

## **Лекція 1**

### **Сутність та особливості здійснення зовнішньоторговельних операцій на світовому ринку 2 год.**

**Мета:** ознайомити студентів із особливості здійснення зовнішньоторговельних операцій на світовому ринку

#### **ПЛАН**

- 1. Сутність та особливості здійснення зовнішньоторговельних операцій на світовому ринку**
- 2. Етапи розвитку зовнішньоекономічної діяльності і управління нею в Україні**
- 3. Система регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні**

#### **1. Сутність та особливості здійснення зовнішньоторговельних операцій на світовому ринку**

В результаті проведення економічних реформ в зовнішній сфері сформувалось два поняття: "зовнішньоекономічні зв'язки" і "зовнішньоекономічна діяльність" (ЗЕД).

На відміну від ЗЕЗ, які являють собою різні форми, засоби і методи зовнішньоекономічних відносин між країнами, ЗЕД висвітлює зовнішньоекономічну діяльність на рівні виробничих структур (фірм, організацій, підприємств, об'єднань і т.д.). ЗЕД можна визначити як сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних і оперативно-комерційних функцій підприємства, пов'язаних з його виходом на зовнішній ринок та участю в зовнішньоекономічних операціях.

ЗЕД розглядають як один із аспектів ЗЕЗ. Разом з тим, це самостійна діяльність підприємства, яка являється, з одного боку, складовою частиною господарської діяльності підприємства, а з другої-якою частиною його діяльності, котра здійснюється на іншому, міжнародному рівні, у взаємозв'язку з господарськими суб'єктами інших країн.

Основними мотивами розвитку ЗЕД на рівні підприємства можуть бути :

1. Розширення ринку збуту своєї продукції за національні межі з метою максималізації прибутку.
2. Закупка необхідної сировини, комплектуючих виробів, нових технологій і обладнання.
3. Залучення інжинірингових та інших послуг для потреб виробництва, з урахуванням їх унікальності, більш вищої якості і низьких цін в порівнянні з внутрішнім ринком.
4. Залучення іноземних інвестицій з метою модернізації виробництва, зміцнення експортного потенціалу і конкурентних позицій на світових товарних ринках.
5. Участь в міжнародному розподілі праці, спеціалізації і кооперуванні виробництва з метою успішного розвитку своєї економіки.

Треба підкреслити, що роль ЗЕД як зовнішнього фактора економічного росту в сучасних умовах постійно зростає. Посилюється її вплив на соціально-економічний розвиток не тільки країни але й кожного господарського суб'єкта.

ЗЕД поняття багатогранне. Воно включає наступні види діяльності: зовнішню торгівлю, міжнародне виробниче кооперування, міжнародне науково-технічне співробітництво, міжнародне інвестиційне співробітництво, валютно-фінансові і кредитні операції.

Кожен з видів ЗЕД здійснюється в певних формах. Наприклад, формами зовнішньої торгівлі являється експорт, імпорт, реекспорт, реімпорт. Формами виробничої кооперації — спільне виробництво на основі спеціалізації, спільні підприємства двох чи більше іноземних партнерів, підрядна кооперація та ін.

Студенти повинні засвоїти важливість знання класифікації ЗЕД для визначення необхідної форми зовнішньоекономічної діяльності підприємств під час їхнього виходу на зовнішній ринок і більш повного врахування нормативно-правової бази.

**Матеріальна основа ЗЕД** — зовнішньоекономічний комплекс країни (регіону). Він являє собою сукупність галузей, підгалузей, об'єднань, підприємств і організацій, що виробляють продукцію на експорт чи використовують імпорتنу продукцію та здійснюють інші види і форми ЗЕД.

Важливим завданням в розвитку зовнішньоекономічного комплексу країни являється об'єднання виробничих і зовнішньоекономічних видів діяльності в єдину органічну, успішно функціонуючу систему. Умовами успішного розвитку зовнішньоекономічного комплексу сьогодні являються:

- зміцнення і нарощування експортного потенціалу;
- активна участь в різних формах міжнародного спільного підприємництва;
- підвищення конкурентноздатності підприємств і виробничо-господарського комплексу;
- розширення самостійної діяльності підприємств, фірм регіонів країни в здійсненні зовнішньоекономічної діяльності.

## **2. Етапи розвитку зовнішньоекономічної діяльності і управління нею в Україні**

В світовій практиці менеджмент як практична діяльність, наука і навчальна дисципліна існує трохи більше 100 років. За цей час він отримав широке розповсюдження, особливо в країнах з розвинутою ринковою економікою.

Менеджмент ЗЕД. міжнародний менеджмент виникають трохи пізніше, приблизно в 60-х роках, під впливом бурхливого розвитку міжнародної і комерційної діяльності ТНК, поглиблення міжнародного розподілу праці, розвитку міжнародної економічної інтеграції.

В Україні можливість використання менеджменту, в тому числі у зовнішній сфері. з'явилася в роки перебудови, на початку переходу країни до ринкової економіки. Тому, звичайно, мова тут іде про становлення менеджменту ЗЕД. про вироблення підходів і принципів до його формування і використання на сучасному етапі розвитку країни.

Щоб розуміти цей процес, доречно розглянути (хоча б коротко) етапи розвитку ЗЕД в Україні.

Виділяють **три етапи** розвитку даного процесу. *Перший* (1918-1987 р.) — радянські роки, зокрема, післявоєнні і, особливо, десятиріччя до перебудови.

Зовнішньоекономічні зв'язки колишнього Радянського Союзу в цей період розвивались по-різному: в роки "холодної" війни менш інтенсивно, а пізніше більш інтенсивно. Але в цілому об'єм зовнішнього торгового обігу постійно збільшується. Так, в 1960 р. він складає 10 млрд. карбованців, в 1970 — 22 млрд., в 1980 р. — 91 млрд., в 1985 — 145 млрд. карбованців (22).

Проте в середині 80-х років темпи росту зовнішньоторгового обігу Союзу почали різко знижуватись. До цього часу в розвитку зовнішньоекономічних зв'язків СРСР та інших соціалістичних країн з'явилися ще інші негативні фактори:

- відстала стратегія і структура зовнішньоторгового обігу, його переважно сировинна направленість;
- незадовільне використання експортного потенціалу оброблюваної промисловості, особливо, машинобудування;
- нераціональний характер імпорту): в країну ввозився дуже широкий асортимент продукції, яку можна було виробляти на вітчизняних підприємствах;
- недостатнє використання нових форм зовнішньоекономічних зв'язків, основною формою міжнародного економічного співробітництва була зовнішня торгівля, а такі нові форми як міжнародна спеціалізація і кооперування виробництва, прямі зв'язки. компенсаційні угоди, ліцензійна торгівля та інші мали незначний розвиток:
- спостерігалась недооцінка ролі ЗЕЗ як фактора економічного росту;
- відчуження безпосередніх виробників від зовнішніх ринків.

Підприємства не мали права безпосередньо виходити на зовнішні ринки. Всі питання (замовлення на експорт, закордонні закупки та ін.) знаходились у віданні держави та її органів, що максимально знижувало зацікавленість виробників у розвитку експортної продукції, покращення її якості і технічних характеристик. Багато із названих негативних

факторів були зумовлені переважно екстенсивним характером економічного росту, а також специфікою відповідних механізмів управління економікою, враховуючи зовнішньоекономічні зв'язки. В умовах екстенсивного росту головним було досягнення кількісних результатів, а витрати виробництва, якість продукції, її конкурентноздатність, технічний прогрес, соціальні проблеми відходили на другий план, що негативно впливало на соціально-економічний розвиток країни.

**Другий** етап (1987-1991 рр.) — роки перебудови економіки, в тому числі ЗЕЗ в Україні в складі СРСР. Цей етап характеризувався ліквідацією державної монополії на зовнішню торгівлю та зміною принципів організації управління ЗЕД. В цей період вирішуються два основних завдання:

1. Розширення прав міністерств і відомств, об'єднань і підприємств для виходу на зовнішній ринок, установлення прямих зв'язків, розвитку виробничої і науково-технічної кооперації.

2. Дальше вдосконалення державного регулювання ЗЕД. На даному етапі був прийнятий ряд важливих урядових постанов, спрямованих на вирішення даних завдань. Особливо треба відзначити постанову "Про дальший розвиток зовнішньоекономічної діяльності державних, кооперативних та Інших суспільних об'єднань і організацій" від 12.12.88 р.. у відповідності з яким всі підприємства отримали право виходу на зовнішній ринок. Велику увагу на даному етапі приділяється перебудові зовнішньоторгового апарату на рівні підприємств, регіонів і країни в цілому. Підприємства, що одержали право виходу на зовнішній ринок, не володіли належним досвідом ведення експортно-імпортних операцій, достатніми знаннями в галузі ділових відносин і етиці міжнародного бізнесу.

**Третій** етап (1991 р. до даного часу). Період реформування і розвитку ЗЕД і її управління в Україні як суверенній державі. Вступ країни на шлях самостійного розвитку вимагало вироблення нової концепції ЗЕЗ з урахуванням проведення Україною самостійної зовнішньоекономічної політики.

Суть прийнятої на початковому етапі концепції полягала: - в розвитку активного співробітництва з країнами дальнього зарубіжжя, входження в світовий інтеграційний процес; удосконалення і дальший розвиток економічних зв'язків з країнами ближнього зарубіжжя, переведення їх на ринкові відносини.

На даному етапі ЗЕД надається ще більшого значення. Вона розглядається не тільки як складова частина господарської діяльності підприємства, але й як важливий фактор економічного росту, створення передумов більш інтенсивного розвитку інтеграційних процесів на мікрорівні. В цей період був прийнятий ряд важливих законодавчих актів, зокрема Закони України "Про зовнішньоекономічну діяльність", "Про єдиний митний

тариф", "Про режим іноземного інвестування", Декрет Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання і валютного контролю" та ін.

### **3. Система регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні**

Згідно закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність" Україна самостійно формує систему та структуру державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності на своїй території.

Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності повинно забезпечити:

- захист економічних інтересів України і законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;
- створення однакових можливостей для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності з ціллю розвитку всіх видів підприємницької діяльності, незалежно від форм власності, використання доходів і здійснення інвестицій;
- розвиток конкуренції і ліквідацію монополізму.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється виходячи з наступних цілей:

- забезпечення збалансованості економіки і рівноваги внутрішнього ринку України;
- стимулювання прогресивних структурних змін в економіці;
- створення найбільш сприятливих умов для введення економіки України в систему міжнародного поділу праці.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється:

- Україною як державою в лиці її органів в межах їх компетенції;
- недержавними органами управління економікою (товарними, фондовими, валютними біржами, торгівельними палатами і ін.), які діють на основі своїх установчих документів;
- самими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності на основі відповідних угод, які заключаються між ними.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється за допомогою:

- законів України;
- передбачених в законах України актів тарифного і нетарифного регулювання, які видаються державними органами України в межах їх компетенції;
- економічних методів оперативного регулювання (валютних, фінансово-кредитних операцій та ін.) в рамках законів України;

- рішень недержавних органів управління економікою, які приймаються згідно їх установчих документів в рамках законів України;
- договорів, які заключаються суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності і не суперечать законам України.

### **Органи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності:**

- Верховна Рада України. В компетенцію Верховної Ради України входить:
  - прийняття, зміни, анулювання законів;
  - затвердження основних напрямів зовнішньоекономічної політики;
  - затвердження структури органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
  - заключення міжнародних договорів;
  - встановлення спеціальних режимів зовнішньоекономічної діяльності на території України;
  - затвердження списку товарів, експорт і імпорт яких підлягає ліцензуванню або забороняється.
- Кабінет Міністрів України:
  - визначає методи здійснення зовнішньоекономічної політики України;
  - здійснює координацію діяльності міністерств, державних комітетів і відомств України по регулюванню зовнішньоекономічної діяльності;
  - координує роботу торговельних представництв України та в інших державах;
  - приймає нормативні акти з питань зовнішньоекономічної діяльності;
  - проводить переговори і заключає міжнародні договори;
  - виносить на розгляд Верховної Ради України пропозиції відносно організації системи міністерств, державних комітетів і відомств – органів оперативного державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
  - забезпечення складання платіжного балансу, зведеного валютного плану України;
  - здійснює міри для раціонального використання коштів Державного валютного фонду України.
- Національний банк України:
  - здійснює збереження і використання золотовалютного резерву України;
  - представляє інтереси України в відносинах з центральними банками і іншими фінансово-кредитними інститутами і заключає відповідні банківські угоди;
  - регулює курс національної валюти України по відношенню до грошових одиниць інших держав;

- здійснює облік і розрахунки за пред'явленими і отриманими кредитами держави, проводить операції з централізованими валютними ресурсами, які виділяються із державного валютного фонду України.

- Міністерство зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі України:

- забезпечує проведення єдиної зовнішньоекономічної політики при здійсненні суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності виходу на зовнішній ринок, координує їхню діяльність;

- здійснює контроль за дотриманням всіма суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності законів України і умов міжнародних договорів України;

- здійснює міри нетарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, реєстрацію окремих видів контрактів і інші функції.

- Державне управління митного контролю:

- здійснює митний контроль в Україні;

- Антимонопольний комітет України:

- здійснює контроль за дотриманням суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності антимонопольного законодавства.

- Органи місцевого управління зовнішньоекономічною діяльністю:

- місцеві Ради народних депутатів України;

- територіальні підрозділи (відділи) органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні.

#### **Література :**

- 1. Козик В.В., Панкова Л.А., Карп'як Я.С., Григор'єв О.Ю., Босак О.А., Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.
- 2. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Підручник / За ред. О.А. Кириченка. – К.: Знання, 2005. – 493 с.

## **Лекція 2**

### **Управління операціями з експорту - імпорту на рівні підприємства. 2 год.**

**Мета:** ознайомити студентів із особливостями здійснення планування як вміння передбачити мету підприємства, результати її діяльності і ресурси, потрібні для досягнення цієї мети.

## **ПЛАН**

**1. Планування в управлінні операціями з експорту – імпорту**

**2. Організація експортно – імпортних операцій на рівні підприємства**

**1. Планування є важливою частиною управління ЗЕД. Суть**

Планування допомагає відповісти на важливі запитання :

1. Де підприємство знаходиться в даний час, які його економічні позиції?
2. Яким чином , з використання яких ресурсів можливо досягти максимальних результатів в діяльності підприємства?
3. Як може бути використана ЗЕД для успішного соціально-економічного розвитку підприємства?

**Довготривале планування** охоплює довгі періоди часу, 10-25 років. Деякий час довготривале планування ототожнювалось із стратегічним, але ці два поняття розглядаються окремо. Стратегічне планування по своєму змісту багато складніше довготривалого.

Середньотривале планування конкретизує орієнтири, визначені в довготривалих планах. Вони розраховані на більш короткий час. Донедавно середньотривале планування розраховувалось на 5 років, проте швидкість змін зовнішнього середовища змусила необхідність скоротити термін цього типу планування приблизно до 2-3 років. В сфері ЗЕД середньотривалі плани вирішують завдання, пов'язані з перебудовою існуючих виробничих потужностей, оновленням асортименту, розширенням чи звуженням експорту (імпорту), пошуком нових ринків збуту і т.д.

**Короткочасне планування** — вироблення планів на 1-2 роки.

Зазвичай це річний план, який нараховує в собі конкретні завдання по здійсненню експортно-імпортних операцій. Вони (операції) містять інформацію про строки, об'єми, асортимент, черговість поставок і т.ін.

Весь процес планування ЗЕД, як і внутріфірменого, можна умовно поділити на дві стадії:

1. Розробка стратегії ЗЕД (стратегічне планування).
2. Визначення тактики здійснення виробленої стратегії (оперативне чи тактичне планування).

Стратегія виробничого підприємства — це сукупність головної мети і основних способів досягнення накресленої мети. Інакше кажучи, розробка стратегії підприємства означає визначення загальних напрямків його розвитку. Розробка стратегії ЗЕД означає визначення основних напрямків діяльності фірми в міжнародній сфері, на світовому ринку. Важливо ще раз підкреслити, що стратегічні плани розвитку ЗЕД повинні бути інтегровані в загальну стратегію розвитку підприємства в цілому.

Стратегічне планування зазвичай розраховане на довгий період, хоч на багатьох підприємствах стратегія базується на середньотривалому плануванні (другий спосіб більш



прийнятний для підприємств України, що працюють в умовах великої невизначеності). В галузі ЗЕД стратегічне планування може охоплювати період від 4 до 7 років.

Як уже відзначалося, не варто ототожнювати стратегічне і довготривале планування.

Стратегічне планування — це не функція часу, а насамперед функція направленості. Вона не просто зосереджена на даному періоді часу, а нараховує в собі сукупність глобальних Ідей розвитку підприємства, в тому числі в сфері ЗЕД.

Тактичне планування як правило охоплює короткочасний і середньотривалий періоди від 0.5 до 2 років (зазвичай рік). Воно має справу з вирішенням того, як повинні бути розраховані ресурси підприємства для досягнення стратегічної мети. Якщо головним питанням стратегічного планування являється питання: "Чого хоче досягти підприємство?", то тактичне планування спрямоване на вирішення іншого питання: "Як підприємство повинно досягти такого стану?".

Процес планування ЗЕД в свою чергу полягає з цілого ряду етапів (фаз). Проте ще до початку роботи над планами ЗЕД підприємству важливо володіти інформацією з таких питань:

- Що і коли експортувати (імпортувати)?
- В яких умовах належить здійснювати ЗЕД ?
- Які види і форми ЗЕД доцільно вибрати?
- Які ресурси має підприємство для здійснення ЗЕД?
- Якою повинна бути організаційна структура управління ЗЕД?
- Який результат очікується від ЗЕД (приблизний розмір прибутку, рентабельність, розміри розширення збуту, валютна виручка іт.д.)?

Процес планування може бути виражений такими етапами:

1-ий. Визначення місії і комплексу завдань. Складання "дерева завдань".

2-ий. Аналіз і оцінка внутрішнього і зовнішнього середовища. Інколи даний етап передує етапу визначення завдань.

3-ій. Стратегічний аналіз. Фірма порівнює завдання і результати дослідження факторів внутрішнього й зовнішнього середовища, визначає розрив між ними, формує різноманітні варіанти стратегій.

4-ий. Порівняння і визначення одної з альтернативних стратегій, її розробка.

5-ий. Готується остаточний стратегічний план діяльності фірми в галузі ЗЕД.

6-ий. Середньотривале планування. Розроблення середньої-тривалих планів і програм.

7-ий. На основі стратегічного і середньотривалого планування розробляються річні оперативні плани і проекти.

**8-ий.** Контроль за виконанням рішень, втілених у планах. Цей етап не являється стадією безпосереднього процесу планування, проте він має важливе значення для планування і реалізації стратегії ЗЕД підприємства, тому що дає можливість більш раннього виявлення можливого розриву між плановими показниками і фактичним виконанням та внесення відповідних корективів в цей процес. В цілому процес планування являє собою нібито замкнутий цикл з прямим і зворотнім зв'язком.

Результатом процесу планування являється система планів, яку можна поділити на такі елементи:

1. Стратегічний план (чи генеральний план), який частіше всього складається на 5 років.
2. Загальнофірмовий план, основу якого складає "план розвитку", що містить в собі і розвиток ЗЕД.
3. Оперативні плани підприємства. Вони можуть містити в собі загальнофірмові плани поточної діяльності підприємства, а також поточні плани підрозділів.

Крім планів на підприємстві можуть розроблятися програми і проекти.

Можливі три типи стратегії розвитку підприємства в галузі ЗЕД:

**1. Насиченість ринку.** Мета даної стратегії полягає в забезпеченні економічного росту на освоєних ринках з традиційними товарами. Ця мета може бути досягнута за рахунок зниження  
стягнень (відповідно, і цін в порівнянні з конкурентами), підвищення якості товарів.

**2. Диференціація продукту.** Можливі два варіанти даної стратегії:

- а) імпортується товар, відомий за кордоном, але не відомий у своїй країні, або налагоджується його виробництво на основі здобутої ліцензії;
- б) експортується товар, освоєний у своїй країні, але не відомий на іноземному ринку, чи налагоджується виробництво даного товару за кордоном. Ефект досягається за рахунок монопольного становища даного підприємства в своїй країні чи за кордоном.

**3. Диверсифікація виробництва.** Дана стратегія передбачає початок виробництва за кордоном принципово нової продукції, раніше не властивої для підприємства. В результаті диверсифікації створюються кращі умови для господарського маневру, розширюються можливості впливу на економіку підприємства несприятливої світової господарської кон'юнктури. в тому числі погіршення "умов торгівлі". Цим самим скорочується ризик, характерний для вузькоспеціалізованих фірм.

Для розробки і вибору стратегічних рішень підприємства в галузі ЗЕД важливе значення має аналіз і планування свого господарського портфеля. Останній являє собою набір видів продукції, яку випускає чи планує випускати підприємство в майбутньому. В

залежності від видів продукції портфель підприємства ділиться на частини, які називаються стратегічними господарськими підрозділами (СГП) [33, 34].

В міжнародній практиці виділяють 4 види СГП: "Знак питання", "Зірка", "Дійні корови", "Собаки".

Якщо продукт знаходиться в сегменті "Знак питання", то для нього характерні високі темпи росту збуту і відносно низька частка ринку. Для сегменту товарів "Зірка" характерні високі темпи росту збуту і велика частка ринку. Ці товари вважаються лідерами. "Дійні корови" характеризуються невисокими темпами росту збуту і високою часткою ринку. Для "Собак" характерні низькі темпи росту збуту і невелика частка ринку.

Всі види СГП взаємопов'язані між собою і в цьому взаємозв'язку впливають один на одного і на розвиток підприємства в цілому. Тому, плануючи свій господарський портфель, підприємство повинно постійно тримати в полі зору становище кожного свого СГП на ринку і забезпечувати оптимальне співвідношення між ними в портфелі. Довготривале відхилення від оптимальної збалансованості в портфелі може привести до кризового стану підприємства.

Важливими показниками планування ЗЕД на підприємстві являються: валютна виручка з розподілом на товари і товарні групи; експортна виручка; рентабельність експортних та імпорتنих операцій; асортимент експортної та імпорتنної продукції; доля експорту у вартості продукції.

## **2. Організація експортно – імпорتنих операцій на рівні підприємства**

Організація ЕІО — дуже складна і клопітка робота. Вона вимагає уважного опрацювання таких питань як кон'юктура ринку, потенціальні покупці і продавці, встановлення ділових контактів з ними, проведених переговорів, підписання угод і т.д.

Тому, для ефективного керівництва ЗЕД на рівні підприємства, необхідна адекватна до умов його роботи структура управління. Слово "структура" означає каркас, основу. Будь-яке підприємство має відповідний каркас, що пов'язує всі його підрозділи, служби, органи.

Розрізняють:

- організаційно-виробничу структуру;
- структуру управління;
- організаційну структуру підприємства.

На будь-якому підприємстві є системи, які управляють і якими управляють. До першої відносяться органи, служби, апарат управління. До іншої — виробничі підрозділи (цех, ділянки, відділи).

Організаційно-виробнича структура відображає побудову системи, якою управляють, структура управління — системи, яка управляє, а організаційна структура підприємства — побудову і взаємозв'язок даних систем.

Таким чином, структура управління ЗЕД відображає побудову системи управління в даній сфері, тобто органи, служби, апарат, що здійснює управління ЗЕД.

Апарат управління будується з урахуванням необхідного оновлення ланок (по горизонталі) і ступенів чи рівнів управління (по вертикалі). Ланка управління — це структурний підрозділ чи окремі спеціалісти, що виконують відповідні функції управління.

Організаційна структура управління ЗЕД як складова частина внутріфірмового управління визначається, насамперед, загальною стратегією підприємства, а також стратегією ЗЕД як її складової. Загальноприйнято вважати стратегію засобом виживання фірми шляхом адаптування до середовища, а структуру — конструкцією, що її підтримує. Ланки ланцюга "середовище — стратегія — структура" взаємопов'язані і взаємозумовлені. Якщо вони не відповідають одне одному, то під загрозу ставиться саме існування фірми.

Організаційна структура управління ЗЕД визначається тією метою і завданнями, які вона покликана вирішувати. Її мета — максималізація прибутку на довготривалий період за рахунок ефективної участі в міжнародному підприємництві. Організаційна структура управління ЗЕД, як і внутріфірмового управління, повинна постійно розвиватися і вдосконалюватися, пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі і сфері управління. Її форми і методи не можуть залишатися незмінними.

Перед підприємствами — суб'єктами ЗЕД завжди стоять два важливих питання:

1. Як сформувати найбільш сприйнятливую і ефективну оргструктуру з управління?

2. Як керувати нею, щоб досягти поставленої мети?

На формування організаційної структури управління ЗЕД значний вплив здійснюють такі фактори:

- розмір фірми;
- значення і характер зарубіжної діяльності;
- ступінь диверсифікації і складність продукції, що випускається;
- характер експортної і виробленої на іноземних підприємствах продукції;
- специфіка ринків приймаючих країн і рівень конкуренції на них та ін.

Організаційні форми управління ЗЕД на виробничих підприємствах в Україні багато в чому індивідуалізовані. Разом з тим можна виділити деякі загальні риси.

На виробничих підприємствах, що приймають активну участь у зовнішньоекономічній діяльності, зовнішньоекономічний апарат в даний час існує в основному в двох формах:

1. Відділу зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ) в рамках діючого апарату управління.

2. Зовнішньоторгової фірми (ЗТФ).

**Відділ зовнішньоекономічних зв'язків (ВЗЕЗ)** не являється самостійним структурним підрозділом підприємства. Він являє собою частину апарату управління. Його головне завдання полягає в управлінні ЗЕД як елементом єдиної цілісної системи внутріфірмового управління. Цей відділ не займається безпосередньо транспортуванням вантажів, митними процедурами і т. д. Створюється, як правило, для

планування, організації і координації ЗЕД (хоч на практиці зустрічаються й інші варіанти).

Головними завданнями ВЗЕЗ підприємства можуть бути:

1. Участь в розробці стратегії ЗЕД підприємства.
2. Сприяння розвитку ЗЕД підприємства з метою прискорення його соціально-економічного розвитку.

3. Управління експортним потенціалом підприємства, постійне його зміцнення й розвиток.

4. Забезпечення виконання зобов'язань, що випливають з договорів та угод із зарубіжними партнерами.

5. Вивчення кон'єктури іноземних ринків, збір і накопичення відповідної інформації.

6. Організація експортно-імпортних операцій, забезпечення їх ефективності.

7. Здійснення рекламної діяльності.

8. Організація протокольних міроприємств та ін.

Відповідно до завдань визначаються функції ВЗЕЗ і формується оргструктура управління. ВЗЕЗ зазвичай очолює начальник відділу. Відділ складається із ланок (груп, секторів, бюро і спеціалістів).

В нашому прикладі оргструктура управління ВЗЕЗ підприємства схематично може бути представлена таким чином

Кожен із секторів (груп) має свої конкретні завдання і виконує відповідні функції.

Наприклад, комерційний сектор повинен забезпечувати: виконання зобов'язань по міжнародних контрактах і угодах, участь у підготовці і проведенні комерційних переговорів; організацію поставок згідно контракту і контроль за їх виконанням; перегляд-рекламацій по експорту й імпорту та ін.

Екологічний сектор покликаний забезпечувати прогнозування і планування ЗЕД підприємства; аналіз ефективності експортно-імпортних операцій; контроль за виконанням плану: валютний контроль і т.д.

Сектор маркетингу як ведуча служба підприємства вивчає кон'юнктуру світових товарних ринків, приймає участь у визначенні цін на експортну продукцію, в розробці і здійсненні рекламних міроприємств, аналізі конкурентів, можливостей руху товару і т. ін.

Завдання науково-технічного сектору: вивчати діючі на світовому ринку технічні вимоги до товару; аналізувати технічний рівень і якість продукції. Її конкурентноздатність; брати участь в розробці пропозиції по оновленню виробництва, випуску нової продукції: забезпечувати технічне обслуговування експортної продукції та ін.

Протокольний сектор готує і організовує протокольні міроприємства, виконує доручення керівництва фірми по зустрічах, прийому і проводах представників зарубіжних фірм, які прибули на підприємство з візитом.

Організаційні принципи побудови **управління ЗТФ** залежить від її завдань і функцій, зображених в уставі.

Основними завданнями ЗТФ, як правило, являються:

- 1.Планування, організація і регулювання зовнішньоторгових угод.
- 2.Збільшення об'єму експорту і вдосконалення його структури.
- 3.Підвищення ефективності імпортних закупок у відповідності до стратегії підприємства.
- 4.Підвищення конкурентноздатності продукції за кордоном, сприяння покращенню її якості.
- 5.Вивчення кон'єктури товарних світових ринків і виявлення критеріїв та вимог, які ставляться до конкурентноздатності товарів.
- 6.Вивчення діяльності конкурентів, їх сильних і слабких сторін.
- 7.Організація після продажного обслуговування за кордоном.
- 8.Вироблення рекламних міроприємств з метою розширення експорту.
- 9.Забезпечення правового захисту зовнішньоекономічних інтересів підприємства.
- 10.Участь разом з іншими підрозділами в організації транспортування і збереження продукції.
- 11.Участь в купівлі-продажу патентів і ліцензій, "ноу-хау".
- 12.Участь в здійсненні протокольних міроприємств і т. д.

Вирішення цих та інших завдань, що стоять перед ЗТФ, визначає її функції і організаційну структуру управління.

Директор ЗТФ, як правило, підлягає директору підприємства чи його заступнику по зовнішньоекономічних зв'язках.

