МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Криворізький фаховий коледж
Національного університету «Київський авіаційний інститут»

КОНСПЕКТ

лекцій з навчальної дисципліни

«МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»
(назва навчальної дисципліни)

для спеціальності
073 «Менеджмент»
(код та назва спеціальності)

Склав: викладач, к.е.н., доцент Паустовська Т.І.
(прізвище та ініціали)

Конспект обговорений
на засіданні циклової комісії
менеджменту, логістики та транспортної інфраструктури
(назва циклової комісії)

Протокол № 13 від «26» 08 2026 р.
Голова циклової комісії
_____ Смирнова Н.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Кривий Ріг
2026

Розділ №1. «Сутність, цілі і мотиви зовнішньоекономічної діяльності підприємства»

Лекція №1.1
Тема: Сутність зовнішньоекономічного менеджменту

План лекції:
1. Економічна сутність та етапи розвитку менеджменту ЗЕД
2. Сутність та характеристика міжнародного бізнесу
3. Еволюція розвитку міжнародного бізнесу

1. Економічна сутність та етапи розвитку менеджменту ЗЕД

Що ж таке менеджмент ЗЕД?

Сутність менеджменту зовнішньоекономічної діяльності полягає в:
- комплексному дослідженні;
- моделюванні міжнародного середовища;
- налагодженій взаємодії всіх підрозділів і посадових осіб організації/ установи;
- для продуктивного досягнення визначених зовнішньоекономічних стратегій.

Мета менеджменту ЗЕД: формування та використання конкурентних переваг фірми за рахунок можливості ведення бізнесу в різних країнах з використанням їх економічних, соціальних, демографічних і культурних особливостей

Які завдання менеджменту ЗЕД?

Завдання менеджменту зовнішньоекономічної діяльності:
- вивчення і проектування елементів міжнародного середовища: закордонних партнерів, рівня цін, митних правил, міжнародних норм і звичаїв та ін.;
- забезпечення ефективної взаємодії не тільки між працівниками зовнішньоекономічних підрозділів, але і між усіма службами підприємства;
- продуктивне досягнення всією організацією обраних зовнішньоекономічних цілей.

Функції менеджменту ЗЕД:
- планування: формування короткострокових, середньострокових і довгострокових планів розвитку зовнішньоекономічної діяльності, а також розробка бізнес-планів для нових зовнішньоекономічних проектів, що припускають залучення зовнішніх джерел фінансування
- організація: формування організаційних підрозділів фірми для здійснення зовнішньоекономічних операцій, розподіл співробітників на ділянки роботи, наділяючи їх відповідними функціями, повноваженнями і відповідальністю та визначаючи форми і методи підготовки і реалізації зовнішньоекономічної діяльності;
- координація та погодження завдань і функцій зовнішньоекономічної діяльності з іншими відділами і підрозділами фірми з метою не допустити суперечностей в рішеннях і забезпечити злагодженість і оптимізацію всієї роботи організації;
- оцінювання: ефективності зовнішньоекономічної діяльності; визначення прибутковості зовнішньоекономічних операцій окремо по конкретних видах товарів і регіонах та в сукупності по всьому номенклатурному ряду товарів, що поставляються за рубіж або імпортуються з-за кордону;
- контроль: зовнішньоекономічних операцій як в оперативному, так і в стратегічному режимі на основі поточного моніторингу за ходом реалізації річних, середньострокових і довгострокових планів зовнішньоекономічної діяльності та організації проведення відповідних ревізій, у тому числі і по втіленню зовнішньоекономічних і маркетингових стратегій в життя

Об’єкт менеджменту ЗЕД: Діяльність організації (підприємства, фірми), що систематично здійснює ЗЕД.

Що є суб'єктом менеджменту ЗЕД?

Ієрархічна структура суб’єкта менеджменту ЗЕД
- міжнародні інституції;
- державні органи влади, установи та організації;

- система менеджменту підприємства.

Що таке принцип?

Принцип – від лат. «найперше» - основа, твердження, постулат

Принципи менеджменту ЗЕД:

- *загальні* – невелика кількість загальновизнаних у всьому світі правил, що стали своєрідними загальновідомими істинами (аксіомами), яких дотримуються всі учасники міжнародних ділових операцій;

- *специфічні* – закріплені у відповідних міжнародних правових актах і є обов'язковими для виконання всіма державами, що підписали той або інший акт;

- *національні* – закріплюються в законодавчих актах відповідних країн.

Загальні принципи менеджменту ЗЕД:

- науковість;

- системність;

- взаємовигідність.

Специфічні принципи. Принципи менеджменту ЗЕД у ЄС передбачають:

- контроль і оформлення документів на товари, що перетинають національні кордони;

- свободу пересування осіб для працевлаштування або постійне місце проживання в будь-якій країні;

- уніфікацію технічних норм і стандартів відкриття споживчих ринків;

- лібералізацію фінансових послуг;

- поступове відкриття ринку інформаційних послуг;

- лібералізацію транспортних послуг;

- створення сприятливих умов для промислового співробітництва з урахуванням законодавства про права на інтелектуальну і промислову власність;

- усунення фіскальних бар'єрів тощо

Національні принципи менеджменту ЗЕД:

- суверенітет;

- свобода;

- юридична рівність;

- недискримінація;

- верховенство закону;

- захист інтересів суб'єктів підприємницької діяльності;

- еквівалентність обміну.

2. Сутність та характеристика міжнародного бізнесу

Міжнародний бізнес історично і логічно виникає внаслідок розвитку й поглиблення міжнародного поділу праці та формування світового ринку.

Міжнародний бізнес можна визначити як ділову взаємодію фірм різних форм власності або їх підрозділів, які знаходяться в різних країнах, головною метою яких є одержання прибутку за рахунок вигод і переваг ділових міжнародних операцій.

Міжнародний бізнес – це підприємницька діяльність, пов'язана з використанням капіталу в різноманітних формах і переваг підвищеної ділової активності; здійснюється з метою отримання прибутку і поширюється на міжнародну економічну сферу.

Міжнародний бізнес включає будь-які господарські операції, що здійснюються двома і більше країнами. Такі ділові взаємовідносини можуть виникати на рівні як приватних, так і державних організацій. У разі участі приватних компаній у міжнародному бізнесі господарські операції, як правило, здійснюються з метою одержання прибутку. Діяльність фірм, які мають державну форму власності, не завжди орієнтовані на прибуток.

Найбагатші країни світу

✓ ***Катар.*** Економіка Катару зростає з року в рік. В першу чергу, це пояснюється зростанням цін на нафту. Інші корисні копалини брати тут особливо нізвідки: навколо лише пустеля й 40 градусів тепла за Цельсієм. Тільки 20% населення Катару – його громадяни. Решта – емігранти. Громадянство ти тут не отримаєш: треба лише народитися катарцем й від катарців. Але якщо вам пощастило бути катарцем, ти можеш не працювати, не платити

за газ та електрику. Безвідсоткові кредити на землю та житло вам також забезпечені.

✓ ***Макао.*** Раніше Макао була португальською колонією. Тепер це особливий адміністративний район КНР. Це такий собі напівпорожній острів, який загубився десь в світі і наділений повноваженнями країни. У Макао 600 тис. жителів, і розташована країна на півострові в південній частині Китаю. Входячи до складу КНР, Макао має значну автономію: власні закони, правову, фінансову, митну та імміграційну системи. І навіть право участі в міжнародних організаціях. Джерело багатства Макао може здивувати вас. Тому що, крім експорту тканин і взуття, її найбільше джерело доходу складають… казино. Багато іноземних компаній вирішили оформити свої ліцензії тут. За рівнем доходів від казино вони обійшли Лас-Вегас майже втричі.

✓ ***Люксембург*** – дуже маленька країна, яка, однак, має величезний вплив на світову спільноту. У Люксембурзі рівень безробіття дуже низький, а економіка країни продовжує рости з року в рік. Доходи країни залежать від промислових галузей, таких як сталь та гума, а також від банківської сфери. Так що не дайте себе обдурити її розмірами, ця країна опинилася на заслуженому третьому місці!

✓ ***Бруней***. Не любите платити податки? Тоді зробіть Бруней вашою другою батьківщиною. Тут громадяни фактично не платять податки. І ні, ніяких підводних каменів нема. І водночас попри те, що населення майже не платить податки, воно все одно отримує безкоштовну медичну допомогу та освіту. Бруней отримує прибуток від нафтової і газової промисловості. Це те, що забезпечує їхню позицію на п’ятому місці в списку.

