного Валютного Фонду) “International Finance Statistics” у порівняльній для всіх країн формі. Зростаючий індекс “умов торгівлі” показує, що при зростанні сукупної ціни експорту країни порівняно з сукупною ціною імпорту на кожен одиницю товару, що експортується, стає можливим придбати все більше імпортних товарів. Оскільки більший обсяг імпорту стає можливим

замість попередньої кількості експорту, добробут країни зростає. І навпаки, падаючий індекс “умов торгівлі” показує, що при зростанні сукупної ціни імпорту країни порівняно з сукупною ціною експорту на кожну одиницю товару, що експортується, стає можливим придбати все менше імпортованих товарів. Добробут країни падає.

Умови торгівлі як економічний показник може приймати наступні основні форми:

1) товарні або бартерні “умови торгівлі” – співвідношення експортних та імпортованих цін певного товару або індексу експортних та імпортованих цін у цілому;

2) доходні “умови торгівлі” – індекс, що показує потенціал країни імпортувати товари за рахунок виторгу від експорту. Він розраховується як товарні “умови торгівлі” помножені на кількісний індекс експорту. Його зростання показує, що із зростанням доходів від експорту імпортований потенціал збільшується;

3) Факторні “умови торгівлі” – індекс, який пов’язує імпортовані ціни з продуктивністю одного або декількох факторів виробництва, та показує, яку кількість імпорту може бути отримано на одиницю росту продуктивності в експортних галузях. Він розраховується як товарні “умови торгівлі” помножені на індекс продуктивності експортних галузей.

III. Показники структури міжнародної торгівлі включають: географічну структуру міжнародної торгівлі, товарну структуру міжнародної торгівлі, індекс диверсифікації імпорту, індекс географічної концентрації експорту та імпорту.

3.1. Географічна структура

3.2. *Товарна структура міжнародної торгівлі* – розподіл торгових потоків за окремими товарами, поєднаними у групи, підгрупи.

Для класифікації окремих товарів у міжнародній торгівлі використовується гармонізована система опису та кодування товарів (ГС), розроблена Радою митного співробітництва у 1983 році. На базі ГС розроблено товарну номенклатуру зовнішньоекономічної діяльності (ТН ЗЕД). Це зведений

класифікатор, який систематизує сукупність товарів, що перетинають митний кордон держави, за певними групами відповідно до походження, призначення та ступеню обробки.

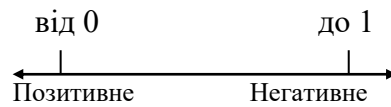
3.3. *Індекс диверсифікації експорту* – це індекс відхилення товарної структури експорту країни від структури світового експорту.

$$S_j = \frac{\sum_{i=1}^n |h_{ij} - h_i|}{2}$$

h_{ij} – частина i -го товару у загальному експорті країни;

h_i – частина i -го товару у загальному світовому експорті.

Коливається



Індекс диверсифікації для України в 1990 році склав 0,75. У ПРС на рівні – 0,2-0,4.

IV. Показники **інтенсивності** міжнародної торгівлі включають: зовнішньоторговельний оборот на душу населення, обсяг експорту та імпорту на душу населення, експортну та імпорتنу квоти, квоту зовнішньоторговельного обороту, інтенсивності та рівня внутрішньогалузевого обміну.

4.1. Зовнішньоторговий оборот на душу населення показує, який обсяг зовнішньої торгівлі у абсолютному значенні приходить на душу населення країни. Розраховується як:

$$\zeta \hat{O} \hat{I}_{A \text{ A.I.}} = \frac{A + I}{N}$$

де E – експорт країни даного року;

I – імпорт країни даного року;

N – населення країни.

4.2. Експорт на душу населення показує, який обсяг експорту в абсолютному значенні приходить на душу населення країни, розраховується як співвідношення обсягу експорту до загального населення.

4.3. Імпорт на душу населення показує, який обсяг імпорту в абсолютному значенні приходить на душу населення країни. Визначається як співвідношення обсягу імпорту до загального населення.

4.4. Експортна квота – це об’ємна частка експорту у валовому внутрішньому продукті (ВВП) країни, виражена у відсотках. Розраховується:

$$\hat{A}_{\hat{E}\hat{A}} = \frac{V_{\hat{A}\hat{E}}}{\hat{A}\hat{A}\hat{I}} \times 100\%$$

4.5. Імпортна квота – це об’ємна частка імпорту у ВВП країни, виражена у відсотках:

$$^2_{\hat{E}\hat{A}} = \frac{V_{\hat{A}\hat{I}}}{\hat{A}\hat{A}\hat{I}} \times 100\%$$

де V_{IM} – обсяг імпорту країни.

4.6. Квота зовнішньоторговельного обороту – це об’ємна частка зовнішньоторговельного обороту у ВВП країни, виражена у відсотках.

$$\zeta\hat{O}\hat{I}_{\hat{E}\hat{A}} = \frac{V_{\zeta\hat{O}\hat{I}}}{\hat{A}\hat{A}\hat{I}} \times 100\%,$$

де $V_{\text{ЗТО}}$ – сума експорту та імпорту.

4.7. Інтенсивність внутрішньогалузевого обміну – показник, який відображає паралельний експорт та імпорт ідентичної продукції за певний період:

$$Z = \frac{(\hat{A} + ^2) - |\hat{A} - ^2|}{(\hat{A} + ^2)} \times 100\%$$

де E – експорт даного товару;

I – імпорт даного товару.

Числівник даного показника характеризує рівень внутрішньогалузевої торгівлі.

V. До показників **ефективності** міжнародної торгівлі відносять макроекономічні та мікроекономічні розрахункові показники. Кожному рівню оцінки відповідає свій тип економічних інтересів та свій критерій ефективності.

5.1. Під економічною ефективністю зовнішньої торгівлі *на макрорівні* розуміють ступінь економії національної праці, яка досягається шляхом участі

країни у міжнародному розподілі праці. Застосування цих показників обмежується можливістю їх використання для торгівельної політики держав.

5.1.1. *Ефективність зовнішньоторговельного обороту* – це співвідношення економії витрат у результаті імпорту до національних витрат на експорт.

$$\hat{A}o - \hat{o}i_{\text{COI}} = \frac{\hat{A}e \cdot C_{2j}}{C_{A\hat{E}}}$$

5.1.2. *Ефективність імпорту* – це співвідношення економії витрат у результаті імпорту до витрат на імпорт.

$$\hat{A}o - \hat{o}i_{2j} = \frac{\hat{A}e \cdot C_{2j}}{C_{2j}}$$

5.1.3. *Ефективність експорту* – це співвідношення витрат від експорту товарів та послуг до національних витрат на експорт.

$$\hat{A}o - \hat{o}i_{A\hat{E}} = \frac{\hat{A}_{A\hat{E}}}{C_{A\hat{E}}}$$

5.2. Під економічною ефективністю на мікрорівні розуміють ступінь збільшення доходу від зовнішньоторговельних операцій. Критерієм оцінки виступає прибуток.

5.2.1. *Ефект експорту* – це різниця між надходженнями у національній валюті від експорту та повними витратами фірми на експорт:

$$Ef_{EK} = H_{EK} - B_{EK}$$

5.2.2. *Ефективність експорту* – співвідношення надходжень у національній валюті від експорту до повних витрат на експорт:

$$Ef\text{-ть ек.} = \frac{H_{EK}}{B_{EK}}$$

5.2.3. *Рентабельність експорту* – це співвідношення надходжень у національній валюті від експорту до собівартості виробництва експортного товару:

$$P_{EK} = \frac{H_{EK}}{C_{б. ек}}$$

5.2.4. *Ефект імпорту* – це різниця між ціною реалізації імпортованих товарів на внутрішньому ринку та витратами на імпорт (включаючи вартість зобов'язань по базисних умовах постачання):

$$E_{\text{ІМ}} = C_{\text{р.ім.}} - V_{\text{ІМ}}$$

5.2.5. *Ефективність імпорту* – це співвідношення величини ефекту імпорту до витрат на імпорт:

$$\hat{A} - \hat{D}_{ij} = \frac{\hat{A}_{ij}}{C_{ij}}$$

Крім перерахованих вище показників, до інструментів аналізу міжнародної торгівлі відносять еластичність експорту та імпорту та тип економічного росту.

Еластичність імпорту – зміна попиту на імпорт, яка є наслідком зміни умов торгівлі.

Вимірюється як відсоткова зміна обсягів імпорту до відсоткової зміни його ціни: у випадку падіння ціни на імпортовані товари обсяги імпорту збільшуються, у випадку зростання цін – скорочуються. Коефіцієнт еластичності завжди буде більшим за нуль.

$$\hat{E}_{\text{ІМ}} = \frac{\Delta V_{ij} (\%)}{\Delta D_{ij} (\%)}$$

Якщо $K_1 > 1$, це значить, що падіння ціни на імпортовані товари на 1% призвело до зростання попиту на них більш, ніж на 1%. Попит на імпорт вважають еластичним, якщо $K_1 < 1$. Це значить, що падіння ціни на імпортовані товари на 1% призвело до зростання попиту на них менше, ніж на 1%. Тому в цьому випадку попит на імпорт є нееластичним.

Але падіння ціни імпорту означає покращення умов торгівлі. Тобто, покращення “умов торгівлі” змусить країни збільшити витрати на імпорт, якщо попит на імпорт еластичний, та скоротити витрати на імпорт, якщо попит нееластичний.

Еластичність експорту – зміна пропозиції товарів на експорт, яка є наслідком зміни “умов торгівлі”.

Еластичність експорту вимірюється як співвідношення відсоткової зміни обсягів експорту до відсоткової зміни ціни імпорту: у випадку падіння ціни на імпорتنі товари обсяги експорту збільшуються, у випадку зростання ціни – скорочуються.

$$\hat{E}_{AE} = \frac{\Delta V_{AE}(\%)}{\Delta P_j(\%)}$$

Якщо ціна імпорту падає на 1% (“умови торгівлі” покращуються на 1%), то еластичність імпорту збільшується на Кел.ім. відсотків, а еластичність експорту – на Кел.ек. відсотків

Еластичність, яка дорівнює 1 (падіння ціни імпорту на 1%, що призвело до зростання попиту на імпорт на 1%), обумовлює й збільшення пропозиції товарів на експорт також на 1%. Це значить, що

$$K_{EL. IM.} - 1 = K_{EL. EK.}$$

Еластичність попиту на імпорт тісно пов’язана з еластичністю пропозиції на експорт.

Висока еластичність зазвичай свідчить про існування в тій чи іншій галузі розвинутого ринкового механізму, який дозволяє виробникам швидко реагувати на зміни цін. Низька еластичність зазвичай веде до серйозних економічних проблем.

Ще одним інструментом, що характеризує міжнародну торгівлю є **тип економічного зростання**. Вплив зростання на міжнародну торгівлю визначається тим, які фактори виробництва зростають – імпортозаміщуючі чи експортопоширюючі.

Експортопоширююче зростання – розширення виробництва товару, який країна експортує, що призводить до погіршення “умов торгівлі” країни на користь її торгових партнерів. Визначається збільшенням виробництва товарів експорту. Зростання їх пропозиції на світовому ринку веде до зниження відносної ціни даного товару. У результаті країна змушена продавати все більше своїх експортних товарів, щоб купувати попередню кількість імпорتنих товарів. Це призводить до погіршення “умов торгівлі” даної країни та покращенню “умов торгівлі” у країнах її торгових партнерів.

Імпортозаміщуюче зростання – розширення виробництва того товару, який країна імпортує, що призводить до покращення “умов торгівлі” країни відносно її торгових партнерів. Визначається збільшенням виробництва у кожній з країн товарів, що конкурують з імпортом. Зростання внутрішнього виробництва призводить до зростання відносних цін експорту та падіння відносних цін імпорту, оскільки кожна країна імпортує все менше традиційних товарів, виробляючи їх самостійно. У результаті зниження попиту на імпорт падають ціни на нього і тим самим відбувається покращення “умов торгівлі” даної країни.

3.3. Форми та методи міжнародних торговельних відносин

Форми міжнародних торговельних відносин (МТВ) розділяють на три види:

1. За критерієм об'єкта:

- торгівля сировиною;
- торгівля паливом;
- торгівля продовольством;
- торгівля напівфабрикатами;
- торгівля готовими виробами: виробничого призначення, невиробничого призначення;
- торгівля послугами: виробничими, транспортними, експедиторськими, консультаційними, консигнаційними, посередницькими, туристичними, маркетинговими, обліковими й ін.

2. За критерієм взаємодії суб'єктів МТВ:

- традиційна торгівля (експорт-імпорт товарів і послуг);
- торгівля кооперованою і спеціалізованою продукцією, що здійснюється на основі довгострокових угод;
- зустрічна торгівля (бартер, операції з давальницькою сировиною, операції на компенсаційній основі).

3. За критерієм регулювання МТВ:

- звичайна МТ – здійснення регулювання в повному обсязі відповідно до національного законодавства;
- дискримінаційна МТ – введення обмежень державою на експортно-імпорتنі операції;
- преференційна торгівля – торгівля, при здійсненні якої застосовуються пільги (податкові, митні).

Методи здійснення МТВ:

- торгівля прямо – не використовуються послуги посередників;
- торгівля через посередників

Види посередників:

- прості посередники – фізичні і юридичні особи приватного права, що сприяють пошукові партнерів і укладанню міжнародних господарських контрактів, але не беруть участі у їхньому виконанні;
- повірнені посередники – фізичні і юридичні особи, що проводять угоди від імені і за рахунок довірителів, що підписали контракт;
- комісionери – фізичні і юридичні особи, що укладають міжнародні господарські контракти від свого імені, але за рахунок комітентів (продавців і покупців), що несуть при цьому комерційний ризик;
- консигнатори – фізичні і юридичні особи, що приймають товар на свій склад (консигнаційний), реалізують його, а нереалізований повертають його власникові;
- агенти – фізичні і юридичні особи, що роблять операції від імені і за рахунок своїх клієнтів, але не підписують міжнародного господарського контракту;
- збутові посередники – фізичні і юридичні особи, що здійснюють перепродаж товарів від свого імені, роблять покупцям послуги сервісного характеру, рекламують продукцію; а також збутові посередники, що називаються дистриб'юторами;
- дилери – незалежні фізичні і юридичні особи, що здійснюють перепродаж товарів довірителів від свого імені і за свій рахунок.

Поряд з цими видами посередників існують *організаційні форми посередників*:

1. *Міжнародні товарні біржі (МТБ)* – це такі торговельні установи, де здійснюється продаж одного товару великими партіями:

- публічні - у яких беруть участь усі бажаючі фізичні і юридичні особи;
- приватні – акціонерні товариства, у яких здійснюють торговельні операції тільки їхні члени. При цьому члени акціонерної торговельної біржі не одержують дивідендів. це такі торговельні установи, де здійснюється продаж одного товару великими партіями.

Операції на МТБ:

1) угоди на реальний товар (СПОТ) визначають, що продавці і покупці дійсно мають намір продати або придбати товар:

- угода СПОТ з негайним постачанням товару означає, що товар буде поставлений покупцеві протягом 15 днів;
- угода на товар з постачанням у майбутньому означає, що товар буде поставлений після укладення угоди протягом 3 років. Це форвардні угоди;

2) термінові (ф'ючерсні) угоди – передбачають не реальний продаж товарів у термін, а права, що передбачають продаж, на товар (тобто продаються документи на володіння товаром);

3) спекулятивні операції – це операції, пов'язані з продажем документів на володіння товаром з урахуванням підвищення або зниження на них цін;

4) хеджування – страхування операцій, здійснюваних на МТБ із метою запобігання втрат від зміни цін.

2. *Міжнародні аукціони (МА)* – це міжнародні установи, де здійснюється продаж коштовностей, предметів розкоші й ін.

Види аукціонів:

- гласні аукціони – де покупці відкрито називають свою ціну на товар;
- негласні аукціони – де покупці подають умовний сигнал;
- автоматизовані аукціони – де застосовується відповідна техніка, а пропозиції покупців висвітлюються на табло.

Форми аукціонів:

- працюють на принципі підвищення цін;
- працюють на принципі зниження цін.

3. Міжнародні торги (МТ):

- відкриті – такі, у яких мають право брати участь усі бажаючі фізичні і юридичні особи;
- закриті – такі, у яких беруть участь найбільш авторитетні фірми за спеціальними запрошеннями.