Основними функціональними підрозділами ЗТФ являється маркетингова і оперативно-комерційна служба. Також створюються служби, що забезпечують обслуговування ЗЕД фірми: планово-економічних розрахунків, валютно-фінансових операцій, обліку і звітності, юридичних та інженерно-технічних питань.

Кожна із даних служб виконує відповідні функції. В компетенцію маркетингової служби входять:

- участь фірми в розробці стратегії і планів ЗЕД підприємства;
- вивчення ринків збуту і можливостей виходу на них;
- забезпечення реклами і руху товару;
- підготовка конкурентних матеріалів і конкурентного листа, необхідних для формування базисних умов контракту;
- прогнозування кон'єктури товарних ринків і динаміки цін;
- аналіз ефективності експортно-імпортних операцій і окремих угод;
- збирання, накопичення і обробка необхідної інформації;
- методичне забезпечення роботи по вивченню зовнішніх ринків і вимог до якості продукції;

- забезпечення участі фірми у виставках, ярмарках, аукціонах, торгах та ін.

Функціями оперативно-комерційної служби є

- проведення переговорів з іноземними фірмами;
- підготовка комерційних розрахунків по базисних і валютно-фінансових умовах контракту;
- організація поставок (перевезення, страхування зовнішньоторгових вантажів) відповідно до контракту і контроль за їх виконанням;
- забезпечення технічного і гарантійного обслуговування експортної та імпортної продукції;
- перегляд рекламаций по експорту й імпорту;
- ведення комерційної переписки з іноземними фірмами та ін.

В міру розвитку ЗТФ виконання технічних і підготовчих операцій, які здійснюють комерційні й допоміжні підрозділи, може бути централізоване шляхом створення спеціалізованих служб, наприклад, копіювально-розмножувального бюро, бюро переказів, відділу автоматизованої обробки даних, групи комерційних розрахунків та ін.

Чи варто створювати ЗТФ в складі підприємства-суб'єкта ЗЕД?

Для того, щоб відповісти на це питання, треба порівняти затрати підприємства при відсутності власної такої фірми і витрати на її утримання. При цьому треба мати на увазі, що ефект діяльності ЗТФ буде видно тільки після 1-2 років її роботи.

### **Рекомендована література :**

1. Коломієць І.Ф. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в процесі його інтернаціоналізації: Монографія / Інститут регіональних досліджень НАН України. – Львів, 2014. – 247 с.
2. Дідьківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посібник – К.: Знання, 2006. – 462 с.
3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О.; За ред. проф. І.В. Багрової. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.



### **Лекція 3. Маркетинг в управлінні експортно –імпортними операціями підприємства 2 год.**

**Мета:** ознайомити студентів із змістом маркетингу в управлінні експортно – імпортними операціями підприємства

#### **ПЛАН**

**1. Суть та зміст маркетингу в управлінні експортно –імпортними операціями підприємства**

**2. Вибір та вивчення іноземних партнерів при виході на зовнішні ринки**

**3. Організація роботи по збору інформації та вивченню фірм-партнерів**

**1. Суть та зміст маркетингу в управлінні експортно –імпортними операціями підприємства**

Підприємства, що виходять на світовий ринок, зустрічають сьогодні жорстоку конкурентну боротьбу. Щоб вижити в цій боротьбі і досягти успіху, необхідно використовувати можливості маркетингу.

Саме на основі маркетингової діяльності проводиться більшість комерційних операцій на світовому ринку. Спеціальними дослідженнями встановлено, що більше 75% комерційних невдач відбувається через помилки в маркетинговій діяльності. Тому майбутнім спеціалістам-менеджерам ЗЕД необхідно уважно і творчо віднестися до вивчення теорії і практики міжнародного маркетингу, досвіду західних і вітчизняних фірм в цій галузі.

Термін "маркетинг" походить від англійського слова ринок і означає діяльність в сфері ринку збуту. На українську мову цей термін не перекладається. Під маркетингом розуміється система внутріфірменого управління, спрямована на вивчення і облік ринкового попиту, потреб і вимог конкретних споживачів до продукту для більш обґрунтованої орієнтації виробничої діяльності фірми і діяльності в сфері збуту

Міжнародний маркетинг ґрунтується на принципах внутрішнього (національного) маркетингу. Тому використані в ньому стратегії, принципи і методики являються характерними і для міжнародного маркетингу. Разом з тим міжнародний маркетинг має свої специфічні особливості. При виході на зовнішній ринок виникає принципіально нова ситуація, більш різноманітнішим стає зовнішнє середовище, збільшується число факторів, що впливають на прийняття рішень. Це призводить до того, що:

- 1) підвищується ступінь невизначеності в діяльності підприємства;
- 2) зростає ступінь ризику, з'являється додатковий ризик діяльності;
- 3) збільшується потреба в інформаційному забезпеченні підприємства;
- 4) підвищуються вимоги до координації різних напрямків і сфер їх діяльності.

Все це і визначає специфіку міжнародного маркетингу, робить необхідним його використання в управлінні ЗЕД.

Міжнародний маркетинг входить до складу функцій, які здійснює підприємство в рамках ЗЕД. Разом з тим він являє собою самостійну галузь діяльності підприємства при виході на зовнішні ринки. Міжнародний маркетинг можна визначити як систему планування, реалізації,

контролю й аналізу міроприємств, спрямованих на багатонаціональне ринкове середовище і пристосування до його умов підприємства, яке здійснює свою діяльність більш як в одній країні.

В розвитку міжнародного маркетингу виділяють три основних етапи:

1-ий. **Традиційний маркетинг.** Він являє собою звичайний продаж товарів за кордон, коли експортер несе відповідальність тільки до моменту доставки товару. Подальша доля проданого товару його, як правило, не цікавить. .'

2-й. **Експортний маркетинг.** Тут експортер займається систематичним вивченням цільового іноземного ринку і пристосовує своє виробництво до вимог даного ринку, що постійно міняються.

3-й. **Міжнародний маркетинг.** В умовах використання міжнародного маркетингу експортер глибоко вивчає ринок, використовуючи для цього широке коло маркетингових інструментів. При цьому міжнародний маркетинг поширюється не тільки на чисто торгові операції, але й на інші види і форми ЗЕД (на спільні підприємства, дочірні підприємства, технологічний обмін, надання транспортних, страхових, туристичних та інших послуг). Міжнародний маркетинг набирає все більш глобального характеру.

Використання міжнародного маркетингу в управлінні ЗЕД насамперед вимагає його планування, розробки стратегічної маркетингової програми. Важливо відзначити, що стратегічна маркетингова програма складає основу загального стратегічного плану фірми, в області ЗЕД.

Ринкова ситуація постійно міняється, тому фірма завжди повинна мати стратегічну маркетингову програму на наступні 3-5 років.

Планування міжнародного маркетингу також має свої стадії. Це:

- аналіз середовища діяльності підприємства і прогнозування тенденцій його розвитку;
- визначення системи завдань на основі загальних завдань підприємства;
- визначення пріоритетних напрямків діяльності;
- сегментація іноземних ринків, вибір цільових сегментів;
- розробка стратегії виходу підприємства на іноземні ринки і поведінки на них;
- розробка міроприємств маркетингового комплексу, тобто політики: товарної, збуту, цінової, стимулюючої, комунікаційної і т.д.
- організація міжнародного маркетингу підприємства;
- контроль за досягненням завдань міжнародного маркетингу і, при необхідності, корекція стратегії міжнародного маркетингу.

Перш ніж вирішити вийти на світовий ринок, підприємству необхідно багато чого дізнатись, досконало розібратися в особливостях внутрішнього й зовнішнього середовища.

До внутрішнього середовища відносяться функціональні структури підприємства, система розробки, виробництва і збуту товарів, кваліфікація кадрів і їх використання, системи передачі інформації між ланками управління та ін.

До зовнішнього (оточуючого) середовища відносяться конкуренти, покупці, посередник, фінансові установи, митні та державні органи і т. п. Важливу роль відіграє економічна ситуація в країні, політична обстановка, природні умови, культура, традиції та ін.

Всі фактори внутрішнього й зовнішнього середовища розподіляються на ті, що піддаються управлінню з боку підприємства, і ті, що не піддаються, тобто такі, до яких треба пристосовуватись.

Зовнішнє середовище відносно до міжнародного маркетингу ділять на дві частини: економічну і культурну.

Проте, з метою більш детального вивчення, її справедливо було б розподілити на такі чотири сфери: економічну, соціально-культурну, політико-правову і природну.

Економічне середовище країни (її ринку) розкриває справжні потенціальні можливості споживання товарів і послуг. Головними показниками, що характеризують економічне середовище, являються: рівень життя, валовий національний продукт, рівень розвитку економіки, стабільність валюти.

До числа основних елементів соціально-культурного середовища міжнародного маркетингу відноситься мова (в світі налічується близько 100 офіційних мов і приблизно 3000 самостійних діалектів), символи (жести, слова, об'єкти, зображення), особливості релігії, освіта, розподіл соціальних ролей між членами суспільства.

Політико-правове середовище охоплює такі аспекти, як політична система, законодавство *приймаючої* країни (торгове і господарське право, трудове право та ін.), національне законодавство про регулювання ЗЕД, норми міжнародного права та ін.

До основних елементів природного середовища міжнародного маркетингу відносяться: клімат, характеристика рельєфу, наявність корисних копалин і природних ресурсів, особливості інфраструктури і т.д.

Аналіз складових частин внутрішнього і зовнішнього середовища здійснюється по окремих країнах, регіонах чи з точки зору світового ринку в цілому.

Важливе місце в системі міжнародного маркетингу займає дослідження іноземних ринків, під яким, як правило, розуміють процес пошуку, збору, обробки й аналізу даних про проблеми, пов'язані з маркетингом товарів і послуг.

Головна мета маркетингових досліджень — зменшення невизначеності і ризику при прийнятті комерційних рішень.

Маркетингові дослідження, що проводяться на зарубіжних ринках, як правило, складаються із двох великих блоків:

- дослідження ринків;
- дослідження потенціальних можливостей підприємства.

***Перший блок дослідження ринків включає в себе такі аспекти:***

- вивчення комерційної практики, транспортних, торгово-політичних умов;
- вивчення умов руху товарів та ін.

***Другий блок — дослідження потенціальних можливостей підприємства передбачає:***

- аналіз господарської діяльності підприємства;
- аналіз конкурентноздатності підприємства;

- аналіз конкурентноздатності продукції підприємства;
- оцінка його потенціальних конкурентних можливостей.

При дослідженні іноземних ринків використовуються традиційні методи та інструменти. Разом з тим тут є своя специфіка, яка визначається об'єктом дослідження

В залежності від техніки проведення досліджень, характеру інформації, способів її надходження і використання, маркетингові дослідження у зовнішньоекономічній сфері можна розділити на такі види:

➤ Кабінетні дослідження. Вони, як правило, проводяться на основі вторинної інформації, яка може бути одержана в результаті вивчення урядових звітів, досьє зовнішньоторгових організацій, комп'ютерних банків даних і т.д. Такі дослідження відносно недорогі і дають можливість одержати відповідь на ряд запитань, що цікавлять підприємство. Наприклад, про стан митного законодавства, стан економіки окремих країн, стан і тенденції розвитку кон'єктури окремих ринків, торгово-політичні режими, вартість перевезень різними видами транспорту та ін.

З кабінетних досліджень і починаються маркетингові Дослідження іноземних ринків. Проте такі дослідження не дають можливості одержати відповідь на всі запитання, що цікавлять підприємство, і не всі країни володіють такою інформацією.

➤ 3. Польове дослідження. Являє собою дослідження ринку на місці. Воно найбільш складне й дороге, але це самий ефективний метод вивчення ринку. Цей вид дослідження дозволяє отримати первинну інформацію, оцінити реальний споживацький попит і фактори, що його формують, враховувати результати досліджень для розробки керівництвом підприємства тактики поведінки на ринку.

Крім розглянутих, використовуються і такі методи дослідження іноземних ринків, як метод пробного продажу, підтримки особистих ділових контактів з представниками іноземних фірм та ін.

## **2. Вибір та вивчення іноземних партнерів при виході на зовнішні ринки**

Будь-яка зовнішньоторгова операція українських підприємств починається з вибору підходящого партнера, тобто контрагента.

Контрагентами в міжнародній торгівлі називають сторони, що знаходяться в договірних відносинах з купівлі-продажу товарів чи надання послуг.

Іноземними контрагентами наших українських підприємств виступають фірми та організації, що являють собою протилежну сторону зовнішньоторгової угоди. Контрагентом експортера виступає імпортер, арендодавця — арендатор, підрядчика — замовник і т.д.

Вдалий вибір іноземного контрапартнера має важливе значення для забезпечення ефективності ЗЕД, попередження непорозумінь, фінансових втрат. Серед контрагентів, що діють на світовому ринку, можна виділити фірми та державні органи й організації.

Вибір торгового партнера залежить від багатьох специфічних факторів. Разом з тим існують деякі положення, якими керуються всі підприємці при здійсненні експортно-імпортних операцій.

Насамперед, вибір партнера визначається:

- характером зовнішньоторгової угоди (експортна, імпортна, компенсаційна і т.д.);
- предметом угоди (купівля-продаж товару (надання полуг);
- характером предмету угоди (сировинна чи готова продукція, машинно-технічна продукція чи товари народного споживання).

Дальше важливо визначити країну, в яку найбільш вигідно експортувати чи з якої найбільш вигідно імпортувати товар (послуги). При порівнянні варіантів з виходу на ринок різних країн беруться до уваги такі критерії:

- політична й економічна стабільність;
- виррати виробництва;
- транспортна інфраструктура;
- державні пільги й стимули;
- наявність як кваліфікованої, так і відносно дешевої робочої сили;
- ємкість ринку даної країни;
- наявність торгових обмежень;
- наявність необхідних постачальників сировини, матеріалів.

Крім економічних критеріїв, важливо враховувати й характер торгово-політичних відносин з даною країною. Перевага надається тій, з якою налагоджені нормальні ділові відносини, підтверджені договірно-правовою основою, і яка не допускає по відношенню до нашої країни різного роду дискримінацій.

При виборі фірми в першу чергу необхідно вивчити різні аспекти потенційних партнерів, а саме:

- технологічний (вивчити технічний рівень продукції фірми, рівень її технологічної бази і виробничі можливості);
  - науково-технічний (вивчити організацію НДДКР і витрат на них);
  - організаційний (організацію управління фірми враховуючиЗЕД);
  - економічний (дати оцінку фінансового становища - фірми);
  - правовий (вивчити норми і правила, що діють в даній країні і мають відношення до співробітництва з потенційним партнером).

### **3. Організація роботи по збору інформації та вивченню фірм-партнерів**

Робота по збору інформації та вивченню фірм-партнерів повинна бути добре організована і методично забезпечена. І головне — ця робота повинна проводитися постійно й сумлінно.

Оперативно-комерційна робота по вивченню фірм повинна використовувати різні аспекти: збір інформації про фірми, з якими передбачається підписання угод; спостереження за фірмами, з

якими підписані угоди; пошук нових фірм-партнерів; вивчення фірм-конкурентів. які відіграють провідну роль на ринках, що нас цікавлять.

Вивчення фірм, діючих на окремих ринках, складається зі збору інформації про фірму і систематизації зібраних відомостей. Інформація про фірму, одержана з різних джерел, підбирається й систематизується в досьє на фірму. Питання, за якими підбирається матеріал для досьє, можна поділити на дві групи:

1. пов'язані із загальною характеристикою фірми, враховуючи вид діяльності, номенклатуру виробництва і торгівлі, роль фірми на ринку даного товару;
2. питання за спеціальними аспектами, пов'язані безпосередньо з підписанням контрактів.

До останніх відносяться питання, що характеризують кредитоздатність. фінансове становище фірми, завантаження замовленнями, зацікавленість в одержанні замовлень від іноземних партнерів, вияснення її взаємодії з іншими фірмами і державними органами, а також ділова характеристика представників фірми, з якою передбачається проведення переговорів. Найбільш цінною інформацією для досьє вважаються відомості, одержані при особистому знайомстві з фірмою. Ці відомості доповнюються інформацією з фірмених **Досьє фірми** складається з ряду документів. До них відносяться:

- 1) карта фірми;
- 2) відомості про переговори з фірмою;
- 3) відомості про ділові контакти.

**Карта фірми** — це базовий документ. Він являє собою анкету, запитання якої характеризують різні сторони діяльності фірми,

а саме:

1. країна, поштова адреса, телефон, факс; рік заснування;
  1. предмети торгівлі, виробництва чи характер послуг;
  2. виробничі потужності, торгівельний обіг, число робітників;
  3. дані, що характеризують фінансове становище;
  4. філіали, дочірні підприємства, участь та інші зв'язки;
  5. найважливіші конкуренти;
  6. власники, керівники фірми, особи, що мають безпосередній
  7. контакт з фірмою;
  8. обіг, в т.ч. на різних ринках;
  9. негативні сторони, що характеризують фірму (невиконання зобов'язань, рекламаций, арбітражні й судові справи і т.д.).

Крім даних, які перераховані в карті, в досьє фірми повинні бути і такі відомості, як:

1. характеристика власників, керівників фірми, які безпосередньо контактують з вашими організаціями;
2. дані про баланси фірми за господарський рік;
3. дані про розвиток торгових відносин з фірмою (відомості

4. про поведінку фірми під час переговорів про підписання угод, про хід їх реалізації, про результати угод, про зацікавленість фірми в роботі на українському ринку). Карта фірми являється необхідним джерелом її вивчення. При вивченні державних, напівдержавних і кооперативних організацій поряд з картою фірм використовують ще й інші матеріали.

Важливе місце в досьє займають названі вище документи: "відомості про переговори" і "відомості про ділові контакти". Вони охоплюють інформацію, джерелом якої являються особисті спостереження і враження оперативних робітників, отримані в процесі переговорів, в ході виконання контрактів і відвідання підприємств фірми.

Досьє на фірму поповнюється систематично. При цьому перед початком фінансового року і при підготовці великих угод важливо зібрати відомості про фінансове становище контрагента незалежно від наявності даних за минулий період.

Свій варіант досьє на фірму може підготувати для себе кожна організація. Разом з тим, для проведення даної роботи можна використати каталог спеціалізованих організацій і відомств.

Існує велика кількість показників оперативної і фінансової звітності фірми, з допомогою яких дається оцінка результатів її діяльності.

Основними формами звітності фірми, які використовуються для аналізу, являються баланс, рахунок прибутку й втрат, розрахунок надходжень і витрат грошових засобів.

**Баланс** — документ, що відображає у вартісному відображенні активи фірми і джерела їх формування за станом на визначену дату, частіше на кінець кварталу чи року.

**Рахунок прибутку і втрат** відображає результати господарської діяльності фірми за звітний період і поряд з балансом являється важливою обов'язковою формою фінансової звітності акціонерних товариств.

**Рахунок надходжень і витрат засобів** дозволяє визначити об'єм самофінансування і фінансування за рахунок позичених засобів, поточних капітальних вкладень та інших витрат.

Показники, що використовуються в процесі аналізу, можна поділити на **абсолютні й відносні**

**До абсолютних відносяться** різні дані, що характеризують масштаб операцій фірми, її виробничі потужності, результати виробничої діяльності і т.д. В більшості випадків ці дані беруться з її фінансової й оперативної звітності.

**Відносні показники** являють собою різні коефіцієнти чи відносини, вираховані шляхом співвідношення абсолютних показників один з одним. Всю сукупність абсолютних і відносних показників можна об'єднати в групи показників, що характеризують економічний потенціал фірми, ефективність її діяльності, конкурентноздатність і фінансове становище.

Вибір тих чи інших показників, що характеризують фірму, залежить від мети, яку ставить перед собою підприємство при виборі іноземного партнера. В будь-якому випадку найбільш важливими факторами, якими необхідно керуватися, являються: репутація фірми і її продукції, надійне фінансове становище і платоспроможність, достатній виробничий і науково-технічний потенціал

## **Рекомендована література :**

1. Коломієць І.Ф. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в процесі його інтернаціоналізації: Монографія / Інститут регіональних досліджень НАН України. – Львів, 2014. – 247 с.

### **Лекція 4.**

#### **Торгово-посередницькі операції на зовнішньому ринку 2 год.**

**Мета:** ознайомити студентів із змістом та особливостями здійснення торгово-посередницьких операцій на зовнішньому ринку

#### **ПЛАН**

- 1. Зміст поняття "торгово-посередницькі операції"**
- 2. Види торгово-посередницьких операцій**
- 3. Договори із зовнішньоторговими посередниками**

#### **1.Зміст поняття "торгово-посередницькі операції"**

Під торгово-посередницькими операціями у зовнішньоекономічній діяльності розуміють операції, пов'язані з купівлею-продажем товарів, що здійснюються за дорученням експортера чи імпортера незалежним посередником на основі спеціальних угод чи окремих доручень.

Посередники — це особи, що з'єднують сторони, які бажають укласти угоду. Самостійна торгівля на зовнішніх ринках часто буває не під силу самим виробникам, тому вони й використовують посередників. В ролі останніх можуть виступати спеціалізовані посередницькі фірми або такі форми продажу, як торги, аукціони, біржі.

Торгово-посередницькі фірми в юридичному відношенні не залежать від виробників і споживачів товарів. До них не відносяться дочірні підприємства, філіали і представництва іноземних компаній.

Функції, які виконують посередницькі фірми, різноманітні. Вони пов'язані не тільки зі збутом і покупкою товару, але й охоплюють широке коло операцій і послуг, частково такі:

- пошук іноземних партнерів;
- вивчення ринку збуту;
- транспортування і страхування;
- кредитно-фінансове обслуговування учасників угоди;
- оформлення документів при укладенні угод;
- виконання митних формальностей;
- проведення рекламних та інших міроприємств для руху
- товару на зовнішні ринки;
- технічне обслуговування після продажу.



З перерахованого видно, що сфера діяльності посередницьких фірм досить широка. Однак в основному вони займаються комерційною діяльністю. Хоч деякі великі фірми виконують і виробничі операції, пов'язані, як правило, з обробкою товарів, Що купляються й реалізуються.

Вплив посередницьких компаній по країнах і товарних потоках різний. В більшій мірі він проглядається в Японії, Південній Кореї і Англії, в Скандінавських країнах. Так, в Японії 8 тис. торгових компаній контролюють 67% імпорту і 60% експорту. В Південній Кореї три відомих торгових дома — "Самсунг", "Хенде" , "Даєку" — обслуговують 40% зовнішньої торгівлі країни. В США, Франції та інших країнах багато великих компаній здійснюють продаж своєї продукції на світових ринках через посередників. В той же час в США 3/4 малих фірм здійснюють експорт самостійно.

Головна мета залучення посередників полягає в підвищенні економічності зовнішньоторгових операцій. І це можливо, постільки використання посередників має ряд переваг:

- 1) дозволяє залучати їх капітал для здійснення транспортних,
- 2) страхових, збуту і сервісних операцій, що дає можливість експортеру економити власні кошти;
- 3) посередники часто беруть на себе обов'язки і ризик по доставці товару в країну експортера, підготовці його до збуту, сортуванню упаковці, маркуванню і т.д.;
- 4) посередники часто мають власну сітку збуту, складські приміщення, роздрібні магазини, що дозволяє економити кошти експортерів при здійсненні збуту товарів;
- 5) посередники, як правило, мають більше інформації про умови ринку, можуть оперативніше реагувати на зміни кон'єктури, що дає їм можливість успішніше працювати на ринку в інтересах експортера;
- 6) посередники мають більш тісні контакти із споживачами, тому володіють більшою інформацією про їх вимоги до якості, конкурентноздатності, краще знають їх попит і можуть активніше реагувати на його зміни.

В деяких випадках використання посередників стає необхідністю, частково, при таких обставинах, коли:

- окремі ринки збуту монополізовані і закриті для самостійного проникнення виробників
- підприємства і організації не мають юридичного права на проведення зовнішньоторгових операцій;
- підприємства не можуть самостійно здійснювати дослідження закордонних ринків, займатися пошуком партнерів, грамотно розробляти умови контракту і т.д.;

- підприємства, що виводять на зовнішній ринок, змушені використовувати посередників через те, що так склались міжнародні торгівельні звичаї (наприклад,
- при операціях на аукціонах, при торгівлі на біржі певними товарами і т.д.).

Доцільно діяти через посередників при виході на віддалені й слабше вивчені ринки, а також на відомий ринок з новими товарами. Це дає можливість не витратити додаткові засоби вкорінення на новий ринок, знижує ступінь ризику підприємницької діяльності

Збут продукції через посередників має певні недоліки: *по-перше, це*, призводить до підвищення цін на імпортні товари і зниження доходів від експорту, так як частина виручки залишається у посередника, *по-друге*, експортер безпосередньо не зв'язаний з ринком, не вивчає самостійно його кон'юктуру, попит своїх покупців і т.п.

Проте дані негативні явища не зменшують той факт, що в практиці світової торгівлі посередники використовуються досить часто, тому що це вигідно покупцям і продавцям.

### **Види торгово-посередницьких операцій**

В залежності від характеру взаємовідносин між продавцем чи покупцем і торговим посередником, а також від функції, яку виконує торговий посередник, можна виділити декілька видів торгово-посередницьких операцій: операції по перепродажу, комісійні, агентські і брокерські.

**Операції по перепродажу.** Здійснюються торговими посередниками від свого імені і за свій рахунок. Це означає, що торговий посередник виступає стороною договору як з експортером, так і з кінцевим покупцем і стає власником товару після його оплати. У світовій торговій практиці розрізняють два види операцій по перепродажу.

*До першого* відносяться операції, в яких торговий посередник по відношенню до експортера виступає як покупець, що придбав товари на основі договору купівлі-продажу. Він стає власником товарів і може реалізувати їх на свій лад на будь-якому ринку і по будь-якій ціні. Відносини між експортером і посередником такого виду припиняються після виконання сторонами зобов'язань по договору купівлі-продажу.

*До другого* виду відносяться операції, в яких експортер надає посереднику право продажу своїх товарів на певній території на протязі узгодженого терміну на основі договору про надання права на продаж. Цей договір встановлює тільки загальні умови, Що регулюють взаємовідносини сторін по реалізації товарів. Для його виконання сторони укладають самостійні контракти купівлі-продажу.

Торгового посередника в різних країнах називають порізно: В США і Великобританії — дистриб'юторами, в Німеччині — торгівцем по договору чи торгівцем за свій рахунок,

в Бельгії і Греції — концесіонером, в Україні все більш розповсюдженим стає назва такого посередника — дистриб'ютор.

**Комісійні операції.** Суть даних операцій полягає у здійсненні стороною, названої комісіонером, за дорученням другої сторони, названої комітентом, угод від свого імені, але за рахунок комітента. Комісіонер не купляє товарів комітента, а лише укладає угоди по купівлі-продажу товарів за рахунок комітента. Це означає, що комітент залишається власником товару до його передачі в користування кінцевого споживача

Взаємовідносини між комітентом і комісіонером регулюються договором комісії. Механізм здійснення комісійної угоди полягає в наступному: посередник, що добре знає ринок, підписує договір комісії (комісійний договір) з комітентом про поставку товару на реалізацію, знаходить покупця і укладає з ним договір купівлі-продажу. Одержаний платіж від покупця за розрахунком комісійної винагороди на протязі вказаного в договорі періоду переводиться на рахунок комітента.

Таким чином, комісіонер являється посередником тільки з погляду комітента. Для третьої особи (покупця), з якою він за дорученням комітента укладає угоду, комісіонер являється стороною договору купівлі-продажу.

При укладенні договорів купівлі-продажу комісіонер повинен дотримуватися узгоджених з комітентом умов продажу товарів, особливо відносно ціни, умов платежу, терміну поставки.

За свої послуги комісіонери одержують винагороду, зазначену в договорі.

Різновидом комісійних операцій являються **операції консигнації**. Суть їх полягає в тому, що експортер (консигнант) доручає посереднику (консигнатору) реалізацію товару із складу на протязі встановленого періоду. Консигнатор не купляє цей товар у свою власність, а продає його від свого імені і здійснює платежі консигнатору в силу реалізації зі складу товару покупцеві.

Консигнаційна форма продажу використовується при слабкому освоєнні ринку або ж при поставці нових товарів, мало відомих місцевим покупцям. На умовах консигнації реалізуються в основному товари масового серійного виробництва, автомобілі, трактори, запасні частини, інструменти і т.п.

**Агентські операції.** Полягають в дорученні одною стороною, названої принципалом, незалежній від неї другій стороні, названій торговим чи комерційним агентом, здійснення фактичних і юридичних дій, пов'язаних з продажем чи покупкою товару на оговореній території за рахунок і від імені принципала.

Агентські операції носять більш чи менш тривалий характер. Мінімальний термін агентської угоди, як правило, два роки.

В ролі агентів можуть діяти навіть фізичні особи, але в більшості випадків — це юридичні особи, зареєстровані в торговому реєстрі.

Незалежність агента виражається в тому, що він не знаходиться в трудових відносинах з принципалом і може здійснювати свою діяльність самостійно за певну винагороду.

Взаємовідносини між принципалом і агентом визначаються укладеною між ними агентською угодою, яка регулює загальні умови їх співробітництва, а поставка товару здійснюється за самостійними контрактами купівлі-продажу, підписаними з урахуванням посередницьких договорів.

Агенти лише сприяють здійсненню угоди купівлі-продажу, але самі в ній в ролі сторони контракту не приймають участі. Вони не купляють за свій рахунок товари і не продають їх від свого імені. Агенти діють лише як представники принципала в рамках відповідальності, покладеної на них угодою між сторонами (агентом і принципалом).