Економічна сутність міжнародного бізнесу має визначатися у площині його як явища і процесу міжнародних економічних відносин.

Як явище міжнародних економічних відносин міжнародний бізнес – це форма взаємодії суб'єктів міжнародної економічної діяльності, спрямована на одержання вигод від трансграничного співробітництва.

Як процес міжнародний бізнес є проявом специфічного виду взаємодії суб'єктів, який характеризується певною структурою, технікою, умовами й правилами ведення, а також наслідками та результатами, що досягаються у процесі даного виду взаємодії і тільки через цей вид.

Суб'єкти міжнародного бізнесу – це реальні учасники його як процесу взаємодії (окремі особи, контактні групи або складні соціальні структури), яким притаманні внутрішні мотиви, інтереси, цілі та здатність до їх реалізації у певній сфері міжнародної економічної діяльності.

Головними ознаками суб'єкта міжнародного бізнесу є наявність у нього внутрішніх мотивів, цілеспрямованості, волі та здібностей діяти для досягнення власних стратегічних цілей.

Згідно з такими критеріями визначення суб'єктами міжнародного бізнесу можуть виступати окремі особи, підприємства, транснаціональні структурні утворення, міжнародні організації й асоціації, інтеграційні (регіональні) угрупування та держави.

Міжнародний бізнес має суттєві особливості у порівнянні з національним.

Основні риси міжнародного бізнесу:

1. Отримання прибутку в міжнародному бізнесі досягається за рахунок використання для економічно ефективного ведення ділових операцій переваг виходу за межі національних кордонів.

2. Підприємці прагнуть використовувати додаткові економічні можливості, що випливають із: ресурсних особливостей зарубіжних ринків, місткості, правових особливостей зарубіжних країн, специфіки міждержавних політичних і економічних взаємовідносин, що регулюються відповідними формами міждержавної взаємодії.

3. Міжнародний бізнес суттєво варіаційний залежно від рівня інтернаціоналізації. Вісь розвитку "національний бізнес – мультинаціональний бізнес" включає етапи росту цього рівня: від разових поставок на зарубіжний ринок до розвинутої структури транснаціональних компаній (ТНК), для якої НДДКР, виробництво і дистриб'юція є сферами, що покривають всю земну кулю і охоплюють десятки країн і сотні ринків.

4. Внаслідок інтернаціоналізації для будь-якого бізнесу стає максимально доступним глобальний бізнес-сервіс, тобто абсолютно не залежний від національної належності і орієнтований лише на економічну ефективність пакет різноманітних послуг: від наукових до фінансових і від транспортних до підбору інтернаціональних колективів, який дозволяє сьогодні максимально реалізувати можливості в бізнесі.

5. Урахування в бізнесі культурного фактору, тобто сукупності вимог і обмежень, що

накладаються культурою даної країни на тих, хто веде в ній (або з нею) бізнес. Ця проблема є гострою настільки, наскільки відрізняються культури країни базування цієї фірми і країни її перебування.

6. Глобальний характер міжнародного бізнесу є його найважливішою рисою: він охоплює світову систему інформаційного ділового обміну, світовий фінансовий ринок, глобальну структуру технологічних нововведень і т.д. Внаслідок просування від рівня до рівня інтернаціоналізації зростає значення того, як ця риса проявляється у даному бізнесі, тобто як ефективність цього бізнесу визначається використанням глобалізації.

7. Міжнародний бізнес – це система професійних знань принципово вищого рівня, ніж наявна в будь-якому національному (внутрішньому) бізнесі.

8. Міжнародний бізнес вбирає в себе найкращі національні зразки, все найкраще у світовій практиці.

9. Інформація – головний стратегічний ресурс, а адаптація – головна стратегічна зброя міжнародного бізнесу.

10. Принципова відмінність міжнародного бізнесу від національного полягає в оберненій оцінці внутрішньодержавної ситуації: негативні тенденції в економіці країни (або окремої її галузі) можуть бути оцінені міжнародною фірмою по-іншому, оскільки саме вони здатні відкрити фірмі додаткові можливості бізнесу.

11. На відміну від внутрішньодержавної конкуренції, міжнародний бізнес може відчувати підтримку своєї держави у боротьбі з конкурентами у багатьох прихованих формах.

Найважливішою особливістю міжнародного бізнесу є його економічне, законодавче й політичне поле конкуренції, а також соціокультурний фон, що суттєво відрізняє його від внутрішніх ринків країн. Сучасний світовий ринок, незважаючи на насиченість нормами і правилами поведінки на ньому економічних суб'єктів, формування міжнародних регулятивних механізмів та інституцій, якісно і кількісно відрізняється від внутрішніх національних ринків, правове функціонування яких має законодавчий характер.

Складність міжнародного бізнесу як процесу зумовлюється передусім тим, що реалізація конкурентних переваг навіть найвищого рангу в міжнародному середовищі здійснюється не за принципами та постулатами класичних теорій міжнародної торгівлі, а на основі більш складної стратегічної поведінки суб'єктів світового ринку. Колізія інтересів та цілей окремих підприємств у міжнародному економічному обміні доповнюється також колізією загальнодержавних інтересів, пов'язаних із забезпеченням суверенітету й економічної безпеки та захистом економічного простору країн. Дія цих чинників викривляє ринкові принципи взаємодії суб'єктів міжнародного економічного обміну і здатна навіть перетворювати останній у предмет протистояння між країнами.

Міжнародний бізнес стає всеохоплюючим і всепроникаючим феноменом сучасної цивілізації. Незважаючи на те, що є чимало прикладів міжнародного бізнесу, в яких партнерами є, з одного боку, приватна фірма, а з іншого – урядова установа іншої країни, все ж більш характерним слід вважати або міжфірмові операції такого виду, або внутрішньофірмові – у разі, якщо різні підрозділи фірми розміщені в різних країнах і ці підрозділи взаємодіють між собою (найтиповіші у цьому випадку - так звані мультинаціональні корпорації).

3. Еволюція розвитку міжнародного бізнесу

Розглядаючи причини формування і розвитку міжнародного бізнесу, доцільно поділити їх на дві групи:

1. Причини, що визначають необхідність (неминучість) виникнення такої категорії бізнесу;

2. Причини, що обумовлюють можливість здійснення міжнародного бізнесу.

Перша група містить такі причини:

- загострення конкуренції на внутрішніх ринках, пов'язане зі збільшенням кількості підприємців, обмеженістю платоспроможного попиту;

- відносна обмеженість внутрішніх ринків (з урахуванням чисельності населення, масштабів території і т.д.);

- обмеженість економічних ресурсів, у тому числі природних, матеріальних, трудових, технологічних, фінансових, у національному господарстві;

- недосконаліть національної законодавчої системи, що регулює приватне підприємництво;

- нерівномірність соціально-економічного розвитку країн.

До другої групи належать такі причини:

- постійний розвиток продуктивних сил, науково-технічний розвиток (НТР), у тому числі в комунікаційній системі (транспорт, зв'язок, інформація і т.д.);

- формування великих корпорацій, банків, які володіють величезними виробничими, комерційними, науково-технічними, фінансовими ресурсами;

- лібералізація зовнішньоекономічної політики країн світового співтовариства, формування "відкритої економіки" в більшості країн світу.

Міжнародний бізнес базується на можливості отримання вигод саме із переваг міждержавних (міжкраїнових) ділових операцій, тобто з того факту, що продаж даного товару в іншій країні, або налагодження фірмою однієї країни виробництва в іншій країні, або надання послуг спільно фірмами двох країн – третій і т.д. забезпечують залученим у бізнес сторонам більше переваг, ніж вони б мали, якби вели справу у своїх країнах. Це – ключовий момент не лише в розумінні природи і специфіки власне міжнародного бізнесу, а й у поясненні виникнення і розвитку міжнародного менеджменту як такого. Таким чином, мова йде про мотивацію підприємця (менеджера), а вона розвивалась в контексті історичного розвитку цивілізації у цілому та її економічного ядра – перш за все.