Принципова відмінність МТБ і МА від МТ полягає в тому, що перші організовують продавці, а останні – покупці.

Таблиця 3.1.

Основні види торговельного посередництва та їх характеристика

<i>Операція</i>	<i>Характер взаємовідносин</i>
<i>Перепродаж товарів</i>	Діє від власного імені та за свій рахунок
<i>Консигнація</i>	Діє від власного імені, але за кошти консигнанта
<i>Обмін</i>	Діє від імені та за рахунок третьої особи
<i>Агентські операції</i>	Діє від імені та за рахунок принципала
<i>Брокерські операції</i>	Діє від імені та за рахунок третьої особи
<i>Лізингові операції</i>	Діє від власного імені та за рахунок учасників торгів
<i>Біржові операції</i>	Діє від власного імені та за рахунок учасників торгів
<i>Аукціонні операції</i>	Діє від імені та за рахунок третьої особи
<i>Тендери</i>	Діє від імені та за рахунок імпортера
<i>Виставки</i>	Діє від імені та за рахунок третьої особи

Основні категорії та поняття

- ***Світове господарство*** - сукупність національних економік країн світу, пов'язаних між собою мобільними факторами виробництва (капітал, робоча сила).
- ***Конкурентоспроможність*** – здатність країни виробляти продукцію відповідно до світових стандартів, збільшувати присутність на ринку поряд із збільшенням доходу на душу населення.

- **Зовнішня торгівля** – це сукупність експортно-імпортних операцій окремої країни.
- **Світова торгівля** – це сукупність зовнішньої торгівлі країн світу.
- **Міжнародна торгівля** – це відносини між суб`єктами світового господарства з приводу купівлі-продажу товарів, капіталу, робочої сили та послуг.
- **Експорт** – вивіз товару з країни.
- **Імпорт** – ввезення товару до країни.
- **Зовнішньоторговельний оборот** – сукупний об`єм експорту та імпорту за певний проміжок часу.
- **Генеральна торгівля** – вартість зовнішньоторговельного обороту та вартість транзитних товарів.
- **Спеціальна торгівля** – чистий зовнішньоторговельний оборот, тобто продукція, що була ввезена до країни або вивезена з неї.
- **Реекспорт** – вивіз раніше ввезеного товару, що не був перероблений.
- **Реімпорт** – ввезення раніше вивезених товарів, що не підлягали переробці.
- **Сальдо торговельного балансу** – різниця між вартісним об`ємом експорту та імпорту товарів окремої країни.
- **Сальдо балансу послуг** – різниця між вартістю послуг, які надає країна, і вартістю послуг, які вона імпортує.
- **Сальдо некомерційних операцій** – різниця між доходами від інвестицій, грошових переказів, внесків, переміщення грошових засобів, за спадщиною.
- **Прості посередники** – фізичні та юридичні особи приватного права, які сприяють пошуку партнерів та заключенню міжнародних господарських контрактів, але не беруть участі в їх виконанні.
- **Комісіонери** – фізичні та юридичні особи, які заключають міжнародні господарські контракти від свого імені, але за рахунок комітентів (продавців та покупців), які несуть при цьому комерційний ризик.

- **Агенти** - фізичні та юридичні особи, які здійснюють операції від імені та за рахунок своїх клієнтів, але не підписують міжнародний господарський контракт.
- **Агентські операції** - доручення однією стороною, іменованою принципалом, не залежно від іншої сторони, іменованої агентом (торговим, комерційної), здійснювати фактичні, і юридичні дії, пов'язані з продажем чи покупкою товару на обговореній території за рахунок і від імені принципала.
- **Брокерські операції** – операції, які сприяють укладанню угод між зацікавленими сторонами – клієнтами (продавцем і покупцем, а також між страховиком і страхувальником, судновласником і фрахтувальником). Брокер не є стороною в договорі, а використовується лише для інформування двох сторін, що беруть на себе зобов'язання за угодою. На відміну від агента, він не перебуває в договірних відносинах зі сторонами, а діє на основі окремих доручень.
- **Торговельні фірми** - здійснюють операції за свій рахунок і від свого імені. Вони, як правило, підтримують тривалі відносини з постачальниками.
- **Фектори** - торговельні посередники, що виконують широке коло посередницьких обов'язків від імені експортера: експортують продукцію; фінансують експортні операції, сплачують аванс виробнику, видають кредити покупцю, страхують.

Тема 4. Пріоритети регулювання експортно-імпорتنих операцій

4.1. Сутність, рівні та методи регулювання експортно-імпорتنих операцій

4.2. Тарифні інструменти регулювання експортно-імпорتنих операцій

4.3. Нетарифні обмеження експортно-імпорتنих операцій

4.1. Сутність, рівні та методи регулювання експортно-імпортних операцій

Розрізняють такі види державного регулювання міжнародної торгівлі:

- 1) одностороннє;
- 2) двостороннє;
- 3) багатостороннє.

Одностороннє регулювання полягає у застосуванні методів впливу урядами країн в односторонньому порядку без погодження або консультацій з торговими партнерами. Такі заходи вживають здебільшого під час загострення політичних відносин. Двостороннє регулювання передбачає, що заходи торгової політики попередньо узгоджуються країнами – торговими партнерами. Кожна зі сторін попереджує свого торгового партнера про вживання будь-яких заходів, які, як правило, не вносять суттєвих змін у торгові відносини, а лише сприяють їм.

Багатостороннє регулювання передбачає узгодження і регулювання торгової політики багатосторонніми угодами. Найважливіше значення в регулюванні торгово-економічних відносин країн світової співдружності має Генеральна угода про тарифи та торгівлю (ГАТТ). В залежності від масштабів втручання в міжнародну торгівлю розрізняють протекціоністську торгівлю політику і політику вільної торгівлі. Вільна торгівля (free trade) – політика мінімального державного втручання в зовнішню торгівлю, що розвивається на основі вільних ринкових сил попиту і пропозиції. Така політика базується на усуненні будь-яких перешкод до ввезення та вивезення іноземних та вітчизняних товарів. Митні органи виконують лише реєстраційні функції. Цю політику проводять країни з високим рівнем розвитку продуктивних сил, що дає змогу місцевим підприємцям витримувати конкуренцію.

Протекціонізм – державна політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції шляхом використання тарифних і нетарифних інструментів торговельної політики. Проводячи політику протекціонізму, держава захищає національних виробників, стимулює розвиток національного виробництва. З іншого боку, така політика може призвести до застійних явищ,

оскільки послаблюються стимули до технічного прогресу, що, своєю чергою, веде до падіння конкурентоспроможності національних товарів. За такої політики посилюється нелегальне ввезення товарів контрабандою. Крім того, торгові партнери можуть вжити відповідних заходів щодо експорту товарів цієї країни, що завдасть їй економічні збитки. Протекціонізм переважає в зовнішньоторговельній політиці країн, що розвиваються. Виділяють декілька форм протекціонізму:

- селективний – скерований проти окремих країн або окремих видів товарів;
- галузевий – скерований на захист окремих галузей, найчастіше сільського господарства;
- колективний – проводиться об'єднаннями країн щодо країн, які не входять у ці об'єднання;
- прихований – здійснюється методами внутрішньої економічної політики.

Стосовно того, що і для якої країни краще – політика вільної торгівлі чи протекціонізм, єдиної думки немає. Сучасний протекціонізм концентрується, в основному, у відносно вузьких галузях. Політика вільної торгівлі є привабливішою. Тому здебільшого країни проводять гнучку зовнішньоторговельну політику, використовуючи як методи протекціонізму, так і політику вільної торгівлі.

Рівні регулювання міжнародної торгівлі:

- Фірмовий – це угода між фірмами про розподіл ринку сировини, матеріалів, збуту товарів, сфер впливу, цінової політики.
- Національний – при якому зовнішня торгівля кожної країни здійснюється у відповідності з національно-правовим забезпеченням регулювання зовнішньоекономічної діяльності.
- Міжнаціональний – проявляється в укладенні відповідних угод між державами, групами держав.
- Наднаціональний – здійснює стратегію світового співтовариства чи заходів з регулювання міжнародної торгівлі шляхом створення міжнародних

спеціальних інституціональних структур, відповідних угод (Всесвітні торгові організації – ГАТТ/СОТ, міжнародна торгова палата – МТП).

Міжнародні торгові відносини регулюються за допомогою двох груп інструментів:

- 1) тарифне регулювання;
- 2) нетарифне регулювання.

4.2. Тарифні інструменти регулювання експортно-імпортних операцій

До основних методів регулювання міжнародної торгівлі відносять тарифні та нетарифні.

Найбільш традиційний та розповсюджений метод регулювання є *тарифний*, який передбачає комплексну систему обмежень як необхідну форму захисту інтересів країни та інструмент торговельної політики.

Економічне значення тарифу визначається його впливом на розвиток країни. Вплив імпортного тарифу на економіку окремих країн різний і залежить від економічної ваги країни. В міжнародній економіці країна вважається малою, якщо зміна попиту з її боку на імпортні товари не призводить до зміни світових цін; і відповідно великою, якщо зміна попиту з її боку на імпорту призводить до зміни світових цін.

В результаті введення тарифу будь-якою країною виникають економічні ефекти. Ефекти доходу і переділу є перерозподільними і являють собою переміщення доходів від одних суб'єктів економічної діяльності до інших і не призводять до втрат економіки. Ефекти захисту і споживання призводять до втрат економіки від застосування тарифу.

У випадку малої країни застосування імпортного тарифу не може змінити світові ціни і поліпшити її умови торгівлі настільки, щоб компенсувати негативний вплив тарифу на економіку.

Застосування імпортного тарифу великою країною викликає ті ж ефекти, що й у випадку малої країни, однак ефект доходу включає дві частини: 1) ефект внутрішніх доходів (перерозподіл від споживачів до держави) і 2) ефект умов

торгівлі, який показує перерозподіл доходів від іноземних виробників у бюджет великої країни.

Ефект умов торгівлі у вартісному вираженні більший, ніж сума втрат, яка виникла в результаті меншої ефективності внутрішнього виробництва в порівнянні зі світовим, і скорочення внутрішнього споживання товару.

Однак, ставка тарифу може виявитися настільки високою, що перекриє імпорт взагалі. Тому, виникає проблема знаходження оптимального тарифу.

Оптимальний тариф – це тарифна ставка, яка максимізує чисту вигоду від поліпшення умов торгівлі країни за винятком негативного ефекту від скорочення обсягів торгівлі.

Отже, в міру того, як країна переходить від вільної торгівлі до підвищення тарифної ставки, її добробут зростає до максимального рівня (оптимальний тариф), а потім знижується як тільки тарифна ставка перевищує оптимальний рівень.

Оптимальний тариф має наступні основні риси:

1) ставка його завжди позитивна і знаходиться в межах від 0 до забороненої ставки тарифу.

2) ставка його завжди відносно невелика для того щоб забезпечити вигреш від поліпшення умов торгівлі, який перевищує економічні втрати;

3) ставка оптимального тарифу протилежна еластичності тарифу. Чим нижча еластичність імпорту (обсяги імпорту змінюються несуттєво при коливанні цін на нього) тим вища ставка оптимального тарифу;

4) оптимальний тариф призводить до виграшу однієї країни, але до втрат міжнародної економіки в цілому.

Вплив тарифу на економіку країни, характеризується наступними факторами:

- ефект доходів – збільшення обсягу доходів бюджету (фіскальна функція) і втрата споживачів (перерозподіл із приватного сектора до державного)

- ефект переділу – перерозподіл доходів від споживачів до виробників, які конкурують із імпортом.

- ефект захисту – економічні втрати в результаті необхідності внутрішнього виробництва під захистом тарифу при більш високих витратах

- ефект споживання – скорочення споживання товару в результаті зростання його ціни на внутрішньому ринку

Фахівці виділяють такі позитивні фактори впливу тарифів на економіку країни:

- 1) тариф виступає інструментом захисту молодих галузей;
- 2) тариф – засіб стимулювання вітчизняного виробництва;
- 3) тариф – важливе джерело бюджетних доходів (фіскальна функція);
- 5) тариф – захищає національну безпеку, міжнародний престиж країни, культуру, традиції.

Крім того, на думку фахівців є й негативні риси впливу тарифів на економіку країни:

1) тарифи сповільнюють економічне зростання (тому що гальмують розвиток міжнародної торгівлі);

2) застосування тарифів призводить до торговельних війн, що підривають стабільність торгівлі;

3) тарифи призводять до збільшення податкового тягаря на споживачів, які через тарифи змушені купувати як імпортні, так й аналогічні вітчизняні товари за більш високими цінами;

4) тарифи на імпорт побічно підривають експорт країни (порушують платіжний баланс);

5) тариф призводить до скорочення загального рівня зайнятості у галузях експорту.

Митний тариф це, по-перше, інструмент торговельної політики і державного регулювання; по-друге, зведення ставок мита на товари, які переміщуються через митний кордон, систематизований відповідно до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності (ТН ВЭД); по-третє, конкретна ставка мита, яка підлягає сплаті при експорті й імпорті певного товару (збігається з поняттям мита)

У відповідності з наступними ознаками розрізняють такі види мита:

- за способом стягнення:

1) специфічне - нараховується у встановленому розмірі за одиницю оподаткованого товару (10 євро за 1 т.);

2) адвалорне - нараховується у відсотках до митної вартості (20% від митної вартості);

3) комбіноване - поєднання специфічного й адвалорного митного обкладання (20% від митної вартості але не більш 10 ЄВРО за 1 т);

- за об'єктом обкладання:

1) імпортне - накладається на імпортні товари при випуску їх для вільного обігу на внутрішньому ринку країни;

2) експортне - накладається на експортні товари при випуску їх за межі митної території держави (застосовується рідко окремими країнами для регулювання цін, скорочення експорту і поповнення бюджету);

2) транзитне - накладається на товари, які перевозяться транзитом (зустрічаються рідко);

- за характером:

1) сезонне - застосовується для оперативного регулювання міжнародної торгівлі продукцією сезонного характеру (термін дії складає певний період, дія звичайного тарифу припиняється);

2) антидемпінгове - застосовується у випадку ввозу за ціною більш низькою, ніж їхня нормальна ціна в країні, яка експортує, якщо такий імпорт завдає шкоди місцевим виробникам;

3) компенсаційне - накладається на імпорт тих товарів, при виробництві яких прямо або побічно використовувалися субсидії, якщо їхній імпорт завдає шкоди національним виробникам;

- за походженням:

1) автономне - застосовується на підставі односторонніх рішень органів державної влади країни;

2) конвенційне - установлюється на базі двох або багатосторонньої угоди (наприклад, угоди СОТ);

3) преференційне – мито, яке має більш низькі ставки в порівнянні зі звичайно діючим (на основі багатосторонніх угод з метою підтримки розвитку країн-партнерів);

- за типом ставок:

1) постійне – одноразово встановлюється і не може змінюватися в залежності від обставин (застосовуються більшістю країн);

2) змінне – може мінятися у встановлених органами державної влади випадках (при зміні рівня світових або внутрішніх цін);

- за способом обчислення:

1) номінальне – тарифні ставки, вказані в митному тарифі на імпорт і експорт;

2) ефективне – реальний рівень мита на кінцеві товари, які обчислені з урахуванням рівня мита, накладеного на імпорتنі вузли і деталі цих товарів. Обчислення ефективного мита здійснюється за формулою:

$$P_{ef} = \frac{P_{ном} - K \cdot P_k}{1 - K}, \text{ де}$$

P_{ef} . – ефективний рівень митного захисту, %;

$P_{ном}$. – номінальна ставка тарифу на кінцеву продукцію;

K – частина вартості імпорتنих компонентів у вартість кінцевого продукту;

P_k – номінальна ставка тарифу на імпорتنі компоненти (наприклад сталь, гуму),%.