Технологія, що використовується до агентів в різних країнах, різна. В Німеччині, Австрії, Бельгії їх називають торговими представниками; у Великобританії, США, Швейцарії, Скандинавських країнах — агентами; у Франції — представниками. В практиці США й Англії термін "агент" використовується як у вузькому значенні (посередник, який уповноважений для укладення угод і здійснення інших дій від імені і за рахунок особи, яку він представляє), так і в широкому (посередник, що охоплює всі види представництва і посередництва).

Даний вид операцій полягає у встановленні через посередника-брокера контакту між продавцем і покупцем. Інакше кажучи, вони зводять зацікавлених продавців і покупців, самі при цьому не являються стороною в договорі і не приймають участі в ньому своїм капіталом.

На відміну від агента брокер не являється представником, не заходиться в договірних відносинах ні з одною із сторін і діє на основі окремих доручень.

Брокер готує проект договору і направляє його сторонам Для підписання, а потім передає кожній стороні належно підписаний екземпляр договору. Брокеру можуть бути доручені контроль за виконанням укладеного контракту і надання реклаमाцій. Він не стає власником товару і не уповноважений на одержання платежів.

За свої послуги брокер одержує обумовлену, часто встановлену торговим звичаєм, винагороду. Брокери не мають права представляти інтереси другої сторони угоди і приймати від другої сторони комісію чи винагороду.

Посередників такого виду в різних країнах називають по-різному: у Франції — куртьє, в Німеччині і Швейцарії — маклерами, а в Англії — брокерами.

На практиці один і той же посередник може виступати одночасно в різній ролі. За різними видами угод він може бути агентом і дистриб'ютором, брокером і агентом, виконувати імпорتنі й експортні операції і т.д. Це важливо враховувати менеджерам при організації ЗЕД торгово-посередницької ланки.

## **2. Договори із зовнішньоторговими посередниками**

Відносини відповідно до угод з посередниками можуть регламентуватися як іноземним, так і національним законодавством. В Україні немає спеціального торгового кодексу, який регулював би зовнішньоекономічні зв'язки. Відносини між підприємствами і комісіонерами, а також підприємствами й агентами визначаються Цивільним кодексом України.

В міжнародній практиці використовуються декілька видів

- договорів про посередництво, частково:
- договір про надання права на продаж;
- договір комісії;
- договір консигнації;
- агентський договір.

Незалежно від виду посередника тексти договорів мають деяку схожість. Будь-який договір починається з визначення сторін. Визначається характер взаємовідносин між сторонами: право власності на товар і право посередника продавати продукцію від свого імені. Визначається також об'єм прав, які надасть посередникам експортер. Ці права можуть бути невинятковими, винятковими, переважаючими.

У всіх договорах про посередництво визначаються номенклатура товарів; територія, на якій працюють посередники; діяльність сторін по рекламуванню товарів; організація технічного обслуговування, особливості і хід збуту товарів, період дії договору та ін.

Разом з тим зміст договору з різними видами посередництва має свою специфіку.

**Договір про надання права на продаж.** Назва цього договору ще повністю не склалася. В США, Англії. Німеччині цей договір називається договором про надання права на продаж або договором на виняткове розповсюдження товарів; у Франції, Бельгії. Швейцарії — його визначають як договір про комерційну концесію.

Даний вид договору діє на практиці, але в законодавстві лише небагатьох країн, а саме США, Бельгії та ін., наявні норми, що регулюють відносини сторін за даним контрактом.

В договорі про надання права на продаж закріплюються правила відносин між постачальником товарів і посередником, який придбав його у свою власність і потім від свого імені реалізує цей товар на ринку. Одночасно в договорі встановлюються права й обов'язки сторін, пов'язані з перепродажем товару посередником своїм клієнтам.

Обов'язковою умовою договору являється надання посереднику виняткового права продажу на певний товар на визначеній в договорі території.

Як правило, в договорі міститься умова " про неконкуренцію", яка зобов'язує торгового посередника не купляти в інших експортерів аналогічні товари для продажу. Щоб стимулювати закупки посередником товарів, в договір вноситься обмовка про мінімальний обіг. Посередник бере на себе обов'язки повідомляти контрагенту інформацію про ринковий попит на товари, приймати участь в їх рекламі, надавати покупцю сервісні послуги, здійснювати після продажне обслуговування і т.д.

За своїм змістом договір про надання права на продаж визначає організаційні й комерційні відносини контрагентів. Для них характерні тривалі періоди дії.

**Договір комісії.** Сторонами даного договору являються комісіонер і комітент. Під договором комісії розуміють договір, згідно якого комісіонер зобов'язується за дорученням комітента за винагороду укласти угоду від свого імені, але за рахунок комітента.

При проведенні зовнішньоторгових комісійних операцій відносини між посередником і комітентом України регламентуються Цивільним кодексом України (гл. "Комісія").

В сучасній комерційній практиці договір комісії одержав широке розповсюдження при проведенні угод купівлі-продажу товарів, фрахтуванні суден, страхуванні вантажів і при виконанні, різного роду банківських операцій з цінними паперами. Дана форма договору використовується як у внутрішній, так і в зовнішній торгівлі.

В договорі комісії вказується назва і асортимент товару, територія реалізації, право власності на товари, умови ціни і платежу, порядок виплати винагороди. Ряд зобов'язань посередника, обумовлених в контракті, пов'язані зі збереженням товару комітента.

Особливе значення надається вказівкам комітента відносно ціни реалізації товару. В договорі комісії можуть бути передбачені й інші права й обов'язки сторін відносно поставки і реалізації товару. Обов'язковою умовою договору являється подання комісіонерам звіту про виконання доручень. Уклавши угоду з третьою особою, посередник повинен без затримки повідомити про це комітента. Розмір і порядок винагороди визначається в договорі комісії за узгодженням сторін.

**Договір консигнації.** Даний договір являється різновидністю договору комісії. Сторонами договору консигнації являються консигнант і консигнатор. За договором консигнації консигнант дає доручення консигнатору на продаж товару зі складу за кордоном на протязі певного періоду (терміну консигнації) за винагороду.

Консигнатор одержує право на продаж товару тільки на обумовленій території. В контракті обумовлюється територія, визначається максимальна кількість товарів, яку консигнатор може тримати у себе на складі. Асортимент товарів строго конкретизований,

наприклад, вказані марки і типи виробів. Номенклатура і якість товару вказується або в самому контракті, або в специфікації, приложеній до нього.

Терміни консигнації можуть бути різні, але, як правило, вони коливаються між 6 і 24 місяцями, а для машин і обладнання складають 12 місяців. Термін дії договору консигнації зазвичай більше періоду консигнації, в більшості угод він складає від року " до п'яти років. Особливе значення в договорі мають вказівки консигнанта по відношенню до цін. В договорі можуть встановлюватися мінімальні продажні ціни, нижче яких консигнатор не може продавати товар без попередньої письмової згоди консигнанта.

В контракті визначається порядок розрахунку за поставлені на консигнацію товари: валюта і строки платежу і т.д.

В договорі визначаються обов'язки сторін в зв'язку з організацією консигнаційного складу. В обов'язки консигнатора можуть входити:

- підготовка приміщення для консигнаційного складу;
- наймання персоналу;
- забезпечення повного збереження якості товарів в період його знаходження на консигнаційному складі;
- страхування товарів, що знаходяться на консигнаційному складі;
- здійснення реклами, показ товарів в демонстраційних залах;
- післяпродажне технічне обслуговування;

Основний обов'язок консигнанта — поставка товарів на консигнаційний склад до вказаного терміну і в обумовленому асортименті.

Обов'язковою умовою контракту являється визначення виду, розміру і порядку виплати консигнатору винагороди. Вона може бути у вигляді визначеного відсотку від вартості проданих товарів чи у вигляді різниці між визначеною комітентом ціною і тою, більш вигідною ціною, за якою консигнатор здійснює угоду. Розмір винагороди за договором консигнації визначається угодою сторін.

**Агентський договір.** Сторонами агентського договору виступають принципал і торговий агент. Під агентським договором розуміють договір про здійснення агентом дій за дорученням за рахунок принципала.

Агентські операції в Україні регламентуються Громадянським кодексом України (гл. "Доручення").

В агентському договорі визначається характер взаємовідносин між принципалом і агентом, договірна територія, на якій агенту надається право вести операції.

Так само, як і в договорі про надання права на продаж, в агентському договорі вказується об'єм прав, які надає агенту принципал. Ці права можуть бути простими, винятковими і винятковими з обмовкою.

При простому праві принципал зберігає за собою право вести переговори з покупцями на території агента без його участі. При винятковому праві (монопольному) в договорі обумовлюється, що товари принципала не будуть поступати на територію агента. При винятковому праві з обмовкою в агентський Договір вноситься позатериторіальна обмовка, згідно якої агенту надається право продавати товари принципала поза виділеною Для агента територією.

Відносини між сторонами агентського договору складаються таким чином. Агент бере на себе широке коло обов'язків як по відношенню до організації збуту, так і захисти інтересів принципала. Обов'язки визначаються шляхом внесення в агентський договір спеціальних обмовок: про неконкурентність, про мінімальний обіг, делькредере, а також відносно здійснення реклами, післяпродажного обслуговування, про надання інформації і звітності принципалу.

Агент повинен періодично інформувати принципала про свою діяльність, про стан кон'юктури ринку, валютні і митні правила, правила регулювання імпорту в своїй країні, про конкурентів, про ціни і т.п. Терміни й періодичність надання інформації і звітності визначаються конкретними умовами договору.

В обов'язки принципала входить надання агенту матеріалів, необхідних для здійснення його діяльності.

В агентському договорі передбачається розмір, термін і спосіб виплати винагороди. Термін виплати винагороди ,як правило, ставиться в залежність від часу платежу третьою особою, з якою агент уклав угоду.

Агент має право на винагороду також від угод, не виконаних через вину принципала. Право на винагороду, як правило, втрачається із закінченням дії агентського договору.

В агентському договорі, як і в будь-якому іншому контракті про посередницьку діяльність, встановлюються терміни його дії і порядок дочасного розторгнення.

### **Література :**

1. Дідьківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посібник – К.: Знання, 2006. – 462 с.
2. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О.; За ред. проф. І.В. Багрової. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.



## **Лекція 5. Митне регулювання експортно – імпоротної операцій 2год.**

**Мета:** ознайомити студентів із процесом митного регулювання експортно – імпорتنних операцій

### **ПЛАН**

- 1. Сучасна митна політика України**
- 2. Мито та його функції. Економічний зміст митного тарифу**
- 3. Вплив країни походження товару на застосування засобів тарифного регулювання.**
- 4. Поняття митної вартості та методи її визначення**
- 5. Класифікація товарів для цілей митного оформлення**
- 6. Визначення митної вартості експортних товарів**
- 7. Митні документи**

### **1. Сучасна митна політика України**

Важливою подією в розвитку української митної політики і практики митного регулювання зовнішньоекономічної діяльності стало прийняття нового Митного кодексу України 11 липня 2002 р., який вступив у дію з 1 січня 2004 р. відповідно до ст.2 цього документа.

Під *митною політикою* розуміють систему принципів та напрямків діяльності держави у сфері забезпечення своїх економічних інтересів та безпеки за допомогою митно-тарифних та нетарифних заходів регулювання зовнішньої торгівлі. Митна політика має на меті захист національних інтересів та економічної безпеки шляхом підтримки мирного та взаємовигідного міжнародного співробітництва з іншими країнами, з дотриманням норм міжнародного права та загальновизнаних принципів такого співробітництва.

Правові норми Митного кодексу регулюють процедурні питання експортно-імпорتنних операцій, визначають митні режими та регламентують проведення митних процедур при перетині українського кордону, уточнюють процесуальні норми у справах про порушення митних правил тощо. Суть митного контролю представлена на рис. 1.



Рис. 1. Суть митного контролю

Під *митним регулюванням* розуміють відносини між державою та суб'єктами ЗЕД, які виникають при перетині державного кордону товарами, послугами, капіталами, робочою силою. Складові митного регулювання представлені на рис. 2.



Рис. 2. Складові митного регулювання

Відповідно до Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність", *митне регулювання* - це регулювання питань, пов'язаних із встановленням мита та митних зборів, процедурами митного контролю, організацією діяльності органів митного контролю.

У практиці зовнішньоекономічної діяльності країн світу існує два рівні митного регулювання:

**1) міжнародний** (передбачає здійснення митного регулювання через прийняття та виконання рішень спеціалізованих міжнародних організацій, таких як Світова організація торгівлі. Такі організації здійснюють митне регулювання шляхом встановлення основних принципів міжнародного митного регулювання та фіксування норм і правил виконання відповідних операцій у країнах, які входять до їх складу. На сьогодні СОТ регулює близько 90% світового зовнішньоторговельного обороту.

**2) національний** (спирається на відповідні закони та інші законодавчі акти національного законодавства).

Ті принципи, що лежать в основі митного регулювання, фактично регламентують впровадження митної політики держави в життя і обов'язково повинні бути враховані при практичному використанні інструментарію митної справи. Згідно ст.4 Митного кодексу України, *митне регулювання здійснюється на основі наступних принципів:*

- 1) виключної юрисдикції України на її митній території.
- 2) виключної компетенції митних органів України щодо здійснення митної справи.
- 3) законності.
- 4) єдиного порядку переміщення товарів і транспортних засобів через митний кордон України.
- 5) системності.
- 6) ефективності.
- 7) додержанні прав та охоронюваних законом інтересів фізичних та юридичних осіб.
- 8) гласності та прозорості.

При цьому, відповідно до ст.5-6 Митного кодексу України, територія України, зайнята сушею, територіальне море, внутрішні води і повітряний простір, на які поширюється виключна юрисдикція України, становлять *єдину митну територію* України. А межі митної території є *митним кордоном* України. При цьому він збігається з державним кордоном, за винятком меж території спеціальних митних зон, які становлять митний кордон України.

Усі питання, що пов'язані з управлінням і безпосереднім здійсненням митної справи в Україні, покладено на Державну митну службу України (далі - Держмитслужба).

Як визначено у ст.12 Митного кодексу України, "Митна служба України - це єдина загальнодержавна система, яка складається з митних органів та спеціалізованих митних установ і організацій". З метою реалізації митної політики держави на митні органи України, відповідно до ст. 11 Митного кодексу України, покладено наступні головні завдання:

- 1) виконання та контроль за додержанням законодавства України з питань митної справи.

- 2) захист економічних інтересів України.
- 3) забезпечення виконання зобов'язань, передбачених міжнародними договорами України з питань митної справи, укладених в установленому законодавством порядку.
- 4) сприяння захисту інтелектуальної власності учасників зовнішньоекономічних зв'язків, інших юридичних та фізичних осіб.
- 5) застосування відповідно до закону заходів тарифного та нетарифного регулювання при переміщенні товарів через митний кордон України.
- 6) здійснення митного контролю та митного оформлення товарів і транспортних засобів, що переміщуються через митний кордон України, вдосконалення форм і методів їх здійснення.
- 7) контроль за дотриманням правил переміщення валютних цінностей через митний кордон України.
- 8) здійснення, спільно з іншими уповноваженими органами державної влади, заходів щодо захисту інтересів споживачів товарів і додержання учасниками зовнішньоекономічних зв'язків державних інтересів на зовнішньому ринку.
- 9) створення сприятливих умов для прискорення товарообігу та пасажиропотоку через митний кордон України.
- 10) боротьба з контрабандою та порушеннями митних правил.
- 11) розвиток міжнародного співробітництва у галузі митної справи.
- 12) ведення митної статистики.
- 13) ведення Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності.
- 14) здійснення верифікації (встановлення достовірності) сертифікатів походження товарів з України.

Органи державної влади, Президент України, в межах своїх повноважень, визначених Конституцією України та законами України, здійснюють контроль за діяльністю митних органів України.

Для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності особливо важливою є співпраця з митницею, яка згідно ст.15 Митного кодексу України є митним органом, який безпосередньо забезпечує виконання законодавства України з питань митної справи, справляння податків і зборів та виконання інших завдань, покладених на митну службу України. Митниця діє в межах території, що визначається спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади в галузі митної справи. Форми митного контролю зображені на рис. 3.



Рис. 3. Форми митного контролю

## 2. Мито та його функції. Економічний зміст митного тарифу

Обов'язковою умовою здійснення активної зовнішньоекономічної політики Україною є наявність та ефективне функціонування механізму митно-тарифного регулювання. Це дозволяє митним органам успішно реалізовувати завдання забезпечення економічної безпеки та захисту економічних інтересів держави.

Актуальні завдання митно-тарифного та нетарифного регулювання впливають із загальноекономічної ситуації, внутрішніх і зовнішніх умов її розвитку.

Дозволяючи захистити національного виробника і виконати ряд міжнародних зобов'язань (митно-тарифне регулювання встановлюється міжнародними угодами та конвенціями, котрі окреслюють принципи, умови та правила митно-тарифного регулювання), засоби державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності вимагають певних обмежень у діяльності підприємств-суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності при здійсненні ними експортно-імпортних операцій.

Відповідно до Указу Президента України "Про приєднання України до міжнародної конвенції про Гармонізовану систему опису та кодування товарів" від 17.05.2002р. №466/2002, наша держава визнала світові стандарти в цій галузі, приєдналася до них і поклала їх в основу Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності. Нею визначається *митний тариф* - тобто ставки ввізного мита, якими обкладаються товари, що завозяться в Україну. Митний тариф є однією з найбільш розповсюджених складових частин регулювання зовнішньоекономічної діяльності в світі. Використовуючи його, більшість країн успішно вирішує різноманітні завдання державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Митний тариф включає не лише детальний перелік тих товарів, що підлягають оподаткуванню митом, а й ставки мита, спосіб його нарахування, надбавки чи знижки до основних ставок мита, перелік товарів, які заборонені до ввезення, вивезення або транзиту через територію держави. Ставки митного тарифу встановлюються Верховною Радою України через прийняття відповідних законів.

Митний тариф при цьому є систематизованим зібранням митних ставок і є однаковим для всіх без виключення суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності (за винятком ряду



випадків, передбачених міжнародними угодами чи законами держави).

Рис. 4. Функції мита та митного тарифу

При переміщенні товарів через митний кордон держави, з них стягується специфічний непрямий податок - *мито*. Відповідно до Закону України "Про Єдиний митний тариф" від 05.02.1992 р. №2097-ХП, мито може бути ввізне (яке нараховується з товарів, які ввозяться в країну) та вивізне (яке нараховується з товарів, які з країни вивозяться). Мито завжди включається до ціни товарів і сплачується їх кінцевими споживачами.

Але, при перетині митного кордону товаром, мито сплачує імпортер зі своїх обігових грошових коштів. Оскільки вони таким чином відволікаються з обігу, це може досить відчутно відбитися на фінансовому стані імпортера - суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.

Митний тариф і мито, як представлено на рис. .4, одночасно можуть виконувати кілька різних функцій, які перебувають у досить тісному зв'язку між собою.

**Фіскальна функція** ( наповнення державного бюджету ) полягає у:

1) створенні бар'єру, що підвищує ціну товару і, таким чином, змінює його конкурентну спроможність на ринку.

2) наповненні Державного бюджету.

3) стимулюванні розвитку окремих національних підприємств або цілих галузей, переважно молодих (від серйозної конкуренції з іноземними товаровиробниками з метою надання можливості вітчизняним виробникам зміцніти).

4) захисті від демпінгу, що може застосовуватись іноземними товаровиробниками з метою захоплення ринку іншої країни.

5) стимулюванні зростання зайнятості населення.

**Політична функція** полягає у:

1) захисті від конкуренції іноземних товарів (погіршення умов для конкуренції іноземних товарів на власному ринку).

2) забезпеченні обороноздатності держави (у цьому випадку захисне мито покликане посилити галузі національної економіки, що спеціалізуються на виробництві стратегічно важливих товарів).

3) забезпеченні інтеграції держави до світового ринку (полегшення доступу національних товарів на світовий ринок).

4) створенні належних умов для структурних перетворень власної економіки задля зменшення залежності від зовнішнього ринку.

5) можливості створення тиску на конкурентів.

**Регулююча функція** полягає у:

1) підтриманні необхідного співвідношення державних валютних доходів і витрат.

2) стимулюванні руху потоків певних товарів і у сповільненні просування інших (це може стосуватися або конкретних груп товарів, або товаропотоку із конкретних країн).

3) здійсненні впливу на внутрішньодержавне ціноутворення.

Попри такий широкий спектр різноманітних функцій мита, головним з них є наповнення держбюджету (особливо стосовно імпортного мита) та захист свого ринку від конкуренції з боку іноземних товаровиробників.

При цьому фіскальне завдання може бути виконане при широкомасштабному використанні низьких ставок мита при імпорті товарів широкого вжитку. З одного боку, це спонукає імпортерів до ввезення "білого" ( легального ) імпорту, а не знаходження

можливостей для реалізації схем із застосуванням імпорту "інших кольорів і відтінків", а з іншого - дозволяє ввозити значну кількість різноманітних товарів.

В іншому випадку, можна застосовувати митне оподаткування відносно невеликої групи товарів при високих ставках ввізного мита, що також дозволяє підтримувати митні надходження до бюджету на високому рівні.

Захисна функція митного тарифу виявляється не лише у випадках безпосередньої конкуренції вітчизняних товарів з іноземними, а й у разі потреби зменшення валютних витрат при несприятливій ситуації з платіжним балансом (штучне підвищення цін на імпорتنі товари при відсутності вітчизняних аналогів зменшує рівень їх споживання).

Таким чином, мито паралельно виконує обидві свої найважливіші функції. Впровадження митного тарифу збільшує бюджетні надходження та захищає національний ринок. При цьому застосування низьких митних ставок збільшує грошові надходження до державного бюджету, а використання високих ставок посилює захист власного ринку.

Оскільки митне регулювання застосовується в органічному поєднанні процедур застосування митного тарифу, товарної класифікації та методів визначення країни походження і встановлення митної вартості, то успішне виконання своїх функцій митним регулюванням досягається при використанні усіх його найважливіших складових частин.

Щоб дослідити мито як елемент державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, слід провести його класифікацію. Для цього можна використовувати різні критерії та підходи, враховуючи його походження, вплив, принципи обмеження, способи нарахування та способи застосування митних ставок, період застосування, напрямки руху товарів, які підлягають обкладанню митом.

Таким чином, мито паралельно виконує обидві свої найважливіші функції.

Впровадження митного тарифу збільшує бюджетні надходження та захищає національний ринок. При цьому, застосування низьких митних ставок збільшує грошові надходження до державного бюджету, а використання високих ставок посилює захист власного ринку.

Враховуючи вплив мита на ціни експортних або імпорتنих товарів, надання національним виробникам можливості отримання додаткових прибутків шляхом підвищення цін на свої товари, слід застосовувати диференційований підхід до встановлення мита на кожний окремий товар з урахуванням його цін на внутрішньому та міжнародному ринках.

Враховуючи використання різними країнами власних конкурентних переваг у зовнішній торгівлі та їх спеціалізацію на виготовленні окремих видів готової продукції або напівфабрикатів, зовнішньоторговельна політика держав диференційовано підходить до різних товарів або їх груп у питаннях обґрунтування та визначення мита.



Відповідно до способу нарахування в Україні застосовують такі види мита: адвалерне, специфічне та комбіноване.

**Адвалерне мито** - це основний вид мита, який нараховується у відсотках до митної вартості товарів, що підлягають обкладанню митом. Цей вид мита застосовують щодо тих товарів, які знаходяться в одній товарній групі, але мають різні характеристики. З одного боку, адвалерне мито завжди підтримує рівний ступінь захищеності внутрішнього ринку, незалежно від зміни ціни на товар. Воно завжди підвищує вартість імпортного товару на сталу величину відсотка від його ціни. З іншого боку, передбачаючи необхідність проведення митної оцінки товару з метою нарахування та обкладання його митом, тут присутній суб'єктивний чинник митного контролю, який при врахуванні людського фактора стає причиною зловживань і різних порушень з боку працівників митниці.

**Специфічне мито** нараховується в установленому грошовому розмірі на одиницю товарів, які підлягають обкладанню митом. Воно застосовується щодо стандартизованих товарів, але фіксований розмір цього мита помітно залежить від коливання світових цін. При їх низькому рівні специфічне мито добре захищає внутрішній ринок, але при зростанні цін рівень захисту за допомогою цього виду мита падає. У той же час воно не дає можливості маніпулювати визначенням власного розміру і, таким чином, не створює спокуси для зловживання співробітників митниці своїм службовим станом.

**Комбіноване мито** поєднує обидва попередні види митного обкладання товарів. При цьому воно виконує і захисну, і фіскальну функції, захищаючи вітчизняного виробника та наповнюючи державний бюджет. Використання специфічного та комбінованого мита унеможливорює свідоме заниження суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності митної вартості товарів і ухиляння від сплати митних платежів.

У ряді випадків, при перетині товарами митного кордону України, незалежно від інших видів мита, до них можуть застосовуватися особливі види мита: антидемпінгове, спеціальне та компенсаційне.

**Антидемпінгове мито** застосовується тоді, коли на митну територію України ввозять товари за цінами, що на момент такого ввезення є значно нижчими від їх конкурентних цін у країнах експорту, за умови створення загрози завдання збитків вітчизняним виробникам подібних або конкуруючих з імпортованими товарів. Цей вид мита використовується також при експорті з України товарів за цінами, які значно нижчі від цін на ці або аналогічні товари інших експортерів при створенні загрози завдання шкоди державним інтересам.

Ставки антидемпінгового мита не перевищують різницю між конкурентними цінами в країнах експорту та заявленими при ввезенні на митну територію України чи різницю між ціною товару, що експортується з України, та середньою ціною цих або аналогічних товарів інших вітчизняних експортерів.

**Спеціальне мито** використовується в якості захисного тоді, коли на митну територію України ввозиться така кількість товару (або за такими специфічними умовами), що виникає загроза завдання шкоди вітчизняним товаровиробникам таких або аналогічних товарів.

Спеціальне мито використовується у якості потужного запобіжного заходу проти порушників загальнонаціональних інтересів у зовнішньоекономічній діяльності та з метою боротьби з недобросовісною конкуренцією. Воно може також використовуватися як спосіб боротьби з дискримінаційними кроками інших держав у випадках порушення прав та законних інтересів українських суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Ставки спеціального мита визначаються для кожного випадку окремо.

**Компенсаційне мито** пов'язане з використанням субсидій при виробництві чи експорті товарів і застосовується тоді, коли при імпорті товарів виникає загроза завдання шкоди вітчизняним товаровиробникам такої самої або аналогічної продукції, чи під час експорту товарів з'являється загроза державним інтересам.

Ставки компенсаційного мита не перевищують розміри отриманих товаровиробниками субсидій. У відповідності до терміну дії, мито може бути постійним і сезонним.

**Постійне мито** залишається незмінним протягом усього терміну свого застосування. Переважна більшість усіх митних ставок належить до постійних. Ця важлива обставина дає можливість підприємствам кваліфіковано планувати свою зовнішньоекономічну діяльність.

Для вирішення ряду оперативних завдань на окремо взяті товари тимчасово, не більше як на чотири місяці, може бути встановлене сезонне мито. Воно однозначно має протекціоністський характер і може вважатися винятком з певних пільгових митних режимів.

Відповідно до свого походження, мито може бути автономним або конвенційним. Без прийняття на себе будь-яких зобов'язань щодо інших країн, держава самостійно встановлює та змінює залежно від власних потреб та інтересів автономне мито. Таке мито застосовується до товарів незалежно від їх походження. При цьому воно має виражену фіскальну функцію. У той же час, автономне мито може бути інструментом досягнення певних цілей у митно-торговельній політиці держави навіть більше, ніж джерелом наповнення бюджету. Для досягнення обопільних інтересів (шляхом поступок у питаннях призначення автономного мита на окремі товари чи групи товарів, в обмін на певні інші поступки від торговельних партнерів) ставки автономного мита і порядок його застосування можуть змінюватися, перетворюючи його на договірне (конвенційне) мито.

**Конвенційне мито** є узгодженим і воно встановлюється внаслідок створення митного союзу чи угод з іншими країнами. Внаслідок цього, воно не може бути зміненим в односторонньому порядку. Використання конвенційного мита сприяє лібералізації

зовнішньої торгівлі шляхом зменшення торговельних обмежень. Термін дії такого мита є тривалим і припиняється тоді, коли припиняють свою дію угоди, що викликали його впровадження.

Залежно від типів ставок, мито може бути постійним або змінним.

У даному випадку під постійним митом слід розуміти таке мито, ставки якого встановлюються державою та не підлягають зміні залежно від різних обставин.

**Змінне мито** є таким, при якому допускається зміна митних ставок при зміні рівня державних субсидій або цін на внутрішньому чи міжнародному ринку. Змінне мито зазвичай використовується країнами тоді, коли суттєво змінюються світові ціни на деякі групи або види товарів.

Таким чином, на ціни імпортованих товарів та на рівень цін внутрішнього ринку, що безпосередньо впливає на результати фінансово-господарської діяльності підприємств, впливають ввізні митні ставки, які зібрані в Митному тарифі України (див. Закон "Про Митний тариф України" від 05.04.2001 р. №2371-111).

### **3. Вплив країни походження товару на застосування засобів тарифного регулювання.**

Ще одним суттєвим елементом митно-тарифного регулювання є **країна походження товару**. Відповідно до ст. 276 Митного кодексу України, вона визначається для того, щоб мати можливість застосувати належні тарифні та нетарифні заходи регулювання імпорту товарів на митну територію України та їх експорт з цієї території, а також забезпечення обліку товарів у статистиці зовнішньої торгівлі.