Основними аспектами мотивації, що спонукають міжнародну компанію здійснювати міжнародний бізнес, є:

- розширення збуту (прибуток на одиницю продукції може зростати із збільшенням продажів, що проводяться за кордоном);

- придбання ресурсів (використання компаніями-виробниками необхідних видів виробів і послуг, напівфабрикатів, комплектуючих виробів та кінцевої продукції в інших країнах);

- диверсифікація джерел постачання і збуту (збільшення об'ємів продажу і прибутків за рахунок відповідних зарубіжних ринків, а також неспівпадіння економічних циклів в різних країнах світу).

Американським економістом Р. Робінсоном запропонована періодизацію історичного розвитку міжнародного бізнесу, що включає в себе такі етапи (ери):

1) Комерційна ера (1500-1850 рр.) - починається з часів великих географічних відкриттів і закінчується серединою XIX ст. Пошук величезних особистих вигод, пов'язаних з торгівлею колоніальними товарами в Європі, був потужною рушійною силою, яка визначала розвиток базової форми міжнародної торгівлі. Ризики цього бізнесу були також надзвичайно великими (пов'язані з далекими морськими подорожами), але сама можливість отримання прибутків, що набагато перевищували затрати, уможливлювала залучення в цей самий перший міжнародний бізнес все нові й нові покоління підприємців. Паралельно з ним розвивалась досить широка сфера, яку сучасною мовою можна було б назвати бізнес-сервісом власне міжнародного бізнесу - від інвестиційного і страхового (фінансування торгових експедицій та їх страхування) до інфраструктур (розвиток складського і транспортного господарства). Значний імпульс отримала промисловість європейських країн: від суднобудування і металообробки до переробки заморської сировини (передовими країнами в розвитку міжнародного бізнесу були Англія, Голландія, Іспанія, Німеччина, Франція).

Принципова відмінність міжнародного бізнесу від національного полягає в двох обставинах:

а) жорсткий вплив взаємовідносин країн на можливість і ефективність ведення бізнесу між фірмами;

б) підтримка, яку уряд країни надає власним підприємцям в їх зарубіжній діяльності.

Ера комерції вперше поставила перед підприємцями розвинутих європейських держав такі ключові питання міжнародного менеджменту (як системи управління міжнародним бізнесом): чи є економічний сенс переносити підприємницьку активність і ризики із національного середовища за межі держави і чи можуть бути оцінені раніше відповідні прибутки і (або) збитки; від яких основних факторів реально залежить прийняття таких рішень; наскільки вільним є бізнес у своїх рішеннях і діях від політики своєї держави, чи може він розраховувати на її підтримку (враховувати протидію); що потрібно враховувати, передбачати і здійснювати під час ділових операцій на "чужій території" в інтересах забезпечення довготривалої прибутковості цих операції та безпеки їх ведення.

2) Ера експансії (1850-1914 рр.) - здійснюється остаточне оформлення і структуризація колоніальних імперій на фоні бурхливого розвитку європейських країн, а пізніше США, викликаного промисловою революцією початку XIX ст. і наступними досягненнями технологічного розвитку. Перехід від вивозу екзотичних заморських товарів до видобутку сировини і систематичного плантаційного господарства в колоніальних регіонах як більш вигідних і економічно перспективних сфер зарубіжного бізнесу.

Конкурентні переваги розвинутих європейських держав ґрунтувались на дешевій сировині, що вироблялась в колоніях. Це викликало необхідність залучення інвестицій у розвиток колоніальної сировинної індустрії. Одночасно зростала роль державного колоніального управління: захисту колоній від зовнішньої загрози і збереження самого колоніального режиму вимагали від метрополій узгоджених дій влади і національного бізнесу на території колонії. Оскільки до нього почали залучатися маси робітників-туземців, а вивезення в колонії кваліфікованої робочої сили із метрополій було економічно невигідним, то гостро постали питання урахування місцевих культурних особливостей, освіти і соціальних проблем місцевого населення.

Також відбувається інтенсивний розвиток внутрішньо європейського міжнародного бізнесу. Різні темпи розвитку європейських держав у цей період, різниця в забезпеченості природними ресурсами, різний рівень освіти населення та інші фактори дозволили виділити, з одного боку, країни-виробники промислової продукції, з іншого – країни-ринки для цієї продукції (останні виробляли переважно дешеву сільськогосподарську продукцію).

Це епоха безперервних торговельних війн. Наслідком цього став розвиток виробничих підприємств і філій за кордоном. Розвивався і міжнародний фінансовий сервіс, і міжнародний транспорт. У цей період досить точно визначилися головні мотиви міжнародного бізнесу, що збереглися до наших днів: використання більш ефективних ресурсів (сировинних, природних, енергетичних); розширення ринків збуту; нові сфери застосування (використання) вільних фінансових ресурсів; використання сприятливих умов місцевого законодавства (податкового, митного і т. д.).

3) Ера концесій (1914-1945 рр.) - якісно змінилася роль найбільших компаній, які оперували на колоніальних ринках. Незалежно від того, йдеться про відому "United Fruit", бельгійців у Конго чи перші нафтові концесії на Середньому Сході, скрізь відповідні компанії-концесіонери перетворюються в автономні економічні держави, які здійснюють виробничі, торгові, освітні, медичні, транспортні, поліцейські функції не лише для своїх робітників, а часто і для всіх жителів районів, що належать до концесій.

Відбувається формування на концесійних підприємствах значного прошарку туземних менеджерів середньої ланки, яких спеціально навчали, нерідко – на підприємствах і в навчальних закладах самої метрополії. Одночасно зростала і національна свідомість колоніальних народів.

Щодо міжнародного бізнесу в неоколоніальній сфері слід відзначити декілька найбільш характерних моментів. Перший – поразка Німеччини у Першій світовій війні і, відповідно, перерозподіл світових ринків, другий – Велика депресія 1929-1932 років, яка з усією гостротою поставила питання про ефективність міжнародного бізнесу у порівнянні із внутрішньодержавним. Інтернаціоналізація використання людських ресурсів (характерна для ери глобалізації) вперше заявила про себе саме в ці роки. Відзначені перші масові міграції

робітників із Азії, Африки і Латинської Америки на підприємствах країн Заходу. Виникнення двох сильних тоталітарних режимів (СРСР та в Німеччині) показало значні можливості державного управління зовнішньоекономічною діяльністю, але одночасно і всі слабкі сторони держави як "міжнародного підприємця".

Концесійна ера підготувала ґрунт для самовизначення колоніальних і напівколоніальних країн в економічному аспекті, а Друга світова війна надала значний політичний імпульс цим процесам. З іншого боку, такі явища, як інтернаціоналізація світового ринку робочої сили і загострення суперництва на світових ринках сировини, напівфабрикатів та готових виробів, головні учасники якого прагнуть придбати конкурентні переваги, використовуючи можливості все більш складної структури міжнародного бізнесу, означали наближення не лише до наступної ери національних держав, а й до глобалізації бізнесу в цілому.

4) Ера національних держав (1945-1970 рр.) - два головних напрями розвитку міжнародного бізнесу. По-перше, становлення і бурхливий розвиток нових національних держав, які отримали внаслідок концесійної ери у певному розумінні розвинутий економічний базис і деяку кадрово-технологічну структуру, по друге, всі недоліки колоніального господарського розвитку - від моно-продуктових економік до важких фінансових проблем. Це стало поштовхом до розвитку міжнародного бізнесу: незалежні держави здійснювали активний пошук ринків збуту традиційних продуктів свого експорту і були активними реципієнтами для будь-яких інвестицій, що сприяло розвитку міжнародних ринків капіталу, появі нових фінансових інструментів, зростанню сфери міжнародного аудиту та консалтингу.

З іншого боку, наймогутніші американські корпорації, використовуючи переваги домінуючого положення США у післявоєнний період, вперше практично здійснили прорив до мультинаціонального бізнесу, тобто до якісно нового ступеня розвитку міжнародного бізнесу фірми, коли весь світ стає, по суті, ареною її конкурентної боротьби і сферою фірмових інтересів. У 1960-1970 роках їх наздогнали і перегнали європейські та японські суперники. Завоювання ринків товарів та послуг завжди опосередковується, що в свою чергу призводить до ще більш жорсткої боротьби тих же суперників на міжнародних, регіональних та національних ринках капіталів, технологій, робочої сили, інформації і т. д.