Формула свідчить що:

- ставка ефективного тарифу на кінцевий продукт дорівнює номінальному ($P_{ef} = P_{ном}$), якщо номінальний рівень тарифу на імпорتنі компоненти дорівнює номінальному рівню тарифу на кінцеву продукцію;

- ставка ефективного тарифу на кінцевий продукт дорівнює 0 (тобто галузь не користується тарифним захистом), якщо номінальна ставка на кінцевий продукт дорівнює номінальній ставці мита на імпорتنі компоненти

помножені на частину імпорتنих компонентів у ціні кінцевого продукту

$$P_{ном} = K \cdot P_k \text{ або } P_k = P_{ном} : K;$$

- рівень фактичного захисту галузі стає негативним, тобто тариф починає в більшій мірі заохочувати імпорт кінцевого продукту, ніж його внутрішнє виробництво, якщо $P_k > P_{ном} : K$ або $P_{ном} < K \cdot P_k$;

- значення принципу ефективного захисту тим більше істотно чим вище частина імпорتنих матеріалів і компонентів у ціні кінцевого продукту.

Тарифна ескалація – підвищення рівня митного обкладання товарів у міру зростання ступеня їхньої обробки. Чим вище відсоткове зростання ставки тарифу в міру просування від сировини до готової продукції, тим вища ступінь захисту виробників готової продукції від зовнішньої конкуренції (тарифна ескалація особливо сильна в розвинених країнах).

Тарифна квота (континент) – різновид мита, ставки якого залежать від обсягів імпорту (у межах певної кількості). При перевищенні обсягів застосовуються інші ставки. Використовується як засіб торговельної політики.

4.3. Нетарифні обмеження експортно-імпорتنих операцій

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

Квотування (контингентування) – це обмеження щодо вартості або кількості, які вводяться на імпорт або експорт певних товарів на певний період.

Квоти поділяються:

1. За напрямком їх дії:

- експортні – вводяться у відповідності з міжнародними стабілізаційними угодами, що встановлюють частку кожної країни в загальному експорті певного товару (експорт нафти з країн ОПЕК), чи урядом країни для попередження вивозу товарів, дефіцитних на внутрішньому ринку;
- імпортні – вводяться національним урядом для захисту місцевих виробників, досягнення збалансованості торговельного балансу, регулювання

попиту і пропозиції на внутрішньому ринку, а також як відповідь на дискримінаційну торговельну політику інших держав.

2. За обсягом дії:

- глобальні – встановлюються на імпорт або експорт певного товару на певний період часу незалежно від того, з якої країни він імпортується чи в яку країну він експортується;
- індивідуальні – встановлена в рамках глобальної квоти квота кожної країни, яка експортує або імпортує товар.

Ліцензування (licensing) – регулювання зовнішньоекономічної діяльності шляхом дозволу, який видається державними органами на експорт або імпорт товару в певній кількості за певний проміжок часу. Ліцензії бувають:

1) разові – письмовий дозвіл терміном до 1 року на імпорт (експорт), що видається урядом, певній фірмі на здійснення однієї зовнішньоторговельної угоди;

2) генеральні – дозвіл імпорт (експорт) певного товару протягом року без обмеження кількості угод;

3) глобальні – дозвіл на експорт (імпорт) певного товару в будь-яку країну світу за певний проміжок часу без обмеження кількості або вартості;

4) автоматичні – дозвіл, що видається негайно після отримання від експортера (імпортера) заявки, яка не може бути відхилена державним органом.

“Добровільне” обмеження експорту (voluntary export restraint) – це кількісне обмеження експорту, що базується на зобов’язанні одного з партнерів по торгівлі добровільно обмежити або не збільшити обсяг експорту товару, що прийнятий в рамках офіційної міжурядової або неофіційної угоди про встановлення квот на експорт товару.

Серед нетарифних методів регулювання важливу роль відіграють приховані методи, які можна назвати методами прихованого протекціонізму. Їх є дуже багато, за деякими даними до кількох сотень. Але основними з них є:

- адміністративні формальності – національні правила проведення імпортних операцій, які обмежують імпорт (обов’язкове використання

міжнародних торгів при закупівлі обладнання, отримання імпорتنих ліцензій при виконанні ряду вимог і т. ін.);

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

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

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

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

- валютні обмеження – регламентація операцій резидентів і нерезидентів з валютою і іншими валютними цінностями;

- компенсаційне мито – накладається на імпорт тих товарів, під час виробництва яких прямо або непрямо використовувалися субсидії, якщо їх імпорт завдає шкоди національним товаровиробникам аналогічних товарів;

- антидемпінгове мито – застосовується, якщо на територію країни товар ввозиться за демпінговими цінами.

Демпінг (dumping) – засіб фінансової нетарифної торговельної політики, що полягає в просуванні товару на зовнішній ринок за рахунок зниження експортних цін нижче нормального рівня цін, існуючого в цих країнах.

Демпінг може здійснюватись як за рахунок ресурсів окремих фірм, що прагнуть опанувати зовнішній ринок своєї продукції, так і за рахунок державних субсидій експортерам. В комерційній практиці демпінг може набувати однієї з наступних форм:

- спорадичний демпінг – епізодичний продаж надлишкових запасів товару на зовнішній ринок за заниженими цінами. Відбувається тоді, коли внутрішній обсяг виробництва товару перевищує ємність внутрішнього ринку і перед компанією постає дилема – або взагалі не використовувати частину виробничих потужностей і не виробляти товар, або виробити товар і продати за більш низьку, ніж внутрішня, ціну на зовнішній ринок;

- навмисний демпінг – тимчасове навмисне зниження експортних цін з метою витіснення конкурентів з ринку і наступного встановлення монопольних цін. На практиці це може означати експорт товару за цінами нижче цін свого внутрішнього ринку або навіть нижче витрат виробництва;

- постійний демпінг – постійний експорт товарів за цінами нижче справедливої;

- зворотній демпінг – завищення цін на експорт порівняно з цінами продажу тих же товарів на внутрішньому ринку. Зустрічається вкрай рідко, зазвичай в результаті непередбачених різких коливань курсів валют;

- взаємний демпінг – зустрічна торгівля двох країн одним і тим самим товаром за заниженими цінами. Зустрічається також рідко в умовах високої монополізації внутрішнього ринку певного товару в кожній з країн.

В основі демпінгу лежить ринкова ситуація, за якої еластичність попиту по ціні на внутрішньому ринку нижче, ніж на зовнішньому. Це дозволяє фірмам, що мають відносно монопольне становище на внутрішньому ринку, продавати свої товари за більш високими цінами, ніж на зовнішньому ринку, де попит більш еластичний по ціні і де конкуренція вище. Необхідними умовами для здійснення демпінгу також є:

- ситуація недосконалої конкуренції, що дозволяла б виробнику встановлювати і диктувати ціни;

- сегментованість ринку, тобто спроможність виробника відокремити внутрішній ринок, де він продає товар за високими цінами, від зовнішнього ринку, де він це робить за більш низькими цінами. Звичайно цьому сприяють високі транспортні витрати і встановлені державою торговельні бар'єри.

Демпінг заборонений як міжнародними правилами в рамках СОТ, так і національними антидемпінговими законами багатьох країн, що дозволяють застосовувати антидемпінгове мито у разі відкриття факту демпінгу.

Ставку антидемпінгового мита зазвичай визначають одним з наступних засобів:

- як різницю в ціні, за якою товар реально продається на ринку країни-експортера і на ринку країни-імпортера. Якщо товар виробляється тільки на експорт і не продається на ринку країни-експортера, то ціна на нього на внутрішньому ринку країни-імпортера порівнюється з його ціною на внутрішньому ринку будь-якої третьої країни;

- як різницю в ціні, за якою товар повинен був би продаватися на ринку країни-експортера, і ціни, за якою він реально продається на ринку країни-імпортера. Потенційна ціна продажу товару на ринку експортера встановлюється на базі суми витрат виробництва, загальних витрат, прибутку з продажу на внутрішньому ринку і вартості упаковки і транспортування товару до країни-імпортера.

Антидемпінгове мито, як і звичайне мито, призводить до підвищення внутрішніх цін і витрат у добробуті країни. Водночас, якщо введення антидемпінгового мита змусить фірму, що здійснює демпінг, ще більш знизити експортну ціну, то країна-імпортер може одержати вигоду, як у випадку з оптимальним тарифом.

Основні категорії та поняття:

- **Дискримінаційна торгівля** – введення обмежень державою на здійснення експортно-імпортних операцій.
- **Преференційна торгівля** – торгівля, при здійсненні якої застосовуються пільги.
- **Квотування** – визначення контингенту товарів, які підлягають експорту та імпорту.
- **Ліцензування** – письмовий дозвіл на експорт-імпорт товарів.
- **Прямий демпінг** – продаж на зовнішньому ринку товару за ціною нижчою, ніж на внутрішньому.

- *Зворотній демпінг* – купівля іноземними контрагентами товару за ціною вищою, ніж сплачують за нього внутрішні покупці.
- *Одиничний демпінг* – зниження ціни виробником внаслідок випадкового, незапланованого виробництва одиниці товару.
- *Протекціонізм* – державна політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції шляхом збільшення кількості обмежень в торгівлі.
- *Лібералізація* – політика, спрямована на відкриття внутрішнього ринку для іноземних конкурентів шляхом зниження кількості обмежень в торгівлі.

Тема 5. Транспортне забезпечення експортно-імпортних операцій

5.1. Сутність та значення транспортного забезпечення експортно-імпортних операцій

5.2. Характеристика транспортних перевезень різними видами транспорту

5.3. Базисні умови поставок продукції

5.4. Сучасні тенденції розвитку міжнародного транспорту

5.5. Роль транспортної логістики у забезпеченні ефективного розвитку експортно-імпортних операцій

5.1. Сутність та значення транспортного забезпечення експортно-імпортних операцій

Міжнародна торгівля товарами і міжнародна торгівля послугами тісно пов'язані між собою. При постачанні за кордон товарів надається все більше послуг, починаючи з аналізу ринків і закінчуючи транспортуванням товарів. Міжнародна статистика надає обмежені відомості про структуру світової торгівлі послугами. Міжнародний Валютний Фонд ділить цю торгівлю тільки на чотири види - фрахт, інші транспортні послуги, туризм та інші послуги, питома вага яких складає близько 50%. Сьогодні транспортні послуги – це галузь економіки, яка динамічно розвивається.

Міжнародний транспорт - послуги усіх видів транспорту (морського, трубопровідного, повітряного, наземного, річкового і космічного), що надаються резидентами однієї країни резидентам іншої країни.

Транспортні послуги розрізняються в залежності від:

- виду транспорту: водний (морський і річковий); наземний (залізничний і автомобільний); повітряний (авіаційний); трубопровідний; змішаний;
- предмета транспортної операції (вантаж, пасажир, багаж);
- транспортної характеристики товару: сухої (навалювальні (вугілля, руда), насипної (зерно, цемент, фосфати), генеральної (штучні), наливної (нафта і продукти її переробки, рослинні олії, вино та ін.);
- періодичності перевезення (регулярні і нерегулярні);
- порядку проходження кордону (перевантажувальні і безвантажні);
- виду транспортно-технологічної системи (контейнерна, поромна, ліхтерна та ін.);
- виду повідомлення (пряме, непряме та ін.).

Особливості транспортних послуг полягають в наступному:

1. Транспорт не виробляє нових товарів, але завдяки їх переміщенню забезпечується подовження процесу виробництва і обігу.
2. Створення транспортних послуг співпадає в часі з їх споживанням.
3. Транспорт займає важливе місце в міжнародному товарному обігу:
 - він є необхідною умовою міжнародного поділу праці, зовнішньої торгівлі, економічних зв'язків між країнами;
 - він є експортером своєї продукції.
4. Транспортні послуги залежать від факторів розвитку ринкової економіки.

При плануванні відправлення вантажу та виборі виду транспорту необхідно враховувати наступні обставини:

- вид вантажу;
- швидкість перевезення;
- вартість перевезення;
- безпечність перевезення.

Зазвичай, процес доставки товару в міжнародній торгівлі включає: його перевезення від внутрішнього пункту виробництва до прикордонного пункту (порту) країни-експортера; міжнародне транзитне або морське перевезення від пункту країни-експортера до прикордонного пункту (порту) країни-імпортера (якщо між даними країнами не встановлена загальна суходольна межа); транспортування від прикордонного пункту країни-імпортера до внутрішнього пункту споживання товару.

Транспортні витрати – це всі витрати на доставку товару від продавця до покупця, що включають вартість фрахту, страхування, навантаження/розвантаження, упаковку/розпаковування та інші супутні витрати.

Отже, міжнародний транспорт включає послуги усіх видів транспорту, що надаються резидентами однієї країни резидентам іншої країни. Транспортні витрати включають усі витрати по доставці товару від продавця до покупця. Вони призводять до зниження обсягів торгівлі, рівня спеціалізації країн і розмірів вигаду від торгівлі; перешкоджають повному вирівнюванню вартості чинників виробництва між торгуючими країнами; обумовлюють зсуви в територіальному поділі праці - виділяються галузі, орієнтовані на ресурси, на ринок, і вільно орієнтовані галузі. Розподіл транспортних витрат між торгуючими країнами залежить від еластичності попиту і пропозиції товару за цінами.

5.2. Характеристика транспортних перевезень різними видами транспорту

В аналітичних цілях виділяють морський транспорт, що відіграє основну роль у перевезенні зовнішньоторгівельних вантажів, повітряний транспорт, який має велике значення в міждержавному переміщенні людей, та інші види транспорту. Заслуговують на увагу специфічні характеристики видів транспорту як засобу перевезення вантажів. Серед особливостей *морського транспорту* слід виділити наступні:

- невисока вартість перевезень у порівнянні з іншими видами транспорту;
- можливість зміни маршрута;
- здатність перевозити великі партії вантажів;

- невелика швидкість перевезень;
- сезонність перевезень в північних регіонах.

У системі морського торгового судноплавства зародилися й одержали розвиток основні правові інститути й організаційні форми міжнародних перевезень вантажів і пасажирів. Система економічних і правових відносин між учасниками процесу перевезення на інших видах транспорту розвивалася в тому або іншому ступені під впливом міжнародної практики морського торгівельного судноплавства.

Склалися дві форми організації перевезень у міжнародному судноплавстві: лінійна (регулярна) і трампова (нерегулярна). **Міжнародне лінійне судноплавство** організовується морськими перевізниками на стійких географічних напрямках міжнародної торгівлі. Основним документом при оформленні перевезення вантажу в міжнародному лінійному судноплавстві є коносамент. Коносамент (bill of lading) - це документ, що надає право кожному, хто є його власником, розпоряджатися товаром.

Існує декілька видів коносаментів:

- *коносамент на пред'явника* (bearer), що надає право кожному, хто є його власником, розпоряджатися товаром;
- *іменний коносамент* (straight), що виписується на конкретного одержувача товару;
- *ордерний коносамент* (low order), відповідно до якого перевізник повинний доставити товар за вказівкою позначеної сторони.

Розрізняють також *бортовий коносамент*, що оформляється на вантаж, який завантажуються на борт судна, і *коносамент на вантаж, прийнятий до відправлення*, що застосовується у випадку, якщо товар зданий на склад для наступного відвантаження. Іноді застосовується *наскрізний коносамент* - документ, на основі якого вантажі транспортуються з порту навантаження в порт призначення двома і більше судноплавними лініями, що діють відповідно до угоди.

Після укладання коносаменту виписується документ, який має назву маніфест – перелік завантажених на судно товарів поконосаментно. Необхідно

також зауважити, що коносамент виписується один раз для перевезення даної партії вантажу.

На відміну від лінійного, *в трамповому судноплавстві* судна експлуатуються на нерегулярній основі. Вони не закріплюються за визначеними напрямками, а вільно переміщуються з однієї секції фрахтового ринку в іншу, залежно від попиту на тоннаж і пропозиції вантажів. Документ, яким оформлюється перевезення вантажів у трамповому судноплавстві, має назву чартер. Розрізняють чистий чартер (документ стандартної форми) та відкритий чартер (укладений без зазначення роду вантажу та пункту призначення). Для визначених видів товарів існують стандартні форми чартерів.

Основною міжнародною угодою, що визначає взаємовідносини учасників договору морського перевезення і правовий статус коносамента, є Брюссельська конвенція про уніфікацію деяких правил про коносамент (1924 р.), особлива увага в якій приділена питанню про відповідальність морського перевізника за вантаж. Морські перевезення пасажирів і багажу регулюються Афіньською конвенцією про морські перевезення пасажирів, їхнього багажу, транспортних засобів і ручного багажу, а також Міжнародною морською організацією, заснованою 1958 року в Женеві.