Згідно з Постановою Кабінету Міністрів України "Про затвердження Порядку визначення країни походження товару, що переміщується через митний кордон України" від 12.12.2002 р. №1864 країна походження визначається згідно з принципами міжнародної практики. При цьому під країною походження товару розуміють не лише окремі країни, а також групи країн, митні союзи, регіон або частину країни, якщо є необхідність їх виділяти з метою визначення походження товару. Встановлено три головні параметри: переробка, відсотковий склад, перелік тих товарів, щодо яких країною походження вважається та, в якій він виготовлений повністю.

У відповідності із ст.278 Митного кодексу України, товарами, повністю виробленими в країні, вважаються:

- 1) корисні копалини, видобуті на її території або в межах її економічної зони.
- 2) рослинна продукція, вирощена та зібрана на її території.

- 3) живі тварини, що народились і вирощені в цій країні.
- 4) продукція, одержана від тварин, вирощених у цій країні.
- 5) продукція мисливського, рибальського та морського промислу.
- 6) продукція морського промислу, видобута та (або) вироблена у Світовому океані на суднах цієї країни або суднами, орендованими (зафрахтованими) нею.
- 7) вторинна сировина та відходи, які є результатом виробничих та інших операцій, здійснених у країні.
- 8) продукція високих технологій, одержана у відкритому космосі на космічних кораблях, що належать цій країні чи орендуються нею.
- 9) товари, вироблені в цій країні виключно з продукції, зазначеної вище.

Переробка чи обробка в країні, згідно ст.279 Митного кодексу України [16], вважаються достатніми тоді, коли товари, що перетинають митний кордон України, класифікуються в іншій тарифній позиції, ніж сировина, матеріали чи вироби, використані для їх виготовлення (і походженням з інших країн) або якщо при зміні вартості товару внаслідок його переробки, частка доданої вартості становить не менше як 50%. Якщо стосовно конкретного товару чи країни (країн), критерій достатньої переробки окремо не обумовлено, то застосовується правило, згідно з яким товар вважається підданим достатній переробці, якщо при цьому відбулася зміна класифікаційного коду товару відповідно до Гармонізованої системи опису та кодування то варів на рівні одного з перших чотирьох знаків.

Коли товари виробляються в рамках міждержавної кооперації, то при їх послідовній переробці ці країни розглядаються як одне ціле.

Основним документом, що підтверджує необхідні дані про країну походження, є сертифікат про походження товару. Видачею такого документа Торгово-промислова палата України засвідчує країну виробництва товару. Належність товару до тієї чи іншої країни може суттєво впливати на обкладання податками та зборами цього товару.

Згідно зі ст. 282 Митного кодексу України, для підтвердження походження товару, митний орган має право вимагати сертифікат про походження. При експорті товару - у випадках, коли сертифікат необхідний і це відображено в правилах країни ввезення або передбачено міжнародними угодами України. При імпорті товару сертифікат подається обов'язково у наступних випадках:

- а) на товари, що походять з країн, яким Україна надає преференції за Митним тарифом України.
- б) на товари, ввезення яких з відповідної країни регулюється квотами або іншими заходами регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

в) якщо це передбачено міжнародними угодами, укладеними Україною в установленому порядку, а також чинним українським законодавством у галузі охорони довкілля, здоров'я населення, захисту прав споживачів, громадського порядку, державної безпеки та інших життєво важливих інтересів України.

г) у тих випадках, коли в документах, які подаються для митного оформлення, немає відомостей про походження товарів або у митного органу є достатні підстави вважати, що декларуються недостовірні відомості про походження товарів.

Відповідно до вимог ст. 283 Митного кодексу України, сертифікат про походження товару повинен однозначно свідчити про те, що зазначений товар походить із відповідної країни і має містити:

- письмову заяву експортера про країну походження товару.
- письмове посвідчення компетентного органу країни вивезення, що видав сертифікат, про те, що наведені у ньому відомості відповідають дійсності.

Сертифікат про походження товару подається разом з митною декларацією, декларацією митної вартості та іншими документами, що подаються для митного оформлення.

Якщо походження товарів не встановлено достовірно, то вони оформлюються митницею за повними ставками. Але, якщо протягом одного року від здійснення митного оформлення, суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності надасть митному органу належним чином оформлене посвідчення про походження товару, то до цього товару може бути відновлено режим найбільшого сприяння або преференційний режим.

При визначенні країни походження товару, згідно ст. 285 Митного кодексу України, не береться до уваги походження енергії, машин, обладнання та інструментів, які використовуються для його виробництва. При цьому особливості визначення країни походження товару, що вивозиться з території спеціальних (вільних) економічних зон, розташованих на території України, встановлюється відповідно до закону.

У випадку відсутності сертифіката про походження або додаткових відомостей щодо походження товару чи неможливості однозначно встановити країну походження товару, він пропускається через митний кордон України лише в разі сплати мита за повними ставками.

Таким чином, підтвердження країни походження товарів впливає на розмір мита чи може зовсім звільнити товар від нього або ж мати певний вплив на застосування деяких заходів нетарифного регулювання (при кількісних обмеженнях експортно-імпортних операцій державою).

Сучасне митно-тарифне регулювання в Україні не створилося миттєво. Разом з національною економікою та інструментами державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, воно пройшло свій еволюційний шлях.

#### 4. Поняття митної вартості та методи її визначення

Митна вартість є важливою складовою митно-тарифного регулювання товарів. Здійснюючи митний контроль та митне оформлення товарів і транспорту, використовують цей елемент регулювання для того, щоб:

- обкласти товари ввізним або вивізним митом.
- вести митну та зовнішньоекономічну статистику.
- застосувати нетарифні заходи регулювання (квотування, ліцензування тощо).

У переважній більшості держав митні платежі становлять певний відсоток вартості імпортованого/експортованого товару. У той же час, для покупця вкрай важливою є вартість товару, на яку можуть впливати різні обставини, що супроводжують поставку цього товару. Цілком очевидно, що у випадку передачі товару продавцем, покупцеві безпосередньо на складі у своїй країні, його вартість буде меншою за вартість цього самого товару у випадку, якби продавець доставив свій товар у країну покупця за свій рахунок. Хоч товар і той самий, але його вартість може суттєво відрізнитися, залежно від умов передачі цього товару продавцем покупцеві. Звідси випливає потреба урівняти в правах як продавця, так і покупця щодо митної оцінки незалежно від умов поставки. Це, в свою чергу, потребує єдиного підходу до оцінки товарів саме для митних цілей у різних країнах.

Такий підхід повинен забезпечувати єдину митну оцінку товарів, що поставляються на різних умовах поставки, незважаючи на те, що продавець чи покупець у дійсності несе витрати з доставки товарів та оплати митних платежів.

У зв'язку з цим, для кожного суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності дуже важливим є спосіб, за яким буде проведена митна оцінка. Адже прямим наслідком митної оцінки стане висновок про економічну доцільність угоди, розрахунок прибутку від зовнішньоекономічної операції тощо.

Не буде перебільшенням сказати, що митна оцінка - це одне з найважливіших питань розвитку зовнішньої торгівлі між країнами.

У зв'язку з цим, для забезпечення справедливої, рівноцінної та прозорої митної оцінки товару за різних умов поставки, на Конференції ООН було прийнято рішення про загальні правила митної оцінки товарів і введено розрахункову величину - митну вартість. Вона встановлена як ціна, яка фактично сплачена або підлягає сплаті на момент перетину товаром митного кордону держави.

Для визначення митної вартості вироблено єдині критерії, а саме: момент перетину митного кордону та ціна угоди (тобто вартість, яка зазначена в рахунку-фактурі). При цьому значення митної вартості для однакових товарів буде однаковим навіть тоді, коли вони

поставляються за різними умовами поставки. Методи визначення митної вартості та послідовність їх застосування представлені на рис. 2.5. та 2.6 .

Законодавче визначення терміну "митна вартість" дає ст. 16 Закону України "Про Митний тариф України" та ст. 259 Митного кодексу України, згідно з якими *митною вартістю товарів* є заявлена декларантом або визначена митним органом вартість товарів, які переміщуються через митний кордон України та яка обчислюється на момент перетинання товарами митного кордону держави...



Рис. 5. Методи визначення митної вартості

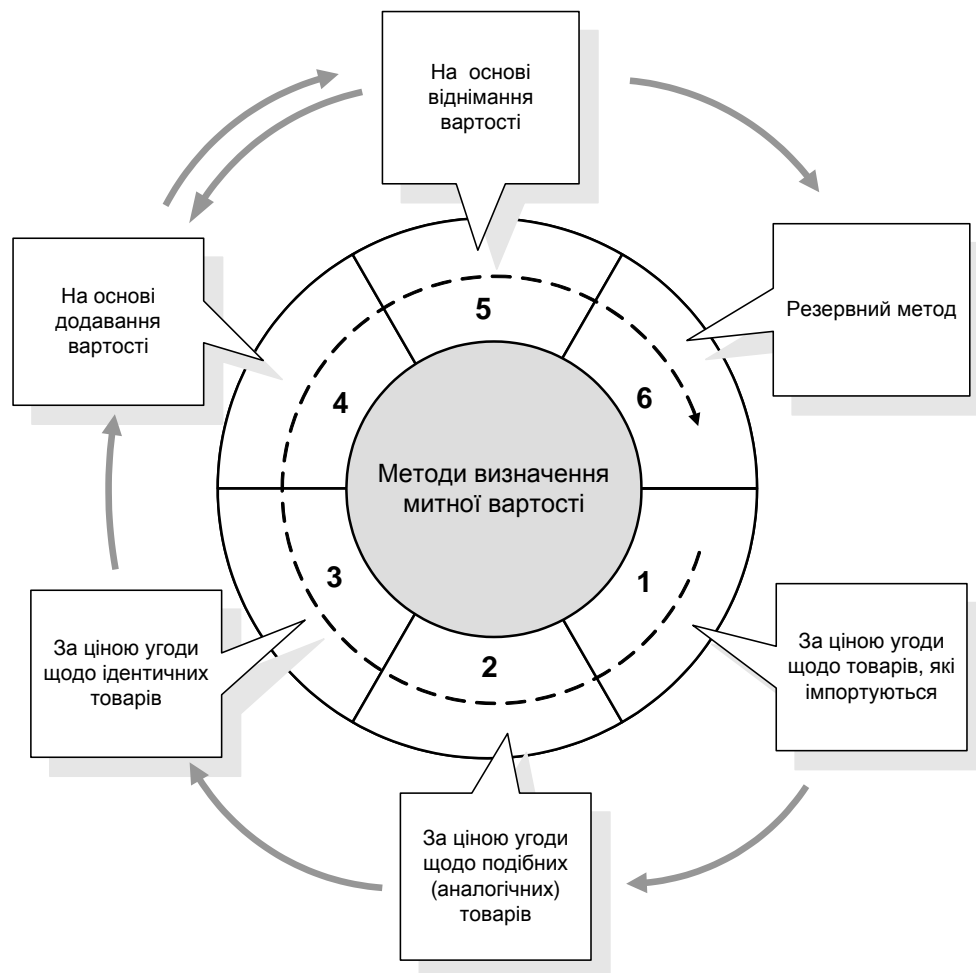


Рис. 6. Послідовність застосування методів визначення митної вартості

Розрахунок митної вартості здійснюється насамперед на основі ціни угоди, тобто фактурної вартості товару. *Фактурна (або контрактна) вартість* - це ціна товару, що обумовлена в контракті та в рахунку-фактурі.

Подальший розрахунок митної вартості здійснюється з урахуванням умов поставки товару відповідно до інтерпретації Міжнародних комерційних термінів *INKOTERMS*, виходячи з того, які саме витрати включені продавцем до рахунку-фактури і коли вони зроблені: до перетину митного кордону чи після цього.

При розрахунку митної вартості товарів, ті витрати, що зроблені до перетину товаром митного кордону (якщо вони не включені до рахунку-фактури), додаються до фактурної вартості. Сюди можна віднести оплату за навантаження товару на транспортний засіб, сплачене вивізне мито, страхові витрати та ін.

Ті самі витрати, що зроблені після перетину товаром митного кордону, віднімаються (якщо вони включені до рахунку-фактури).



У разі неможливості визначення митної вартості на основі наданих документів (відсутня рахунок-фактура тощо), митні органи визначають її самостійно на підставі цін на ідентичні або подібні товари, що діють у провідних країнах-експортерах зазначених товарів.

Відповідно до діючого законодавства України, митна вартість товарів та інших предметів, які перетинають митний кордон України, в більшості випадків становить основу для митного оподаткування.

## **5. Класифікація товарів для цілей митного оформлення.**

Значний асортимент товарів виробляють, імпортують та експортують різні країни. З метою регулювання виробництва та здійснення міжнародної торгівлі, слід відрізнити товари між собою. У зв'язку з цим, було прийнято рішення створити систематизований перелік товарів і присвоїти їм цифрові коди.

Коли б кожна національна промисловість виробляла та експортувала (імпортувала) досить обмежену кількість товарів (наприклад, лише нафту та нафтопродукти), то не було б необхідності створювати будь-яку спеціальну номенклатуру товарів.

Оскільки є потреба в експорті та імпорті тисяч різноманітних видів товарів, то без систематизації даних усіх цих товарів, досить важко їх розподілити, тому що описи різних товарів можуть перекривати один одного (наприклад, картоплю можна віднести і до овочів і до харчових продуктів). І лише певна систематизація надає можливість уникнути імовірних труднощів при класифікації певних товарів.

При запровадженні державою ряду засобів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, таких як ліцензування або встановлення ставок мита, зробити це з усіх товарів без їх чіткої систематизації непросто. Щоб мати можливість відрізнити різні товари, їх слід відповідно систематизувати та класифікувати.

Таким систематизованим переліком товарів є Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (далі -УКТ ЗЕД), де кожний товар має своє визначене місце. У товарній номенклатурі всі товари систематизовано за розділами, розділи поділено на групи, а групи - на товари.

При декларуванні товарів для проведення їх митного оформлення, важливим є заповнення граф 31 та 33 вантажної митної декларації. У графі 31 вказується комерційна і фірмова назва товару, його характеристики, які включають у себе асортимент, номери моделей, розміри, типи, стандарти, комплектність та інші відомості про товар, що дають можливість однозначно класифікувати його згідно коду, вказаному у графі 33 Вантажної митної декларації.

Приклад Вантажної митної декларації наведений в додатку 1.

У Митному тарифі України ставки мита наведені у відповідності до кодів товарів. Нетарифні обмеження, в основному, застосовуються до товарів, указаних у вигляді кодів товарів або товарних позицій.

Структура групи УКТ ЗЕД включає найменування розділу, код та найменування групи, код і найменування товарної позиції, кодове позначення товару, найменування товару, преференційну, пільгову, повну ставки мита, а також скорочене позначення додаткових одиниць його виміру.

Елементами структури УКТ ЗЕД є система кодування та система класифікації.

Кодування товару — це представлення товару у вигляді цифрового знака. Код товару в УКТ ЗЕД десятизначний і формується наступним чином:

- код групи — 2 знаки.
- код позиції — 4 знаки.
- код субпозиції — 6 знаків.
- код підсубпозиції — 10 знаків.

Структура десятизначного коду товару згідно з УКТЗЕД відображена на рисунку 7.

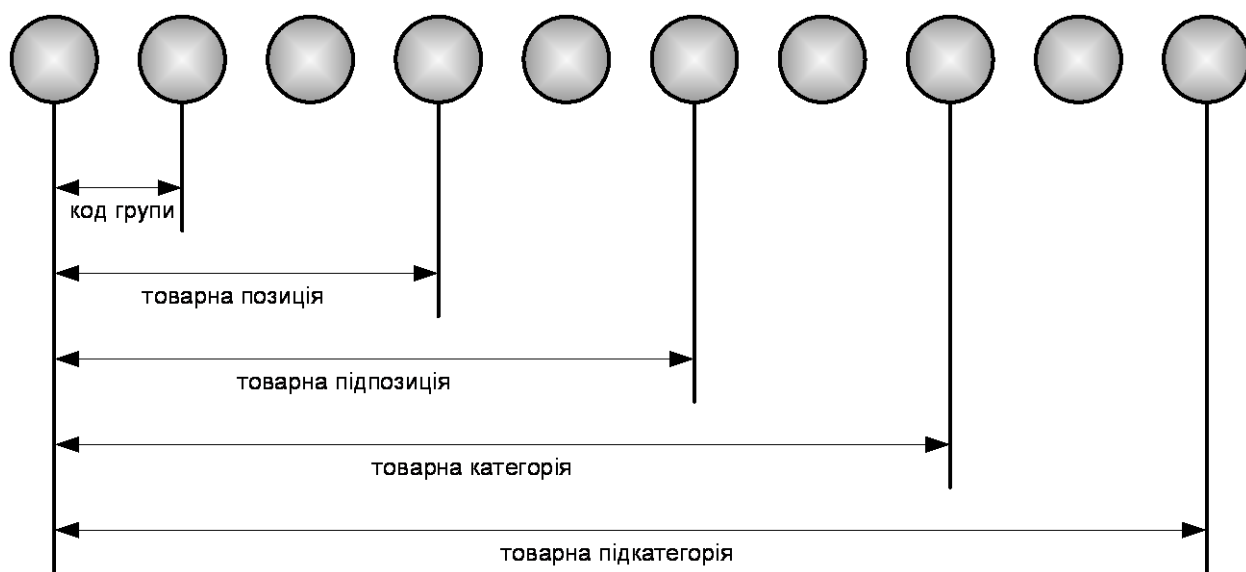


Рис.7. Структура десятизначного коду товару згідно з УКТЗЕД

Отже, в УКТ ЗЕД всі товари згруповані на кількох рівнях інформаційного значення. Починаються вони від рівнів найбільш загального опису категорій товарів і закінчуються рівнями опису конкретних товарів.

## 6. Визначення митної вартості експортних товарів

Відповідно до ст. 274 Митного кодексу України, митна вартість експортних товарів визначається на підставі ціни, яку було фактично сплачено або яка підлягає сплаті за ці товари на момент перетину митного кордону держави.

До митної вартості також включаються фактичні витрати, якщо вони до того не були включені. Такими витратами є:

- оплата вантажно-розвантажувальних робіт, транспортування та страхування до пункту перетину митного кордону України.
- комісійні та брокерські винагороди.
- ліцензійні та інші платежі за використання об'єктів права інтелектуальної власності, які покупець повинен прямо чи побічно здійснити в результаті продажу чи експорту товарів, які оцінюються.

Митна вартість товарів, які вивозяться з України на підставі договору, відмінного від договорів купівлі-продажу, визначається на основі документально підтвердженої ціни.

У разі встановлення цінових обмежень під час вивезення окремих товарів (індикативні ціни, граничні рівні цін та ціни, що встановлені в результаті антидемпінгових розслідувань тощо), митна вартість таких товарів у разі вивезення (експорту) їх з України визначається з урахуванням положень, що визначають порядок застосування зазначених обмежень.

Слід сказати, що, згідно зі ст. 275 Митного кодексу України, в основі розрахунку митної вартості знаходиться ціна угоди, що є фактично сплаченою або має бути сплаченою за експортні товари в разі, якщо на ціну не вплинули:

- обмеження, які стосуються прав експортера на оцінювані товари.
- залежність ціни угоди та самого продажу від умов, які неможливо врахувати.
- відомості, що надаються декларантом товару не підтверджені документально або вони не достовірні.
- якщо експортер та імпортер є взаємозалежними.

Відповідно до ст. 262 Митного Кодексу України митна вартість товарів і метод її визначення заявляються декларантом митному органу під час переміщення товарів через митний кордон України шляхом подання декларації митної вартості.

Декларації заповнюються державною мовою із використанням комп'ютера. Загальні правила заповнення декларацій регламентовані наказом Держмитслужби України "Про затвердження Порядку заповнення декларації митної вартості" від 02.12.2003 за №828.

## **7. Митні документи**

У сучасній зовнішній торгівлі застосовується понад 600 типів документів. Це товаровиробничі, платіжні та транспортні документи, які характеризують товар, містять дані про його походження, кількість, якість, ціну тощо. Водночас оформлення різних документів потребує багато часу і витрат. Вимоги, пов'язані з оформленням митної документації, ускладнюють процедуру пропускання товару через митний кордон, затримують проходження вантажу, а через це, підвищують вартість зовнішньоторговельних операцій. Шляхом до скорочення витрат є використання загальноприйнятих світових стандартів, розроблених міжнародною організацією стандартів. Крім цього, потрібно пристосовуватись до правил, що склалися в країні-імпортері. Останніми роками були зроблені кроки щодо уніфікації товаровиробничих документів. Зокрема, такий єдиний пакет розроблений ЄС. Він включає сертифікат про походження товару, декларацію та повідомлення на імпорт, довідку про преференції, повідомлення про відправлення, відвантажувальну накладну, а також інструкції щодо заповнення цих документів.

Вантажна митна декларація (додаток 1) - письмова заява, яка містить у собі відомості про товари та інші предмети і транспортні засоби, мету їх переміщення через митний кордон України або відомості про зміну митного режиму щодо цих товарів, а також інформацію, необхідну для здійснення митного контролю, митного оформлення, ведення митної статистики, нарахування митних платежів.

Вона оформлюється на бланках встановленої форми, а саме: МД-2, МД-3, МД-8.

Вантажна митна декларація не складається на товари митною вартістю до 100 євро (за винятком товарів, що підлягають експортному контролю та імпорту товарів, на які встановлено акцизний збір).

*Облікова картка* - підтверджує постановку на облік (акредитацію) суб'єкта ЗЕД у митних органах України. Вимагається при здійсненні будь-яких операцій у митних органах.

Основними документами, що регламентують ці положення, є:

1. Наказ ДМКУ від 31.05.1996 N 237 "Про затвердження порядку ведення обліку суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності в митних органах".

2. Лист ДМСУ від 05.09.1997 N 11/3-8383 "Про тимчасовий порядок митного оформлення зовнішньоторговельних операцій приватних підприємств", "Про затвердження Порядку здійснення митного контролю й митного оформлення товарів із застосуванням вантажної митної декларації".

3. Наказ ДМСУ від 09.07.1997 N 307 (Лист ДМСУ N 11/3-9660) "Про затвердження Інструкції про порядок заповнення вантажної митної декларації"

4. Наказ ДМСУ від 30.06.1998 N 380 "Про затвердження Порядку заповнення граф вантажної митної декларації відповідно до митних режимів експорту, імпорту, транзиту, тимчасового ввезення (вивезення), митного складу, магазину безмитної торгівлі".

*Декларація митної вартості* - заява особи митному органу за встановленою формою відомостей щодо митної вартості товарів, які переміщуються через митний кордон України чи по відношенню до яких зманюється митний режим.

*Попередня декларація* - документ, що містить у собі відомості про товари, які ввозяться в Україну (з будь-якою метою, крім транзиту). Заповнюється на бланку уніфікованого адміністративного документа форми МД-2 (МД-3).

Цей документ не є вантажною митною декларацією, Попередня декларація використовується виключно в якості документа контролю за доставкою товарів до митниці призначення.

*Міжнародна автомобільна накладна (CMR)* - документ, який супроводжує транспортні засоби. Свідчить про укладення договору на перевезення вантажів.

*Залізнична накладна (СМГС)* - основний перевізний документ установленої форми, відповідно оформлений і наданий залізниці відправником разом з вантажем. Накладна є формою обов'язкової двосторонньої письмової угоди про перевезення вантажу, яка укладається відправником і залізницею на користь третьої сторони - вантажоодержувача. Накладна одночасно є договором на заставу вантажу для забезпечення гарантії, здійснення належної провізної плати та інших платежів за перевезення. Накладна супроводжує вантаж на всьому шляху перевезення до станції призначення.

*Авіаційна вантажна накладна (Air Waybill)* - документ, що свідчить про укладення договору про повітряне перевезення товарів та інших предметів, умови перевезення, а також прийняття товарів та інших предметів до перевезення.

*Коносамент (Bill of Lading)* - документ, який регулює правовідносини між перевізником та одержувачем вантажу, свідчить про прийняття перевізником вантажу, відомості про який наведено в коносаменті, та є одним з документів, що підтверджують наявність і зміст договору морського перевезення.

Перевізник зобов'язаний видати відправнику на його бажання кілька примірників коносамента тотожного змісту. Доречі, в кожному з них, відмічається кількість складених примірників коносамента. Після видачі вантажу по одному з примірників коносамента, решта примірників втрачає силу.

Коносамент передається з дотриманням таких правил:

- іменний коносамент може передаватися за іменними передаточними написами або в іншій формі з дотриманням правил, установлених для передачі боргової вимоги;
- ордерний коносамент може передаватися за іменними або бланковими передаточними написами;

- коносамент на пред'явника може передаватися шляхом простого вручення.

Вантаж видається в порту призначення:

- за іменним коносаментом одержувачу, вказаному в коносаменті, або особі, якій коносамент було передано за іменним передаточним написом або в іншій формі з дотриманням правил, установлених для передачі боргової вимоги;
- за ордерним коносаментом - відправнику або одержувачу залежно від того, складений коносамент "наказу відправника" або "наказу одержувача", а в разі наявності у коносаменті передаточних написів - особі, зазначеній в останньому з неперервного ряду передаточних написів, або пред'явникові коносаменту з останнім бланковим написом;
- за коносаментом на пред'явника - пред'явнику коносаменту.

*CARNET TIR (книжка МДП)* - документ, який свідчить про перевезення товарів та інших предметів за умовами згідно Конвенції МДП 1975 року.

Може використовуватись при здійсненні перевезень вантажів з використанням автомобільного виду транспорту. Наявність книжки МДП підтверджує допущення транспортного засобу до перевезення вантажів під митними печатками та пломбами та дійсність фінансової гарантії.

Дає підстави митним органам виставляти позов до національного гарантійного об'єднання (АСМАП) у разі недоставляння вантажів до митниць призначення.

*Свідоцтво про допущення транспортного засобу до перевезення.* При перевезенні вантажів автомобільним транспортом перевізники - резиденти України допускаються до перевезень вантажів під митним забезпеченням за умови наявності у них:

- ліцензії Міністерства транспорту України на право здійснення міжнародних перевезень вантажів автомобільним транспортом (крім перевезень до країн СНД);
- та свідоцтва про допущення дорожнього транспортного засобу до перевезення вантажів з митними печатками і пломбами, виданого митними органами України.

При переміщенні товарів за книжкою МДП наявність свідоцтва обов'язкова.

*Вантажна митна декларація типу "31 ПС"* є документом, що використовується для контролю за багаторазовим переміщенням через митний кордон України повітряних суден, що належать резидентам.

Кожне переміщення повітряного судна через митний кордон України здійснюється за умови подання в авіаційному пункті пропуску через митний кордон України четвертого

примірника такої декларації. Після завершення контролю на кордоні примірник декларації повертається заявнику для зберігання.

*Вантажна митна декларація типу "31 ВТЗ"* є документом, що використовується для контролю за багаторазовим переміщенням через митний кордон України водних транспортних засобів, що належать резидентам.

Кожне переміщення водного транспортного засобу через митний кордон України здійснюється за умови подання в пункті пропуску через митний кордон України четвертого примірника такої декларації. Після завершення контролю на кордоні примірник декларації повертається заявнику для зберігання.

*Документи, що підтверджують витрати на доставку товарів* застосовуються в комерційній практиці для оформлення відповідних угод та використовуються декларантами для визначення митної вартості товарів.

В якості таких документів можуть використовуватися:

- документ, що визначає відносини сторін в угоді по наданню послуг по доставці товарів від місця відправлення до місця призначення;
- рахунок-фактура від виконавця угоди доставки, що містить реквізити сторін, суму та умови платежу, а також предмет платежу;
- банківські платіжні документи, що підтверджують факт сплати послуг по доставці у відповідності до виставленого рахунку-фактури.

*Рахунок-фактура (invoice, rechnung)* - документ, який супроводжує переміщувані через митний кордон України товари й інші предмети, вказує їх вартість та дозволяє їх ідентифікувати. Цей документ використовується для здійснення взаєморозрахунків сторін - контрагентів угоди, а також він є основним документом, на підставі якого декларант визначає митну вартість товарів, що переміщуються через митний кордон України.

*Рахунок-проформа* - комерційний документ, який містить відомості про ціну товару, але не використовується для здійснення розрахунків за товар (бартер, консигнація, ордерні поставки, давальницька сировина, готова продукція, виставки, ярмарки тощо). Він є основним документом, на підставі якого декларант визначає митну вартість товарів, що переміщуються через митний кордон України.

*Зовнішньоекономічний договір (контракт)* - матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та їх іноземних контрагентів, якщо інше не встановлено законом або міжнародним договором України, та спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов'язків у зовнішньоекономічній діяльності. Для здійснення зовнішньоекономічної діяльності контракт складається у письмовій формі.

*Ліцензія* - належним чином оформлене право на експорт (імпорт) протягом встановленого терміну певних товарів. Видається Мінекономіки та з питань європейської інтеграції України та представляється митним органам під час декларування імпорту товарів, що підлягають ліцензуванню.

У разі відсутності озоноруйнівних речовин у продукції, що підлягає ліцензуванню, митне оформлення вантажів здійснюється без ліцензії, на підставі листів-роз'яснень Міністерства екології та природних ресурсів і його територіальних органів про те, що така продукція не містить озоноруйнівних речовин і ліцензування не потребує.

*Ветеринарний сертифікат* (свідоцтво) країни походження - повинен обов'язково містити відомості про конкретного одержувача товарів в Україні та є однією з підстав для ввезення товарів, які підлягають ветеринарному контролю, на митну територію України. Ветеринарний сертифікат завіряється номерною печаткою, особистим підписом фахівця пункту держветконтролю та відбитком штампу "Вивантаження та митне оформлення під прикордонним держветконтролем".