Реальне просування національної економіки до ефективного виробництва і сфери послуг потребує певного комплексу, який називається "пакетом розвитку", і включає: технології, капітал, інформації, кваліфікацію і компетентність персоналу, консалтингову підтримку та ін. Але отримати це "відразу і разом", у 70-х роках було складно, тому країни, що розвивалися, та їх фірми брали різні елементи пакету в різних країнах і в різних фірмах, роблячи його "оптимальним для себе". Оскільки для реального мультинаціонального бізнесу весь світ - поле його ділової гри, то формування такого пакету для власних цілей або в інтересах партнерів тут можна здійснювати найбільш ефективно.

Подальший розвиток мультинаціональності в міжнародному бізнесі, з зовнішньої точки зору, йшов шляхом зростання кількості багатонаціональних компаній (БНК), хоча в 1970 і 1980-х роках спостерігається якісний прорив: до найбільших БНК входять фірми країн, що розвиваються і знаходяться на різних ступенях розвитку (Південна Корея, Філіппіни, Індія, Тайвань і т.д.). Але внутрішній зміст цього процесу саме й підготував перехід міжнародного бізнесу до найвищої точки його розвитку – глобалізації.

Якщо в минулому БНК вирішували відносно прості завдання виробництва і дистриб'юції товарів, то за останні десятиліття - набагато складніші і глобальніші. С. Ронен визначає їх як створення і використання сітки мультинаціонального обслуговування, що включає банки, рекламні агентства, консалтингові фірми, університети, заклади охорони здоров'я і т. ін., які спираються на глобальну комп'ютеризацію. У даному випадку немає значення, до якої країни належить той чи інший елемент сервісу – мультинаціональність не тому космополітична, що у неї "немає вітчизни" (в кінці кінців "Intel" все-таки американська фірма, як "Sony" - японська, а "Siemens" - німецька), а тому, що вона не може дозволити замінити ефективність патріотизмом.

Формуючи власну мережу мультинаціонального обслуговування, кожна БНК розглядає її як власну гарантію ефективності бізнесу, а те, що в кінцевому підсумку ці мережі зливаються в

глобальну, просто збільшує ефективність системи в цілому.

Фірмовий бізнес потребує різних рівнів міжнародності залежно від двох головних факторів. Якщо розглядати бізнес фірми із країни А в країні Б, то факторна структура буде наступною. *По-перше,* рівень міжнародності бізнесу фірми залежить від глибини її залучення до бізнесу у країні Б. Якщо йдеться про разові продажі товару через експортно-імпортну фірму самої країни А, то це найнижчий рівень залучення, який практично не відображає жодної потреби і міжнародної складової бізнесу - адже такі операції не відрізняються від продаж і розрахунків з іншими фірмами, а вся міжнародна складова має місце в офісі експортно-імпортної фірми і прихована від виробника. Інша справа якщо фірма розпочала виробництво у країні Б, найняла місцевий персонал, розвернула дистриб'ютерську мережу (або вступила в співпрацю) і т.д. Тут максимально виявляється міжнародність: від мовних питань до місцевого податкового законодавства і від репатріації валютного прибутку до участі у місцевих соціальних акціях. Зрозуміло, що між цими двома полюсами лежить ціла низка послідовних ступенів розвитку міжнародності.

По-друге, міжнародність залежить від рівня культурної подібності країн А і Б. Якщо А – це Франція, а Б – Італія, то належність їх обох не просто до Європи, а до одного кластеру європейських романських (латинських) країн дозволяє визнати високий рівень взаєморозуміння, і міжнародна адаптація відповідного менеджменту в культурному (найбільш складному) аспекті буде досить простою. Але якщо А – це Франція, а Б – Україна, то тут справа є суттєво складнішою. І найвищий рівень міжнародності необхідний у парі "Франція – Японія", якщо брати до уваги культурні відмінності.

Ера національних держав дала поштовх розвитку міжнародного бізнесу і зробила його сферою весь світ, в якому припинили існування закриті системи типу "метрополія - колонія". Одночасно міжнародний бізнес вийшов на якісно новий рівень розвитку і тому потребував нової системи управління. Широта оперування бізнесу в усьому світі робить неадекватною вимогам глобальної ефективності фірмового бізнесу попередню формулу "управління зарубіжними операціями", або "управління ЗЕД". Необхідна заміна формулою "міжнародний менеджмент". А той факт, що найпершими це зрозуміли БНК, обумовлений їх природою - вони першими вийшли на найбільш високий рівень міжнародності і за глибиною залучення, і за культурним фактором, оскільки глобальна ефективність фірми (а вона і є головною метою) вимагає абсолютної свободи вибору форми діяльності в будь-якій країні і абсолютну свободу вибору самої країни.

5) Ера глобалізації (починаючи з 1970 р. XX ст. до наших днів)

Глобалізація – це посилення взаємозалежності національних економік, переплетення соціально-економічних процесів, що відбуваються у різних регіонах світу і спонукають фірми до пошуку кращих умов діяльності.

Цей період розвитку цивілізації взагалі і міжнародного бізнесу зокрема проходить під знаком революційних технологічних змін, за якими йдуть економічні, соціальні та політичні зміни. Комп'ютерна революція і значний розвиток телекомунікацій практично змінили обличчя всіх традиційних технологій шляхом виведення їх на якісно новий рівень. Сьогодні на планеті практично не залишилося закритих для міжнародного бізнесу зон і тем. Реальна глобалізація характеризується тим, що міжнародні економічні зв'язки охопили практично всі країни, і кожна з них залежить від міжнародного бізнесу. Наслідки цього двоякі: з одного боку, країна може користуватися всіма благами, не відчуваючи негативних наслідків відсутності у неї тих чи інших ресурсів, можливостей і т.д. З іншого боку, природною платою за це є суттєва залежність країни від стану світових ринків в цілому: не можна користуватися лише благами інтеграції в світову економіку, доводиться одночасно нести ризики цього процесу (світова фінансова криза 1998 р.).

В сучасних умовах глобалізація є об'єктивним процесом, на темпи розвитку якого впливає низка рушійних та гальмівних факторів.

Рушійні фактори глобалізації:

- подолання нерівномірного розміщення сировинних і енергетичних ресурсів на планеті;

- природно-кліматичні та економіко-географічні відмінності, що зумовлюють територіальний поділ праці, спеціалізацію країн і викликають розвиток та поглиблення взаємозв'язків між ними;
- досягнення транспорту і комунікацій;
- наростання відкритості ринків і міжнародних відносин;
- прискорення темпів технологічних нововведень і виведення винаходів на ринок;
- кооперація зусиль багатьох держав в екологічній сфері.

Гальмуючі фактори глобалізації:
- відмінності соціально-економічних систем;
- втручання держав в економіку і політика протекціонізму;
- коливання обмінних курсів;
- традиційні конфлікти;
- ідеологічні розбіжності;
- релігійні обмеження.

В умовах глобалізації міжнародний бізнес набуває принципово нових рис, які визначаються характером і специфікою нової епохи. Важливий інструмент економічної інтеграції країни в світову економіку, а відповідно – інструмент глобалізації як такої, міжнародний бізнес у сучасних умовах визначається такими рисами:

а) доступність і всеосяжність. Хоча міжнародний бізнес і регулюється відповідними законодавствами країн, він поступово перетворюється у невід'ємну можливість практично для будь-якої фірми майже кожної країни, принципово змінюючи стратегічні й тактичні перспективи фірм і відкриваючи перед ними нові потенційні поля ділової активності. У той же час тут, звичайно, є й певні обмеження;

б) ступеневість розвитку. Входження фірми в міжнародний бізнес, як правило, починається з простих форм звичайної зарубіжної торгівлі і в міру розвитку досягає вищої форми - БНК. Сутність цієї особливості не зводиться до природної вимоги накопичення досвіду та нарощення потенціалу – і входження в міжнародний бізнес, і подальші досягнення в ньому будуть пов'язані з подоланням певних порогів: якщо на початковому етапі – поріг, наприклад, якісного рівня товарів фірми і раціональності її витрат, що дозволяє продавати товари за кордоном, то потім це питання вдалого розміщення дистриб'юції, ефективного використання міжнародних ринків капіталів і робочої сили, роботи з міжнародними транспортними мережами і т. ін.

в) технологічна глобалізація. Можливості комп'ютеризації, інформатизації та телекомунікацій принципово змінили характер міжнародного бізнесу, який в сучасних умовах набув трьох принципово нових рис: він може ефективно здійснюватись "не виходячи з офісу"; він може здійснюватися в режимі реального часу; він може за допомогою телекомунікацій охоплювати всі цікаві для бізнесу ринки товарів, капіталів, робочої сили, інформації і т.ін.