Річковому транспорту властиві такі риси:

- невисока вартість перевезень;
- здатність перевозити великі партії вантажів;
- можливість використання в районах, де інші види транспорту не розвинені;
- неоднорідність суднохідних умов;
- необхідність в побудові гідротехнічних споруд.

Особливості *залізничного транспорту*: відносно недорогий, не залежить від кліматичних умов, здатний перевозити найрізноманітніші грузи, високі витрати на побудову залізниць. Міжнародні залізничні перевезення здійснюються на підставі двосторонніх і багатосторонніх угод, які укладаються

відповідними міністерствами держав - учасників угоди. Основним документом, яким оформляється залізничне перевезення вантажів, є залізнична накладна.

Автомобільний транспорт можна охарактеризувати як мобільний, швидкісний, здатний забезпечити високу збережність вантажу. Проте, цей вид транспорту є доволі дорогим. Міжнародне автомобільне перевезення оформляється автомобільною накладною, що складається у 3-х примірниках і регулюється спеціальною конвенцією.

Повітряний транспорт має наступні характеристики: висока швидкість доставки та збережність вантажу, можливість перевезення у віддалені регіони, скорочення шляху. На частку міжнародного повітряного транспорту, за даними Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО), припадає більше 54% від загального обсягу всіх регулярних авіаційних перевезень у світі. Основним міжнародним органом, що здійснює багатостороннє регулювання світового повітряного транспорту на міждержавному рівні, є Міжнародна організація цивільної авіації (International Civil Organization, ICAO), заснована 1947 року.

Трубопровідний транспорт має такі властивості, як забезпечення безперервності транспортування, практичне виключення ситуації втрати вантажу, незалежність від оточуючого середовища.

5.3. Базисні умови поставок продукції

У практиці міжнародної торгівлі широко застосовуються міжнародно-правові звичаї, які враховуються при вирішенні спорів між контрагентами по договорах закупівлі-продажу.

Торговельний звичай – загальновизнане правило, яке сформувалося в сфері зовнішньої торгівлі на підставі постійного й однакового повторення даних фактичних відносин.

При укладанні і виконанні зовнішньоторговельних договорів закупівлі-продажу значну роль відіграють такі звичаї, які склалися в міжнародній торгівлі, як «базисні умови поставки».

Кожна з країн в силу різних історичних традицій має свої торговельні правила та звичаї. Тому при укладанні міжнародних торговельних контрактів

існує небезпека непорозуміння через різне трактування сторонами тих самих, здавалося б понять. А це може призводити не тільки до необхідності уточнень вже в процесі здійснення контракту, але й до додаткових фінансових витрат, а також спорів, які нерідко вирішуються тільки шляхом судового розгляду.

Щоб уникнути або зменшити наслідки таких непорозумінь, Міжнародною торговельною палатою МТП (International Chamber of Commerce) були розроблені міжнародні правила тлумачення торговельних термінів - "Інкотермс" ("Incoterms"). Вперше вони були опубліковані в 1936 році.

Інкотермс являє собою збірник умов, за якими укладаються контракти купівлі-продажу між сторонами (продавцем і покупцем), комерційні підприємства яких знаходяться в різних державах. Кожна з умов визначає обов'язки продавця і покупця, розподіл витрат і ризиків, а також відповідальність сторін за виконанням контракту.

Кожне з умов "Інкотермс" встановлює:

- коли продавець вважається виконавшим свої зобов'язання по постачанню товару;
- хто робить очищення товару для експорту та імпорту, виконує митні формальності й несе пов'язані з цим витрати і ризики;
- хто організує й оплачує перевезення товару, а також несе при цьому ризик загибелі або ушкодження товару;
- які документи необхідні в зв'язку з постачанням товару, хто, за чий рахунок і як їх передає;
- яке пакування необхідне для товару і хто його забезпечує;
- інші зобов'язання по здійсненню контракту (наприклад, проведення перевірки товару).

Розвиток міжнародної торгівлі, поява не тільки нових видів товарів, але і способів їхнього пакування, транспортування, нових видів страхування вантажів, проведення фінансових розрахунків і т.д. призвели до необхідності внесення доповнень і змін у правила Інкотермс. Нові редакції правил були прийняті в 1953, 1967, 1976, 1980, 1990 рр.

Новітня редакція. Інкотермс прийнята міжнародною торговельною палатою в 2000 році. Першою важливою причиною, із за якої була почата ревізія правил, є все більш широке використання засобів електронного обміну даними для передачі комерційних документів. Інкотермс 2000 року передбачає, що для надання рахунків-фактур, документів для митного очищення товарів, документів для доказу постачання товарів, а також транспортних документів, сторони, які уклали торговельний контракт, можуть відправляти один одному електронні повідомлення.

Інший фактор, що спричинив зміни в Інкотермс – поява нових способів транспортування вантажів, таких як контейнерні перевезення, використання устаткування для горизонтального, тобто безкранового навантаження. Застосування інтермодальних перевезень також сприяє внесенню коректувань у міжнародні правила. Відповідно окремі умови Інкотермс ранніх редакцій переглядаються, а деякі видаляються через непотрібність. Головна мета Інкотермс – чітко визначення умов контракту у відношенні до зобов'язань продавця по доставці товарів покупцеві й уніфікація обов'язків сторін контракту. Діапазон базисних умов Інкотермс досить широкий і охоплює всі необхідні і достатні варіанти – від випадку, коли вся відповідальність лежить на продавцеві до випадку, коли вся відповідальність лежить на покупцеві.

Тлумачення, які пропонуються в правилах Інкотермс відповідають найбільш розповсюдженим торговельним звичаям і правилам, які склалися в міжнародній практиці. Правила носять рекомендаційний характер, їхнє застосування в повному обсязі або в будь-якій частині в контракті залежить від волевиявлення договірних сторін. При розбіжності тлумачення базисних умов у контракті і Інкотермс пріоритет мають умови контракту.

Прийнявши тлумачення терміна по Інкотермс як загальну основу контракту, сторони разом з тим можуть внести в нього зміни або доповнення, які відповідають умовам, прийнятим в даній галузі торгівлі, або обставинам, які склалися при укладанні контракту. Зміст цих змін повинен бути детально обговорений в контракті, оскільки вони можуть істотно вплинути на рівень ціни товару.

Варто мати на увазі головний принцип, на якому засновані правила Інкотермс – мінімальна відповідальність продавця. Наприклад, якщо покупець бажає, щоб продавець узяв на себе розширені зобов'язання по страхуванню, необхідно в контракт внести відповідні додаткові умови, оскільки посилання тільки на правила Інкотермс не достатні.

Умови Інкотермс і Конвенція ООН 1980 року про договори міжнародної купівлі-продажу товарів являють собою струнку систему норм і правил міжнародної торгівлі. Однак, для комерсантів-початківців може бути іноді важко визначити, яку саме з умов варто вибрати для конкретного контракту, як цю умову доповнити або змінити в разі потреби, які питання взаємин продавця і покупця взагалі не регламентуються цими документами і тому вимагають тривалих застережень у контракті і т.д.

По-перше, наслідки, які може мати контракт у відношенні права власності на товар не регулюються ні правилами Інкотермс, ні конвенцією ООН.

По-друге, не передбачені засоби правового захисту у випадку порушення контракту однієї з сторін.

По-третє, базисні умови постачання мають силу при тлумаченні контракту, тільки якщо сторони явно обумовили це в його тексті і послалися на рік видання Інкотермс.

По-четверте, якщо в контракті є посилання на умови Інкотермс і одночасно є статті, які суперечать їм, то такі статті мають переважаючу дію.

При описі зобов'язань продавця і покупця в умовах Інкотермс у багатьох випадках зустрічається фраза: "Немає зобов'язань". Наприклад, у пункті "Договір перевезення" умов СІФ сказано, що продавець зобов'язаний "укласти на звичайних умовах і за свій рахунок договір перевезення товару", а в покупця "немає зобов'язань". Однак це не значить, що покупець не може укласти договір перевезення, якщо це буде в його власних інтересах. Просто покупець не має зобов'язань перед продавцем робити це.

Питання поділу витрат з оплати мита, податків, інших офіційних зборів, а також по виконанню митних формальностей дуже детально визначені в кожній з умов Інкотермс.

Численні обов'язки, які пов'язані з доставкою товару від продавця до покупця, які обговорені в Інкотермсі 2010, можна представити в зведену таблицю 2.1. Базисні умови постачання звичайно визначають такі обов'язки і встановлюють момент переходу ризику випадкової загибелі або псування товару з продавця на покупця. Базисними ці умови називаються тому, що вони встановлюють основу (базис) ціни в залежності від того, включаються витрати по доставці в ціну товару чи ні.

Умови Інкотермс визначають, яким чином продавець і покупець розподіляють відповідальність, витрати і ризики при здійсненні контракту. Відповідно до цього всі умови систематизовані в чотири групи - починаючи з умов, за якими практично вся відповідальність покладається на покупця, і кінчаючи тими, за якими продавець несе всі витрати і ризики.

INCOTERMS-2010)		The structure of expenses												
		Пакування	Навантаження на додатковий транспорт	Доставка до основного перевізника	Розвантаження в місці відвантаження	Страхування	Навантаження на основний транспорт	Основне перевезення	Розвантаження в країні імпортера	Додаткове транспортування в країні імпортера	Розвантаження на склад імпортера	Експортне мито	Імпортне мито	Акциз, ПДВ
1	EXW	X												
2	FCA Франко-перевізник	X	X									X		
3	FAS Франко-вздовж борту судна	X	X	X	X							X		
4	FOB Франко-борт	X	X	X	X		X					X		
5	CFR Вартість і фрахт	X	X	X	X		X	X				X		
6	CFI Вартість, страхування і фрахт	X	X	X	X	X	X	X				X		
7	CPT Перевезення оплачене до..	X	X	X	X		X	X				X		
8	CIP	X	X	X	X	X	X	X				X		

	Перевезення і страхування оплачені до..													
9	DAT Доставлено до терміналу	X	X	X	X		X	X	X			X		
10	DAP Доставлено до місця на кордоні	X	X	X	X		X	X				X		
11	DDP Доставлено, мито сплачене	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X
Франко = вільно X – витрати, які приймає на себе експортер														

5.4. Сучасні тенденції розвитку міжнародного транспорту

Бурхливий розвиток світової економіки в 20 столітті, інтеграційні процеси, політичні причини сприяли вагомому прогресу на транспорті, швидкому збільшенню вантажопотоків. При цьому транспорт проявив себе в повній мірі як важливий фактор в економіці та геополітиці.

Транспорт виконує інфраструктурну роль в світовій економіці в цілому та в народному господарстві окремих країн, слугує матеріально-економічною базою міжнародних економічних зв'язків. В той же час першочергове значення транспорту в геополітиці визначається тим, що завдяки йому структурується простір. Реальне встановлення або підтримання державної власності на конкретному просторі неможливе без адекватної роботи транспорту. Тому довгостроковий прогноз його розвитку повинен враховувати активну політику держави в цій сфері.

В минулому столітті транспорт показав надзвичайний прогрес як в кількісному, так і в якісному відношенні. Виникли транспортні галузі, які не існували раніше: автомобільний та авіаційний транспорт. Фактично це відноситься і до трубопровідного.

Ряд складних процесів призводить до того, що транспортні витрати за своїм абсолютним розміром та часткою в кінцевій собівартості продукції

виявляються досить значними. Особливо великою є питома вага витрат на перевезення в ціні сировини. Проблеми витрат, а також екологічні та інші проблеми, примушують наближати підприємства, наприклад, по первинній обробці сировини, до родовищ корисних копалин. Результатом є послаблення попиту на перевезення масових сухогрузів морськими та річковими судами.

Велике значення має також те, що інтеграція та процеси розвитку інформації значно вплинули на розвиток транспортної логістики. Наслідком цього є серія фундаментальних змін в роботі транспорту завдяки розповсюдженню електронної торгівлі (через Інтернет і т.д.).

В цілому по світовому транспорту в 2000-2015 роках очікується помірне зростання перевезень при відносно більш високих темпах збільшення відвантажень наливу та стримуванні пасажирських перевезень.

Морський транспорт в останні роки характеризувався зниженням кількості вантажів, які потребували перевезення, та скороченням відстаней транспортування. Ці тенденції будуть продовжуватися також в найближчі 10 років. Розподіл світового торгового флоту по країнах продовжує змінюватися на користь країн відкритої реєстрації. Зацікавлені в зниженні витрат судноплавці переводять свій флот під прапори Панами, Ліберії, Кіпра, Багамських островів і т.д. В результаті флот, що плаває під цими прапорами, фактично на 2/3 належить судноплавцям з промислово розвинутих країн, а на 1/3 – з країн, що розвиваються. В цілому в світі продовжується практика державної допомоги морському транспорту.

Внутрішній водний транспорт на сьогодні втрачає свої позиції внаслідок сезонних обмежень, особливо на річках, які замерзають, в північних та помірних кліматичних поясах; екологічних збитків, через нестачу питної води; обмеження швидкості руху річних судів. Прогнозується, що традиційне річкове судноплавство збережеться ще на великих річках, однак надалі воно буде все більш орієнтуватися на круїзно-туристичні цілі.

В найбільш розвинутих країнах продовжується поступове скорочення перевезення вантажів **залізничним транспортом**. Разом з цим, відмічається тенденція до приватизації залізниць в Європі, створення умов для більшої

конкуренції і, тим самим, більшого стимулу технічного розвитку і скорочення транспортних витрат.

Світовий парк автомашин нараховує 141,7 млн. вантажних та 462,1 млн. легкових автомобілей. З них 3/4 припадає на країни Європи та Північної Америки, де перевозиться більше 20 млрд. т вантажів. Спеціалісти прогнозують досить високі темпи зростання парку автомашин та мережі автошляхів. В найбільш розвинутих країнах прогрес в автомобільному транспорті буде виражатися в якісному вдосконаленні транспортних засобів, досягненні високоекологічних ефективних рішень, швидкій зміні моделей. Крім того, буде продовжуватися вдосконалення автошляхів, підвищення безпеки руху і т.д. Очікується також, що відносна частка світового автопарка, яка припадає на розвинуті держави зменшиться за рахунок більш швидкого зростання кількості автомашин в країнах, що розвиваються. Проте число автомашин та протяжність шляхів в цих країнах будуть характеризуватися більш скромними якісними показниками.

5.5. Роль транспортної логістики у забезпеченні ефективності розвитку експортно-імпортних операцій

Поняття “логістика” в перекладі з грецької означає мистецтво обмірковувати, підраховувати. Вперше цей термін почали використовувати в Римській імперії, де існували спеціальні службовці – логісти або логістики, які займалися розподілом продуктів харчування. В Візантії логістика набула розповсюдження як військова наука. В ті часи завданням логістики було оснащення армії всім необхідним, аналіз кожного військового походу, сил суперників, планування руху та розподілу військових сил. За часів Другої Світової війни почали вивчатися особливості операцій, пов’язаних з управлінням матеріальними потоками. Сьогодні основним завданням логістики є мінімізація витрат на ці операції. В сучасних умовах розвитку світової торгівлі витрати, пов’язані з матеріально-технічним забезпеченням складають 13% вартості ВВП.

Наведемо декілька визначень цього поняття. По-перше, *логістика* – це управління підприємством у взаємозв'язку з його постачальниками та споживачами продукції. По-друге, *логістика* – це сукупність операцій по скороченню витрат на упаковку, завантажувально-розвантажувальні роботи, транспортування, а також мінімізація витрат, пов'язаних з посередницько-транспортною діяльністю.

Розрізняють наступні види логістики:

- постачально-збутова – регулювання забезпечення виробництва сировиною та матеріалами, контроль за доставкою готової продукції;
- виробнича – досягнення найбільшого ступеня взаємодії підрозділів підприємства з мінімальними затратами сировини та робочої сили;
- транспортна – організація та здійснення процесу доставки товару з мінімальними затратами, максимальною цілісністю у чітко визначений термін;
- інформаційна – оцінка діяльності підприємства.

В міжнародній практиці існує також поняття концепції логістики. Вона представляє собою систему поглядів на раціоналізацію господарської діяльності шляхом оптимізації процесів доставки. Кінцевою метою логістичної діяльності є оптимізація процесу доставки товару від виробника до споживача.