*Ветеринарне свідоцтво* - документ, що видається фахівцями структурних підрозділів регіональних служб держветконтролю за місцем оформлення вантажу після проведення ветеринарно-санітарної експертизи та є однією з підстав для митного оформлення підконтрольних товарів. Форма ветеринарного свідоцтва (Ф 1, Ф 2, Ф 3) залежить від виду підконтрольного товару. Порядок видачі ветеринарних свідоцтв та перелік підконтрольних товарів, з розбивкою за формами ветеринарного свідоцтва, затверджено наказом Державного департаменту ветеринарної медицини Міністерства аграрної політики України від 19.04.2005 № 32 "Про затвердження Правил видачі ветеринарних документів на вантажі, що підлягають обов'язковому ветеринарно-санітарному контролю та нагляду" (загальний перелік за кодами УКТЗЕД див. у постанові КМУ від 24.10.2002 № 1569).

*Фітосанітарний сертифікат* - є підставою для ввезення на митну територію України та здійснення митного оформлення підкарантинних матеріалів (їх перелік встановлено постановою КМ України від 26.05.2004 № 672). Фітосанітарний сертифікат видається державним органом з карантину і захисту рослин країни-експортера. Ввезення підкарантинних матеріалів з країн, що не мають державних органів з карантину і захисту рослин, дозволяється без фітосанітарного сертифіката з попереднім оформленням карантинного дозволу Укрголовдержкарантину, в якому встановлюються конкретні вимоги щодо їх ввезення та використання.

*Карантинний дозвіл на імпорт* - є підставою для ввезення на митну територію України та здійснення митного оформлення підкарантинних матеріалів та об'єктів (їх перелік встановлено постановою КМ України від 26.05.2004 № 672). Карантинний дозвіл на імпорт видає Головна державна інспекція з карантину рослин (Укрголовдержкарантин).



Перевезення вантажу через державний кордон України дозволяється тільки через конкретний пункт (пункти) пропуску, зазначений (зазначені) у карантинному дозволі. Термін дії дозволу не більше, ніж на півроку. Оплата за оформлення карантинного дозволу здійснюється за розцінками, затвердженими постановою Кабінету Міністрів України від 24.11.93 № 953.

Дозволи органів екологічного контролю видаються уповноваженими органами Міністерства екології та природних ресурсів при здійсненні митного оформлення товарів, які підлягають екологічному контролю.

Залежно від виду товару та умов його ввезення, до митниці представляються:

- погодження на ввезення продукції, що може містити озоноруйнуючі речовини;
- дозвіл (ліцензія) на ввезення екологічно-небезпечних вантажів або відходів;
- дозвіл на імпорт товарів, що були у вжитку згідно Положення про контроль за транскордонним перевезенням відходів і їх утилізацією/видаленням;
- дозвіл на виробництво, зберігання, транспортування, використання, захоронення, знищення та утилізацію отруйних речовин, у тому числі токсичних промислових відходів, продуктів біотехнології та інших біологічних речовин;
- висновок про дотримання вимог чинного законодавства, норм і правил з ядерної та радіаційної безпеки при експорті (імпорті) радіоактивних матеріалів - для перевезення через митний кордон України джерел іонізуючого випромінювання;
- погодження органу виконавчої влади у галузі охорони навколишнього природного середовища при ввезенні металобрухту;
- дозвіл на перевезення радіоактивних матеріалів.

Ввезення на митну територію виробів медичного призначення, медичної техніки та імунобіологічних препаратів, що використовуються в медичній практиці в Україні дозволяється при наявності дозвільного документа Державної служби лікарських засобів і виробів медичного призначення.

Підставою для ввезення можуть бути наступні документи:

1. При ввезенні в Україну виробів медичного призначення, медичної техніки:

- підтвердження про державну реєстрацію для зареєстрованої в Україні продукції;
- одноразовий дозвіл для незареєстрованої в Україні продукції;
- висновок про можливість застосування в медичній практиці для незареєстрованої в Україні продукції.

## 2. При ввезенні в Україну імунобіологічних препаратів:

- - підтвердження про державну реєстрацію для зареєстрованої в Україні продукції;
- - одноразовий дозвіл для незареєстрованої в Україні продукції.

Підставою для митного оформлення імпорту лікарських засобів із застосуванням пільг по сплаті ПДВ є підтвердження про державну реєстрацію для зареєстрованої в Україні продукції та наявність товарів у Міжвідомчій базі даних зареєстрованих в Україні лікарських засобів.

Підприємствам, одним з видів діяльності яких є медична практика, додатково необхідно представляти під час митного оформлення ліцензію на право здійснення медичної практики та копію ліцензії, завірену в установленому порядку.

*Разова (індивідуальна) ліцензія* - видається Мінекономіки для здійснення кожної зовнішньоекономічної операції суб'єктом ЗЕД, до якого, згідно зі ст. 37 Закону України "Про зовнішньоекономічну діяльність", застосовані спеціальні санкції.

*Сертифікат про походження товарів* - документ встановленої форми, який застосовується для підтвердження країни походження товару. Даний сертифікат видається уповноваженими органами країни - експортера товару та використовується як одна з підстав для застосування пільгової ставки мита (якщо це передбачено для країни походження товару). Подання в митницю сертифіката про походження товару є оптимальним варіантом для декларанта. Цей документ розглядається митницею як основний документ, що однозначно свідчить про те, що вказаний товар походить з тієї або іншої країни. Сертифікат про походження надається разом з вантажною митною декларацією при декларуванні товарів.

Країна походження також може бути визначена і на підставі інших документів (за даними, що вказані у рахунку-фактурі, рахунку-проформі, товарних накладних, пакувальних листах, відвантажувальних специфікаціях, сертифікатах відповідності, якості, фітосанітарному, ветеринарному тощо, митній декларації країни експорту, письмовій заяві експортера (відправника) тощо, якими супроводжується товар. У таких випадках рекомендується орієнтувати експортера (відправника) на необхідність зазначення у "комерційному" або іншому документі інформації про країну походження кожного конкретного товару. Обов'язковою умовою у таких випадках є відповідність даних, що вказані у товаросупровідних документах з фактичними даними, встановленими митницею при здійсненні митного огляду.

У разі відсутності в документах, якими супроводжується товар, відомостей про країну походження товару, допускається встановлення країни походження на підставі інформації (ярликів, етикеток, маркування), що міститься безпосередньо на товарі, або має відношення

до нього (паспорти, технічна документація, висновки-експертизи митних та інших уповноважених органів тощо). Ця умова може бути застосована лише в разі проведення митного огляду зі складанням акта про проведення митного огляду в установленому порядку. Якщо на товарі містяться інші відомості про країну походження товару, ніж ті, що зазначені в документах, якими супроводжується товар, то країна походження товару має підтверджуватися сертифікатом.

Якщо на товарі або в документах, якими супроводжується товар, містяться інші відомості про країну походження товару, ніж ті, що зазначені в сертифікаті, то країна походження товару визнається на підставі даних сертифіката. У таких випадках митниці потрібно представити письмове пояснення органу, що видав сертифікат або експортера (виробника) товару, про причини такої розбіжності у відомостях про походження товару. Якщо таке пояснення не представлено, то країна походження визначається на підставі маркування товару. У встановлених законодавством порядку надання митниці сертифікату про походження товару є обов'язковим у будь-якому випадку.

#### **Рекомендована література :**

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О.; За ред. проф. І.В. Багрової. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.

### **Лекція 6. Нетарифне регулювання експортно – імпорتنих операцій 2 год.**

**Мета:** ознайомити студентів із особливостями застосування нетарифних методів регулювання експортно – імпоротної операцій

#### **ПЛАН**

1. Методи кількісних обмежень та особливості їх використання в Україні
2. Механізм реалізації квот та ліцензій під час експорту та імпорту товарів

#### **1. Методи кількісних обмежень та особливості їх використання в Україні**

Митний тариф - це не єдиний метод регулювання зовнішньоекономічної діяльності. У сучасній практиці державного регулювання зовнішньої торгівлі поряд з тарифними заходами досить широко застосовуються й інші, не пов'язані з митним оподаткуванням, інструменти зовнішньоторговельної політики, які дістали назву *нетарифних*.

В українському законодавстві немає чіткого визначення поняття нетарифних заходів регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Так, у ст. 7 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» встановлюється лише, що регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється за допомогою передбачених в

законах України актів тарифного і нетарифного регулювання, які видаються державними органами України в межах їх компетенції, а сам термін акту нетарифного регулювання не розкривається.

У сучасній українській *правовій науці* під нетарифними засобами регулювання зазвичай розуміють встановлені законодавцем обмежувально-заборонні заходи, які перешкоджають проникненню імпорتنих товарів на внутрішній ринок України \*з метою захисту інтересів вітчизняного виробника та споживача.

Однак, нетарифні засоби застосовуються як до імпорту так і до експорту і, таким чином, необхідно говорити про перешкоди для переміщення товарів та інших предметів через митний кордон України взагалі.

Крім того розширюється сфера застосування нетарифних заходів — з їх допомогою забезпечується захист навколишнього середовища, моралі, релігії і мова вже йде про забезпечення відповідних аспектів національної безпеки та національних інтересів країни.

Таким чином, *до нетарифних заходів* відносяться будь-які заходи неподаткового характеру з боку держави, спрямовані на здійснення впливу на суспільні відносини в зовнішньоекономічній сфері. І *сутність нетарифного регулювання ЗЕД* полягає в забезпеченні належного захисту не лише інтересів держави, а і інтересів окремих суб'єктів цієї діяльності.

Світова організація торгівлі (СОТ) неодноразово наголошувала на необхідності повної ліквідації нетарифних бар'єрів, але більшість країн світу продовжують широко їх застосовувати. На сьогодні нетарифні бар'єри представляють собою найбільш ефективну зброю дискримінації та блокування доступу до ринків збуту. Вони включають велику кількість протекціоністських прийомів (за підрахунками Міжнародної конференції з торгівлі і розвитку ООН (ГОНКТАД) більше ніж 800), починаючи від урядових субсидій, кількісних обмежень, введення санітарних і технічних норм та закінчуючи навмисним ускладненням адміністративних процедур.

Ступінь впливу нетарифних інструментів на міжнародну торгівлю важко кількісно оцінити. На відміну від тарифного регулювання, яке встановлюється у законодавчому порядку, нетарифні обмеження можуть запроваджуватися за рішенням органів виконавчої та місцевої влади. Згідно з даними ЮНКТАД, у загальному обсязі нетарифних заходів кількісні обмеження становлять до 20 %, стільки ж податкові заходи (внутрішні та прикордонні), дещо менше — технічні норми та правила. Лідерами у використанні нетарифних обмежень у міжнародній торгівлі є США, Японія та ЄС [83].

В сучасних умовах нетарифне регулювання застосовується державами з такими основними *цілями*:

- захист національної економіки;

- дотримання міжнародної безпеки;
- охорона життя та здоров'я людей;
- виконання міжнародних зобов'язань;
- підтримка стабільності міжнародної торговельної системи тощо.

Крім того, у випадках:

- різкого погіршення платіжного балансу країни;
- необхідності збільшення надходжень у державний бюджет країни;
- великого зовнішнього боргу країни;
- значного порушення рівноваги з певних груп товарів на національному ринку;
- великої різниці між цінами на національному та світовому ринках;
- необхідності здійснення заходів у відповідь на дискримінаційні дії інших держав;
- укладення міжнародних угод щодо добровільного обмеження експорту чи імпорту.

До *переваг* нетарифних засобів можна віднести:

- просту процедуру їх застосування (встановлення більшої частини нетарифних обмежень відбувається нормативними актами органів виконавчої влади);
- високу ефективність та оперативність застосування;
- відсутність необхідності узгоджувати застосування більшості нетарифних засобів з іншими державами.

Основним механізмом скорочення використання нетарифних інструментів та жорстокої регламентації правил, і процедур їх використання в інтересах розвитку міжнародної торгівлі є багатосторонні міжнародні форуми та організації, серед яких — СОТ, ОЕСР (Організація економічного співробітництва та розвитку), Азіатсько-Тихоокеанське економічне співробітництво, Міжнародна конференція з торгівлі і розвитку ООН (ЮНКТАД) та Європейська економічна комісія ООН.

Різні міжнародні організації, а також національні установи вкладають неоднаковий зміст у сукупне поняття нетарифного регулювання.

Існують *різні класифікації нетарифних заходів*, які розробляються міжнародними організаціями. Найбільш відомими є класифікації, які були розроблені ЮНКТАД та СОТ.

За класифікацією *ЮНКТАД* нетарифні заходи поділяються на:

- паратарифні;
- заходи цінового контролю;
- заходи фінансового контролю;
- автоматичне ліцензування;
- кількісні обмеження;
- монопольні заходи та технічні стандарти.

Класифікація, розроблена *COT* розподіляє всі інструменти нетарифного регулювання на такі 5 груп:

1. *Заходи втручання держави в економіку* (пільги виробникам та споживачам місцевої продукції; експортні субсидії; компенсаційні мита; державні закупки; торгові операції державних підприємств інші заходи з обмеження торгівлі).

2. *Особливості митних та адміністративних процедур* (заходи митної оцінки; антидемпінгові мита; структура тарифів; консульські та митні формальності та документи; вимоги відносно зразків товарів).

3. *Стандарти та інші спеціальні вимоги до товарів* (технічні стандарти; вимоги до упакування товарів та маркування);

4. *Специфічні торгові бар'єри* ( кількісні обмеження імпорту; двосторонні дискримінаційні обмеження імпорту; обмеження експорту; встановлення мінімальних цін; ліцензування; заборони щодо кінофільмів).

5. *Імпортні податки та збори* (внесення депозитів; кредитні обмеження для імпортерів; різні збори; прикордонні збори фіскального характеру; обмеження щодо іноземних вино-горілчаних виробів; дискримінаційні збори з автомобілів; статистичні та адміністративні збори; спеціальні збори на імпортні товари).

Всі види нетарифних обмежень можна умовно згрупувати у такі три класи: економічні, адміністративні та правові. Така класифікація нетарифних обмежень наведена в таблиці 1.

Таблиця 1

Класифікація нетарифних обмежень

Групи нетарифних обмежень	Інструменти застосування нетарифних обмежень
Адміністративні	Реєстрація експортних та імпорتنих товарів
	<i>Технічні бар'єри</i> (реєстрація-облік зовнішньоекономічних контрактів, екологічний контроль, санітарно-епідеміологічний контроль, ветеринарний контроль, фітосанітарний контроль, сертифікація імпорتنих товарів (продукції), контроль за експортом брухту і відходів чорних та кольорових металів, гемологічний контроль, державне регулювання експорту, імпорту алкогольних напоїв та тютюнових виробів, експортний контроль тощо)
	Вимоги про вміст місцевих компонентів
	Політика в рамках державних закупівель
	Кількісні обмеження: ліцензування та квотування
	Добровільні обмеження експорту
Правові	Правові режими
	Міжнародні конвенції
	Двосторонні угоди

### КЛАСИФІКАЦІЯ НЕТАРИФНИХ ОБМЕЖЕНЬ

Групи нетарифних обмежень	Інструменти застосування нетарифних обмежень
Економічні	Демпінг
	Експортні кредити
	Субсидії при експорті
	Внутрішні податки та збори
	Надання пільг
	Валютно-кредитні інструменти

Показниками ефективного використання нетарифних засобів регулювання зазвичай використовується один із таких індексів: індекс частоти, індекс покриття торгівлі, індекс впливу на ціни.

*Індекс частоти* показує частку тарифних позицій, які покриті нетарифними обмеженнями.

*Індекс покриття торгівлі* показує вартісну частку експорту та імпорту, що покриваються нетарифними обмеженнями. Недоліком даного індексу є те, що він недооцінює вплив найбільш, інтенсивних нетарифних бар'єрів.

*Індекс впливу на ціни* — це співвідношення ціни світового ринку та ціни на товар, імпорт або експорт якого підпав під нетарифне регулювання. Недоліком даного індексу є те,

що не вся різниця між національною і світовою ціною на товар залежить від нетарифних обмежень.

## **Використання нетарифних обмежень в сучасних умовах**

Розвинуті країни застосовують нетарифні заходи здебільшого стосовно продуктів харчування, текстильної продукції та одягу, фармацевтичних товарів, автомобілів, побутових електроприладів і електрообладнання. Країни, що розвиваються, контролюють, насамперед, імпорт мінеральної продукції, палива, дорогоцінних металів і коштовного каміння.

Серед всього різноманіття нетарифних інструментів регулювання і міжнародної торгівлі найбільшого поширення набули: заходи підтримки сільськогосподарського виробництва; технічні, санітарні, фітосанітарні та екологічні норми і стандарти, а також антидемпінгові заходи. Так, внутрішня підтримка сільськогосподарського виробництва, що впливає на торгівлю, становить майже 20% обсягу світової торгівлі сільськогосподарською продукцією. Більшість такої підтримки здійснюється розвиненими країнами, які мають для цього необхідні фінансові ресурси. Наприклад, на США, Японію, ЄС та Канаду — припадає 84% цієї підтримки...

Технічні бар'єри також є суттєвою проблемою для розвитку міжнародної торгівлі. За експертними оцінками 80% світової торгівлі зазнає впливу лише внаслідок застосування технічних норм та стандартів.. В США, наприклад, діє понад 2,7 тисяч різних організацій, що займаються розробкою стандартів.

Крім того, широкого застосування у регулюванні міжнародної торгівлі набули антидемпінгові заходи. Загалом, з 1995 року по 2008ро. в світі було ініційовано 3305 антидемпінгових розслідувань, з них 2106 завершилися з прийняттям рішення про застосування антидемпінгових заходів (64% від кількості розслідувань). Беззаперечними лідерами в ініціюванні антидемпінгових розслідувань та застосуванні антидемпінгових заходів були Індія, ЄС та США (372, 245 та 252 заходи відповідно). А серед країн, проти товарів яких були порушені антидемпінгові розслідування, слід виділити Китай (441 розслідувань) та Республіку Корея (146). На Росію та Україну в цьому переліку припадає 88 та 50 розслідувань відповідно. Важливо також відзначити, що більшість антидемпінгових заходів застосовувались до двох груп товарів — продукції металургійної галузі (30%) та продукції хімічної промисловості (20%) .

Розглянемо як використовувались нетарифні засоби під час кризи та післякризового відновлення .

У листопаді 2008 року представники «Групи-20» найбільш розвинених країн світу підписали угоду, спрямовану на уникнення протекціоністських заходів (обмеження



використання нетарифних обмежень). Проте, за даними фахівців Світового Банку, вже через декілька місяців під тиском кризи чимало країн, включаючи 17 країн з «Групи-20», застосували 47 заходів, спрямованих на обмеження торгівлі за рахунок інших країн. Протягом найгострішої фази світової фінансово-економічної кризи було застосовано 66 торгових обмежень і 47 заходів, що обмежують торгівлю. Вплив цих заходів на торгівлю важко оцінити у вартісному вимірі через те, що найбільш поширеними заходами були нетарифні: заходи при перетині товарами кордонів, субсидії та квоти.

Аналіз антикризових заходів в сфері міжнародної торгівлі, проведений Світовим банком, засвідчив ефективність механізмів, створених системою ГАТТ/СОТ та орієнтованих на обмеження використання тарифного захисту. Так, заходи щодо збільшення тарифів під час гострої фази кризи склали третину від усіх заходів та половину від заходів, застосованих країнами, що розвиваються.

Загалом розвинені країни застосували 12 видів протекціоністських заходів, всі з яких підпадають під класифікацію субсидій та інших заходів підтримки. Що стосується країн, що розвиваються, вони застосували 35 видів протекціоністських заходів. Виразною є тенденція до переважання субсидій як пріоритетного виду захисту у розвинених країнах, та різного роду торгових обмежень на кордонах в країнах, що розвиваються.

За даними Світового банку, найбільші за обсягом субсидії були спрямовані автовиробникам. Загальний обсяг субсидій в цю галузь у всьому світі склав приблизно \$48 млрд., більша частка з яких (\$42,7 млрд.) припала на розвинені країни. Серед іншої «популярної» щодо застосування протекціоністських заходів продукції тканини, телевізори, іграшок, взуття, та товарів зі шкіри (Аргентина, Індонезія, Індія), окремі види продовольства (Китай). Загалом, як показала практика застосування протекціоністських заходів, до застосування відомої політики «розорення сусіда» під час кризи вдавалися однаково і бідні і багаті країни. У кінці 2009 року було запроваджено 63 заходи, які підпадають під таку категорію. Між тим, за оцінками фахівців, така політика тільки поглиблює та поширює кризу по всьому світу.

Види протекціоністських заходів в сфері торгівлі, які застосовували, розвинені країни та країни, що розвиваються, в період з 2008 по 2010 рік такі:

- розвинені країни 100% використовували субсидії та інші заходи підтримки;
- країни, що розвиваються: субсидії та інші заходи підтримки (31%); нетарифні заходи (11%); заборона імпорту (9%); імпортні збори (49%).

Згідно Декрету Кабінету Міністрів України «Про квотування і ліцензування експорту товарів (робіт, послуг)» від 12.01.93 р. № 6-93, із змінами і доповненнями, для окремих видів

товарів встановлені кількісні і вартісні обмеження щодо їх переміщення через митний кордон України - так званий режим *ліцензування і квотування*.

*Експортна (імпортна) квота* є граничним обсягом товарів певної категорії (кількісним обмеженням), визначеним в натуральних і вартісних одиницях, який дозволено експортувати з території України (імпортувати на територію України) протягом встановленого терміну.

В Україні виділяють наступні види експортних (імпортних) квот:

- *глобальні* – це такі квоти на товари, які встановлені без зазначення певних країн, куди цей товар експортується або з яких імпортується;
- *групові* – це такі квоти на товари, в яких зазначається перелік певних країн, куди цей товар експортується або з яких імпортується;
- *індивідуальні* – це такі квоти на товари, які встановлюються із зазначенням певної конкретної країни, куди цей товар експортується або з яких імпортується;
  - *антидемпінгові*;
  - *компенсаційні*;
  - *спеціальні*.

По кожному виду товару може встановлюватися тільки один вид квоти.

Квотування здійснюється шляхом видачі індивідуальних ліцензій, причому загальний обсяг експорту (імпорту) за такими ліцензіями не повинен перевищувати обсягу встановленої квоти.

Рішення про введення режиму ліцензування і квотування експорту (імпорту) ухвалюється КМУ за поданням Міністерства економіки України з щорічним визначенням списку конкретних товарів (робіт, послуг), які підпадають під режим ліцензування і квотування, термінів дії цього режиму і публікацією його в офіційних загальнодоступних засобах масової інформації.

**Ліцензія** експортна (імпортна) – це дозвіл на здійснення експорту/імпорту товарів протягом визначеного терміну.

В Україні існують наступні види експортних (імпортних) ліцензій:

- *генеральна* – це відкритий дозвіл на експортно-імпортні операції з певним товаром (групою товарів) з певною країною (рядом країн) протягом встановленого періоду дії даного режиму ліцензування;
- *індивідуальна або разова* – це одноразовий іменний дозвіл, який видається окремо для кожної експортно-імпортної операції конкретному суб'єкту ЗЕД на період здійснення такої операції;
- *відкрита індивідуальна* - – це дозвіл на експортно-імпортні операції на протязі визначеного терміну (не менше 30 діб)з визначенням загального обсягу товарів.

Режим ліцензування і квотування експорту і імпорту набуває чинності тільки після закінчення 60 діб з моменту офіційної публікації.

Переміщення товарів через митний кордон держави здійснюється виключно через ті митниці, що зазначені в ліцензії.

Окрім зазначених вище заходів нетарифного регулювання існують ще такі :

- реєстрація контрактів.
- видача дозволів міністерств та відомств, що мають необхідні повноваження на видачу таких дозволів на певні товари.
- стандарти та вимоги до товарів.
- якісні характеристики товару.
- санітарно-гігієнічні вимоги.
- вимоги по охороні навколишнього середовища.
- підвищення вимог до пакування та маркування.

Методи нетарифного регулювання представлені на рис. 1. .

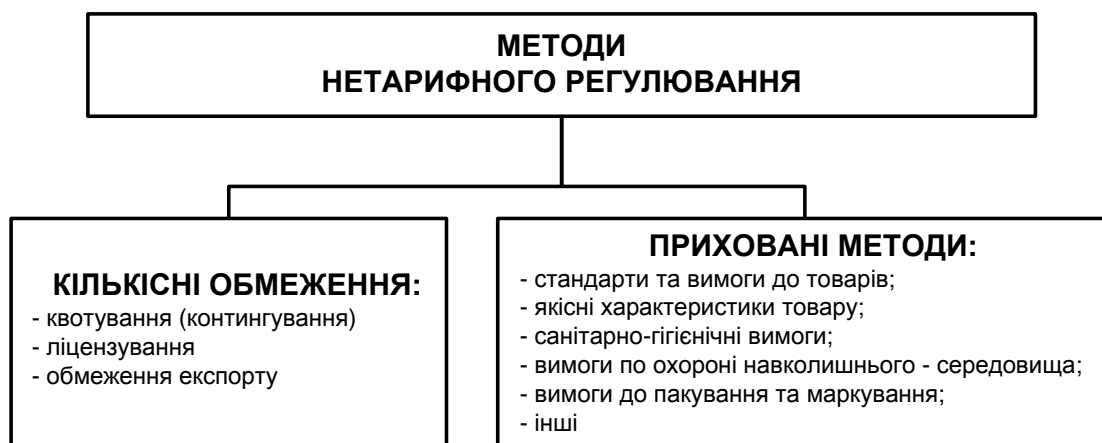


Рис. 1. Методи нетарифного регулювання

З усіх видів нетарифних обмежень найбільш популярними є імпортні квоти або кількісне обмеження обсягів іноземної продукції, що дозволяється щорічно до ввозу в країну. Держава видає обмежену кількість ліцензій, що дозволяють ввіз і забороняють неліцензований імпорт. Якщо обсяг ліцензованого імпорту менший за попит на внутрішньому ринку, то квота не тільки зменшує обсяг імпорту, а й призводить до підвищення внутрішніх цін над світовими, за якими власники ліцензій закупляють товари за кордоном. У даній ситуації імпортні квоти аналогічні тарифним обмеженням, Прикладом таких квот може слугувати угода між Урядом України та Європейським Союзом щодо вугілля та сталі на 1995 р. У відповідності до цієї угоди поставки металопрокату з України в країни ЄС не можуть перевищувати 190000 т. Крім цього, розписані квоти за окремими

позиціями (плоский прокат, балки, товстий лист). Система ліцензування характеризується різноманітними формами і процедурами, але головними видами квот вважаються:

1. Глобальні - контингенти (квоти), що встановлюються щодо товару без зазначення конкретних країн, куди товар експортується або з яких він імпортується.

2. Групові - квоти, що встановлюються щодо товару з визначенням груп країн, куди товар експортується або з яких він імпортується.

3. Індивідуальні - квоти, що встановлюються щодо товару з визначенням конкретної країни, куди товар може експортуватись або а якої він може імпортуватись.

До найпоширеніших регуляторів імпорту (інколи експорту) належить ліцензія. Ліцензія - дозвіл на ввезення чи вивезення товарів продукції, різних послуг.

Ліцензуванню підлягають:

- Продукція, роботи та послуги, які включені до переліку товарів державного призначення.
- Експорт чи імпорт залежно від країни.
- Продукція підприємств, які припускаються недобросовісної конкуренції чи наносять своїми діями збитки державі.

## **2. Механізм реалізації квот та ліцензій під час експорту та імпорту товарів**

Дієвість системи ліцензування та квотування та її вплив на розвиток національної економіки залежать від того, яким чином проходить надання права на здійснення експорту чи імпорту товарів, тобто видання квот і ліцензій.

За умов перехідної економіки держава змушена визначати порядок ліцензування і квотування, виходячи зі становища суб'єктів.

Розподіл ліцензій проводиться:

1. За системою явної переваги.
2. За "методом витрат"
3. Аукціон на конкурентній основі.

За системою явної переваги держава закріплює ліцензії за певними фірмами без попередніх заявок чи переговорів. Найчастіше ці ліцензії надаються найбільш авторитетним фірмам (або безпосереднім виробникам) в обсязі, відповідному до їх частки в сумарній величині експорту цієї продукції країни. Яскравим прикладом такого розподілу є розподіл нафтових імпортних ліцензій в Америці з 1959-1973 рр., коли ліцензії на імпорт, що приносили щорічно за рахунок підвищення внутрішніх цін мільярдні прибутки, безкоштовно розподілялись між нафтовими компаніями на підставі їх частки в нафтовому імпорті до 1959 р. Ця практика мала під собою політичну мету, що полягала в компенсації пониження

дозволеного імпорту для компаній, що орієнтувались на іноземну нафту. Це знизило небезпеку їх лоббісного тиску в бік ліквідації імпортних квот, які, у першу чергу, підтримували американські фірми, що конкурували на внутрішньому ринку з імпортною нафтою. В даному прикладі перерозподіл доходу було зроблено на користь нафтових компаній, що загалом не дало ніякої користі для країни. В Україні ця система застосовується при розподілі ліцензій на експорт товарів.

Надаючи ліцензії за "методом витрат", держава змушує претендентів конкурувати на неціновій основі. Наприклад, "раніше прийшов – раніше отримав". Це призводить до того, що отримують ліцензії господарюючі суб'єкти, які розташовані ближче до структур, що ведуть цей розподіл. Інші витрачають час у чергах, на оформлення різних бюрократичних документів і т.ін.