г) "фінансіаризація". Цей термін ввів Ж. П. Серван-Шрайбер, і він досить точно відображає найважливішу рису "глобалізованого" міжнародного бізнесу: фінансовий зміст міжнародних ділових операцій, починаючи від їх ідеї і закінчуючи реальним результатом, стає серцевиною міжнародного бізнесу, тим своєрідним центром, навколо якого обертаються всі інтереси, рішення, стратегії. Пошук і використання міжнародних конкурентних переваг стали жорстко спиратися на досягнення фінансового менеджменту, новітні і численні фінансові інструменти, що виростають з гігантських можливостей світового фінансового ринку. У поєднанні з унікальними можливостями комп'ютеризації і телекомунікацій "фінансіаризація" стала мірилом досконалості міжнародного бізнесу;

д) складний взаємозв'язок національного й інтернаціонального. Складний вплив на ділове життя планети здійснюють конвергентні та дивергентні процеси у сфері національних культур. З одного боку, глобалізація приводить до виключно конвергентних процесів: починаючи з джинсів, телевізорів і гамбургерів до формування мультинаціональної ділової культури, певні принципи і правила якої поділяє практично більшість бізнесменів світу. З іншого боку, зростає національна і культурна диференціація, яка в крайніх формах націоналізму і релігійної

нетерпимості проявляється в складних конфліктних формах; очевидно, цілком природним є прагнення народів та етнічних общин зберегти свої культурні та національні цінності, стереотипи поведінки, захистити їх від розмивання "усередненою" масовою культурою;

е) в умовах глобалізованої економіки основною господарською одиницею стають крупні міжнародні компанії, які володіють філіями і дочірніми організаціями в багатьох країнах, зі співробітниками різних національностей. Саме вони встановлюють виробничі, торгові, науково-технічні, фінансові зв'язки зі своїми закордонними партнерами і стають головним джерелом та генератором глобалізації.

Розвиток менеджменту зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) — це еволюція від простих торговельних операцій до складного глобального управління. Вона пройшла **чотири ключові етапи:**

1. Становлення міжнародної торгівлі (XVI – XIX ст.)

Суть: виникнення перших форм міжнародного бізнесу. Поява акціонерних товариств (Ост-Індська компанія), здійснення перших ризикованих торгових експедицій ("adventures").

Управління: базувалося здебільшого на інтуїції, а управління ризиками та фінансами здійснювалося власниками одноосібно.

2. Експортно-імпортний (початок XX ст. – 1950-ті рр.)

Суть: розвиток масового виробництва призвів до надлишку товарів. Підприємства почали активно шукати ринки збуту за кордоном, створюючи відділи експорту.

Управління: поява перших елементів регулювання: тарифні бар'єри, квоти, необхідність вивчення іноземних ринків. Акцент робився виключно на збуті готової продукції (імпорт сировини, експорт товарів).

3. Транснаціоналізація та виникнення міжнародного менеджменту (1960-ті – 1980 ті рр.)

Суть: бурхливий розвиток транснаціональних корпорацій (ТНК). Компанії перейшли від простого експорту до відкриття філій, дочірніх компаній та заводів за кордоном.

Управління: саме в цей час класичний міжнародний менеджмент виокремився в самостійну науку. Управління стало адаптивним: менеджери навчилися враховувати культурні, законодавчі та валютні відмінності різних країн.

4. Глобалізація та цифровізація (1990-ті рр. – дотепер)

Суть: формування єдиного світового ринку, де будь-який бізнес має доступ до глобальних ланцюгів постачань, міжнародних партнерів і аутсорсингу.

Управління: інтеграція штучного інтелекту, систем автоматизації логістики (ERP-системи), перехід на електронний документообіг. Ключовим фактором стала гнучкість, управління міжнародними проєктами та управління ризиками на глобальному рівні.

Лекція №1.2
Тема: Організаційно-правові основи зовнішньоекономічної діяльності

План лекції:

1. Поняття та види правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності
2. Джерела нормативно-правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності та правила їх застосування

1. Поняття та види правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

В теорії права «правове регулювання – це здійснюване громадянським суспільством або державою за допомогою правових засобів упорядкування, охорона та розвиток суспільних відносин». Предметом правового регулювання є суспільні відносини. Як уже зазначалося, зовнішньоекономічна діяльність, як предмет правового регулювання, являє собою зовнішньоекономічні відносини, тобто господарсько-виробничі приватноправові суспільні відносини, пов'язані з одним або кількома правопорядками, іншими, ніж український

правопорядок, що складаються виключно між українськими та іноземними суб’єктами господарювання на підставі зовнішньоекономічних договорів з об’єктом яких виступає майно в його різних економічних формах, та зміст яких включає в себе права та обов’язки, пов’язані з перетинанням митного кордону України відповідним об’єктом правовідносин.

Таким чином, предметом правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності є зовнішньоекономічні відносини, а правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності може бути визначене як здійснюване громадянським суспільством або державою за допомогою правових засобів упорядкування, охорона та розвиток зовнішньоекономічних відносин. Зовнішньоекономічна діяльність, зокрема її правове регулювання, базуються на наступних визначених статтею 2 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» принципах:

1) принципі суверенітету народу України у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, що полягає у:

- виключному праві народу України самостійно та незалежно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на території України, керуючись законами, що діють на території України;
- обов'язку України неухильно виконувати всі договори і зобов'язання України в галузі міжнародних економічних відносин.

2) принципі свободи зовнішньоекономічного підприємництва, що полягає у:

- праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності добровільно вступати у зовнішньоекономічні зв'язки;
- праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності здійснювати її в будь-яких формах, які прямо не заборонені чинними законами України;
- обов'язку додержувати при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності порядку, встановленого законами України;
- виключному праві власності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на всі одержані ними результати зовнішньоекономічної діяльності.

3) принципі юридичної рівності і недискримінації, що полягає у:

- рівності перед законом всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, в тому числі держави, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;
- забороні будь-яких, крім передбачених цим Законом, дій держави, результатом яких є обмеження прав і дискримінація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності за формами власності, місцем розташування та іншими ознаками;
- неприпустимості обмежувальної діяльності з боку будь-яких її суб'єктів, крім випадків, передбачених цим Законом.

4) принципі верховенства закону, що полягає у:

- регулюванні зовнішньоекономічної діяльності тільки законами України;
- забороні застосування підзаконних актів та актів управління місцевих органів, що у будь-який спосіб створюють для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності умови менш сприятливі, ніж ті, які встановлені законами України.

5) принципі захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, який полягає у тому, що Україна як держава:

- забезпечує рівний захист інтересів всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та іноземних суб'єктів господарської діяльності на її території згідно з законами України;
- здійснює рівний захист всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України згідно з нормами міжнародного права;
- здійснює захист державних інтересів України як на її території, так і за її межами лише відповідно до законів України, умов підписаних нею міжнародних договорів та норм міжнародного права.

6) принципі еквівалентності обміну, неприпустимості демпінгу при ввезенні та вивезенні товарів. Ці принципи визначають приватноправовий характер зовнішньоекономічних відносин (тобто зовнішньоекономічної діяльності) та характеризують норми, направлені на її

регулювання, як приватноправові. Приватноправовий характер зовнішньоекономічних відносин визначає метод і способи правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Як відомо, розрізняють два основні методи правового регулювання: імперативний та диспозитивний.

Імперативний метод побудований на відносинах влади і підпорядкування і застосовується для регулювання відносин субординації між суб'єктами, один з яких наділений державно-владними повноваженнями, а інший повинен підпорядковуватись його розпорядженням, в яких пріоритет надається загальносоціальному публічному інтересу. Цей метод використовується, як правило, в публічно-правових галузях і в разі застосування юридичної відповідальності.

Диспозитивний (автономний) метод побудований на координації взаємних інтересів сторін і застосовується для регулювання відносин рівноправних суб'єктів, які задовольняють власні потреби, вступаючи в ці відносини добровільно за взаємною згодою. Цей метод застосовується, як правило, у приватноправових галузях.