Транспортування як частина логістичної системи передбачає:

- характеристику кожного виду транспорту та його здатності здійснити перевезення;
- забезпечення цілісності вантажу;
- оформлення транспортної документації;
- розклад руху та розрахунок витрат на перевезення і т.д.

Основні категорії та поняття:

- *Міжнародний транспорт* - послуги усіх видів транспорту (морського, трубопровідного, повітряного, наземного, річкового і космічного), що надаються резидентами однієї країни резидентам іншої країни.

- **Транспортні витрати** – це всі витрати на доставку товару від продавця до покупця, що включають вартість фрахту, страхування, навантаження/розвантаження, упаковку/розпаковування та інші супутні витрати.
- **Коносамент (bill of lading)** - це документ, що надає право кожному, хто є його власником, розпоряджатися товаром.
- **Коносамент на пред'явника (bearer)** – це вид коносаменту, що надає право кожному, хто є його власником, розпоряджатися товаром.
- **Іменний коносамент (straight)** – це вид коносаменту, що виписується на конкретного одержувача товару.
- **Ордерний коносамент (low order)** – це вид коносаменту, відповідно до якого перевізник повинний доставити товар за вказівкою позначеної сторони.
- **Бортний коносамент** – це вид коносаменту, що оформляється на вантаж, який завантажуються на борт судна.
- **Коносамент на вантаж, прийнятий до відправлення** – це вид коносаменту, що застосовується у випадку, якщо товар зданий на склад для наступного відвантаження.
- **Наскрізний коносамент** - документ, на основі якого вантажі транспортуються з порту навантаження в порт призначення двома і більше судноплавними лініями, що діють відповідно до угоди.
- **Чартер** – це документ, яким оформлюється перевезення вантажів у трамповому судноплаванні.
- **Торговельний звичай** – загальновизнане правило, яке сформувалося в сфері зовнішньої торгівлі на підставі постійного й однакового повторення даних фактичних відносин.
- **"Інкотермс" ("Incoterms")** - міжнародні правила тлумачення торговельних термінів.
- **Логістика** – це сукупність операцій по скороченню витрат на упаковку, завантажувально-розвантажувальні роботи, транспортування, а також мінімізація витрат, пов'язаних з посередницько-транспортною діяльністю.

Тема 6. Зовнішня торгівля послугами

6.1. Методологія аналізу світової торгівлі послугами

6.2. Особливості формування та сучасні тенденції розвитку ринку послуг

6.3. Класифікація послуг

6.4. Особливості конкуренції в сфері послуг

6.1. Методологія аналізу світової торгівлі послугами

Методологія аналізу економічного явища передбачає пізнання реальних об'єктивних процесів його розвитку та наукове обґрунтування перспектив його еволюції. В даному випадку ми аналізуємо міжнародний ринок послуг. Взагалі, *методологія* – це сукупність інструментів, методів наукового пізнання економічних явищ і процесів.

Метою методологічного аналізу ринку послуг є пізнання реальних процесів, законів, закономірностей, категорій, особливостей та тенденцій його розвитку. Розглянемо основні методи аналізу (методологічні інструменти аналізу) міжнародного ринку послуг. Одним з основних, найбільш використовуваних інструментів є **системний метод**, який передбачає аналіз ринку послуг як цілісного утворення. Цей метод дозволяє аналізувати сферу послуг як цілісну систему, що складається з окремих складових: страхові послуги, фінансові, транспортні, туристичні, інформаційні і т.д.

В рамках системного методу виділяється 4 підходи. **Системно-структурний підхід** передбачає виділення структурних елементів в системі міжнародних послуг. Як ми вже говорили, до них відносяться транспортні, страхові, освітні послуги та ін. **Системно-функціональний підхід** передбачає аналіз функцій кожного структурного елементу системи. Наприклад, ринок туристичних послуг, як складова ринку послуг, виконує такі функції, як економічна, соціальна, гуманітарна, естетична і т.д. **Системно-генетичний підхід** передбачає виділення ядра в системі міжнародних послуг, його вивчення та аналіз впливу останнього на структурні елементи сфери послуг. **Системно-інтегративний підхід** передбачає вивчення взаємозв'язків між структурними

елементами системи послуг та виявлення загальних інтегративних тенденцій її розвитку як цілісного утворення. Всі елементи сфери міжнародних послуг є взаємопов'язаними між собою, тому вивчення кожного з них дозволяє виявити загальні тенденції розвитку ринку послуг.

Діалектичний метод передбачає, насамперед, виявлення діалектичних суперечностей розвитку ринку послуг та пошук шляхів їх розв'язання. Діалектичні суперечності проявляються в труднощах, перешкодах, гальмівних факторах, які мають місце в процесі розвитку сфери послуг, а також будь-яких інших явищ та процесів.

Широко застосовується також **метод економічного аналізу**, який передбачає аналіз законів і закономірностей розвитку міжнародного ринку послуг та принципів, методів, форм, інструментів, важелів, механізму їх дії та використання. Зрозуміло, що аналіз розвитку будь-якого явища неможливий без дослідження фактологічного матеріалу. Це передбачає використання **статистичного методу**.

Доволі часто при дослідженні ринку послуг використовується **метод економіко-математичного аналізу**, що передбачає використання математичних інструментів при аналізі системи послуг. Програми та моделі розвитку сфери послуг розробляються та складаються за допомогою електронно-обчислювальної техніки, тобто, в даному випадку, використовується **метод економічного моделювання**.

Методологія аналізу міжнародного ринку послуг передбачає комплексне використання зазначених методів, тільки в цьому разі можна мати системні, всебічні знання про процес розвитку цієї галузі економіки.

6.2. Особливості формування та сучасні тенденції розвитку ринку послуг

Сьогодні світове господарство характеризується процесами розширення, трансформації та глобалізації всіх сфер суспільного виробництва. Визначальною рисою сучасного цивілізаційного розвитку виступає глобалізація, яка охоплює багатогранні напрями взаємодії країн світового співтовариства. Зокрема, вона є передумовою виходу все більшої кількості

країн на світовий ринок, поглиблення їх взаємозв'язків та активізації торгівельних відносин. Сьогодні міжнародний обмін товарами відіграє важливу роль у взаєминах між державами. Поряд з цим все більшого значення набуває торгівля послугами. Вона є однією з найбільш перспективних сфер економіки, яка швидко розвивається й охоплює широке поле діяльності від транспорту і туризму до фінансування, страхування, посередництва та ін. Розвиток світового господарства стає неможливим без цієї галузі, оскільки при ускладненні виробництва і насиченні ринку товарами зростає потреба в послугах. У багатьох країнах торгівля послугами займає значне місце в обсязі міжнародної торгівлі. Це викликано науково-технічним прогресом у сфері матеріального виробництва, поглибленням міжнародного поділу праці і зростанням соціально-економічних потреб багатьох країн. І саме сьогодні, в умовах інтенсифікації світогосподарського життя, міжнародна торгівля послугами заслуговує на всебічну увагу з боку науковців як галузь економіки з широкими перспективами розвитку.

При аналізі ринку послуг доцільно використовувати, перш за все, системний метод, що передбачає дослідження його як цілісного утворення.

Система послуг – це сукупність окремих їх видів (страхові, фінансові, транспортні, туристичні, посередницькі тощо), які тісно пов'язані між собою і формують загальні тенденції розвитку ринку послуг. В свою чергу, ринок послуг є частиною іншої системи – системи світового ринку. Поняття світового ринку є найважливішим серед категорій міжнародної економіки. Для того, щоб зрозуміти економіко-теоретичний зміст понять світовий ринок та ринок послуг (як складова частина світового ринку) необхідно обґрунтувати їх взаємозв'язок за допомогою основних категорій міжнародної економіки.

Світовий ринок як економічна категорія являє собою систему взаємовідносин між країнами світу в різних сферах суспільного життя, які ґрунтуються на матеріальному інтересі. Головною зовнішньою ознакою існування світового ринку є міжнародна торгівля, тобто система відносин з приводу обміну товарами, технологіями, послугами між країнами.

На жаль, міжнародна торгівля послугами протягом довгого часу залишалася поза увагою представників економічної науки в світі. Обіг в цій сфері був незначним, і проблеми, пов'язані з його регулюванням, не були чимось серйозним. В структурі міжнародної торгівлі послугами переважали такі види діяльності, як транспортні послуги, банківські і страхові операції, поштовий і телеграфний зв'язок, туризм. Кожна держава визначала порядок функціонування сфери послуг у межах своїх кордонів, а зовнішньоекономічні зв'язки достатньо успішно регламентувалися спеціальними міжнародними правилами і конвенціями.

Сьогодні міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу. Зазвичай, міжнародну торгівлю послугами розглядають невідривно від міжнародної товарної торгівлі, а під міжнародною торгівлею розуміють торгівлю як товарами, так і послугами. Проте, поняття послуги є більш багатограним, ніж поняття товару. Послуга – це широка гамма різноманітних видів діяльності. На думку багатьох вчених, в практичній діяльності немає іншого поняття, яке б мало таку кількість значень, як “послуга”. Адже лише така галузь, як побутове обслуговування, надає більше 800 видів послуг.

Послуга - зміна в положенні інституціональної одиниці, що відбулося в результаті дій і на основі взаємної угоди з іншою інституціональною одиницею. **Послуга** – це підприємницька діяльність, спрямована на задоволення потреб інших осіб, за виключенням діяльності, що здійснюється на основі трудових правовідносин. **Послуга** – такий вид праці, при якому виробництво корисного ефекту співпадає в часі з його споживанням. **Послуга** – вид діяльності, робіт, в процесі виконання яких не створюється новий матеріально-уречевлений продукт, який раніше не існував, але змінюється якість вже створеного продукту.

Послуга - вид діяльності, який задовольняє певну людську потребу, може мати або не мати матеріальну форму, тісно пов'язаний з виробництвом товарів або повністю самостійно оформлений.

Саме в силу невідчутності і невидимості більшості послуг торгівлю ними іноді називають невидимим експортом і імпортом. Більше того, на відміну від товарів, виробництво послуг найчастіше об'єднано з їхнім експортом в рамках одного контракту і потребує безпосередньої зустрічі їхнього продавця і покупця. Проте, і в даному випадку існують численні винятки. Наприклад, деякі послуги цілком відчутні (роздрукована доповідь консультанта або комп'ютерна програма на дискеті), цілком видимі (модельна стрижка або театральна вистава), піддаються збереженню (послуги телефонного автовідповідача) і далеко не завжди потребують прямої взаємодії покупця і продавця (автоматична видача грошей у банку по дебіторській картці).

Питання про місце послуги у виробничих відносинах виявляється доволі непростим. На думку, деяких вчених послуга як економічна відносина проявляється лише в сфері споживання. Крім того, поняття послуги слід розглядати не лише з точки зору споживчої вартості, а й вартості як специфічної виробничої відносини в умовах форми власності на засоби виробництва. Таким чином необхідно розрізнити послугу як:

- форму результату трудової діяльності, з приводу якої в суспільстві виникають виробничі відносини;
- форму виробничих відносин.

Хоча працею в послугах не створюються речі, але її результатом все ж таки є споживча вартість послуги. В процесі її реалізації виникає економічний зв'язок між виробником і споживачем та в цілому між виробництвом і споживанням. Таким чином, послуга стає суспільною споживчою вартістю і характеризує відносини в суспільстві з приводу створення і надання певних життєвих благ.

Спiрнiсть визначення поняття послуги ускладнює розумiння такої категорiї мiжнародної економiки як свiтовий ринок послуг. Вiн є елементом складної багаторiвневої системи свiтового ринку i тiсно пов'язаний з iншими її складовими. Проте вiн функцiонує як самостiйне утворення яке має власний змiст, особливостi та закономірностi розвитку. Економiчний змiст свiтового ринку послуг полягає у сукупностi взаємовiдносин членiв мiжнародного

співтовариства з приводу надання послуг. **Ринок послуг** – це система пересічення інтересів покупців та продавців послуг, функціонування якої регулюється ринковими законами. *До основних особливостей світового ринку послуг слід віднести наступні:*

- системність розвитку, яка означає, що ринок послуг розглядається як цілісна система з багатьма складовими, пов'язаними між собою;
- чутливість до ринкових змін, причиною якої є постійні коливання в попиті та пропозиції послуг на ринку;
- висока швидкість обороту капіталу, пов'язана з коротшим виробничим циклом в сфері послуг;
- тісний зв'язок ринку послуг з ринком товарів, капіталів і робочої сили;
- постійне зростання асортименту послуг;
- динамічний розвиток торгівлі послугами між країнами світу (на міжнародному ринку послуг домінують 8 країн: США, Великобританія, Німеччина, Бельгія, Італія, Нідерланди, Іспанія).

Міжнародний ринок послуг складається з: послуг фрахту; інших транспортних послуг; туризму; інших послуг, що надають державні організації (банківські, страхові, біржові, посередницькі, експорт технологій тощо); інших послуг, що надаються приватним сектором. Основну роль в міжнародній торгівлі послуг грають туризм та транспортні послуги.

Оцінку розвиненості країни часто зводять до оцінки дохідності сектору послуг. Є країни, в яких сфера послуг дає до 60% ВВП і вище. Наприклад, в США — 67%, у Франції — 63%, в Японії — 56%, в Англії — 56,5%, в Германії — 58%, в Італії — 56%. Фінансово-кредитна сфера виступає провідною для всіх розвинених країн. Рух капіталів і його обслуговування стоїть завжди на першому місці. По цьому показнику виділяють три центри: США, Японія, Західну Європу.

Світовий ринок послуг як категорія міжнародної економіки функціонує відповідно до основних законів ринкового господарства, а саме: закону вартості, закону попиту та пропозиції, закону росту продуктивності праці, закону нагромадження, закону пропорційного розвитку. Закономірності

розвитку сфери послуг слід вбачати в поступовому залученні окремих країн до світового ринку послуг, переплетенні їх економічних інтересів в цій галузі, динамізмі розвитку національних ринків послуг, що проявляється у зростанні об'ємів надання послуг.

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

Як зазначалося вище, торгівля послугами сьогодні має велике значення для багатьох країн. Американські вчені для визначення ролі сфери послуг у національній економіці пропонують використовувати такі показники, як частка цього сектора в загальному числі зайнятих і частка обсягу наданих послуг у ВВП. Необхідно відмітити, що використання частки сектора послуг як основного показника оцінки у загальному числі зайнятих є методологічно недосконалим, тому що висока трудомісткість окремих видів послуг може створити мінливе враження про їх значення для національної економіки окремої країни.

Крім того, на сьогоднішній день продуктивність праці в секторі послуг росте повільніше, ніж у промисловості, а це також штучно завищує показник, що аналізується. Замість аналізу частки загального обсягу наданих послуг у ВВП, ми пропонуємо брати до уваги частку окремих видів послуг. Такий показник є більш досконалим, оскільки він дає реальну уяву про найбільш розвинені сегменти ринку послуг окремої країни. Це дозволяє говорити, про спеціалізацію країни на певному виді послуг і розвивати саме цей найбільш перспективний напрям. Для оцінки рівня спеціалізації країни на експорті послуг західні економісти пропонують також розраховувати спеціальний індекс, який показує співвідношення частки експорту і частки імпорту послуг у

ВНП. Але варто зауважити, що значна частка послуг у загальному обсязі експорту тієї або іншої країни не обов'язково відбиває високий рівень її економічного розвитку.

Особливості розвитку сфери послуг в сучасних умовах полягають в наступному:

1. Міжнародна торгівля послугами не є винятковою прерогативою промислово розвинених країн. У ряді країн, що розвиваються, послуги також складають значну частину їхнього експорту. Тому для оцінки участі країни у світовій торгівлі послугами доцільно також використовувати показник її частки у світовій торгівлі, що, як правило, має максимальне значення в провідних промислово розвинутих країнах.
2. Спеціалізація країни на тих чи інших видах послуг залежить від рівня економічного розвитку. Так, у промислово розвинутих країнах перевага надається фінансовим, телекомунікаційним, інформаційним і більшості галузей ділових послуг, а для країн, що розвиваються, характерною є спеціалізація на транспортних, туристичних і фінансових послугах.
3. Розвиток торгівлі послугами сприяє наданню супутніх послуг. Як правило, країни, що надають портові послуги, спеціалізуються і на судноремонті; країни-виробники комп'ютерів поставляють на світовий ринок комп'ютерні послуги; у країнах-експортерах нафти переважає фрахт з обслуговуванням нафтоперевезень.