Іншим прикладом може слугувати розподіл ліцензій на імпорт промислової сировини залежно від кількості виробничих потужностей. Це призводить до втрат ресурсів у результаті надмірного інвестування в обладнання, яке, як правило, не використовується, а існує тільки в надії отримати більшу кількість ліцензій. Отже, це потребує від претендентів обґрунтування своїх претензій, призводить до значних витрат часу та коштів на налагодження контактів з державними відповідальними особами, а також на хабарі для них.

Найсправедливішим та ефективним є аукціон квот на конкурентній основі. Аукціони бувають відкриті та закриті. В публічному аукціоні мають право брати участь усі бажаючі господарюючі суб'єкти. В Україні аукціонний продаж експортних квот провадиться на фондовій біржі щотижневе.

Квоти на експорт виставляє Міністерство з питань економіки та Євроінтеграції України на аукціонні торги у вигляді лотів. У 1993 р. торги проводились на пониження із встановленням початкової ціни лота на рівні суми експортного мита, але не нижче 50 % початкової ціни лота. З 1994 р. торги проводяться на підвищення ціни лота. Експортна поставка має бути обумовлена за 3 місяці, в іншому разі результати торгів анулюються.

Отже, на сьогоднішній день у суб'єкта ЗЕД існує три шляхи отримання квоти чи ліцензії на експорт товару: отримання держзамовлення чи держконтракту, за якого квота і ліцензія видаються безкоштовно. можна отримати експорту квоту і ліцензію у Міністерстві, оплативши повністю експортне мито. можна купити квоту на аукціоні і безкоштовно стати власником ліцензії.

*Кількісні обмеження* - це адміністративна форма нетарифного

державного регулювання торговельного обороту, що визначає кількість та номенклатуру товарів, дозволених для експорту або імпорту. Кількісні обмеження можуть застосовуватися за рішенням уряду однієї країни або на основі міжнародних угод які координують торгівлю певними групами товарів. Вони є формою державного регулювання

умов виходу підприємств на зовнішній ринок і є більш жорстокою формою обмежень порівняно з митом. Мито лише ослабляє конкурентні позиції експортера чи імпортера на ринку, кількісні обмеження обмежують саму можливість конкуренції, оскільки лімітують надходження товару на ринок.

За допомогою кількісних обмежень на державному рівні вирішується широке коло завдань.

- захист споживача і виробника аналогічних конкуруючих товарів усередині країни;
- підтримка стабільності на внутрішньому ринку;
- економія валютних ресурсів;
- одержання поступок на умовах взаємності інших країн;
- обмеження постачання.

Основними адміністративними методами нетарифного регулювання ЗЕД кількісного обмеження є ліцензування та квотування такої діяльності.

*Ліцензування* зовнішньоекономічних операцій визначається як комплекс адміністративних дій органу виконавчої влади з питань економічної політики з надання дозволу на здійснення суб'єктом ЗЕД експорту (імпорту) товарів (ст. 16 Закону України «Про ЗЕД»).

*Ліцензування* — це регулювання зовнішньоекономічної діяльності через дозвільний пакет документів, що видається державними органами на право експорту або імпорту товару у визначених кількостях на встановлений проміжок часу. Підставою для митного оформлення товарів, що підлягають ліцензуванню, є експортна (імпортна) ліцензія Міністерства економіки відповідно до якої митний орган веде облік обсягів ввезеної (вивезеної) продукції.

*Ліцензія експортна (імпортна)* — належним чином оформлене право на експорт (імпорт) протягом встановленого терміну певних товарів або валютних коштів з метою інвестицій та кредитування.

Ліцензування експорту товарів запроваджується в Україні у разі:

- значного порушення рівноваги щодо певних товарів на внутрішньому ринку;
- необхідності забезпечення захисту життя, здоров'я людини, а також відповідно до вимог державної безпеки;
- експорту золота та срібла, крім банківських металів;
- необхідності застосування заходів щодо захисту вітчизняного товаровиробника;
- необхідності забезпечення захисту патентів, торгових марок та авторських прав;
- необхідності забезпечення виконання міжнародних договорів України.

Ліцензування імпорту товарів запроваджується в Україні в разі:

- різкого погіршення стану платіжного балансу та зовнішніх платежів;

- різкого скорочення або мінімального розміру золотовалютних резервів;
- необхідності забезпечення захисту життя, здоров'я людини, тварин або рослин, навколишнього природного середовища, громадської моралі, національного багатства художнього, історичного чи археологічного значення або захисту прав інтелектуальної власності, а також відповідно до вимог державної безпеки;
- імпорту золота та срібла, крім банківських металів;
- необхідності застосування заходів щодо захисту вітчизняного товаровиробника у випадках зростання імпорту;
- необхідності забезпечення захисту патентів, торгових марок та авторських прав;
- необхідності забезпечення виконання міжнародних договорів України.

Ліцензування служить двом *цілям*:

1, *Кількісному регулюванню* торгівлі. Ліцензування є складовою частиною квотування: ліцензія є лише документом, що підтверджує право ввезти або вивезти товар в рамках отриманої квоти;

2. *Контролю за імпортом та експортом*. В такому випадку воно є самостійним інструментом державного регулювання.

Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» в Україні запроваджені такі види експортних (імпортних) ліцензій: генеральна; разова (індивідуальна); відкрита (індивідуальна); антидемпінгова (індивідуальна); компенсаційна (індивідуальна); спеціальна (індивідуальна).

З кожного виду товару встановлюється лише один вид ліцензії. Те ж саме стосується і квоти. Ліцензування і квотування пов'язані між собою, оскільки ліцензування використовується як механізм розподілу квоти шляхом видач ліцензій індивідуальним імпортерам до її вичерпання.

Різновидом ліцензування є *контингентування* — встановлення державного контролю за експортно-імпортними операціями через обмеження номенклатури товарів, у межах визначених державою кількісних чи вартісних квот протягом встановленого періоду часу.

*Квотування* — це кількісне лімітування розміру імпорту/експорту за допомогою глобальних (нерозподілених), індивідуальних (розподілених), групових, сезонних, тарифних та інших видів процентних або вартісних обмежень (квот).

*Квота* — це кількісний нетарифний засіб обмеження експорту або імпорту товару певною кількістю або сумою на визначений проміжок <sup>1</sup>1 асу.

Квоти можуть встановлюватись як на експорт, так і на імпорт товарів. Встановлення квот переслідує певні *цілі*.

*Експортні квоти* вводяться відповідно до міжнародних стабілізаційних угод, що встановлюють частку кожної країни у спільному експорті певного товару, або урядом окремої держави для обмеження вивозу товарів, дефіцитних на національному ринку.

*Імпортні квоти* вводяться національним урядом для захисту місцевих товаровиробників, досягнення збалансованості торговельного балансу, регулювання попиту і пропозиції на внутрішньому ринку, а також як відповідь на дискримінаційну торговельну політику інших держав.

Класифікація основних видів ліцензій та їх характеристика наведена в таблиці 2.

Таблиця 2

Класифікація основних видів ліцензій та їх характеристика

КЛАСИФІКАЦІЯ ОСНОВНИХ ВИДІВ ЛІЦЕНЗІЙ ТА ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА	
Вид ліцензії	Характеристика
<i>За охопленням та терміном дії</i>	
Генеральна ліцензія	Відкритий дозвіл на експортні (імпортні) операції щодо певного товару (товарів) та/або з певною країною (групою країн) протягом періоду дії режиму ліцензування на цей товар (товари). Генеральні ліцензії зі списками товарів регулярно публікуються в офіційних виданнях. Система генерального ліцензування поширена у розвинених країнах
Разова (індивідуальна) ліцензія	Разовий дозвіл, що має іменний характер і видається для здійснення кожної окремої операції конкретним суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності на період, не менший ніж той, що є необхідним для здійснення експортної (імпортної) операції. В ліцензії зазначається крім експортера (імпортера) та кількості певного товару, також вартість товару, країна його походження, а інколи і митний пункт, через який має пройти товар. Система разових ліцензій поширена у країнах, що розвиваються. Часто ці ліцензії видають лише за умови, що експортер або імпортер візьме на себе певні комерційні зобов'язання
Відкрита (індивідуальна) ліцензія	Дозвіл на експорт (імпорт) товару протягом певного періоду часу (але не меншого одного місяця) з визначенням його загального обсягу
Глобальна ліцензія	Дозвіл на ввезення/вивезення певного товару без обмеження за кількістю або вартістю у будь-яку країну протягом визначеного строку
<i>За напрямком дії</i>	
Експортна (імпортна) ліцензія	Належним чином оформлене право на експорт (імпорт) протягом встановленого строку певних товарів
<i>За характером</i>	
Ліцензія антидемпінгова	Належним чином оформлене право на імпорт в Україну протягом установленого строку певного товару (товарів), який є об'єктом антидемпінгового розслідування та/або антидемпінгових заходів
Ліцензія компенсаційна	Належним чином оформлене право на імпорт в Україну протягом установленого строку певного товару (товарів), який є об'єктом антисубсидійного розслідування та/або компенсаційних заходів



Вид ліцензії	Характеристика
<i>За порядком видачі</i>	
Дозволяючі ліцензії	Видаються залежно від рішення відповідного державного органу. Інколи у видачі ліцензії може бути відмовлено
Заявні ліцензії	Передбачають, що ліцензія видасться усім особам, які звернулися з проханням про її видачу
Автоматичні ліцензії	Коли імпортер/експортер, який подав заявку на ліцензію, автоматично отримує дозвіл на ввезення/вивезення товару. Автоматичні ліцензії поширені у розвинених країнах і використовуються для контролю за ввезенням товарів, надмірне надходження яких на внутрішній ринок може дуже ускладнити становище місцевих підприємств.

Квотування вводиться для балансування розвитку зовнішньої торгівлі та платіжних балансів, регулювання попиту та пропозиції на внутрішньому ринку та виконання міжнародних зобов'язань. Квотування є механізмом успішного ведення торгових переговорів, який дозволяє досягати взаємовигідних домовленостей.

Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» в Україні запроваджені такі види експортних (імпортних) квот (контингентів): глобальні; групові; індивідуальні; антидемпінгові; компенсаційні; спеціальні.

Крім кількісних обмежень експорту/імпорту, якими є ліцензування та квотування, держава встановлює також заборону на певні зовнішньоторговельні операції. Так, в Україні забороняється:

- експорт з території України предметів, які становлять національне, історичне або культурне надбання українського народу, що визначається згідно із законами України;
- імпорт або транзит будь-яких товарів, про які заздалегідь відомо, що вони можуть завдати шкоди здоров'ю або становити загрозу життю населення та тваринного світу, або призвести до руйнування навколишнього середовища;
- імпорт продукції та послуг, що містять пропаганду ідей війни, расизму та расової дискримінації, геноциду тощо, які суперечать відповідним нормам Конституції України;
- експорт та імпорт товарів, які здійснюються з порушенням прав інтелектуальної власності.

Конкретний перелік товарів, експорт/імпорт яких підпадає під заборону, затверджується Верховною Радою України за поданням Кабінету Міністрів України.

Класифікація основних видів квот за ознаками та їх характеристика наведені в таблиці 3.

Таблиця 3

Класифікація основних видів квот за ознаками та їх характеристика

## КЛАСИФІКАЦІЯ ОСНОВНИХ ВИДІВ КВОТ ТА ЇХ ХАРАКТЕРИСТИКА

Вид квоти	Характеристика
<i>За охопленням</i>	
Квоти (контингенти) глобальні	Квоти, що встановлюються щодо товару (товарів) без зазначення конкретних країн (груп країн), куди товар (товари) експортується або з яких він (вони) імпортується
Квоти (контингенти) групові	Квоти, що встановлюються щодо товару (товарів) з визначенням групи країн, куди товар (товари) експортується або з яких він (вони) імпортується
Квоти (контингенти) індивідуальні	Квоти, що встановлюються щодо товару (товарів) з визначенням конкретної країни, куди товар (товари) може експортуватись або з якої він (вони) може імпортуватись. Загальний ліміт при цьому розподіляється між основними державами-експортерами на базі обсягу поставок за попередній рік або в обмін на зустрічні їх зобов'язання з імпорту
Автономні індивідуальні квоти	Встановлюються самостійно країною-імпортером без погодження з країною-експортером. У цьому випадку країна-експортер не має можливості ефективно контролювати вибірку даної квоти
Конвенційні індивідуальні квоти	Закріплюються в рамках торгової угоди між державами — імпортером та експортером; при цьому розмір квоти значною мірою визначається зустрічними зобов'язаннями держави-імпортера щодо імпорту квотованого товару і держава-експортер має можливість зі свого боку контролювати використання виділеної для нього квоти, а в окремих випадках, якщо це передбачено угодою сторін, проводити перерозподіл кількісних значень квот серед товарів однієї товарної групи
<i>За напрямком дії</i>	
Імпортні квоти	Граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено імпортувати на територію країни протягом встановленого строку та який визначається у натуральних чи вартісних одиницях
Експортні квоти	Граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено експортувати з території країни протягом встановленого строку та який визначається у натуральних та вартісних одиницях. Встановлюються для забезпечення національних споживачів достатньою кількістю товарів за низькими цінами. Такі обмеження завдяки угодам дозволяють країнам — експортерам сировинних товарів (наприклад, кави, нафти, міді, зерна) контролювати рівень світових цін

Вид квоти	Характеристика
<i>За характером</i>	
Сезонні квоти	Встановлюються на суворо визначений період календарного року (як правило на 3 місяці) і застосовуються традиційно відносно сільськогосподарських товарів
Тарифні квоти	Встановлення кількості товару, яка дозволена до ввезення чи вивезення за особливою, більш низькою ставкою тарифу протягом певного періоду часу
Квоти спеціальні	Граничний обсяг імпорту в Україну певного товару (товарів), що є об'єктом спеціального розслідування та/або спеціальних заходів, який дозволено імпортувати в Україну протягом установленого строку та який визначається в натуральних та/або вартісних одиницях виміру
Квоти антидемпінгові	Граничний обсяг імпорту в Україну певного товару (товарів), що є об'єктом антидемпінгового розслідування та/або антидемпінгових заходів, який дозволено імпортувати в Україну протягом установленого строку та який визначається в натуральних та/або вартісних одиницях виміру
Квоти компенсаційні	Граничний обсяг імпорту в Україну певного товару (товарів), що є об'єктом антисубсидійного розслідування та/або компенсаційних заходів, який дозволено імпортувати в Україну протягом установленого строку та який визначається в натуральних та/або вартісних одиницях виміру

На територію України дозволяється імпорт лише тих товарів, які за своїми технічними, фармакологічними, санітарними, фітосанітарними, ветеринарними та екологічними характеристиками не порушують мінімальних умов відповідних стандартів та вимог, що діють на території України. В разі відсутності національних стандартів та вимог України щодо певного товару застосовуються відповідні міжнародні стандарти та вимоги або іноземні стандарти та вимоги, що діють у провідних країнах — експортерах зазначених товарів.

#### **Рекомендована література :**

1. Коломієць І.Ф. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в процесі його інтернаціоналізації: Монографія / Інститут регіональних досліджень НАН України. – Львів, 2014. – 247 с.
2. Дідьківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посібник – К.: Знання, 2006. – 462 с.
3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О.; За ред. проф. І.В. Багрової. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.

**Лекція 7**  
**Організація і техніка підготовки, укладання та виконання**  
**зовнішньоекономічних контрактів 2 год.**

**Мета:** ознайомити студентів із процесом організації і техніки підготовки, укладання та виконання зовнішньоекономічних контрактів.

**ПЛАН**

- 1. Суть і особливості оформлення зовнішньоторгового контракту**
- 2. Етапи оформлення типової зовнішньоторгової угоди купівлі - продажу**

**1. Суть і особливості оформлення зовнішньоторгового контракту**

В міжнародній практиці контрактом називають договір купівлі-продажу товарів в матеріально-речовій формі. *Контракт* - це документ, який свідчить про те, що одна сторона угоди (продавець) зобов'язується передати товар у власність іншій стороні (покупцю), яка, в свою чергу, зобов'язується прийняти його і заплатити ціну за товар. *Контракт* - основний комерційний документ, що визначає права й обов'язки сторін. По суті в ньому викладений комплекс дій щодо здійснення зовнішньоторгового обміну.

Беззаперечною умовою контракту купівлі-продажу є перехід права власності на товар від продавця до покупця. Цей контракт купівлі-продажу відрізняється від усіх інших контрактів, наприклад, контракту оренди, ліцензійного та ін.

Форма контракту може бути письмовою чи усною. Віденська конвенція ООН (1980р.) не вимагає, щоб договір купівлі-продажу обов'язково оформлявся в письмовій формі. Проте, законодавства ряду країн, в тому числі і України, вимагають обов'язкової письмової форми договору купівлі-продажу. В письмовій формі повинні вноситися і всі зміни в контракт, направляться оферти, акцепти, запити та інші пропозиції та відповіді.

Недотримання форми таких угод стає причиною їх недійсності. Суб'єкти, що є сторонами зовнішньоторгового договору (контракту) купівлі-продажу, повинні мати повноваження на підписання договору у відповідності з законами України і з урахуванням її міжнародних договорів.

У випадку, якщо зовнішньоекономічний договір підписується фізичною особою, потрібен тільки його підпис. Від імені інших суб'єктів ЗЕД зовнішньоекономічний договір підписують дві особи: особа, що має таке право відповідно до посади і згідно з документами заснування фірми, та особи, уповноваженої дорученням, виданим за підписом керівника суб'єкта ЗЕД одноосібно, якщо документи заснування не передбачають іншого. Права й

обов'язки сторін зовнішньоторгового контракту визначаються правом місця його підписання якщо сторони не узгодили іншого, і відображаються в умовах контракту.

Підписання зовнішньоекономічного контракту являє собою цілий ряд дій сторін (контрагентів) під час узгодження його умов. Початковим етапом є попередні переговори, які інколи називаються " трактацією угоди ". Це серйозний і складний процес. Тим, хто починає безпосередню роботу по узгодженню всіх конкретних умов (статей) майбутнього контракту можна порекомендувати наступне:

1. Дуже важливо чітко уявити мету угоди, що ви хочете зробити і що одержати. Щоб успішно вирішити цю проблему, необхідно створити ідеальну модель майбутньої операції, накреслити схему, поділити її на етапи, стадії, визначити строки, вирахувати ризик. І тільки після цього, можна приступати до формулювання умов договору, звертатися за консультаціями до спеціалістів, готувати всі необхідні документи.

2. Проект майбутнього договору краще готувати самим, а не доручати контрагенту. Таким чином, ви зможете реалізувати свої інтереси.

3. Ніколи не підписуйте договір, поки його не переглянув і не завізував ваш юрист чи юрист іншої незалежної фірми. В обласних торгово-промислових палатах, наприклад, є спеціальний відділ, який може надати кваліфіковану допомогу в перевірці і виправленні формулювань проекту договору.

4. Формуючи умови договору, не допускайте двоякості висловлювань, розпливчастих фраз, нечіткості. В договорі має значення кожна буква, кожна кома.

Даючи загальну характеристику контракту купівлі-продажу, слід відзначити джерела правового регулювання зовнішньоторгових контрактів. Звичайно, вони мають певну специфіку. До основних джерел відносяться:

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

В практиці міжнародної торгівлі використовуються наступні джерела правового регулювання міжнародної купівлі-продажу:

- ✦ Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (1980 р.);
- ✦ Конвенція ООН про давність позову в міжнародній купівлі-продажу товарів (1974 р.);
- ✦ Конвенція про право, що використовується до договорів міжнародної купівлі-продажу товарів (1985 р.), та ін.

Найбільш широко в практиці міжнародної торгівлі використовується Віденська конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу, прийнята у Відні в 1980 р. Вона являє собою міжнародний документ, що має практичне значення при підписанні і виконанні

зовнішньоторгових контрактів. Віденська конвенція була розроблена комісією ООН про право міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) з метою визначення єдиних норм, що регулювали б міжнародні торгові договори.

Учасниками Віденської конвенції є більше 30 країн. До них відносяться Австрія, Китай, Німеччина, Італія, Польща, Швейцарія, США, Ірак, Франція та ін. На території України Конвенція вступила в дію з 1 лютого 1991 року.

Віденська конвенція складається з чотирьох частин і 101 статті, в яких докладно визначається порядок підписання договору міжнародної купівлі-продажу (частина II) і його основні умови (частина III). Треба мати на увазі, що Віденська конвенція не регламентує всі аспекти міжнародної купівлі-продажу.

Значення даної Конвенції полягає в усуненні значних розбіжностей в національних законодавствах, що регулюють міжнародну купівлю-продаж товарів; визначенні рис міжнародного характеру договору; встановленні переліку видів договорів і послуг, на які не розповсюджується її дія; визначенні головних прав і обов'язків сторін за договором; встановленні форми контракту купівлі-продажу; визначенні засобів правового захисту у випадку порушення договору продавцем чи покупцем та ін.

## **2. Етапи оформлення типової зовнішньоторгової угоди купівлі - продажу**

Реалізація типової зовнішньоторгової угоди проходить ряд етапів. В свою чергу, етапи складаються з послідовних стадій її підготовки. Кожна із стадій має конкретне цільове призначення і оформляється відповідними супроводжуваними документами. Всі разом вони являють собою єдиний технологічний процес створення і реалізації продукції, враховуючи початкові фази, про які говорилося вище (маркетингові дослідження, вибір продукції, визначення стратегії).

Розглянемо чотири основних етапи оформлення типової зовнішньоторгової угоди купівлі-продажу.

**Перший етап.** Встановлення ділового контакту із зарубіжним партнером. Цей етап складається із таких етапів:

1. вимога покупця відомостей про товар чи виклик на торги продавця і отримання відповіді;
2. відповідь покупця на розміщення замовлення;
3. перевірка продавцем платоспроможності покупця і підтвердження її.

Реалізація даної частини угоди вимагає оформлення і підтвердження такими основними документами, як запити, ініціативними листами, відповіді на запити, офорт твердий і вільний, посвідки, банківське чи комерційне відправлення і т.д.

Оформлення запитів і пропозицій на даному етапі забезпечується з допомогою ініціативних листів-пропозицій чи листів про продаж. Офорт являється одним із таких документів. Під офортом розуміється письмова пропозиція продавця покупцю про продаж товарів на визначених ним умовах.

**Твердий офорт** — це письмова пропозиція на продаж відповідної партії товарів одному можливному покупцю з вказівкою терміну відповіді, на протязі якого він являється пов'язаним зі своєю пропозицією не може зробити пропозицію іншим покупцям. Якщо покупець згоден з пропозицією продавця, він відправляє лист-підтвердження, що містить акцепт. Якщо не згоден — відправляє контрфорт з вказівкою своїх умов угоди.

**Вільний офорт** зазвичай робиться одночасно на одну і ту ж партію товарів багатьом покупцям і не містить терміну для відповіді. І тому не пов'язує offerента своєю пропозицією. Якщо покупець згоден з умовами даного офорта, він підтверджує цей факт твердим офортом.

Якщо ініціатива в пошуку товару виходить від покупця в процесі переговорів, його звернення до продавця з проханням вислати офорт називається запитом.

**Другий етап.** Оформлення замовлення покупцем. Стадії даного етапу:

1. письмова вказівка покупця про доставку товарів чи надання послуг;
2. встановлення графіка доставок;
3. визначення мінімальної ціни;
4. прийняття замовлення.

**Третій етап.** Забезпечення доставки і розрахунків. Стадії даного етапу

1. визначення контрактної ціни;
2. визначення базисних умов, доставки;
3. узгодження умов розрахунку і методи платежу покупцем
4. документи необхідні оформлення даної частини угоди:

Консульський рахунок, рахунок-фактура, фірмені каталоги, прейскуранти, біржові котирування, конкурентний лист, Інкотермс-2000, акредитивний лист, інкасове доручення, чеки та ін

Відповідно до умов доставки здійснюються на основі **системи Інкотермс**. В даний час використовується Інкотермс в редакції 2000 р., який являє собою зібрання правил тлумачення міжнародних комерційних термінів. По суті Інкотермс являється методикою систематизації й оформлення 13 термінів торгових звичаїв, які в даний час класифікуються за чотирма категоріями.

В основі кожної із категорій закладена різниця в об'ємі зобов'язань контрагентів з доставки товарів.



**Перша категорія ("E") — відправлення товарів.** В першу категорію входить один термін "франко-завод" EXW. Цей термін передбачає ситуацію, коли продавець передає покупцю товар безпосередньо в місці знаходження продавця і показує мінімальний об'єм обов'язків продавця.

**Друга категорія ("F") — основний фрахт не заплачений.** В другу категорію входять три терміни: "франко-перевізник" (FCA), "вільний біля борту судна" (FAS), "вільний на борту" (FOB). Ці терміни відображають умови, коли в обов'язки продавця входить доставка товару, перевізнику визначеному покупцем.

**Третя категорія ("C") — основний фрахт заплачений.** В цю категорію входять чотири терміни: "вартість і фрахт" (CAF), "вартість, страхування, фрахт" (CIF), "доставка заплачена до..." (CPT), "доставка і страхування заплачені до..." (CIP). Ця категорія враховує умови, згідно яких продавець повинен забезпечити доставку, але не зобов'язаний брати на себе ризик (а значить і витрати) випадкової загибелі товару, його пошкодження чи інших додаткових витрат, які з'являються уже після відправлення товарів.

**Четверта категорія ("D") — доставка товарів.** Дана категорія охоплює 5 термінів: "доставлено на кордон" (DAF), "доставлено з борту судна" (DES), "доставлено з пристані" (DEO), "доставлено без оплати мита" (DDU), "доставлено з оплатою мита" (DDP). Ці терміни враховують всі витрати і ризики, які можуть появитися в процесі доставки вантажу в країну призначення і які оплачуються продавцем.

**Четвертий етап.** Виконання замовлення продавцем. Його стадії:

1. підготовка товару до відвантаження (упаковка товару у відповідності до правил, норм і стандартів);
2. доставка і транспортування;
3. страхування вантажу — оформлення страхового поліса;
4. митне очищення — заповнення митної декларації;
5. виставлення платіжного рахунку.

Оформлення угоди на даному етапі супроводжується випискою товаросупроводжувальних і розрахункових документів, таких як: рахунок-проформа, рахунок-специфікація, пакувальний листок, сертифікати (продукції, якості, походження товару), повідомлення про готовність до відвантаження, інвойс, відвантажувальний ордер, повідомлення про доставку, транспортна накладна, коносамент, повідомлення про відвантаження, транзитний сертифікат, страховий поліс, митна декларація, виписка із рахунку та ін.

Відзначимо суть деяких із названих документів.

**Інвойс** (комерційний рахунок) являє собою пакет документів, що служать основою для розрахункових операцій. До його складу входить рахунок-фактура, з докладним переліком відправлених покупцю товарів і повної інформації про кількість, якість і ціну товару, про нумерацію і маркірування вантажних місць, про способи постачання товару покупцеві. Крім цього, в інвойсі перераховуються всі додаткові витрати, а також проставляється номер контракту, вказується величина скидки і методи її надання, номер замовлення і накладної, дата відвантаження, умови і форми платежу. Повідомлення про готовність товару вис-лається покупцю. Складається накладна, яка супроводжує вантаж. Транспортування вантажу доповнюється **завантажувальним ордером**. На даному етапі здійснюється процедура рахунку, тобто виписки документів, необхідних для виставлення рахунку покупцеві.

#### **Рекомендована література :**

1. Коломієць І.Ф. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в процесі його інтернаціоналізації: Монографія / Інститут регіональних досліджень НАН України. – Львів, 2014. – 247 с.
2. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посібник – К.: Знання, 2006. – 462 с.
3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О.; За ред. проф. І.В. Багрової. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.

### **Лекція 8.**

#### **Структура і зміст міжнародних контрактів купівлі – продажу 2 год.**

**Мета:** ознайомити студентів із особливостями структурою і змістом міжнародних контрактів купівлі – продажу

#### **ПЛАН**

1. *Суть і особливості оформлення зовнішньоторгового контракту*
  2. *Типовий міжнародний контракт купівлі-продажу товарів*
  3. *Структура і зміст зовнішньоторгового контракту купівлі-продажу товарів*
1. **Суть і особливості оформлення зовнішньоторгового контракту**

В міжнародній комерційній практиці використовуються різні способи підписання експортно-імпортних угод. Найбільш поширеним, як уже відзначалося, являється підписання контракту контрагентами, що приймають в ньому участь.

В міжнародній практиці **контрактом** називають договір купівлі-продажу товарів в матеріально-речовій формі. Контракт — це документ, який свідчить про те, що одна сторона

угоди (продавець) зобов'язується доставити товар у власність іншій стороні (покупцю), яка, в свою чергу, зобов'язується прийняти його і заплатити ціну за товар. Контракт — основний комерційний документ, що визначає права й обов'язки сторін. По суті в ньому викладений комплекс дій по здійсненню зовнішньоторгового обміну.

Беззаперечною умовою контракту купівлі-продажу являється перехід права власності на товар від продавця до покупця. Цей контракт купівлі-продажу відрізняється від усіх інших контрактів, наприклад, арендного, ліцензійного і т.д.

**Форма контракту** може бути письмовою чи усною. *Віденська конвенція (1980 р.) не вимагає, щоб договір купівлі-продажу обов'язково оформлявся в письмовій формі.* Проте законодавства ряду країн, в тому числі й України, вимагають обов'язкової письмової форми договору купівлі-продажу. В письмовій формі повинні вноситися і всі зміни в контракт, направляються офорти, акцепти, запити й інші пропозиції та відповіді. Недотримання форми таких угод стає причиною їх недійсності.