Зовнішньоекономічні відносини, як приватноправові відносини, регулюються диспозитивним (автономним) методом. У цьому зв’язку доцільно нагадати, що зовнішньоекономічні відносини, тобто відносини, що виникають між українськими та іноземними суб’єктами господарювання, є приватноправовими і регулюються диспозитивним методом. Такі відносини не треба плутати з публічно-правовими відносинами, у які суб’єкти зовнішньоекономічної діяльності вимушені вступати при здійсненні такої діяльності. Так, наприклад, зовнішньоекономічні відносини купівлі-продажу, в які вступили український та іноземний суб’єкт господарювання, уклавши відповідний зовнішньоекономічний договір купівлі-продажу, наприклад, дисків для лазерних систем зчитування, є приватноправовими і регулюються диспозитивним методом. В той же час для поставки таких дисків своєму іноземному контрагенту за зазначеним зовнішньоекономічним договором (тобто для експорту цих дисків) відповідний суб’єкт зовнішньоекономічної діяльності зобов’язаний отримати відповідну ліцензію і тому для отримання такої ліцензії він вимушений вступити у відносини з відповідним органом державної влади. Такі відносини є не приватноправовими (зовнішньоекономічними), а публічно-правовими (адміністративними), що базуються на відносинах влади і підпорядкування, і тому, звісно, регулюються імперативним методом.

«Способи правового регулювання – складові елементи впорядкованих суспільних відносин: дозволяння, зобов'язування (веління), заборона.

Дозволяння – це надання особі права на свої власні активні дії (роби, як вважаєш за потрібне). Прикладом здійснення правового регулювання за допомогою цього способу може бути будь-яка правова норма, що надає суб'єкту право на одержання тих чи інших благ. Дозволяння превалює в основному в галузях, які належать до приватного права.

Зобов'язування (веління) – покладання на особу обов'язку активної поведінки (роби тільки так), наприклад, обов'язок забезпечення обвинуваченому права на захист.

Заборона – це покладання на особу обов'язку утримуватися від вчинення дій певного роду (тільки так не роби), наприклад, заборона пропаганди війни, національної чи расової переваги одних народів над іншими. Норми особливої частини Кримінального кодексу є фактично заборонами, оскільки вони встановлюють відповідальність за певні дії і тим самим їх забороняють.

Зобов'язування (веління) і заборони превалюють в основному в галузях, що належать до публічного права.

Усі способи правового регулювання пов'язані із суб'єктивними правами. При дозволянні суб'єктивне право утворює зміст даного способу правового регулювання. При зобов'язуванні та забороні право вимоги належить іншим особам. Його призначення – забезпечити виконання активного (зобов'язування) або пасивного (заборони) юридичного обов'язку».

В залежності від того, які принципи, методи, способи і режим на ділі (а не на словах) застосовується при регулюванні зовнішньоекономічних відносин в тій чи іншій країні, визначається тип зовнішньоекономічної політики такої країни.

Можна виділити два основні типи зовнішньоекономічної політики: політика протекціонізму і політика вільної торгівлі.

Протекціонізм (від лат. protectio – прикриття, захист) – це політика держави, спрямована на захист внутрішнього ринку від зовнішніх конкурентів (обмеження імпорту), а часто навіть і на завоювання зовнішніх ринків. Вона проводиться піл лозунгом захисту національної економіки від іноземної «інтервенції» товарів і стимулювання розвитку вітчизняного виробництва, яке здатне замінити імпортні товари.

Загалом інструменти політики протекціонізму поділяються на тарифні і нетарифні. *Тарифні заходи* зовнішньоекономічної політики держави безпосередньо пов'язані з митними платежами. Митні платежі – це податки, що справляються під час переміщення або у зв'язку з переміщенням товарів через митний кордон певної країни. Митні платежі зазвичай включають в себе:

1) мито,

2) акцизний податок із ввезених на митну територію відповідної країни підакцизних товарів (продукції),

3) податок на додану вартість із ввезених на митну територію відповідної країни товарів (продукції).

Нетарифні заходи зовнішньоекономічної політики – це певні, не пов'язані з митними платежами перешкоди для переміщення товарів через митний кордон тієї чи іншої країни, спрямовані на безпосереднє коригування обсягів експорту чи імпорту товарів.

До нетарифних заходів зовнішньоекономічної політики відносять будь-які заходи неподаткового характеру з боку держави, спрямовані на здійснення впливу на суспільні відносини в зовнішньоекономічній сфері. Виділяється 5 груп нетарифних заходів:

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) особливі митні та адміністративні процедури (процедури 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, зокрема квоти; двосторонні дискримінаційні обмеження імпорту; обмеження експорту, зокрема квоти; 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).

Світова організація торгівлі оцінює нетарифні заходи зовнішньоекономічної політики як негативне явище і спонукає країни учасниці до відмови від застосування цих заходів.

2. Джерела нормативно-правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності та правила їх застосування

Джерелами нормативно-правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності є такі, які містять норми права, направлені на регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Такі джерела можна поділити на дві категорії:

1) міжнародно-правові джерела правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності;

2) національні джерела правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності.

Міжнародно-правові джерела правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності включають в себе:

а) міжнародні договори;

б) міжнародні торговельні звичаї.

3) судову та арбітражну практику (судові прецеденти). Згідно зі статтею 9 Конституції України «чинні міжнародні договори, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою

України, є частиною національного законодавства України».

«Безсумнівним є правило: міжнародне право має переважну силу над національним правом. Це основний принцип міжнародного права. Принцип верховенства міжнародного над внутрішньодержавним правом приймається державами або в законодавчому порядку, або на практиці. Маючи обов'язкову силу для держав, міжнародне право лишає на їх розсуд вирішення питання про застосування його норм у рамках внутрішніх правових систем. Державам не потрібно формально визнавати верховенство міжнародного права над національним законодавством, але вони повинні цілком додержуватися цих норм тими шляхами, котрі визначать самостійно. Пріоритет міжнародного права над національним супроводжується оптимальною участю держав у розробці та прийнятті міжнародно-правових норм і рішень, відповідальністю за їх виконання при забезпеченні при цьому державного суверенітету. В Україні визнається пріоритет міжнародного права над національним».

Так, згідно зі статтею 19 Закону України «Про міжнародні договори України» «1. Чинні міжнародні договори України, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України, є частиною національного законодавства і застосовуються у порядку, передбаченому для норм національного законодавства. Якщо міжнародним договором України, який набрав чинності в установленому порядку, встановлено інші правила, ніж ті, що передбачені у відповідному акті законодавства України, то застосовуються правила міжнародного договору».

Національні джерела правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності можуть включати в себе нормативно-правові акти, судові прецеденти, релігійні норми та звичаєві норми. Конкретний склад національних джерел правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності тієї чи іншої країни залежить від типу правової системи відповідної країни.

Типом (сім'єю) правової системи в юридичній літературі називають сукупність національних правових систем держав, які мають спільні риси, що проявляються в єдності закономірностей і тенденцій розвитку, домінуючих форм (джерел) і принципів права, систем права і систем законодавства, організації правових установ, насамперед судової системи, подібності правових категорій і понять.

У світовій юридичній літературі правові системи за відповідними ознаками поділяють в основному на такі типи:

1) романо-германський тип (сім'я) правових систем (англ. Civil Law System). Цей тип правових систем називають ще континентальним правом. До цього типу фактично відносяться правові системи усіх країн континентальної Європи та Південної Америки. Джерелом права в правових системах цього типу є нормативно-правові акти;

2) англо-американський тип (сім'я) правових систем (англ. Common Law System). Цей тип правових систем називають ще прецедентним правом. До цього типу фактично відносяться правові системи англомовних та деяких інших країн (Англії, США, Канади, Австралії, Нової Зеландії, Індії тощо). Джерелами права в правових системах цього типу є: а) нормативно-правові акти, б) судові прецеденти, в) правові звичаї;

3) ісламський тип (сім'я) правових систем (англ. Islamic Legal System). До цього типу фактично відносяться правові системи Афганістану, Мальдівської республіки, Саудівської Аравії та ін. Джерелами права в правових системах цього типу є: 1) Коран та 2) нормативно-правові акти;

4) соціалістичний тип (сім'я) правових систем (англ. Socialist Legal System). До цього типу фактично відносяться правові системи КНДР, Куби, Китаю (крім території спеціальних економічних зон), В'єтнаму тощо. Джерелами права в правових системах цього типу є: 1) акти комуністичної (чи іншої правлячої) партії, та 2) нормативно-правові акти;

5) змішаний тип правових систем (англ. Mixed Legal System). До цього типу фактично відносяться правові системи низки країн Африки та Азії. Джерелами права в правових системах змішаного типу можуть бути: і нормативно-правові акти, і судові прецеденти, і правові звичаї, і Коран тощо.