Форсований розвиток сфери послуг є неодмінною умовою успішного завершення структурної перебудови світового господарства. Іноді здійснювані перетворення порівнюють за ступенем радикальності з індустріальною революцією минулого. У ході нової економічної революції в результаті масового впровадження комп'ютерів, промислових роботів і цілком автоматизованих систем проектування і керування виробництвом потреби промисловості в живій праці знижуються, робоча сила, що вивільняється, "переливається" у сферу послуг. Одночасно ускладнюється економічна організація виробництва, зростають вимоги до якості робочої сили, що створює додатковий попит на послуги.

Проте неможна погодитися з тим, що зростання частки сфери послуг в економіці пов'язаний із неминучою деіндустріалізацією розвинутих капіталістичних країн і трансформацією їх національних господарств у так звану "економіку послуг". Дійсно, втрата лідируючих позицій і порівняльних конкурентних переваг в основних промислових галузях, справить негативний вплив на показники економічного росту і рівень добробуту розвинутих капіталістичних країн. Неминучим є також уповільнення темпів науково-технічного прогресу і спад продуктивності праці в усіх галузях матеріального виробництва. Але саме сфера послуг зможе розвиватися старими темпами, оскільки вона відносно не відчуває впровадження нових технологій і не має великого потенціалу росту продуктивності праці. Ця галузь економіки може стати в багатьох країнах одним із основних джерел надходжень капіталу.

Останні роки визначаються значним збільшенням масштабів міжнародної торгівлі послугами, незважаючи на збереження всіх національних бар'єрів, що існували раніше. Відповідно до даних офіційної статистики, за останні десять років обсяг міжнародної торгівлі послугами збільшився в шість разів і склав 600 млрд. дол. Частка послуг у світовому товарообігу досягла 19%. Якщо додати сюди прибутки, що інвестуються та заробітну плату, яку одержують іноземні громадяни, то цифра збільшиться до 33%. При цьому експорт послуг протягом останніх років збільшувався на 18,7% швидше світового ВВП. Відповідно до оцінки експертів МВФ, у середині 90-х років обмін послугами досяг 960 млрд. дол. і склав 1/3 світового товарообігу. При цьому темпи росту торгівлі послугами удвічі перевищили темпи росту товарообігу.

Цей феномен можна пов'язати з дією наступних чинників. По-перше, революційні технологічні зміни в засобах зв'язку і на транспорті перетворили на товари цілий ряд так званих нефакторних послуг. Різке зниження транспортних витрат збільшило ступінь мобільності виробників і споживачів послуг, застосування нових засобів супутникового зв'язку і відеотехніки дало можливість взагалі відмовитися від особистого контакту продавця і покупця послуги. По-друге, прискорення темпів технологічного прогресу в області телекомунікацій і інформатики призвело до появи нових форм торгівлі

послугами. Йдеться про міжнародний комерційний обмін інформацією, у якому або бази даних стають об'єктом зовнішньої торгівлі, або фірма в такий спосіб підтримує контакт із своїми закордонними філіями. По-третє, технологічний прогрес дав змогу збільшити попит на ті види послуг, що раніше мали товарну форму. Це стосується фінансових послуг, послуг банків і страхових фірм. Застосування сучасних технологій у цій галузі дає змогу значно розширити коло клієнтів фінансових закладів і збільшити спектр наданих ними послуг.

6.3. Класифікація послуг

Офіційна статистика платіжного балансу, у якій вказується щорічний оборот по статті "Послуги", не може дати точного уявлення про масштаби міжнародної торгівлі послугами. Складність підрахунку тут, насамперед, пов'язана з наступними чинниками:

- послуги, як правило, надаються в комплекті з товарами і їх вартість часто складає значну долю ціни товару. У такому випадку іноді важко або взагалі неможливо відокремити послуги від товару;
- послуги часто фігурують у внутрішньофірмовому обміні. Визначити їх вартість виявляється неможливим, оскільки на ці види послуг взагалі немає ринку;
- доходи по банківським та страховим операціям, якщо вони реінвестовані в тій країні, в якій були отримані, випадають із статистичного обліку;
- труднощі з розрахунком величини заробітної платні, яка виплачується іноземним робітникам і переводиться ними в свою країну.

Для спрощення врахування послуг доцільно використовувати їхню класифікацію, яка дає змогу віднести серію послуг одного виду до визначеної категорії і розрахувати відсоткове співвідношення цієї категорії в загальному обсязі послуг. Багатогранність визначення поняття послуги зумовлює наявність різних підходів, щодо їх систематизації.

Послуги складають 6 груп (4-9 категорії офіційної класифікації товарів міжнародної торгівлі):

1. Комунальні послуги і будівництво;

2. Оптова і роздрібна торгівля, ресторани і готелі, туристичні бази і кемпінги;
3. Транспортування, збереження і зв'язок, фінансове посередництво;
4. Оборона та обов'язкові соціальні послуги;
5. Освіта, охорона здоров'я та суспільні роботи;
6. Інші комунальні, соціальні та особисті.

До особливого виду послуг, що включаються до міжнародного обміну, відносяться також інформаційні та консалтингові послуги.

В аналітичних цілях величезне розмаїття послуг за звичай групують за різноманітними ознаками. У Світовому банку, наприклад, прийнятий розширений підхід до послуг, у число яких включається і рух прибутку. *Так, послуги поділяються на:*

- ◆ **факторні** - платежі, що виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва, перш за все, капіталу і робочої сили (прибутки на інвестиції, роялті і ліцензійні платежі, зарплата, виплачена нерезидентам);
- ◆ **нефакторні** - транспорт, подорожі та інші нефінансові послуги. Цей розподіл є особливо важливим для обговорення проблем регулювання міжнародної торгівлі послугами в рамках СОТ, що концентруються переважно на нефакторних послугах.

Очевидно також, що надання послуг у більшості випадків відбувається одночасно з продажем товару або здійсненням інвестицій в ту або іншу країну. Тому, *відповідно до засобів доставки послуг споживачу, послуги поділяються на:*

- **послуги, пов'язані з інвестиціями** - банківські, готельні і фахові послуги;
- **послуги, пов'язані з торгівлею** - транспорт, страхування;
- **послуги, пов'язані одночасно з інвестиціями і торгівлею** - зв'язок, будівництво, комп'ютерні й інформаційні послуги, особисті, культурні і рекреаційні послуги.

Існує корисний з аналітичної точки зору розподіл міжнародних угод про послуги залежно від характеру поведінки продавця і покупця послуг (таблиця 6.1).

Таблиця 6.1

	Споживач не переміщується	Споживач переміщується
Виробник не переміщується	Транспорт, комп'ютерні й інформаційні послуги	Подорожі (туризм), освіта і медичні послуги
Виробник переміщується	Прямі іноземні інвестиції, тимчасова трудова міграція	Подорожі в треті країни, організовані фірмами-нерезидентами

Як ми бачимо, дана класифікація включає не тільки послуги в традиційному значенні, а й рух факторів виробництва, що є носіями цих послуг. Вона дозволяє виділити 4 типи угод, що укладаються між експортерами та імпортерами послуг. До них належать:

- угоди, у яких для надання послуги виробник рухається до споживача;
- угоди, у яких відбувається зворотній рух;
- угоди, у яких відбувається рух як продавця, так і покупця;
- угоди, у яких виробник і споживач не змінюють свого місцезнаходження.

Іноземні спеціалісти класифікують послуги також за ознакою можливої участі в міжнародному обміні. У такий спосіб їх можна поділити на три групи: першу складають послуги, що можуть бути об'єктом зовнішньої торгівлі. На їхню частку припадає приблизно 8% загального обсягу послуг, що надаються. Йдеться, насамперед, про повітряні і морські перевезення пасажирів і вантажів, зв'язок, міжнародні кредитні і страхові угоди. До другої групи відносяться послуги, що за своєю природою взагалі не можуть бути предметом експорту. Це всі види індивідуальних, соціальних, державних, інфраструктурних послуг. І, нарешті, існує третя велика група послуг, що можуть вироблятися як для внутрішніх потреб, так і на експорт. Відповідно, потреби в послугах цього типу можуть задовольнятися як за рахунок внутрішніх джерел, так і за рахунок імпорту.

На жаль, відсутність чітких критеріїв розмежування товарів і послуг, національні розходження в підходах до регулювання цієї сфери нерідко стають причиною виникнення конфліктних ситуацій. Подолання теоретичних розбіжностей і розробка єдиного методологічного підходу дозволять закласти фундамент нового механізму регулювання міжнародної торгівлі послугами.

6.4. Особливості конкуренції в сфері послуг

В умовах глобалізації спостерігається інтенсивний розвиток світогосподарських зв'язків між країнами. Все більше держав бере участь у міжнародному поділі праці, кооперації і спеціалізації виробництва та торгівлі. Це призводить до появи на міжнародній арені все більшої кількості країн-конкурентів, які прагнуть зайняти визначене місце на ринку. Значної уваги заслуговує конкуренція в галузі промислових товарів. Однак послуги вже давно складають переважну частину економіки більшості країн. Розвиток таких їх видів, як фінанси, транспорт і зв'язок відіграє істотну роль у промисловій революції. Сьогодні сектор послуг помітно зростає і стає важливим компонентом національної економіки майже всіх розвинутих країн.

Закономірною складовою розвитку сфери послуг є конкурентна боротьба. *Конкуренція в сфері послуг* представляє собою змагання між компаніями (або країнами) за виробництво послуг з певним набором властивостей, які мають переважну цінність для споживача в порівнянні з аналогічними, що надаються конкурентами. Передумовами виникнення цього явища є відмінності в забезпеченості природними ресурсами, кваліфікованою робочою силою, різний рівень економічного розвитку галузі в країнах світу та науково-технічного потенціалу держав.

З економічної точки зору конкуренція в цій сфері представляє собою процес взаємодії ринкових суб'єктів, в результаті якого з них виділяються найсильніші з т. з. забезпеченості факторами виробництва, ресурсами, технологіями для розвитку галузі і які визначають загальні тенденції її функціонування.

Слід відмітити, що наявність ресурсів однакового рівня для розвитку сфери послуг в декількох країнах не зумовлює їх рівності як конкурентів. Це можна пояснити різним рівнем економічного розвитку країн, нерівномірністю залучення до світової торгівлі, відмінностями в законодавстві, яким регулюється сфера послуг і т.д. Сукупність зазначених показників формує конкурентоспроможність галузі послуг.

Конкуренція в сфері послуг має свої особливості. Серед них доцільно виділити наступні:

- різні країни значно відрізняються за характером національних конкурентних переваг в галузях послуг, так само як це має місце у виробничій сфері.
- для більшості галузей сфери послуг ефект від укрупнення масштабів підприємств є невеликим. Багато з них дуже роздроблені і нараховують безліч невеликих фірм, що надають послуги на локальній основі. Тому сьогодні з метою збільшення своєї конкурентоспроможності велика кількість організацій сфери послуг швидко консолідуються.
- через природу більшості послуг багато видів діяльності організації, яка надає послуги, повинні здійснюватися безпосередньо там, де знаходиться покупець. Для того, щоб не втратити споживача та, відповідно, свої конкурентні позиції на ринку, фірми створюють в кожній країні офіси або відділення, що надають послуги.

Необхідно розглянути 3 основні форми міжнародної конкуренції в сфері послуг. Зазвичай, в практиці міжнародного бізнесу, використовуються їх різноманітні комбінації. Серед них можна виділити наступні:

1. *Мобільні покупці направляються в країну, де послуги виробляються.* В даному випадку ми можемо говорити про міжнародну конкуренцію в таких видах послуг як туризм, освіта, медична допомога, збереження або складування товарів, транспорт. Припустимо, що необхідна послуга може бути надана в п'яти державах. При цьому покупець направиться туди, де зможе одержати послугу, яка коштує дешевше аналогічної, наданої в своїй або третій країні навіть з урахуванням вартості поїздки. Якщо в двох з п'яти країн ціна на послугу буде однаковою, споживач обере ту, яка найбільш повно відповідатиме його смаку, бажанню та звичкам. Отже, це дозволяє зробити висновок, що в даному випадку основою конкурентної переваги країни є вартість послуги.

2. *Фірми однієї країни надають послуги в інших країнах, використовуючи для цього свій внутрішній персонал і технічні засоби.* Йдеться про те, що послуги можуть бути надані іноземним покупцям з використанням наявних у фірми персоналу і технічних засобів, наприклад, при консультуванні з питань

підприємництва, або при інжинірингу. Ця форма міжнародної конкуренції в переважає там, де немає необхідності в підтримці частих контактів із замовником.

3. *Фірми однієї країни надають послуги в інших країнах через посередництво сервісних фірм, що знаходяться за кордоном і обслуговуються персоналом, направленим із країни базування компанії, або набраним з числа місцевих жителів.* При цьому, службовці даної фірми направляються за кордон, щоб заснувати там представництва, але на роботу наймають і місцевих жителів, навчають їх, щоб згодом вони змогли відігравати важливу роль у бізнесі фірми. Ця форма міжнародної конкуренції переважає в бухгалтерсько-аудиторській справі, рекламі, банківській справі та ін. Серед передумов розвитку та інтенсифікації цього виду економічного змагання можна виділити подібність потреб в послугах споживачів різних країн, появу більш мобільних і більш інформованих покупців послуг, зростаючу мобільність персоналу, значні розбіжності між країнами у вартості, якості і переліку послуг, наданих місцевими фірмами.

Основні категорії та поняття

- **Система послуг** – це сукупність окремих їх видів (страхові, фінансові, транспортні, туристичні, посередницькі тощо), які тісно пов'язані між собою і формують загальні тенденції розвитку ринку послуг.
- **Послуга** – це вид діяльності, який задовольняє певну людську потребу, може мати або не мати матеріальну форму, тісно пов'язаний з виробництвом товарів або повністю самостійно оформлений.
- **Конкуренція в сфері послуг** - змагання між компаніями (або країнами) за виробництво послуг з певним набором властивостей, які мають переважну цінність для споживача в порівнянні з аналогічними, що надаються конкурентами.
- **Міжнародний транспорт** - послуги усіх видів транспорту (морського, трубопровідного, повітряного, наземного, річкового і космічного), що надаються резидентами однієї країни резидентам іншої країни.

- **Міжнародний туризм** - це сфера світової економіки, яка пропонує продукт, що користується попитом на міжнародному ринку і приносить прибутки країні-виробнику.
- **Ринок інформаційних послуг** - сукупність економічних, правових і організаційних відносин по продажу і купівлі інформаційних продуктів та послуг, які складаються між їхніми постачальниками і споживачами.
- **Міжнародний інжиніринг** – це діяльність по наданню комплексу послуг виробничого, комерційного і науково-технічного характеру, які здійснюються як спеціалізованими фірмами, так і промисловими, будівельними та іншими компаніями.
- **Фінансова послуга** — операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок чи за рахунок цих осіб, а у випадках, передбачених законодавством, і за рахунок залучених від інших осіб фінансових активів, з метою отримання прибутку або збереження реальної вартості фінансових активів.

Тема 7. Цінові аспекти управління експортно-імпортними операціями

7.1. Сутність, структура та способи встановлення цін

7.2. Види цін при здійсненні експортно-імпортних операцій

7.3. Знижки і надбавки при здійсненні експортно-імпортних операцій

7.1. Сутність, структура та способи встановлення цін

Валюта ціни – це валюта, в якій зафіксована ціна товару в контракті. Специфіка вибору валюти ціни впливає з факту конвертованості валюти. У розрахунках використовується вільноконвертована валюта (ВКВ).

Від вибору валюти ціни залежить ризик валютних втрат, тобто можливість не одержати еквівалент вартості, передбачений в момент пропозиції ціни та підписання контракту. Експортерам вигідно фіксувати ціни

товарів в ВКВ, курс яких є стабільним або має тенденцію до підвищення. Через те, що інтереси експортерів та імпортерів протилежні, то в інтересах імпортера фіксувати ціни у валюті, яка має тенденцію до зниження.

Контрактна ціна повинна базуватися на рівні світових цін. Практично світові ціни – це експортні ціни основних постачальників даного товару та імпортні ціни у найважливіших центрах імпорту цього товару. Це ціни, які найбільш повно характеризують стан торгівлі даним товаром. Визначення світової ціни для конкретного товару є найважливішим фактором, який впливає на вигідність угоди, відповідно до кон'юнктури.