Суб'єкти, що являються сторонами зовнішньоторгового договору (контракту) купівлі-продажу повинні мати повноваження на підписання договору у відповідності з законами України і з урахуванням її міжнародних договорів. У випадку, якщо зовнішньоекономічний договір підписується фізичною особою, потрібен тільки його підпис. Від імені інших суб'єктів ЗЕД зовнішньоекономічний договір підписують дві особи: особа, що має таке право відповідно до посади і згідно з документами заснування фірми, та особи, вповноваженої дорученням, виданим за підписом керівника суб'єкта ЗЕД одноосібно. якщо документи заснування не, передбачають іншого.

**Права й обов'язки сторін зовнішньоторгового контракту**

визначаються правом місця його підписання, якщо сторони не узгодили іншого і відображаються в умовах контракту.

Даючи загальну характеристику контракту купівлі-продажу, треба відзначити **джерела правового регулювання зовнішньоторгових контрактів**. Звичайно, вони мають певну специфіку. До основних джерел відносяться:

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

**В практиці міжнародної торгівлі використовуються такі джерела правового регулювання міжнародної купівлі-продажу:**

- Конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (1980р ):
- Конвенція ООН про давність позову в міжнародній купівлі-продажу товарів (1974 р.):
- Конвенція про право, що використовується до договорів міжнародної купівлі-продажу товарів (1985 р.). та ін.

Найбільш широко в практиці міжнародної торгівлі використовується **Віденська конвенція ООН про договори міжнародної купівлі-продажу**, прийнята у Відні в 1980 р. Вона являє собою міжнародний документ, що має практичне значення при підписанні і виконанні зовнішньоторгових контрактів. Віденська конвенція була розроблена комісією ООН про право міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ) з метою визначення єдиних норм, що регулювали б міжнародні торгові договори.

Учасниками Віденської конвенції являються більше 30 країн. До них відносяться Австрія, Китай, Німеччина, Італія, Польща, Швейцарія, США, Ірак, Франція та ін. *На території України Конвенція вступила в дію з 1 лютого 1991 року.*

*Разом з тим Віденська конвенція носить диспозитивний характер. Це означає, що сторони можуть в договорі відступити від будь-якого положення Конвенції чи змінити його дію. і це повинно бути вказано в контракті. Якщо в контракті купівлі-продажу таких відступів не передбачено, до нього повинні використовуватись норми Віденської конвенції 1980 р.*

Що стосується національного законодавства, треба сказати, що практично в усіх країнах прийняті законодавчі акти, що містять норми, які регулюють відносини міжнародної купівлі-продажу. В одних країнах — це торгові кодекси (Франція, Німеччина, США, Швейцарія і т.д.), в інших — спеціальні законодавчі акти про міжнародну купівлю-продаж (Великобританія та ін.).

**В Україні відносини міжнародної купівлі-продажу регулюються Законом України "Про зовнішньоекономічну діяльність", Декретом Кабінету Міністрів України "Про систему валютного регулювання і валютного контролю", Законом України "Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті".**

Значний вплив на зміст зобов'язань сторін за контрактом купівлі-продажу здійснюють прийняті в міжнародній практиці звичаї й звичайності. Вони відіграють вирішальну роль при вирішенні суперечок в арбітражі.

## **2. Типовий міжнародний контракт купівлі-продажу товарів**

В практиці міжнародної торгівлі широко використовуються різні типові форми контрактів. Вони стали розроблятися великими експортерами й імпортерами ще в кінці XIX ст. Чому? Справа в тому, що складання будь-якого контракту, в т.ч. контракту купівлі-продажу — дуже клопітка робота, яка вимагає великих витрат, зусиль і часу. Тому ділові люди здавна прагнули якось уніфікувати, стандартизувати, зробити їх типовими. За деякими підрахунками на світовому ринку сьогодні використовується більше 10 млн. типових контрактів

**Типовий контракт** — це розроблений у відповідності до встановлених правил документ, який містить ряд уніфікованих умов, прийнятих в практиці міжнародної торгівлі, тобто ніби наперед узгоджених, типових умов. Другу частину типового контракту складають статті, умови яких вимагають узгодження. Це статті, які містять умови про предмет контракту, ціну товару, його якості, термінах поставок, умовах платежу та ін.

Використання типового контракту може здійснюватися двома способами:

- 1) беззаперечне приєднання одної зі сторін до умов кінцевої форми типового контракту, яку запропонувала інша сторона;
- 2) використання типового контракту як зразка, який може бути змінений у відповідності до конкретної угоди.

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

Типові форми контрактів розробляються в основному великими експортерами даного виду продукції, об'єднаннями промисловців і підприємців, асоціаціями, союзами, торгово-промисловими палатами, біржовими комітетами. Наприклад, типові контракти на промислову сировину розробляють союзи підприємців. Це, як правило, національні союзи. Проте по багатьох товарах — зернових, лісопиломатеріалах, шкірсировині — велике значення мають типові контракти, розроблені міжнародними союзами підприємців.

Найбільше поширення в торгівлі зерновими, масляним й. цукром, кольоровими металами, бавовною, натуральним каучуком і т.д. одержали типові контракти, розроблені біржовими комітетами. Галузеві об'єднання розробляють зазвичай декілька варіантів типових контрактів для кожного виду товарів. Різниця між цими варіантами полягає звичайно в методі визначення ціни (ФОБ, СІФ та ін.), способу доставки товару (цілими пароплавами чи дрібними відправками); напрямку перевезення, що може вплинути на упаковку товару, умови страхування і т.д.

Велику увагу розробці типових контрактів приділяє Європейська економічна комісія (ЄЕК) ООН. Під керівництвом ЄЕК було розроблено більше 30 варіантів типових контрактів і загальних умов купівлі-продажу, частково, договір купівлі-продажу зернових (16 варіантів, переглянуті в 1965 р.); загальні умови експортних доставок машинного обладнання (1955р.); загальні умови монтажу машинного обладнання за кордоном (1963 р.); загальні умови купівлі-продажу для експорту товарів довготривалого користування та інших металовиробів серійного виробництва (1961 р.); загальні умови купівлі-продажу цитрусових (1958 р.) та ін.

### **3. Структура і зміст зовнішньоторгового контракту купівлі-продажу товарів**

Зовнішньоторгові контракти за змістом індивідуальні, але за структурою схожі. Кожен контракт має індивідуальний номер, текст контракту починається з преамбули, після чого розміщені такі статті:

- Предмет контракту.
- Кількість товару.
- Якість товару.
- Термін і дата доставки.
- Базисні умови доставки.
- Ціна.
- Упаковка й маркірування.
- Порядок здачі-прийому.
- Умови про гарантії.
- Рекламації.
- Штрафні санкції і повернення втрат.
- Обставини непереборної сили.
- Арбітражна замітка.
- Юридичні адреси сторін.
- Підписи продавця й покупця.

Названі умови можуть бути кваліфіковані з точки зору їх обов'язковості для продавця і покупця і з точки зору їх універсальності.

Зміст контракту визначається сторонами угоди. Формулювання статей вони вибирають самостійно, в залежності від предмету договору, торгових звичаїв, наявності міжнародних угод, а також від довго тривалості взаємних ділових контактів.

Відзначимо деякі типові підходи до складання зовнішньоторгового контракту купівлі-продажу.

➤ **Вступна частина чи преамбула.** Текст контракту починається з вступної частини. В ній дається повна юридична назва сторін, вказується номер контракту, місце і дата його підписання, визначення сторін, що підписують угоду ("продавець", "покупець", "постачальник", "замовник" і т.д.).

➤ **Предмет контракту.** В цій статті вказується назва, вид, сорт, марка, модель товару, що постачається.

- Якщо дані товари різного асортименту чи різних якісних характеристик, вони звичайно наводяться в специфікації, що супроводжує контракт.

- Якщо постачається обладнання, дається докладна технічна характеристика товару, яка оформляється як додаток до контракту.

➤ **Кількість товару.** При визначенні кількості товару в контракті встановлюється:

- одиниця виміру кількості. Це може бути вага, об'єм, довжина, площа, штуки і т.д.;

- порядок визначення кількості. Воно може бути визначено чи твердо фіксованою цифрою, чи в установлених межах з обмовкою "близько", знаком  $\pm \dots\%$  (наприклад, при поставках масових сировинних товарів насипом, навалом чи наливом);

- система мір і ваги, так як в різних країнах використовуються різні метричні системи. Так, в світовій практиці використовується метрична тонна — 1000 кг, а американська (коротка) тонна — 907 кг, англійська (довга) тонна — 1016 кг.

В контракті вказується також чи враховується тара і упаковка в кількість товару. В залежності від цього розрізняють вагу товару брутто, нетто і брутто за нетто.

➤ **Якість товару.** В цій статті вказується спосіб визначення якості товару, а також документи, які підтверджують його. Вибір способу визначення якості залежить від характеру товару і від практики, що склалася в світовій торгівлі даним товаром.

Існують такі методи визначення якості товару:

- - **за стандартом**. Якість товару повинна відповідати відповідній системі стандарту міжнародного чи національного. В деяких випадках стандарти розробляються великими промисловими фірмами;

- **специфікації, доданої до контракту**. Специфікації містять необхідні технічні параметри, що характеризують товар. В контракті вимагається вказати організацію, що склала специфікацію, і навести основні показники специфікації;

- **технічних умовах**. Цей спосіб використовується для нестандартних виробів, що виготовляються на основі індивідуальних замовлень;

- **зразку**. Цей спосіб передбачає відповідність якості товару певному зразку, прийнятому за еталон і підтвердженому покупцем. В міжнародній практиці звичайно відбираються 3 зразки.

Один екземпляр зразка зберігається в покупця, другий — у продавця, третій — в якій-небудь центральній організації (наприклад, в торговій палаті);

- **за вмістом певної речовини в товарі** (наприклад, певний відсоток марганцю в руді), за виходом готового продукту з товару (наприклад, пряжі із шерсті);

- інші методи визначення якості: за описом (наприклад, автомобіля); за попереднім оглядом (товари, що реалізуються на аукціонах, із складів); за способом "I sell like" ("який він є"), без гарантій продавця на якість товару та ін.

При визначенні якості товару звичайно використовують не один із названих способів, а два-три в комбінації. Основним документом, який підтверджує якість, являється сертифікат якості. Він може видаватися видавцем, продавцем чи спеціальною організацією, частково ТПП.

➤ **Термін і дата поставки.** Термін поставки товару розглядається як тимчасовий період, на протязі якого продавець зобов'язаний передати товар у власність покупцю. Товар може бути доставлений одночасно чи частинами. При доставці частинами в контракті вказуються проміжні терміни доставки.

Згідно до Конвенції ООН (ст. 33) продавець повинен доставити товар:

- у визначені строки, якщо договір дає можливість визначити точну дату поставки;
- на протязі періоду, якщо договір дозволяє визначити його;
- в розумний строк після підписання контракту.

В деяких випадках використовується прийнятий в торгівлі термін "термінова поставка" чи "зі складу" (від 1 до 14 днів). Крім строків поставки в контракт купівлі-продажу в багатьох випадках вноситься обмовка про дату поставки. Вона визначає момент передачі товару в користування покупця. В залежності від способу поставки датою поставки може бути:

- дата, вказана на транспортнім документі, що свідчить про прийняття вантажу до перевезення;
  - дата складського свідоцтва;
- дата підписання приймально-передавального акту представниками продавця і покупця.

➤ **Базисні умови поставки.** Базисними умовами поставки називають спеціальні умови, які визначають обов'язки продавця і покупця по доставці товарів і встановлюють момент переходу ризику від продавця до покупця при випадковій загибелі чи пошкодженні товару.

Базисні умови, таким чином, визначають того, хто несе витрати, пов'язані з транспортуванням товару від продавця-експортера до покупця-імпортера. Ці витрати значні, інколи становлять 40-50% ціни товару. Тому при складанні контракту продавець і покупець детально розраховують витрати по всіх транспортних операціях.

Витрати на доставку товару . які несе продавець, враховуються в ціну товару і визначають її базис. Тому й умови поставки називаються базисними.

Тлумачення базисних умов поставки міститься в такому міжнародне визнаному документі як "Інкотермс". розробленому Міжнародною торговою палатою.

Запропоновані в правилах Інкотермс пояснення термінів відповідають найбільш поширеним торговим звичаям і правилам, що склалися в міжнародній практиці. Головна мета Інтермс — чітке визначення умов контракту по відношенню обов'язків продавця по доставці товару покупцю й уніфікація обов'язків сторін контракту. Разом з тим, правила



носять рекомендаційний характер, їх використання в тому чи іншому об'ємі залежить від бажання сторін, які підписують угоду.

В даний час в міжнародній практиці використовується Інкотермс в редакції-'2000 року.

➤ Ціна товару. При встановленні ціни в контракті купівлі- продажу визначається

- **одиниця вимірювання**, за якою встановлюється ціна (ваги, довжини, площі, об'єму, поштучно і т.д.);

- **базис ціни**, який встановлює, чи входить в ціну товарів транспортні, страхові й інші витрати по доставці товару. Базис ціни звичайно визначається шляхом використання одного із комерційних термінів (ФАС, ФОБ, СІФ та ім.) з вказівкою пункту здачі товару;

- **спосіб фіксації ціни**. Ціна в контракті може бути зафіксована в момент його підписання, на протязі терміну його дії чи до моменту його виконання. В залежності від способів фіксації

- розрізняють такі види цін:

- 1) тверда,

- 2) гнучка.

- 3) рухлива,

- 4) наступною фіксацією.

▪ **Тверді** ціни встановлюються в момент підписання контракту, звичайно з обмовкою "ціна тверда, змінам не підлягає".

▪ **Гнучка** — в момент підписання контракт}' і коректується у випадку зміни витрат виробництва в період виконання контракту. При використанні гнучкої ціни обговорюється її структура, вказується джерело, на основі якого можна говорити про зміни витрат виробництва.

**Рухлива ціна**. Вона фіксується в момент підписання контракту, а надалі може бути переглянута в залежності від зміни ринкових цін.

**Ціни з наступною фіксацією**. В даному випадку ціни не обговорюються в момент підписання контракту Проте в договорі регламентується порядок їх обчислення до моменту платежу

▪ **валюта ціни**. Ціна може бути встановлена у валюті країни-експортера, імпортера чи валюті третьої країни;

▪ **рівень ціни**. При визначенні рівня ціни в контракті звичайно орієнтуються на два рівні цін

1) опубліковані ціни (довідкові ціни, біржове котування,

ціни аукціонів, ін );

2) розрахункові ціни постачальника, встановлені в контракті та на нестандартне обладнання, виготовлене, як правило, за індивідуальним замовленням

➤ **Умови платежу.** Передбачають встановлення в контракті купівлі-продажу

▪ **валюти платежу** Такою може бути валюта країни-експортера країни-імпортера чи третьої країни Вона може не співпадати з валютою ціни товару Тоді в контракті необхідно вказати курс, за яким валюта ціни буде переведена у валюту платежу.

▪ **термінів платежу** Сторони вказують у контракті конкретні терміни платежу Якщо такі не називаються, то, Згідно Конвенції ООН, покупець повинен заплатити ціну, коли продавець передає йому чи сам товар, чи товаросупроводжувальні документи (ст 58).

▪ **способів платежу** В практиці міжнародної торгівлі існує декілька способів платежу готівкою, з авансом і в кредит,

▪ **форми розрахунків** Форми розрахунків, які використовують іноземні партнери, дуже різноманітні Основними серед них являються **інкасова, акредитивна, розрахунки за відкритим рахунком** та інші Переважна частина розрахунків за зовнішньоторговими

оцінками здійснюється в інкасовій й акредитивній формах розрахунків

➤ **Упакування й маркірування.** В міжнародній торгівлі упакування й маркірування виконують ряд важливих функцій

- рекламують товар,
- зберігають його при транспортуванні і перевантаженні,
- забезпечують оптимальну заповнюваність транспортних засобів,
- інформують населення про товар, його користь і правила користування

В статті "Упаковка" вказується вид упаковки, її характеристика, якість, розміри, спосіб оплати, а також нанесення на упаковку кожного місця маркірування Вид упаковки залежить від особливостей товару. Розрізняють упаковку зовнішню і внутрішню В більшості випадків упаковка переходить у власність покупця разом з товаром

Маркірування вантажів зазвичай передбачає вказівку на такі моменти як реквізити експортера й імпортера, номер контракту, місця призначення характеристику ваги і габаритів місця, номер місця і число місць в партії, спеціальні позначення (' обережно", "крихке", "верх не кантувати", "центр тяжкості")

➤ **Здача - прийом.** Під здачею-прийомом розуміють передачу товару продавцем у власність покупця у відповідності до умов контракту Оскільки покупець повинен

своєчасно підготуватися до приймання товару, в контракті передбачається обов'язок продавця повідомити покупця про готовність товару до відвантаження і про фактичне відвантаження

В даному розділі контракту узгоджуються такі питання як вид, місце і термін здачі-прийому, порядок приймання товару за кількістю і якістю, ким здійснюється здавання-приймання товару

В залежності від виду приймання поділяється на попереднє і кінцеве ***Попереднє*** відбувається на підприємстві продавця з метою встановлення відповідності товару, його упаковки і маркіровки до умов контракту Мета ***кінцевої*** здачі-прийому — встановити фактичне виконання поставки за кількістю і якістю в обумовленому місці і в певний період

Здавача-прийом за кількістю і якістю, як правило, відбувається в різний період Здачу-прийом за кількістю необхідно проводити зразу після прибуття товару Для другої встановлюється довший період

В контракті вказується, на основі яких документів буде проводитися приймання за кількістю і якістю За кількістю воно проводиться, як правило, за специфікацією, транспортною накладною і пакувальному листку За якістю — на основі сертифікату якості й способу визначення якості, узгодженого в контракті

➤ **Умови про гарантії.** При поставці машин, обладнання чи Іншої техніки в контрактах міститься умова про гарантійне обслуговування В умовах даної статті визначаються об'єм наданої гарантії, гарантійний термін, обов'язки продавця у випадку виявлення дефекту товару чи його невідповідності до умов контракту

Термін гарантії може бути від кількох місяців до кількох років, що залежить насамперед від характеру товару В даній статті перелічуються також всі випадки, на які гарантії не поширюються (наприклад, надетачі, що швидко зношуються, та запасні частини, на пошкодження через велике навантаження, поганого збереження і неправильного обслуговування) Якщо за домовленістю сторін гарантійне обслуговування проводиться силами покупця, продавець в такому випадку повинен заплатити йому витрати

➤ **Рекламації** — це претензії покупця до продавця в зв'язку з невідповідністю кількості та якості доставленого товару до умов контракту В контракті сторони встановлюють порядок і терміни пред'явлення рекламацій, права й обов'язки сторін, способи врегулювання рекламацій

Врегулювання рекламації може бути здійснено шляхом усунення дефектів, заміни товару іншим повернення заплаченої вартості, надання скидки з договірної ціни та ш. Вибір способу врегулювання рекламації залежить від товару. Якщо знайдено дефект в

товарі, що володіє індивідуальними ознаками, треба замінити його іншим. На сировинні товари звичайно надається скидка з контрактної ціни чи проводиться уцінка вартості всієї партії.

➤ **13. Штрафні санкції.** В контракті можуть бути передбачені різного роду санкції в формі пені, неустойки, штрафів, які платять продавці чи покупці у випадку невиконання своїх зобов'язань відповідно до договору.

Крім неустойки, в контракті може передбачатися право сторін на повернення втрат.

➤ **Обставини непереборної сили.** В ході виконання контракту можуть з'явитись обставини, що перешкоджають виконанню договору. Такі обставини називаються непередбаченими чи форс-мажорними. Тому всі контракти купівлі-продажу містять умови, які дозволяють переносити термін виконання договору або звільняти сторони від повного чи часткового виконання зобов'язань договору у випадку виникнення непередбачених обставин.

До таких обставин відносяться:

- різного роду стихійні лиха (землетруси, паводки, урагани, пожежі, замерзання морів і т.п.);
- різного роду політичні і торгово-політичні дії (війна, блокада, заборона експорту й імпорту, валютні обмеження та ін.).

В інтересах обох сторін угоди заздалегідь точно визначити, які обставини вони відносять до форс-мажорних. При настанні форс-мажорних обставин, виконання контракту може бути призупинено на період їх дії. Якщо такі обставини будуть продовжуватися довше узгодженого в контракті терміну, то кожна із сторін має право відмовитися від дальшого виконання своїх зобов'язань відповідно контракту. В контракті сторони вказують також назву організації, яка буде свідчити про початок і довготривалість форс-мажорних обставин. Як правило, це торгово-промислова палата.

➤ **Арбітраж.** В цій статті контракту встановлюється порядок вирішення суперечок, які можуть виникнути між сторонами, якщо вони не можуть вирішити протиріччя іншим шляхом.

При підписанні контракту купівлі-продажу сторони можуть внести в нього й інші умови. Текст контракту закінчується вказівкою юридичних адрес і підписами продавця і покупця. Контракт вважається дійсним, що він підписаний особами, що мають на це повноваження. З моменту підписання контракту починають діяти права і обов'язки сторін щодо його виконання.

#### **Рекомендована література :**

1. Коломієць І.Ф. Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства в процесі його інтернаціоналізації: Монографія / Інститут регіональних досліджень НАН України. – Львів, 2014. – 247 с.

2. Дідьківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посібник – К.: Знання, 2006. – 462 с.

3. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для вузів / Багрова І.В., Редіна Н.І., Власюк В.Є., Гетьман О.О.; За ред. проф. І.В. Багрової. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с.

### **Лекція9.**

## **СТРАХУВАННЯ РИЗИКІВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНИХ ОПЕРАЦІЙ 2 год.**

**Мета:** ознайомити студентів із особливості страхування та видами ризиків під час здійснення зовнішньоторговельних операцій на світовому ринку

### **ПЛАН**

- 1. Види ризиків та способи їх страхування**
- 2. Основні ризики, що виникають при митному оформленні товарів та предметів**
- 3. Транспортні ризики та особливості їх страхування**

#### **1. Види ризиків та способи їх страхування**

Страхування є найбільш розповсюдженим методом зменшення ризиків. *Страхування* - це система економічних відносин, яка полягає в утворенні за рахунок підприємств, організацій і населення спеціального фонду коштів для відшкодування збитків, завданих внаслідок стихійного лиха та інших несприятливих випадкових явищ.

У страхуванні обов'язковою умовою є наявність двох сторін: страхової організації та юридичних і фізичних осіб (які вносять до страхової організації страхові внески).

*Характерними рисами страхування є :*

- цільове акумулювання коштів, які використовуються тільки на покриття витрат у заздалегідь обумовлених випадках;
- ймовірний характер відносин, оскільки заздалегідь не відомо, коли настане відповідна подія, якою буде її сила і кого зі страхувальників вона стосуватиметься;
- зворотність коштів, оскільки вони призначені для виплати усім страхувальникам.

Сукупність розподільчих і перерозподільчих відносин, пов'язаних з уникненням чи відшкодуванням втрат, завданих виробництву та життєвому рівню населення різними надзвичайними подіями, називається страховим захистом. Специфічною ознакою страхового захисту є ознака надзвичайності, яка відображає, з одного боку, наявність певного ризику, тобто можливість виникнення страхового випадку та його руйнівних наслідків, а з іншого - об'єктивну необхідність відшкодування завданих надзвичайних збитків від вказаних

наслідків випадкових дій.

*Страховання зовнішньоекономічного ризику* - це комплекс видів страхування, які забезпечують захист інтересів вітчизняних та іноземних учасників різних форм міжнародної співпраці. Страховання зовнішньоекономічного ризику включає страхування експортно-імпортних вантажів, засобів транспорту, які перевозять вантажі (судна, літаки, автомашини), страхування будівельно-монтажних ризиків, експортних кредитів, міжнародних торгово-промислових та інших виставок, які створюються спільно з іноземними фірмами, тощо. Такі страхові операції здійснюються у вільно конвертованій та національній валюті. У більшості видів страхування укладення таких договорів добровільне. Залежно від змісту відповідних контрактів витрати на страхування може нести будь-яка зі сторін.

Чільне місце в законодавчих і підзаконних актах у сфері страхування посідає Закон України "Про страхування" від 07.09.1996 р. за №85/96-ВР.

При здійсненні розрахункових операцій у зовнішньоекономічній діяльності ризику можна поділити на *кредитні, фінансові, валютні*.

*Кредитний ризик* - це ризик несплати позичальником основного боргу і відсотків, які належать кредитору.

Захист кредитного ризику, залежно від його різновиду, здійснюється наступними способами:

- якщо це внутрішні ризики, то застосовуються такі методи, як лімітування (згідно з нормативними активами), створення резервів, гарантія, застава, страхування, розподіл ризику;
- якщо це зовнішні ризики, то застосовуються такі методи, як вибір видів і режимів здійснення операцій, лімітування, диверсифікація кредитного портфеля (щодо термінів, позичальників, забезпечення, ставок відсотків та способів їх нарахування), створення резервів, здобуття додаткової інформації, моніторинг та контроль ризику.

Суть страхування кредитного ризику полягає у його зменшенні чи ліквідації. Об'єктами такого ризику є:

- комерційні кредити, надані покупцеві;
- банківські позики;
- зобов'язання за кредитом;
- довгострокові інвестиції тощо.

До кредитного страхування відносять наступні види: *делькредере і гарантійне (заставне) страхування*.

*Делькредере* – угода, яка передбачає, що комісіонер за додаткову винагороду (плата за взяття ризику комісійної операції) гарантує комітентові, що вексель на проданий у кредит

товар буде викуплений у визначений термін.

Сутність *гарантійного страхування* полягає в тому, що страховик, за отриманої невисокої страхової премії, бере на себе (замість боржника) роль гаранта оплати його повної заборгованості у визначених термінах на користь застрахованої особи.

Основними формами страхування кредитів є:

- страхування товарних кредитів — це операція, яка передбачає відшкодування втрат, які настали внаслідок невиконання короткострокових кредитних вимог з товарного постачання та надання послуг. Понад 80% світової торгівлі здійснюється з наданням товарних кредитів;

- страхування кредитів під інвестиції — здійснюється на базі операції з придбання інвестиційних засобів за рахунок наданих постачальниками кредитів. Кредити надаються як у товарній (кредитори — виробники), так і в грошовій формі (кредитори — кредитні установи). Виокремлюють лізинговий кредит;

- страхування кредитів, виданих під заставу, здійснюється тоді, коли позичальник забезпечує повернення кредиту переданим у заставу належним йому нерухомим чи рухомим майном.

Різновидом страхування кредитного ризику є *страхування експортних кредитів* — страхування від ризику несплати іноземними фірмами за експортними боргами.

Ризики при страхуванні експортних кредитів поділяються на 2 групи:

- 1) суто комерційний чи економічний ризик (банкрутство приватного покупця, відмова від платежу чи прийняття товару, несплата боргу в обумовлений термін);

- 2) об'єднує різновиди політичного ризику (військові дії, заборона платежів за кордон, конфіскація).

До основних принципів експортного кредитування слід віднести наступні:

- 1) страхування кредиту повинно передувати появі конкретного ризику;

- 2) не може бути застрахований уже відправлений товар (головним є факт підписання контракту, де встановлюються комерційні і кредитні умови);

- 3) страхування кредиту повинно або передувати встановленню умов відчуження товару і його фактичного відчуження, або супроводжувати його.

Страхування фінансових ризиків охоплює усі види страхового захисту тих ризиків, які виявляються в будь-якій сфері визначених фінансових відносин або безпосередньо спричиняють фінансові втрати. Серед більше ніж 10 ризиків, об'єднаних у фінансову групу, найбільш загрозливим є ризик втрат прибутку.

*Валютний ризик* - це ризик, пов'язаний зі зміною реальної вартості платежу, вираженого в іноземній валюті, у зв'язку з коливанням курсу.

Іншими словами, *валютний ризик* - це ризик, який виникає при експортно-імпортних

операціях і при реалізації товарів у кредит у зв'язку зі змінами курсу іноземної валюти по відношенню до національної або з падінням її купівельної спроможності внаслідок підвищення експортно-імпортних цін (погіршення умов торгівлі) в період між підписанням торгової угоди і платежу за нею. Валютний ризик пов'язаний зі змінами реальної вартості грошового зобов'язання за визначений період часу.

Валютні ризики поділяються на курсові, які пов'язані з втратами внаслідок коливань валютних курсів, та інфляційні, зумовлені знеціненням валют внаслідок інфляції.

Страховання валютних ризиків здійснюється наступними способами:

- шляхом внесення в умови зовнішньоторговельного контракту захисних застережень;
- здійснення банком або іншою кредитно-фінансовою установою операцій з метою страхування (хеджування) зміни курсу валют ціни щодо курсу валюти платежу.

У міжнародному приватному праві виділяють такі види захисних застережень.

*1. Золоте застереження* - являє собою включену в контракт умову, згідно з якою платіж повинен бути виконаним або прямо визначена кількість золота (в зливках, монетах), або у зазначеній валюті в золотому вирахуванні (виходячи із золотого вмісту цієї валюти), яка вказана в контракті. Таке застереження нині трапляється рідко, оскільки більшість країн світу належить до Ямайської валютної системи, яка не передбачає фіксації золотого вмісту валюти).

Розрізняють три види золотих застережень - *золотозлиткову, золотомонетну, золотовалютну*.

*Золотозлиткова* не використовується при укладенні міжнародних комерційних контрактів між юридичними і фізичними особам через відсутність вільного обігу золота на внутрішніх валютних ринках, але може застосовуватися в угодах міжурядового характеру.

*Золотомонетне застереження* - прирівнює ціну товару до визначеної кількості золотих монет, маси, проби, в яких здійснюється платіж.

*Золотовалютне застереження* - найбільш розповсюджений вид золотого застереження - включає в контракт умову, згідно з якою ціна товару має вираз у визначеній валюті, прирівняній до золота даної кількості і проби.