Нормативно-правовий акт – це офіційний акт-документ компетентних суб'єктів правотворчості, який містить норми права, що забезпечуються державою. Він є однією з форм

існування та вираження норм права, є основною формою права для багатьох правових систем сучасності.

Правовий звичай – це правило, яке склалося здавна, систематично застосовується, однак не набуло форми закону, підзаконного акту або міжнародного договору.

Крім вирішення питання про застосування тих чи інших джерел права, від того, право якої країни буде застосоване до зовнішньоекономічного договору, залежить багато інших важливих обставин.

Так, по-перше, згідно з правом, що буде застосовуватись до зовнішньоекономічного договору, буде визначатись те, чи був взагалі укладений той чи інший зовнішньоекономічний договір, чи ні. Або іншими словами, чи виникли відповідні зовнішньоекономічні правовідносини між певними українськими та іноземними суб'єктами господарювання, чи ні. Мова йде про форму договору.

По-друге, треба зауважити, що будь-який найдетальніший зовнішньоекономічний договір не може урегулювати увесь складний спектр відносин, які виникають між сторонами такого договору. Норми міжнародних договорів також не регулюють в достатніх деталях зовнішньоекономічні відносини. Тому застосування норм права відповідної країни відіграє важливу роль. Згідно з правом, що буде застосовуватись до зовнішньоекономічного договору, буде визначатись і зміст зовнішньоекономічних правовідносин, тобто права і обов'язки суб'єктів зовнішньоекономічних правовідносин (сторін зовнішньоекономічного договору).

По-третє, норми саме національного права, як правило, застосовуються для визначення загальних засад відповідальності сторін відповідних комерційних правовідносин, зокрема визначення підстав і умов настання такого роду відповідальності, її меж тощо. Тут доречно буде відмітити, що на відміну від права України, яке передбачає різноманітні види господарсько-правової відповідальності за порушення господарських, в тому числі зовнішньоекономічних, договорів, наприклад, право Сполучених Штатів Америки не визнає положення комерційних, в тому числі зовнішньоекономічних, договорів, якими встановлюється договірна відповідальність сторін за порушення умов зовнішньоекономічного договору.

З огляду на вищезазначене, важливо, щоб сторони зовнішньоекономічного договору чітко розуміли право якої країни буде застосовуватись до їх договору і усвідомлювали які права і обов'язки передбачені правом такої країни у відповідних правовідносинах.

Регулювання зовнішньоекономічних відносин), здійснюється за наступними правилами: 1) до зовнішньоекономічних відносин (зовнішньоекономічного договору) застосовується право тієї країни, яку визначать сторони у своїй угоді. При цьому треба мати на увазі, що суб'єкти зовнішньоекономічних правовідносин (сторони зовнішньоекономічного договору) можуть на свій власний розсуд обрати для регулювання зовнішньоекономічних відносин між ними, як право однієї з країн, де знаходиться (має місцезнаходження) одна із сторін зовнішньоекономічного договору, так і право будь-якої третьої країни на свій вибір. Право сторін зовнішньоекономічного договору самим визначити право якої країни буде застосовуватись до відповідного договору між ними закріплене в статтях 5, 32 та 43 Закону України «Про міжнародне приватне право»;

2) у випадку, якщо сторони у своїй угоді не визначили право, якої країни буде регулювати зовнішньоекономічні відносини між ними, то буде застосовуватись право, яке визначить відповідний орган (зазвичай судовий чи арбітражний), який буде розглядати зовнішньоекономічний спір між суб'єктами зовнішньоекономічних правовідносин (тобто сторонами зовнішньоекономічного договору).

Якщо зовнішньоекономічний спір буде розглядатися відповідним українським судом, то він має керуватися правилами щодо вибору і застосування до зовнішньоекономічних відносин (зовнішньоекономічного договору) права тієї чи іншої країни, встановленими міжнародними договорами України та Законом України «Про міжнародне приватне право».

Згідно зі статтею 44 Закону України «Про міжнародне приватне право» стороною, що повинна здійснити виконання, яке має вирішальне значення для змісту договору, є:

1) продавець – за договором купівлі-продажу;

2) наймодавець – за договорами найму (оренди);
3) позикодавець – за договором позики;
4) підрядник – за договором підряду;
5) виконавець – за договорами про надання послуг;
6) перевізник – за договором перевезення;
7) експедитор – за договором транспортного експедирування;
8) зберігач – за договором зберігання;
9) страховик – за договором страхування;
10) повірений – за договором доручення;
11) комісіонер – за договором комісії;
12) управитель – за договором управління майном;
13) за договором банківського вкладу (депозиту), за договором банківського рахунку;
14) фактор – за договором факторингу;
15) ліцензіар – за ліцензійним договором;
16) правоволоділець – за договором комерційної концесії;
17) заставодавець – за договором застави;
18) поручитель – за договором поруки.

Однак, у наступних випадках, незважаючи на вищенаведені положення, правом, з яким договір найбільш тісно пов'язаний, вважається:

- щодо договору про нерухоме майно – право держави, у якій це майно знаходиться, а якщо таке майно підлягає реєстрації,
- право держави, де здійснена реєстрація;
- щодо договорів про спільну діяльність або виконання робіт – право держави, у якій провадиться така діяльність або створюються передбачені договором результати;
- щодо договору, укладеного на аукціоні, за конкурсом або на біржі, - право держави, у якій проводяться аукціон, конкурс або знаходиться біржа;
- до засновницького договору, що є установчим документом юридичної особи з іноземною участю, застосовується право держави, у якій буде створена юридична особа.

Застосування права іноземної держави в Україні згідно зі статтею 6 Закону України «Про міжнародне приватне право» охоплює всі його норми, які регулюють відповідні правовідносини. Зокрема, згідно зі статтею 47 вищезгаданого закону право, що застосовується до зовнішньоекономічного договору охоплює:

- дійсність договору;
- тлумачення договору;
- права та обов'язки сторін;
- виконання договору;
- наслідки невиконання або неналежного виконання договору;
- припинення договору;
- наслідки недійсності договору;
- відступлення права вимоги та переведення боргу згідно з договором.

Не дивлячись на, здавалось би, досить деталізовані правила визначення права, яке має застосовуватись до відповідного зовнішньоекономічного договору, іншими словами для регулювання зовнішньоекономічних відносин, треба зазначити, що визначити таке право є доволі складною задачею, виконання якої потребує багато часу і зусиль. Таким чином, відсутність домовленості сторін про те, право якої країни має застосовуватись до їх зовнішньоекономічного договору, робить обидві сторони такого договору непевними щодо того, як вони мають діяти задля виконання умов договору. У цьому зв’язку практикуючі юристи повинні добре пам’ятати, що зовнішньоекономічний договір (проект якого, як правило, складають саме юристи) має обов’язково включати в себе положення про вибір сторонами матеріального права, яке буде застосовуватись до такого договору.

Лекція 1.3
Тема: Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності

План лекції:
1. Характеристика системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності
2. Органи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні та їх компетенції
3. Методи регулювання зовнішньоекономічної діяльності

1. Характеристика системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності

Зовнішньоекономічна діяльність є складовою національної економічної політики, а тому підлягає регулюванню з боку держави. Це пов'язано, головним чином, з метою захисту інтересів країни та суб'єктів її зовнішньоекономічної діяльності, створення для останніх рівних можливостей розвивати всі види підприємницької діяльності та напрями використання доходів і здійснення інвестицій, заохочення конкуренції й ліквідацію монополізму в сфері зовнішньоекономічної діяльності, більш повного використання ЗЕД як фактору економічного росту. Держава насамперед, покликана, захищати інтереси своїх виробників, вживати заходів для збільшення обсягів експорту, залучення іноземних інвестицій, збалансування платіжного балансу, валютного регулювання, і, що особливо важливо, – приймати законодавчі акти, що встановлюють правила здійснення ЗЕД, і контролювати їх неухильне дотримання.

Регулювання діяльності здійснюється за допомогою законів України, актів тарифного та нетарифного регулювання, економічних заходів оперативного регулювання (валютно-фінансових, кредитних та ін.), рішень недержавних органів управління економікою, які ухвалюються відповідно до їхніх статутних документів, договорів, що укладаються між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності.