Для визначення контрактної ціни використовуються методи вивчення цін на аналогічні товари.

Ціни, які можуть бути основою при визначенні контрактної ціни, за ступенем наближення до дійсного рівню світової ціни поділяють на базові ціни та фактичні. До базових цін належать довідкові, преїскурантні (каталоги, проекти, рекламні об'яви) і офіційні ціни продажу, а також ціни окремих оферт і запитів. Довідкові ціни надаються на сировину та напівфабрикати, преїскурантні – на готові вироби, але тільки для виробів масового та серійного виробництва. При цьому для універсальних та стандартних товарів виробничого призначення – це ціни преїскурантів, а для споживчих товарів – це ціни каталогів.

За способом фіксації в контракті можуть бути наступні види цін:

- тверда ціна – встановлюється у момент підписання контракту і протягом терміну дії контракту змінам не підлягає. Встановлюється у вигляді контрактної цифри. (Ці ціни використовуються у короткострокових угодах);

- ціна з наступною фіксацією – у контракті не зазначається, а описується спосіб встановлення ціни у майбутньому, тобто у момент виконання угоди, або у позначений термін на основі узгоджених джерел. (Ці ціни застосовуються при постачаннях товарів з тривалим терміном виготовлення, товарів, вартість яких залежить від якості (наприклад, метали і хімікати з домішками);

- ковзаюча ціна – розраховується у момент виконання угоди переглядом базисної ціни з урахуванням змін у витратах виробництва протягом терміну

виконання контракту. Застосовується при продажу продукції, яка має тривалі терміни поставок (наприклад, складного комплексного устаткування, технічного комплексу). У контракті встановлюється базова ціна та її структура, момент початку зміни ціни, межа зміни (на практиці імпортеру не варто погоджуватися на межу, що перевищує 15-20 відсотків базової ціни).

Структура базисної ціни – це відсоткова частина в ній постійних витрат (прибуток, накладні витрати, амортизаційні відрахування) і перемінних витрат (на сировину, матеріали, оплату праці). Саме перемінні витрати визначають зміну ціни, тому що зі зміною цін на сировину, податкової політики держави, рівня оплати праці у галузі і будуть пов'язані додаткові витрати на виконання даного контракту. Структура базової ціни встановлюється таким чином:

$$Ц_B = K_{\Gamma} + Z + M, \text{ де}$$

$Ц_B$ – базова ціна (100 %);

K_{Γ} – коефіцієнт гальмування, тобто частина в ціні незмінних постійних витрат. ($K_{\Gamma} = 10-20\%$ – продавці зацікавлені у зменшенні цього коефіцієнту, а покупці, навпаки, у його збільшенні, щоб зменшити вплив на ціни інфляційного збільшення ставок заробітної плати та цін на сировину).

Z – частина в ціні витрат на заробітну плату (у відсотках);

M – частина у ціні витрат на сировину та матеріали (у відсотках).

Остаточна ціна при такому способі фіксації ціни розраховується за формулою:

$$\ddot{O} = \ddot{O}_A \times (\dot{E}_O + (C \times z_C) + (I \times z_I))$$

де I_z – індекс зміни заробітної плати (дорівнює співвідношенню заробітної плати в момент постачання до заробітної плати у момент підписання контракту);

I_M – індекс зміни вартості матеріалів (дорівнює співвідношенню вартості матеріалів в момент постачання до вартості матеріалів у момент підписання контракту).

Індекси зміни цін на товари і ставки заробітної плати у більшості публікуються промислово розвиненими країнами. У міжнародній практиці

точкою розрахунку початку зміни ковзання ціни є дата комерційної пропозиції (оферти) експортера, іноді – дата підписання контракту.

У контракті визначається тільки загальний порядок фіксації цін. Наприклад, робляться наступні попередження: “Якщо у момент постачання товару зміняться фактичні витрати виробника, про що він у письмовому вигляді повідомляє покупця з додаванням документів, що підтверджують збільшення витрат, то ціна на товар збільшиться відповідно до збільшення витрат”.

У контракті в остаточному вигляді фіксується: базова ціна в абсолютному значенні; її структура в відсотковому значенні; залежність зміни остаточної ціни від зміни цін матеріалів і ставок заробітної плати; ціни матеріалів і ставки заробітної плати (або індекси, що відображають їх рівень) до моменту укладання угоди; період, протягом якого повинні враховуватися зміни за цінами матеріалів і ставками заробітної плати та порядок визначення цих величин для встановлення періоду ковзання; джерела, на основі яких виявляються зміни цін матеріалів і ставок заробітної плати (або індексів).

При встановленні ковзаючої ціни до контракту можуть бути внесені деякі обмеження. Наприклад, встановлено границю в відсотках до договірної ціни, в межах якої ціни не переглядаються, а також межа можливої зміни договірної ціни – “ліміт зміни” (10%). Також може бути передбачено, що зміна розповсюджується не на всю суму витрат, а лише на певні їх елементи (наприклад, на метал при побудові судна) із зазначенням їх величини у відсотках від загальної вартості замовлення.

Зміну ціни може бути передбачено не на увесь термін дії контракту, а на більш короткий термін від дати укладання.

- рухлива ціна – зафіксована ціна, яку може бути переглянуто у подальшому, якщо ринкова ціна даного товару до моменту його постачання змінилась. При цьому вноситься застереження, що якщо до моменту виконання угоди ціна на ринку підвищилась або знизилася, відповідно повинна змінитися і ціна. Зазвичай обумовлюється припустима величина відхилення (від 2 до 6 відсотків), у межах якої зафіксована ціна не переглядається. При встановленні обов’язково повинно бути передбачене джерело, за яким судять про зміну ціни.

Механізм ціноутворення на світовому ринку передбачає використання наступних методів:

I. **Метод витрат** (затратний метод) передбачає розрахунок ціни товару, що підлягає експорту, по такій формулі:

$$C_{ц.т.} = C_0 (A + B * M_1 / M_0 + D * P_1 / P_0)$$

По цій ціні визначається доцільність експорту товару.

$C_{ц.т.}$ (світова ціна на товар, що експортується) або ціна товару виробника, по якій він може продати товар на світовому ринку

C_0 собівартість товару

A коефіцієнт гальмування = 0,1 – 0,2

B витрати на сировину та матеріали

M_1 індекс світових цін на сировину та матеріали на момент початку реалізації товару на світовому ринку

M_0 індекс світових цін на сировину та матеріали на момент початку виробництва товару

D витрати на робочу силу

P_1 індекс світових цін на робочу силу на момент початку реалізації товару на світовому ринку

P_0 індекс світових цін на робочу силу на момент початку виробництва товару

II. **Метод ковзкої бази цін**

$$C_{ц.т.2010} = \frac{C_{ц.т.'05} + C_{ц.т.'06} + C_{ц.т.'07} + C_{ц.т.'08} + C_{ц.т.'09}}{5}$$

Середня ціна на цей товар протягом останніх 5 років.

Переваги методу ковзкої бази цін:

1. Цей метод дозволяє уникнути спекулятивних коливань.
2. Цей метод дозволяє погасити коливання від фінансових криз.
3. Цей метод дозволяє повніше використати у ціноутворенні сучасні досягнення світової науки і техніки.

8.2. Види цін при здійсненні експортно-імпортних операцій

В сучасних умовах система цін світового ринку нараховує близько 40 видів цін. Основні види цін на товари, що існують на світовому ринку:

- 1. Світова ціна країн-експортерів товару** – це ціна на товар, яку встановлюють країни, що експортують переважну частку даного товару. Наприклад, ОПЕК.
- 2. Котировки на міжнародних товарних біржах** – це світова ціна на товар, яка встановлюється на міжнародних товарних біржах.
- 3. Аукціонна ціна** – це світова ціна, яка встановлюється на міжнародних аукціонах.
- 4. Регіональна ціна** – це світова ціна, яка встановлюється в межах окремих інтеграційних об'єднань. Наприклад, ЄС.
- 5. Оптова ціна** – це світова ціна на товар, який реалізується крупними партіями.
- 6. Роздрібна ціна** – це світова ціна на товар, який реалізується невеликими партіями.
- 7. Монопольно висока світова ціна**
Монопольно низька світова ціна
встановлюється монополістами-виробниками, частка яких у загальному експорті даного товару перевищує 30 %.
- 8. Номінальна ціна** – це світові ціни на товари, які публікуються в прайс-листах.
- 9. Індикативні ціни** – це орієнтовані ціни на товари, що реалізуються на світовому ринку.
- 10. Трансфертні ціни** – це ціни, які встановлюються, як правило, ТНК та використовуються при здійсненні зовнішньоторговельних операцій між їх структурними підрозділами, що розташовані в різних частинах світу.
- 11. Спеціалізовані ціни** – це світові ціни на товари, що виробляються на основі угод про міжнародну спеціалізацію і кооперацію виробництва.
- 12. Ціна продавця** – це світова ціна на товар, що встановлюється продавцем у його офіційних пропозиціях (офертах).

- 13.Ціна покупця** (попиту) – це світова ціна на товар, яка пропонується покупцем при здійсненні торгів (тендерів).
- 14.Клірингова ціна** – це світові ціни на товари, розрахунки по яких здійснюються на основі клірингових угод.
- 15.Ковзка ціна** – це світова ціна на товар на чітко визначену дату.
- 16.Ринкова ціна** – це світова ціна на товар на даному світовому ринку.
- 17.Довідкова ціна** – це світові ціни, що містяться в спеціалізованих каталогах комерційної інформації.
- 18.Тверді ціни** – це остаточні ціни, які фіксуються в міжнародних господарських контрактах.
- 19.Світові ціни з послідовною фіксацією** – це ціни на товари, які встановлюються у зазначені в МГК терміни на основі погоджених джерел.
- 20.Ціни фактичних угод** – це ціни на товари, які фіксуються в аналогічних МГК. Дані ціни є найбільш об'єктивним джерелом, критерієм для визначення рівня цін в МГК. Ідеться про аналогічні контракти, які були укладені протягом останнього року.
- 21.Статистична світова ціна** – це ціни на товари, які фіксуються в статистичних довідниках, та відбивають тенденції змін протягом певного періоду.

8.3. Знижки і надбавки при здійсненні експортно-імпортних операцій

В сучасних умовах при здійсненні зовнішньоторговельних операцій нараховується близько 40 різних знижок і надбавок. **Знижка** – це зміна світової ціни на товар в сторону її зменшення. Основні види знижок:

- 1.** Загальна знижка з преїскурантної ціни товару – становить 20-30 % від преїскурантної ціни товару.
- 2.** Знижка за розмір партії товарів, що поставляється одноразово. При значному обсязі одноразової поставки товару ця знижка становить 15-30 % від преїскурантної ціни.
- 3.** Кількісні знижки, що надаються в залежності від серійності та обсягу замовлення при поставках масової продукції 10-15 % від вартості угоди.

4. Бонусні знижки – це знижки за вірність покупця. Надаються оптовим покупцям. Обумовлені обсягом продажу товарів протягом року або кількох років. Становлять 7-10 % від вартості зовнішньоторговельного обороту. Під зовнішньоторговельним оборотом розуміється обсяг експорту/імпорту за 1 рік.
5. Сезонні знижки надаються при поставці продукції сезонного сільськогосподарського виробництва або товарів сезонного користування (взуття, одяг). Становлять 8-20-50-60 % та більше.
6. Дилерська знижка надається посередницьким фірмам, конторам, дилерам та встановлюється на основі роздрібної ціни товару. Розмір: 20-30 % від роздрібної ціни товару.
7. Знижка сконто
 - Знижка за розрахунки готівкою на момент передачі товару або товаросупроводжуючих документів (ТСД). Становить: 2-3 % від вартості угоди.
 - Знижка, яка надається за попередню оплату товару, що поставляється. Становить: 3-5 % від вартості угоди.
8. Спеціальні знижки окремим постійним партнерам, які підтвердили довготривалу зацікавленість в товарах постачальників. Розмір: 5-8 % від вартості угоди.
9. Закриті знижки застосовуються:
 - за умов внутріфірмової торгівлі.
 - в межах регіональних інтеграційних формувань (ЄС).
 - по спеціальним міжнародним угодам.
10. Знижка за поставки промислової сировини. Розмір: 3-5 % від вартості угоди.
11. Знижка, яка надається при купівлі машин та устаткування, що були в експлуатації. Розмір: до 50 % від первісної вартості товару або більше.

Загальна сума всіх знижок може досягати 50-60 % від преїскурантної ціни товару, що реалізується на світовому ринку.

Надбавки при здійсненні зовнішньоторговельних операцій:

Надбавка – це зміна світової ціни на товар в сторону її збільшення. Цінові надбавки, як правило, встановлюють за умов виконання особливих вимог покупця. Основні умови:

1. Скорочення терміну поставки товару.
2. За покращення якості товарів, що підлягають експорту/імпорту.
3. За спеціальне виконання товарів, що підлягають експорту/імпорту. Йдеться про доповнення, що не змінюють суттєвих характеристик товарів, але впливають на їх ціну.
4. За забезпечення особливих умов транспортування товару.
5. За забезпечення спеціального пакування товару.
6. За додаткове маркування товару.
7. Тощо.

Розмір цінової надбавки: $H_{c.п.} = K + P$

$H_{c.п.}$ надбавка світової ціни на товар

K витрати продавця, що пов'язані з виконанням особливих вимог покупця

P прибуток продавця, який він отримає при виконанні вимог

Основні категорії та поняття

- **Валюта ціни** – це валюта, в якій зафіксована ціна товару в контракті.
- **Тверда ціна** – контрактна ціна, що встановлюється у момент підписання контракту і протягом терміну дії контракту змінам не підлягає.
- **Ціна з наступною фіксацією** – контрактна ціна, що у контракті не зазначається, а описується спосіб встановлення ціни у майбутньому, тобто у момент виконання угоди, або у позначений термін на основі узгоджених джерел.
- **Ковзаюча ціна** – контрактна ціна, що розраховується у момент виконання угоди переглядом базисної ціни з урахуванням змін у витратах виробництва протягом терміну виконання контракту.

- **Рухлива ціна** – зафіксована контрактна ціна, яку може бути переглянуто у подальшому, якщо ринкова ціна даного товару до моменту його постачання змінилась.
- **Структура базисної ціни** – це відсоткова частина в ній постійних витрат (прибуток, накладні витрати, амортизаційні відрахування) і перемінних витрат (на сировину, матеріали, оплату праці).
- **Світова ціна країн-експортерів товару** – це ціна на товар, яку встановлюють країни, що експортують переважну частку даного товару. Наприклад, ОПЕК.
- **Котировки на міжнародних товарних біржах** – це світова ціна на товар, яка встановлюється на міжнародних товарних біржах.
- **Аукціонна ціна** – це світова ціна, яка встановлюється на міжнародних аукціонах.
- **Регіональна ціна** – це світова ціна, яка встановлюється в межах окремих інтеграційних об'єднань. Наприклад, ЄС.
- **Оптова ціна** – це світова ціна на товар, який реалізується крупними партіями.
- **Роздрібна ціна** – це світова ціна на товар, який реалізується невеликими партіями.
- **Монопольно висока світова ціна** - встановлюється монополістами-виробниками, частка яких у загальному експорті даного товару перевищує 30 %.
- **Номінальна ціна** – це світові ціни на товари, які публікуються в прайс-листах.
- **Індикативні ціни** – це орієнтовані ціни на товари, що реалізуються на світовому ринку.
- **Трансфертні ціни** – це ціни, які встановлюються, як правило, ТНК та використовуються при здійсненні зовнішньоторговельних операцій між їх структурними підрозділами, що розташовані в різних частинах світу.
- **Спеціалізовані ціни** – це світові ціни на товари, що виробляються на основі угод про міжнародну спеціалізацію і кооперацію виробництва.

- **Ціна продавця** – це світова ціна на товар, що встановлюється продавцем у його офіційних пропозиціях (офертах).
- **Знижка** – це зміна світової ціни на товар в сторону її зменшення.
- **Надбавка** – це зміна світової ціни на товар в сторону її збільшення.