У сучасних міжнародних торгових відносинах застосування золотих обмежень звузилося через наявність інших видів застережень.

*2. Валютне застереження* - являє собою включену в міжнародний комерційний контракт умову, відповідно до якої сума платежу змінюється в тій самій пропорції, в якій



проходить зміна курсу валюти платежу щодо курсу валюти застереження.

Валютні застереження бувають односторонніми, що діють в інтересах однієї сторони, або двосторонніми, коли перегляд суми платежу проходить як при підвищенні курсу валюти, так і при його зниженні. Прикладом двосторонніх валютних обмежень є ціна контракту в декількох валютах.

Коли ціна товару здійснюється в одній валюті, то застосовуються такі види валютних застережень: *прямі, непрямі, мультивалютні*. Ці застереження можуть бути як двосторонніми, так і односторонніми.

Пряме валютне застереження застосовується, коли валюта ціни і валюта платежу збігаються, але величина суми платежу, обумовлена в контракті, ставиться залежно від зміни курсу валюти платежу по відношенню до іншої, більш стабільної валюти - валюти застереження.

Непряме валютне обмеження застосовується в тих випадках, коли ціна товару зафіксована в одній валюті, а платіж передбачається в іншій (зазвичай у національній). Оскільки *прямі і непрямі валютні застереження* не є високоефективними, особливо в умовах постійного коливання валютних курсів на фінансових ринках, з'явилися *мультивалютні застереження*. Їх дія базується на корекції суми платежу пропорційно змінам курсу валюти платежу не до однієї, а до декількох валют, курс яких розраховується як середня величина за допомогою визначених математичних методів.

3. *Індексне застереження*, відповідно до якого сума платежу залежить від індексів цін на світових товарних ринках. Індексне застереження передбачає, що ціна товару і сума платежу зміниться відповідно до змін до моменту платежу визначеного індексу цін, обумовленого в контракті, порівняно з його величиною в момент укладення контракту.

4. *Застереження щодо перегляду контрактної ціни* передбачає, що при зміні курсу валюти ціни товару, який виходить за встановлені сторонами в угоді межі його коливання, експортер має право переглянути контрактну ціну за незакінченими поставками.

5. Різновидом вищесказаного можна назвати і *ескалаторне застереження*, що передбачає фіксацію в контракті умовної ціни, яка може бути переглянута залежно від зміни ціноутворюючих факторів.

У міжнародній практиці існують і інші форми страхування валютних ризиків, але, на відміну від застережень, вони мають не контрактний характер, оскільки не включаються в тексти міжнародних контрактів - форвардів, ф'ючерсів, опціонів.

## **2. Основні ризики, що виникають при митному оформленні товарів та предметів**

Однією з обов'язкових умов розвитку будь-якої країни у світовому співтоваристві є її активна участь у міжнародному розподілі праці. Як свідчить світова практика, здійснення країною своєї господарської діяльності виключно в національному просторі або слабкий розвиток зовнішньоекономічних відносин може створити для неї загрозу значного відставання в економічному, науково-технічному та соціальному розвитку, що спричинятиме зниження рівня добробуту країни. Тобто, добробут країни не тільки не повинен обмежуватися національними природними ресурсами, а й безпосередньо залежить від її участі в міжнародному розподілі праці, від рівня науки та технологій, які матимуть свій стрімкий розвиток тільки за умови постійного обміну досвідом між державами.

Серед інших завдань, що стоять перед Україною на сучасному етапі, - завдання розроблення та втілення в життя ефективної митної політики, яка, будучи частиною зовнішньоторговельної політики, покликана захищати національні економічні інтереси та забезпечувати раціональне застосування інструментів митного регулювання на території країни.

Зазначимо, що для створення нормальних умов діяльності підприємств та організацій на зовнішньому ринку, митне регулювання повинно здійснюватися гнучкими, збалансованими методами, бути впорядкованим та відрегульованим відповідно до загальноприйнятих норм світової практики. Виконання в повному обсязі комплексу елементів митної справи, потребує наявності методології здійснення митної справи, а також постійної оптимізації її інструментів, якими є, насамперед, митний контроль та митне оформлення. Тобто, стан економіки України прямо залежить від гнучкості застосовуваних митними органами методів і форм регулювання ЗЕД, їх уніфікованості із загальноприйнятими у світовій практиці стандартами та правилами.

Українським законодавством визначено місце і роль Держмитслужби України серед органів державного регулювання ЗЕД, а також компетенція та повноваження митних органів. На митні органи покладено завдання економічного, контрольного та правового характеру, комплексне вирішення яких забезпечує здійснення митної справи. Ретельний аналіз стану митного регулювання на сучасному етапі розвитку дав можливість дійти висновку, що використовувана методологія здійснення митної справи в Україні недосконала, митними органами неефективно використовуються процедури митного контролю, а законодавчі та нормативно-правові акти з питань здійснення митної справи носять невпорядкований і суперечливий характер.

Для повноти аналізу проблем митного регулювання ЗЕД, необхідно також зазначити,

що Держмитслужба України не є єдиним органом державного регулювання ЗЕД, оскільки відповідно до Закону "Про зовнішньоекономічну діяльність", митне регулювання забезпечує лише регулювання питань, пов'язаних з установами мит і митних зборів, процедурами митного контролю, організацією діяльності органів митного контролю України.

Згідно з положеннями КМУ, серед основних завдань митних органів - також завдання застосування заходів тарифного та нетарифного регулювання при переміщенні товарів через митний кордон України, здійснення, спільно з іншими уповноваженими органами державної влади, заходів щодо захисту інтересів споживачів товарів і забезпечення додержання учасниками зовнішньоекономічних зв'язків державних інтересів на зовнішньому ринку.

Аналізуючи наслідки застосування інструментів державного регулювання ЗЕД, можна дійти висновку, що сьогодні в Україні домінує фіскальна функція, встановлено досить високий рівень митного обкладення імпортованих товарів та жорстку систему нетарифного регулювання, заходи якої поширюються переважно на імпортовані товари.

Головною проблемою є невпорядкованість заходів державного регулювання: діє безліч законодавчих актів України, які не узгоджуються один з одним, через що найбільшою проблемою, з якою стикаються державні органи під час виконання покладених на них завдань і суб'єкти ЗЕД під час переміщення через митний кордон України товарів, є наявність колізій у правовому полі України.

За підсумками аналізу законодавства України та численних бар'єрів, що виникають на шляху переміщення товарів через митний кордон України, можна сформулювати основні ризики суб'єктів ЗЕД, пов'язані з митним регулюванням.

В процесі виконання зовнішньоекономічної діяльності у зв'язку з відсутністю чіткої та узгодженої нормативно-правової бази, у українських підприємств може виникнути ряд ризиків організаційно-правового характеру. В таблиці 1 вказані етапи здійснення зовнішньоекономічної діяльності та причини, через які виникають ризики в процесі цієї діяльності.

Таблиця 1

**Основні причини ризиків суб'єктів ЗЕД при переміщенні товарів та інших предметів через митний кордон України**

<b>Етапи виконання зовнішньоекономічної угоди</b>	<b>Причини</b>
<b>Правове оформлення зовнішньоекономічної угоди</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>– неузгодженість дій державних органів при здійсненні контролю за зовнішньоекономічними операціями суб'єктів ЗЕД;</li><li>– необхідність урахування вимог законодавства України</li></ul>

Етапи виконання зовнішньоекономічної угоди	Причини
	<p>щодо змісту окремих статей зовнішньоекономічного договору (контракту);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– вплив «наповнення» зовнішньоекономічного договору (контракту) про процедуру митного оформлення.</li> </ul>
<b>Переміщення товарів до їх одержувачів</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– значні часові витрати на оформлення товарів в пунктах пропуску через митний кордон України;</li> <li>– необхідність попереднього декларування окремих товарів зі сплатою в установлених випадках податків та зборів, як при імпорті товарів. Необхідність отримання копій документів від відправника та з'ясування, через який пункт пропуску на кордоні переміщуватимуться товари, для здійснення їх попереднього декларування;</li> <li>– необхідність надання фінансових гарантій суб'єктами ЗЕД або супроводження митною вартою окремих видів товарів;</li> <li>– можливість переміщення через митний кордон України окремих видів товарів тільки у визначених пунктах пропуску.</li> </ul>
<b>Митно-тарифне регулювання</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– комплекс невпорядкованих, суперечливих законодавчих та нормативно-правових актів, що стосуються тарифного регулювання;</li> <li>– посилення в останні роки фіксальної функції митних органів;</li> <li>– відсутність механізмів впливу на рішення митних органів з питань визначення митної вартості, коду товару, країни його походження;</li> <li>– відсутність єдиного підходу Держмитслужби до встановлення переліку товарів «групи ризику», що тягне за собою застосування великої кількості листів Держмитслужби, норми яких не впорядковано, щодо віднесення товарів до «групи ризику».</li> </ul>
<b>Нетарифне регулювання</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– комплекс невпорядкованих, суперечливих законодавчих та нормативно-правових актів з питань нетарифного регулювання;</li> <li>– відсутність єдиної методології застосування дозвільної системи до товарів;</li> <li>– відсутність єдиної термінології в законодавчих та нормативно-правових актах України з питань нетарифного регулювання;</li> <li>– практика затвердження списків підконтрольних товарів без визначення їх кодів з УКТЗЕД;</li> <li>– часте дублювання одного виду контролю іншим;</li> <li>– значні часові та фінансові витрати на отримання дозволів держорганів.</li> </ul>
<b>Декларування</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– нестабільність законодавства з питань митного оформлення товарів;</li> <li>– неможливість визначення характеристик товарів (митної вартості, країни походження, коду згідно з УКТЗЕД) у разі</li> </ul>

Етапи виконання зовнішньоекономічної угоди	Причини
	<p>некоректного оформлення відправником товаросупровідних документів;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– складність заповнення ВМД, неоднозначне тлумачення декларантами та митними органами окремих положень нормативно-правових актів, що встановлюють порядок заповнення ВМД;</li> <li>– відсутність єдиної методології застосування митних режимів, характерів угод, особливостей поставки товарів.</li> </ul>
<b>Митне оформлення</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– нестабільність законодавства з питань митного оформлення товарів, велика кількість технологічних схем здійснення митного контролю та митного оформлення й невпорядкованість нормативно-правових актів Держмитслужби України з цього питання;</li> <li>– велика кількість невпорядкованих наказів і доручень митниць, що визначають особливості здійснення митного контролю та митного оформлення в зонах їх діяльності;</li> <li>– застосування митними органами в практичній роботі численних листів-роз'яснень Держмитслужби, які впливають на діяльність суб'єктів ЗЕД;</li> <li>– відсутність єдиного підходу митних органів до оформлення ВМД у зв'язку з недосконалістю порядку заповнення граф ВМД залежно від митних режимів;</li> <li>– відсутність методології застосування митних режимів, характерів угод, особливостей поставки товарів;</li> <li>– ускладнення процедури митного оформлення у зв'язку з вимогами окремих митниць завіряти окремі документи нотаріально.</li> </ul>
<b>Інформаційний ризик</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– велика кількість невпорядкованих законодавчих та нормативно-правових актів з питань здійснення ЗЕД;</li> <li>– нестабільність законодавства з питань здійснення ЗЕД;</li> <li>– застосування в практичній роботі численних роз'яснень Держмитслужби України, що впливають на діяльність підприємств та організації України;</li> <li>– відсутність налагодженої системи сповіщення про набрання чинності законодавчими та нормативно-правовими актами з питань митної справи;</li> <li>– використання в неповному обсязі суб'єктами ЗЕД існуючих на ринку України програмних комплексів, які несуть у собі аналітичну інформацію та узагальнений досвід суб'єктів ЗЕД.</li> </ul>

### 3. Транспортні ризики та особливості їх страхування

Страхування в зовнішньоекономічних зв'язках розглянемо з точки зору страхування засобів водного транспорту, засобів повітряного транспорту, засобів наземного транспорту і

вантажів, які перевозяться цими видами транспорту. Взагалі, під транспортним страхуванням розуміють сукупність видів страхування від небезпек, що виникають на різних шляхах перевезення – морських, річкових, повітряних, сухопутних, змішаних.

Об'єктами страхування можуть бути як самі засоби транспорту, так і перевезені ними вантажі. Страхування вантажів часто називають *карго*, а страхування засобів транспорту - *каска*.

**Особливості морського страхування.** Морські перевезення є одним з найдешевших видів перевезень вантажів при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. Перевезення вантажів морським шляхом супроводжується різними об'єктивними (принциповими) ризиками, які не підвладні людському контролю і знеособлені, а наслідки мають широкий масштаб. До цих ризиків відносять: землетрус, повені, цунамі, урагани, виверження вулканів та інші прояви стихійних сил природи. Війни, соціальні конфлікти і політичне втручання також входять до цього типу ризиків.

До суб'єктивних (конкретних) ризиків можна зарахувати ризики, причини яких мають своєрідний характер. До цих ризиків відносять: крадіжки, пожежі, аварії та інші прояви, що базуються на запереченні або ігноруванні об'єктивного підходу до дійсності.

Морське страхування включає: страхування суден, вантажів, фрахту, відповідальності судновласників. Юридичною базою для укладення договору морського страхування є Конституція України, цивільне і господарське законодавство, Кодекс торговельного мореплавства від 23.05.1995 р. №176/95.

Об'єктом при морському страхуванні є будь-який майновий інтерес, пов'язаний з торговельним мореплаванням: судно, вантаж, фрахт, орендна плата, а також ризик, прийнятий на себе страхувальником.

Торговельне мореплавання - це діяльність, пов'язана з використанням суден та перевезенням вантажів, пасажирів, багажу, пошти, продуктів рибних та інших морських промислів, розвідки та видобування корисних копалин, виконання буксирних, рятувальних операцій тощо.

Розглянемо чотири типові види договору морського страхування:

1. Страхування судна, як транспортного засобу, в основі якого бувають такі типові умови договорів:

- застереження RDC (running down clause);
- застереження про відповідальність перед третіми особами;
- застереження (free of particular average);
- застереження про загальну аварію;
- застереження про позови і трудові відносини;
- застереження про "абандон";

- поділ ризику між страховиком і страхувальником;
- договірні гарантії (застереження про мореплавство; застереження про законність).

2. Страхування одержання плати за фрахт власником судна.

3. Страхування відповідальності товаровідправника або перевізника перед третіми особами.

4. Страхування вантажу.

Зупинимося на особливостях, властивих страхуванню вантажів. Страхування вантажів має три особливості, що вирізняють його поміж усіх інших видів страхування.

Перша - це вільна передача полісу, яка не потребує ніякої заяви страховику. Мається на увазі, що вантаж з моменту початку забезпечення страхового покриття (це збігається звичайно із завантаженням) вилучено з відому страхувальника; вантаж передано в розпорядження перевізника. Страхувальник фактично ним не опікується і нічого з вантажем зробити не може, отже цілком відсутня так звана "суб'єктивна небезпека", тобто та, що знаходиться в причинному зв'язку зі страхувальником. Тому для страховика не має значення, хто стає власником вантажу, і в чийх руках знаходиться поліс.

Друга особливість - це можливість страхувати вантаж вище від його вартості в момент укладення договору страхування. Це не суперечить основному положенню, що страхова сума взагалі не може перевищувати вартості застрахованого майна. Тут це правило страхування не порушується, оскільки в пункті, куди доставляється вантаж і де він у вигляді товару буде реалізовуватися, його ціна може бути вищою.

Третя особливість - це можливість страхувати за так званим генеральним (відкритим) полісом. Генеральний поліс - це договір страхувальника зі страховиком про передачу страховику на страхування усіх відправлень вантажів даної фізичної чи юридичної особи протягом визначеного періоду (як правило не перевищує 12 місяців). Завдяки такому договору, страховик може максимально спростити формальності зі страхування. Від страхувальника потрібні щоразу тільки заявки про відправлення вантажу. Розрахунок за таким полісом виконується періодично за терміни, зазначені в договорі, а не за кожним відправленням. І в цьому випадку зручності очевидні: простота і швидкість, тобто саме те, що так необхідно для здійснення операцій у зовнішньоекономічній діяльності.

**Особливості автострахування.** В автострахуванні підлягають страхуванню на добровільних засадах засоби автотранспорту, перевезення вантажів, цивільна відповідальність власників засобу автотранспорту.

Об'єктом страхування засобів автотранспорту є легкові, вантажні автомобілі, автобуси тощо.

Відшкодовуються збитки, які спричинені втратою або пошкодженням застрахованих

транспортних засобів внаслідок аварії, пожежі, вибуху, землетрусу, повені та інших стихійних явищ.

До основних видів аварій відносяться: зіткнення, наїзд, перевертання. В обсяг відповідальності також входить крадіжка та інші протиправні дії третіх осіб. Не відшкодовуються збитки, які є причиною навмисних дій; водіння засобів транспорту особою, що не має посвідчення водія; від природного зносу засобів автотранспорту; військові дії та заходи, їх наслідки, страйки, конфіскації за розпорядженням влади тощо.

У разі повної загибелі транспортного засобу, відшкодування здійснюється, в межах страхової суми, але не вище від дійсної вартості засобів транспорту на момент страхового випадку з урахуванням амортизації.

У зв'язку з розширенням господарської діяльності автострахування набуло міжнародного масштабу. Міжнародна система страхування відома як "система Зеленої карти", що набрала чинності 01.01.1953 р. і отримала свою назву за кольором і формою страхового полісу. Країни, які належать до міжнародної системи страхування, прийняли на себе зобов'язання щодо визнання на території будь-якої з цих країн страхового полісу щодо страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів у міжнародному автомобільному сполученні. Основним елементом системи Зеленої карти є бюро країн-учасниць, які організовують контроль за наявністю страхування при перетинанні кордону, а також вирішують разом зі страховими компаніями питання щодо врегулювання заявлених претензій за страховими випадками. Безпосередньо відшкодування за Зеленою картою проводять уповноважені страхові організації.

**Особливості авіаційного страхування.** Юридичною базою для укладення договору авіаційного страхування є: Конституція України, цивільне і господарське законодавство, Повітряний кодекс від 04.05.1993 р. №3167-ХП, матеріали Конвенції щодо уніфікації деяких правил, що стосуються міжнародних та повітряних перевезень, укладеної у Варшаві 12 жовтня 1929 р., з подальшими доповненнями. З основними положеннями Конвенції читач може ознайомитися на зворотній сторінці квитка-книжечки міжнародного повітряного сполучення.

До поняття авіаційного страхування входять такі специфічні види ризиків, як:

- страхування літаків від загибелі і пошкодження;
- страхування відповідальності перед пасажиром за втрату життя і відповідальності за втрату або пошкодження багажу пасажирів;
- страхування відповідальності перед третіми особами за заподіяну шкоду їм або їхньому майну в результаті експлуатації авіатransпортних засобів;
- страхування команди;
- страхування відповідальності за збереження вантажу, що перевозиться



авіатранспортом;

— страхування відповідальності перед третіми особами при будівництві літаків та їх ремонті.

Об'єктом авіаційного страхування є будь-який майновий інтерес, пов'язаний з експлуатацією транспортних засобів.

Перевізник і виконавець повітряних робіт зобов'язаний застрахувати членів екіпажу та авіаційний персонал, який перебуває на борту повітряного судна (власного, орендованого, переданого в експлуатацію), а також свою відповідальність щодо відшкодування збитків, заподіяних пасажиром, багажу, пошті, вантажу, прийнятим для перевезення, іншим користувачам повітряного транспорту та третім особам.

Координацію діяльності страховиків у галузі страхування авіаційних ризиків здійснює авіаційне страхове бюро, яке представляє їх інтереси в міжнародних об'єднаннях страховиків.

З метою відшкодування потерпілим від авіаційної події, стихійного лиха і підвищення безпеки авіації України створено страховий фонд безпеки авіації України. Цей фонд створено за рахунок надходження відрахувань від платежів з обов'язкових видів страхування, що визначено на законодавчому рівні України. При встановленні ставок премії з авіаційного страхування застосовується принцип індивідуального підходу до оцінки ризиків.

При страхуванні літаків, які здійснюють регулярні рейси з метою перевезення пасажирів, багажу і вантажу, основними критеріями для встановлення адекватних ставок премії є такі дані, як: склад флоту за кількістю, модель літака, страхова сума літака, кількість пасажирських місць, кваліфікація льотного складу, річні показники пасажиро-кілометрів, тонно-кілометрів, кількісний і вартісний вираз загибелі літаків за останні роки.

*Перестрахування* - це система економічних відносин між страхувальниками, яка дозволяє страховій фірмі, що уклала договір страхування, передати взяті на себе ризики іншим страховим компаніям - перестраховикам.

Перестрахування є необхідною умовою забезпечення фінансової стійкості страхових операцій і нормальної діяльності будь-якого страхового товариства незалежно від розмірів його капіталу та фінансових активів. Сутністю відносин між перестраховиком і перестрахувальником є обов'язок перестрахувальника відшкодувати частку страхових виплат страховій фірмі, здійснених за страховими випадками, які вже настали у клієнта.

Економічна суть перестрахування полягає в перерозподілі між страховими організаціями створеного (первинного) страхового фонду. Правовою основою для використання операцій перестрахування в Україні є Закон України "Про страхування".

Інститут перестрахування існує для вирівнювання страхових сум, які прийняті на страхування за ризики, для приведення потенціальної відповідальності за сукупною

страховою сумою відповідно до фінансових можливостей страховика з метою забезпечення фінансової стійкості страхових операцій та їх рентабельності, та для взаємної участі у ризиках, прийнятих на страхування іншими страховиками.

Перестраховуванням ризиків досягається захист страхового портфеля від впливу на нього великих страхових випадків або одного катастрофічного випадку, а також сплата сум страхового відшкодування декількох страхових товариств, яка здійснюється колективно всіма учасниками в перестраховуванні відповідного об'єкта.

Страховик, який прийняв на страхування ризик і передав його частково в перестраховування іншому страховику, називається перестрахувальником (цедентом). Страховик, який прийняв у перестраховування ризики, називається перестраховиком (цесіонарієм, ретроцедентом). Приймавши в перестраховування ризики, перестраховик (ретроцедент) може частково передати його іншому перестраховику, і така операція називається ретроцесією, а сторона, яка прийняла на себе ризики, - ретроцесіонером.

За методом передачі ризиків і оформлення правових взаємовідносин сторін, перестрахувальні операції поділяються на факультативні, договірні і змішані.

Факультативний метод перестраховування характеризується повною свободою сторін договору перестраховування. Перестрахувальник має право передавати ризики або залишати їх на власній відповідальності, а перестраховик має право прийняти ризики чи відмовитися від них. За факультативним методом страхування кожний ризик передається окремо. Таким чином, договір факультативного перестраховування — це індивідуальна угода, яка найчастіше стосується одного ризику. Головною особливістю цього методу перестраховування є можливість індивідуальної оцінки ризику.

Характерною особливістю факультативного перестраховування є можливість регулювання страховиком (цедентом) розміру власного утримання. Власне утримання — економічно обґрунтована частина страхової суми, яку страхова компанія залишає на своїй відповідальності. Цю суму визначають окремо за страховим полісом, за одним ризиком, за рядом ризиків.

Переваги цього методу: 1) можливість вибору для компанії цедента якомога сприятливіших умов перестраховування (вибір найкращих пропозицій); 2) використання цедентом перестраховування в тих випадках, коли відповідальність справді може зашкодити фінансовій стійкості страховика або коли він має розширити свою діяльність у сфері несприятливих для нього страхувань.

Недоліки факультативного перестраховування полягають в тому, що:

- оскільки перестраховик має повну свободу у вирішенні питання щодо прийняття даного ризику у перестраховування або про його відмову, до моменту настання страхового випадку, визначений ризик може виявитися взагалі не

перестрахованим або не перестрахованим частково, тобто в розмірі, який не дозволить перестраховальнику повністю компенсувати збитки, які перевищують його потенційні фінансові можливості;

— великі витрати з оформлення факультативного перестрахування, особливо в разі неодноразової факультативної пропозиції;

— тривалість факультативного перестрахування впливає на можливість укладення договору або навіть відмови від нього.

При зростанні обсягів страхових операцій у зовнішньоекономічній діяльності постала потреба прискорити передавання ризиків у перестрахування. Так виник договірний метод перестрахування. Договірне перестрахування передбачає обов'язкове віддавання перестраховальником раніше узгодженої частини ризику за всіма покриттями. Перестраховик також має обов'язково приймати ці частини ризиків згідно з умовами договору. У такому договорі перестрахування обов'язково визначаються ліміти відповідальності, перестраховальна премія, перестраховальна комісія, обмеження щодо покриття.

Перестрахування має універсальний характер, тобто використовується в усіх видах страхування, діє на всіх страхових ринках світу.

*До основних переваг цього методу слід віднести наступні:*

1) дозволяє збільшити обсяги страхових операцій, збирає більшу частину перестраховальної премії у професіональних перестраховиків світу;

2) рівномірний розподіл ризиків;

3) автоматичність приймання ризиків, що потребує значно менших витрат, пов'язаних з обробкою ризиків;

4) можливість розвитку довгострокових відносин між сторонами;

5) гарантія підтримки перестраховика, яка надає більшу свободу цеденту щодо проведення страхових операцій.

*Недоліки:* коли ризик, що підлягає страхуванню, не підпадає під умови такого договору, або страхова сума за ризиком перевищує ліміт відповідальності за договором, то може виникнути потреба в додатковому договорі факультативного перестрахування.

Такий договір перестрахування найчастіше укладається на невизначений термін з правом взаємного розірвання шляхом повідомлення сторін щодо прийнятого рішення.

Змішана форма або факультативно-договірна поєднує методи попередніх перестраховальних операцій. За змішаної форми компанія-цедент передає чи залишає в себе ризики або їх частину. Перестраховик згідно з таким методом перестрахування зобов'язаний прийняти обумовлені договором ризики. Факультативність передбачається для страховика (цедента), а договірна частина - для перестраховика (ретроцедента). Характерною

особливістю є те перестраховик, який укладає договір, має повністю довіряти цеденту, оскільки його інтереси та збалансованість портфеля залежить від перестраховальника. Перестраховик не завжди зацікавлений у такому змішаному методі, віддаючи перевагу звичайному факультативному договору, який дає змогу проаналізувати кожний ризик окремо.

Перестраховальний договір є юридичним документом, який визначає взаємовідносини сторін і встановлює їх права і обов'язки. Існує багато різних за формою договорів, але немає стандартного, спільного для всіх компаній договору.

Виділимо такі види договорів перестрахування:

1) пропорційні: квотний договір, ексцедентний договір (договір ексцедента суми), квотноексцедентний договір;

2) непропорційні: договір ексцеденту збитку (ризиковий ексцедент збитку, катастрофічний ексцедент збитку), договір ексцеденту збитковості або договір стоплосс.

Пропорційний договір передбачає часткову участь сторін у розподілі відповідальності, і відповідно до узгодженої частки участі в договорі між сторонами розподіляються страхові премії і збитки.

Квотний договір — найбільш проста форма перестраховального договору і згідно з цим договором перестраховальник зобов'язується передати перестраховикові частку в усіх ризиках певного виду; у цій самій частці передається й належна йому премія, а перестраховик зобов'язується приймати її. Збитки у квотних договорах також розподіляються пропорційно до участі у ньому сторін.

Квотний договір має більші переваги для цедента (страховика): 1) на власному утриманні лишається частка відповідальності, яка повністю відбиває його фінансові можливості; 2) квотний договір не потребує великих витрат з його обслуговування; 3) при автоматичності передавання ризиків страховик звільняється від зобов'язань передати інформацію з прийнятих ризиків, що дає певну свободу цеденту; 4) результати квотних договорів більш збалансовані і стійкі.

У разі страхування відповідальності власників транспортних засобів і автокаско застосовується страхування засобів транспорту.

Недоліком є те, що за договором передаються усі ризики - великі і малі, які за інших обставин фірма могла б утримати у власній відповідальності.

Ексцедентне перестрахування - складніший вид пропорційного перестрахування. Договір ексцедента суми передбачає передавання цедентом (страховиком) обумовленої частини ризиків понад власне утримання. Визначаючим фактором у механізмі перестрахування за ексцедентним договором є так зване власне утримання, яке являє собою в більшості випадків економічно обґрунтований рівень суми, в межах якої фірма утримує на

своїй відповідальності визначену частину ризиків, що страхуються, передаючи в перестраховання суми, що її перевищують.

Ексцедент за договором – це величина, яка кратна власному утриманню цедента. Сума ексцеденту виражається в кілька разів збільшеним розміром власного утримання. Власне утримання на певному рівні в ексцедентному перестрахованні називають лінією (часткою).

До переваг ексцедентного страхування слід віднести:

- можливість фірми-цедента встановлювати ліміт власного утримання з врахуванням свого фінансового становища;
- цедент при старанному визначенні суми власного утримання залежно від характеристик застрахованого об'єкту може досягти не тільки обмеження своєї відповідальності, але й якісної зміни страхового портфеля.

Недоліком є необхідність обробки кожного ризику - його вивчення, визначення відповідної частки в ексцедентному договорі, групування ризиків тощо.

Застосовується найчастіше при страхуванні від вогню, нещасних випадків, страхування життя.

#### **Рекомендована література :**

1. Беник Н.Г. Етапи впливу зовнішньоекономічного середовища на ефективність діяльності підприємств /Н.Г. Беник, І.О. Одлижук // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. - №11. – С. 159-163.

2. Козик В.В., Панкова Л.А., Карп'як Я.С., Григор'єв О.Ю., Босак О.А., Зовнішньоекономічні операції і контракти: Навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 608 с.