Тема 8. Валютно-фінансові та платіжні умови експортно-імпортних операцій

8.1. Сутність та основні види розрахунків при здійсненні експортно-імпортних операцій

8.2. Особливості розрахунків за інкасо

8.3. Специфіка здійснення розрахунків за акредитивом

8.4. Відкритий рахунок та банківський переказ як пріоритетні форми розрахунків при здійсненні експортно-імпортних операцій

8.1. Сутність та основні види розрахунків при здійсненні експортно-імпортних операцій

Одним з найважливіших підрозділів контракту є **умови платежу**, який встановлює:

- валюти платежу та курс перерахування валют;
- види та форми розрахунків за товар, який поставляється;
- гарантії платежу.

Валютою платежу зазвичай у торгівлі з промислово-розвиненими країнами є валюти цих країн, у торгівлі зі слаборозвинутими країнами – вільно конвертована валюта промислово-розвинених країн. Валюта платежу зазвичай співпадає з валютною ціни та називається валютою контракту або валютою розрахунків.

Курс перерахунку валют, за яким валюта ціни перераховується у валюту платежу, включається до контракту у тих випадках, коли валюти ціни та платежу не співпадають. Необхідно враховувати, що існують різні значення валютних курсів залежно від часу, валютного ринку. Розрізняють також курс

продавця та курс покупця, і курси різних методів платежу (телеграфний, поштовий).

Розрахунки завжди здійснюються за поточним курсом, а не за курсом дати укладання контракту, тому що це може призвести до валютних втрат внаслідок знецінювання валюти платежу. За базу перерахунків беруть ринок котирувань.

Розрізняють такі види розрахунків: авансові платежі, кредитні розрахунки та готівкові розрахунки.

Авансовий платіж виконує дві функції: форма кредитування імпортером експортера; засіб забезпечення зобов'язань, прийнятих покупцем за контрактом. Аванс може бути наданий у двох формах: грошовій, який визначається у відсотках від загальної суми контракту; товарній, що надається замовником (імпортером) сировинних матеріалів або комплектуючих частин, необхідних для виконання замовлення. Аванс погашається зазвичай шляхом зарахування при поставці товару. За аванси, що видаються, можуть нараховуватися відсотки на користь імпортера за період із дня видачі авансу до постачання товару.

Як правило, аванс забезпечується гарантією банку експортера або до контракту вноситься застереження, що у випадку невиконання експортером умов договору аванс повертається імпортерові у повній сумі.

Основними формами комерційного кредиту є фінансовий й товарний. Фінансовий у вигляді грошових позик імпортером на оплату придбаних товарів. Найбільш розповсюдженою є товарна форма кредиту, коли експортери надають імпортерам розстрочку платежів за поставлені товари. За тривалістю розстрочки кредити поділяються на: короткострокові (до 1 року); середньострокові (до 5 років); довгострокові (більше 5 років).

Головною проблемою кредитних відносин є гарантування платежів. Однією з найбільш розповсюджених форм гарантії є вексельна. *Вексель* – це безумовне зобов'язання боржника виплатити вказану суму по закінченню вказаного в ньому терміну. Векселі можуть передаватися від одного векселевласника до іншого, при цьому на їх оборотній стороні наноситься

напис (індосамент) із зазначенням (або без) імені нового власника. У міжнародній практиці широко застосовуються перевідні векселі (тратти).

Тратта – документ, який містить безумовний наказ кредитора (трасанту) позичальникові (трасату) про сплату у встановлений термін певної суми трасанту (або третій особі) – векселевласнику, яким найчастіше є банк кредитора. Тратти є цінними паперами та можуть бути використані як засіб платежу. Бувають двох видів: з платежем за пред'явленням; з платежем у певний термін. Якщо тратту прийнято банком, вона стає звичайним акцептом. Платежі у кредит, відповідно до норм і звичаїв, використовуються при реалізації машин і устаткування.

Готівкові розрахунки розуміються не у значенні “готівкою” (у міжнародній практиці це не застосовується), а ті форми оплати, які здійснюються в період від готовності товару до відвантаження на адресу покупця до моменту переходу права власності на товар до покупця. До даного періоду додається ще один місяць. Після чого вважається, що оплата здійснюється у кредит. Авансові платежі передбачають виплату покупцем (імпортером) постачальникові (експортеру) узгоджених у контракті сум у рахунок платежів за договором до передачі товару у його розпорядження.

Готівкові платежі у практиці міжнародної торгівлі здійснюються у чотирьох основних формах: інкасо; акредитив; відкритий рахунок; банківський переказ. Ці форми відрізняються: за ступенем вмісту методів проти ризиків неплатежу; швидкістю одержання валютного виторгу; вартістю розрахунків; наявністю додаткових важелів, які спонукають дві сторони до чіткого виконання контракту.

Вибір правильної форми платежу відіграє важливу роль у визначенні ефективності угоди купівлі-продажу. У зв'язку з формою розрахунків у контракті також встановлюються:

- терміни здійснення розрахунків;
- перелік товаросупроводжувальних документів, які підлягають відправленню за адресою покупця при виконанні розрахунків;
- банки, через які здійснюються розрахунки;

- зобов'язання сторін з оплати витрат, пов'язаних зі здійсненням розрахунків.

Розглянемо чотири форми розрахунків: інкасо, акредитив, банківський переказ, відкритий рахунок.

8.2. Особливості розрахунків за інкасо

Розрахунки за інкасо регулюються міжнародним документом “Уніфіковані правила з інкасо” (публікація МТП №322). Розрахунки у формі інкасо – це угода між банком і клієнтом, при якому банк бере на себе зобов'язання одержати платіж на користь клієнта або підтвердження платежу по комплекту обумовлених фінансових або комерційних документів. Схему зображено на рисунку 9.1.

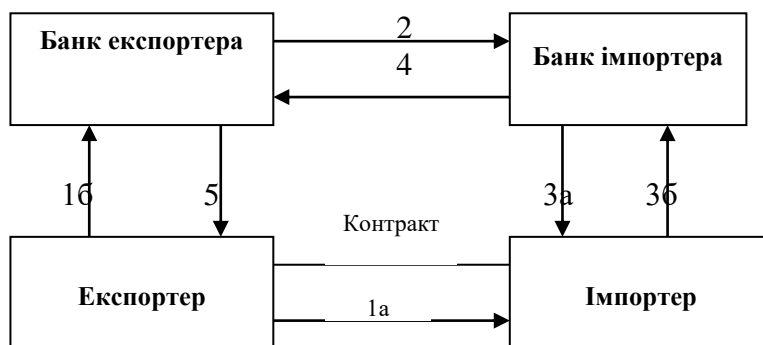


Рис. 9.1. Схема розрахунків за інкасо

Операції мають таку послідовність:

- продавець відвантажує на адресу покупця (1а) та передає банку інкасове доручення, а також обумовлений у контракті пакет документів (1б);
- банк продавця-ремітент надсилає комплект документів банку покупця (2);
- банк видає покупцеві комплект документу (3а) проти суми платежу в інкасовому дорученні (3б);
- одержана сума від покупця переказується банком покупця банку продавця (ремітенту);
- банк продавця нараховує гроші на рахунок продавця.

Розрізняють просте (чисте) та документарне (комерційне) інкасо.

Просте (чисте) інкасо – при якому інкасуються тільки фінансові (платіжні) документи: векселі, чеки, квитанції та інші документи, призначені для одержання платежів без супроводжувальних комерційних документів. Документарне (комерційне) – це інкасо, при якому інкасуються фінансові (платіжні) документи, що супроводжуються комерційними документами, а також інкасо тільки комерційних документів.

Інкасо – це недорога банківська операція. Найчастіше витрати з її оплати розподіляються між сторонами рівномірно. Якщо у контракті умови оплати послуг банку не зафіксовані, то вони лягають на продавця. Інкасо – форма розрахунків, яка вигідна покупцеві. Він оплачує товар і майже одночасно одержує його у своє розпорядження. Крім того, покупець може домовитися з продавцем про відстрочення платежу. Для продавця інкасо, у принципі, є порівняно надійною формою розрахунку.

Перехід права власності на товар до покупця здійснюється у момент одержання документів на нього, оскільки без документів товар не видадуть ні у порту, ні на залізничній станції. А документи при інкасо можуть бути отримані тільки при здійсненні розрахунків.

Інкасо має й очевидні недоліки для продавця. Насамперед, це ризик невикupu товарних документів після того, як товар вже відправлено імпортеріві. Тому експортеру доцільно використовувати інкасо тільки, якщо він упевнений у фінансовому стані покупця. Крім того, для продавця є небажаним тривалий термін одержання платежу після постачання товару.

8.3. Специфіка здійснення розрахунків за акредитивом

Акредитив – це угода між банком і клієнтом (покупцем), відповідно до якої банк, який відкриває акредитив (банк-емітент), бере на себе зобов'язання здійснити платіж третій особі (бенефіціару) на підставі доручення свого клієнта.

Порядок платежів за акредитивом встановлено міжнародним документом “Уніфіковані правила та звичаї для документарних акредитивів” (МТП №400

1983 року – остання редакція). Уніфікованих правил дотримуються всі банки, які обслуговують міжнародні розрахунки.

Розрахунки за акредитивом здійснюються за такою послідовністю:

- покупець направляє своєму банкові (банку-емітенту) доручення про відкриття акредитиву, яке містить необхідні умови;
- банк покупця відкриває акредитив, пересилаючи банку продавця повідомлення про відкриття акредитива та одночасно призначає умови, які повинен виконати продавець для одержання платежу;
- банк інформує продавця про акредитив, виставлений на його користь. У повідомленні визначається сума платежу, термін дії акредитиву, документи, які повинні бути надані продавцем;
- продавець порівнює умови повідомлення з умовами контракту. Якщо вони відповідають одне одному, то продавець відправляє товар на адресу покупця та передає банку необхідний комплект документів. Якщо продавець протягом трьох днів не звернувся до банку, то вважається, що він прийняв умови акредитиву. (Банк, вступаючи у платіжні відносини, керується умовами акредитиву, а не контракту);
- банк перевіряє документи. Якщо документи відповідають інструкції, то банк здійснює переказ платежу на рахунок продавця і направляє документи банку покупця.
- банк покупця перевіряє одержані документи та відправляє їх покупцеві, який виплачує йому суму акредитиву.

Розрізняються наступні види акредитивів, які характеризуються за певними ознаками:

– залежно від можливості зміни або анулювання акредитиву банком-емітентом:

➤ безвідкличний – тверде зобов'язання банка-емітента не змінювати та не анулювати акредитив без узгодження із зацікавленими сторонами;

➤ відкличний – може бути змінений або анульований у будь-який момент без попереднього повідомлення бенефіціару;

– з погляду додаткових зобов'язань іншого банку по акредитиву:

➤ підтверджений – означає, що уповноважений або будь-який третій банк на прохання банку, що відкрив акредитив, разом з ним бере на себе відповідальність за платіж по акредитиву при виконанні експортером всіх необхідних умов;

➤ непідтверджений – (відповідно без підтвердження третього банку);

– з погляду можливого відновлення акредитиву:

➤ револьверний – автоматично відновлюється на попередніх умовах після виконання початкової суми та одержання банком-виконавцем відрахувань. Так відбувається до тих пір, поки не буде виплачена уся сума акредитиву. Такий акредитив зручно застосовувати при оплаті серії поставок товарів;

– з погляду можливості використання акредитиву іншим бенефіціаром:

➤ трансферабельний – за вказівкою бенефіціара може бути переказаний повністю або частково іншим бенефіціаром у країні останнього або в іншу країну.

– з погляду наявності валюти:

➤ покритий – акредитив, при якому банк-емітент переказує валюту у сумі акредитиву, як правило, банку, який авізує (до них також належать – депозитні та блоковані рахунки, страхові депозити);

– з погляду можливості реалізації акредитиву:

➤ акцептний;

➤ акредитив з відстрочкою платежу;

➤ акредитив в платежем проти документів.

Для експортера акредитивна форма розрахунків є найбільш вигідною після авансового платежу.

Вибір між інкасо та акредитивом у визначається співвідношенням сил учасників угоди, обумовленим кон'юнктурою ринку та рівнем їхньої професійної підготовки.

При експорті товарів у країни з більш низьким рівнем розвитку застосовують акредитиви як найбільш надійний фінансовий інструмент, тому що інкасо не дає гарантії оплати товару у валюті.

8.4. Відкритий рахунок та банківський переказ як пріоритетні форми розрахунків при здійсненні експортно-імпортних операцій

Платежі на *відкритий рахунок* здійснюються у такій послідовності:

- продавець відправляє товар на адресу покупця, збирає весь комплект документів в відправляє їх покупцеві поштою;

- покупець, одержавши товар і всі товаросупроводжувальні документи, отримавши тим самим права на товар, протягом терміну, встановленого у контракті, здійснює платіж. Він відправляє банкові платіжне доручення для переказу грошей на рахунок продавця або виписує чек.

Дана форма розрахунків передбачає надання продавцем товаросупроводжувальних документів безпосередньо покупцеві минаючи банк.

Платіж на відкритий рахунок є найбільш простою, дешевою та найбільш ризиковою для продавця формою розрахунків.

Ризикованість даної форми розрахунків пояснюється тим, що оплата товару здійснюється після того, як всі права на нього перейшли до покупця і немає фінансових документів, які змусили б його оплатити товар.

Тому відкриття рахунку застосовується при дуже високій упевненості в партнері. Надійність при платежі на відкритий рахунок може бути досягнута за рахунок гарантій.

Банківський переказ – це доручення переказодавця банкові переказати конкретній особі суму валюти на користь переказоодержувача. При здійсненні цієї операції керуються умовами, зазначеними у платіжному дорученні. Платіжне доручення – це наказ одного банку іншому банку-кореспонденту про виплату експортеріві конкретної суми валюти на прохання і за рахунок імпортера (наприклад, проти пред'явлення ним комерційних, фінансових документів, або розписки) із зазначення, яким чином буде компенсовано банку експортера виплачену суму.

Схему банківського переказу виглядає наступним чином:

- укладання між експортером та імпортером зовнішньоторговельного контракту;

- направлення експортером товару та товаросупроводжувальних документів на адресу імпортера;
- заява імпортера своєму банку на переказ грошей експортерові за закуплені товари;
- переказ грошей імпортера з його банку до банку експортера;
- нарахування виручки експортерові за поставлені товари.

У розрахунках за товарні поставки банківський переказ не отримав досить широкого застосування у світовій практиці внаслідок можливого виникнення ризиків невиконання контракту. Так, експортер ризикує, якщо покупець переказує валюту тільки після відвантаження товару або навіть при прибутті товару до країни призначення та після передання товару у розпорядження імпортера. Але ризикує й імпортер, якщо він повинен здійснити переказ валюти експортерові до відвантаження товару.

Банківський переказ здійснюється поштою або телеграфом при поштовому та телеграфному платіжному дорученні.

У сучасних умовах у здійсненні платежів використовується система СБІФТ (SWIFT) “Товариство міжнародних міжбанківських телекомунікацій” – це автоматизована система передачі банківської і фінансової інформації, яка діє з 1977 року. В умовах переходу України до ринкової моделі економіки та реформ банківської системи великі комерційні банки поступово підключаються до системи СБІФТ, створюючи мережу електронної передачі інформації між учасниками кореспондентських відносин у країні та за кордоном.

Основні категорії та поняття:

- **Авансова оплата** — імпортер самостійно або через свій банк чи банк – експортера оплачує товар у момент передачі ним замовлення експортеру.
- **Акредитив** – угода, де банк зобов’язується за проханням клієнта оплатити документи третій особі (бенефіціару-експортеру), на користь якого відкрито акредитив, чи оплатити акцепт трати, яку виставив бенефіціар. Чи

негоціацію (купівлю) документів. Виставлені йому експортером (бенефіціарієм) відповідно до певних умов.

- **Банківський переказ** – це розпорядження, що пересилається (як правило, електронною поштою) банком однієї країни банкові іншої країни. За його допомогою дається вказівка дебетувати депозитний рахунок першого з них і кредитувати рахунок певної особи чи установи.
- **Відкритий банківський рахунок** — метод платежу, за яким продавець просто відправляє рахунок-фактуру покупцеві, який має заплатити у визначений час після її отримання (ніякого документарного підтвердження, використовується тільки з філіями та іншими підрозділами).
- **Міжнародні розрахунки** – це система організації і регулювання платежів у сфері міжнародних економічних відносин.