Еволюція системи регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні

Система регулювання зовнішньоекономічної діяльності України за роки становлення зазнала певних еволюційних змін, що зумовлені розвитком економіки країни в цілому. В період до перебудови, тобто за радянських часів, економіка носила автаркічний (закритий) характер. Управління економікою (в тому числі ЗЕД) будувалось на монополії держави і переважно на адміністративних методах. В таких умовах безпосередній виробник не був зацікавлений в розвитку експортної діяльності. Прямі зв'язки між виробниками і споживачами були відсутні. Не було чіткої концепції ЗЕД, яка б відображала її мету, пріоритети і методи їх досягнення.

В умовах ринкових відносин (переходу до них) характер впливу держави на економіку країни, в т.ч. ЗЕД, докорінно змінюється. Цей вплив набуває форми державного регулювання, що означає створення відповідних умов, сприятливих ефективному розвитку економіки країни в цілому і її складових частин. ЗЕД 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.

Державне регулювання зовнішньої торгівлі може бути одностороннім та багатостороннім. Одностороннє полягає в застосуванні певних методів, регулювання міжнародної торговельної діяльності з боку однієї країни без погодження з іншими торговельними партнерами. Важливим напрямом багатостороннього регулювання зовнішньоекономічних відносин є діяльність міжнародних об'єднань і організацій, які ставлять за мету уніфікацію; та стандартизацію системи регулювання зовнішньоекономічних операцій. Багатостороннє регулювання передбачає попереднє узгодження регулюючих механізмів між державами, що мають торговельні угоди.

Існують різні підходи до визначення рівнів системи регулювання світогосподарських зв’язків.

Рівнева структура регулювання зовнішньоекономічної діяльності:

- мікрорівень – рівень суб'єктів господарювання як юридичних, так і фізичних осіб – це підприємства, фірми, організації, які експортують і чи імпортують товари, предмети, послуги;
- макрорівень (національний) – рівень держави. Основними суб'єктами цього рівня є,

безперечно, уряд країни та парламент;

• мезорівень – рівень різного виду національних галузевих і регіональних об'єднань. Це, насамперед, міністерства і відомства, які безпосередньо здійснюють регулювання зовнішньоекономічних, а також міністерства та відомства, які відіграють досить активну роль, особливо, що стосується питань тарифного регулювання експорту чи імпорту;

• метарівень (міжнародний) – становлення митно-тарифних пріоритетів у процесі міжнародної регіональної інтеграції. Особливо це стосується співпраці митних органів на стадії створення і розвитку митних союзів.

• мегарівень – рівень міжнародних об'єднань, організацій. Це, насамперед, Генеральна асоціація з тарифів і торгівлі (ГАТТ), Світова організація торгівлі (СОТ), Міжнародна торгова палата, Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Рада митного співробітництва.

Еволюція митно-тарифного регулювання засвідчує, що на певних періодах розвитку міжнародних економічних відносин відбувається домінування того чи іншого суб'єкта. При цьому активність однієї сторони залежить від поведінки іншої. Якщо суб'єкти макрорівня не стають рушійними силами в системі митно-тарифного регулювання, то активну позицію посідають суб'єкти мікро- або мезорівня. На мікрорівні це виявляється у пошуку шляхів мінімізації митних платежів безпосередньо суб'єктами господарювання, а на мезорівні йде пряме лобіювання економічних інтересів окремих відомств. Як правило, цей процес | відбувається врозріз із загальноекономічними інтересами держави.

Якщо країна обирає автаркічну модель побудови економічної системи, то митно-тарифні відносини регулюються винятково на макрорівні, *якщо ж провадиться політика лібералізації стосовно зовнішньоекономічних зв'язків,* то необхідністю стає не тільки уніфікація національного законодавства з міжнародним, але й переноситься рівень регулювання багатьох питань з макрорівня на мегарівень.

На сьогодні **головними цілями державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні є:**

• захист економічних інтересів України та інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;

• забезпечення збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку країни;

• стимулювання прогресивних структурних змін в економіці;

• створення найбільш сприятливих умов для залучення національної економіки в систему світового поділу праці;

• заохочення конкуренції та ліквідація монополізму у сфері зовнішньоекономічної діяльності

• наближення до ринкових структур розвинутих зарубіжних країн.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється згідно з принципами (ст.. 2 Закону України від 16.04.1991 № 959-XII «Про зовнішньоекономічну діяльність»):

• ***Принцип суверенітету народу України у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, що полягає у:***

- виключному праві народу України самостійно та незалежно здійснювати зовнішньоекономічну діяльність на території України, керуючись законами, що діють на території України;

- обов'язку України неухильно виконувати всі договори і зобов'язання України в галузі міжнародних економічних відносин;

• ***Принцип свободи зовнішньоекономічного підприємництва, що полягає у:***

- праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності добровільно вступати у зовнішньоекономічні зв'язки;

- праві суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності здійснювати її в будь-яких формах, які прямо не заборонені чинними законами України;

- обов'язку додержувати при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності порядку, встановленого законами України;

- виключному праві власності суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на всі одержані ними результати зовнішньоекономічної діяльності;

• ***Принцип юридичної рівності і недискримінації, що полягає у:***

- рівності перед законом всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, незалежно від форм власності, в тому числі держави, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;

- забороні будь-яких, крім передбачених цим Законом, дій держави, результатом яких є обмеження прав і дискримінація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності за формами власності, місцем розташування та іншими ознаками;

- неприпустимості обмежувальної діяльності з боку будь-яких її суб'єктів, крім випадків, передбачених цим Законом;

• ***Принцип верховенства закону, що полягає у:***

- регулюванні зовнішньоекономічної діяльності тільки законами України;

- забороні застосування підзаконних актів та актів управління місцевих органів, що у будь-який спосіб створюють для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності умови менш сприятливі, ніж ті, які встановлені законами України;

• ***Принцип захисту інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, який полягає у тому, що Україна як держава:***

- забезпечує рівний захист інтересів всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності та іноземних суб'єктів господарської діяльності на її території згідно з законами України;

- здійснює рівний захист всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України згідно з нормами міжнародного права;

- здійснює захист державних інтересів України як на її території, так і за її межами лише відповідно до законів України, умов підписаних нею міжнародних договорів та норм міжнародного права:

• ***Принцип еквівалентності обміну, неприпустимості демпінгу при ввезенні та вивезенні товарів.***

Принципи здійснення державної митної справи визначені у ст.8 Митного Кодексу України, зокрема:

1. виключної юрисдикції України на її митній території;
2. виключних повноважень митних органів України щодо здійснення державної митної справи;
3. законності та презумпції невинуватості;
4. єдиного порядку переміщення товарів, транспортних засобів через митний кордон України;
5. спрощення законної торгівлі;
6. визнання рівності та правомірності інтересів усіх суб'єктів господарювання незалежно від форми власності;
7. додержання прав та охоронюваних законом інтересів осіб;
8. заохочення доброчесності;
9. гласності та прозорості;
10. відповідальності всіх учасників відносин.

2. Органи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні та їх компетенції

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності України здійснюється: державою в особі її органів у межах їх компетенції; недержавними органами управління економікою (товарними, фондовими, валютними біржами, торговельними палатами, асоціаціями, спілками та іншими організаціями координаційного типу), що діють на підставі їх статутних документів; самими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності.

До державних органів управління зовнішньоекономічної діяльності відносяться державні органи як законодавчої, так і виконавчої влади, а також місцеві органи влади. Слід зазначити,

що кожний із органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності виконує тільки йому делеговані функції.

Таблиця 1 – Система органів державного регулювання

Принципова система органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності	Система органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні
Парламент країни	Верховна Рада України
Кабінет міністрів	Кабінет Міністрів України
Профільні міністерства	Міністерство економіки України, Міністерство закордонних справ України
Центральний банк країни	Національний банк України
Митні органи	Державна митна служба України
Відповідні державні комітети (державні служби) та відомства	Антимонопольний комітет України, Державна служба експортного контролю України, Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі
Органи місцевого управління зовнішньоекономічною діяльністю	Місцеві ради народних депутатів України та їх виконавчі і розпорядчі органи, територіальні підрозділи (відділення) органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України

Органи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні та їх компетенції визначає ст.. 9 Закону України від 16.04.1991 № 959-Х11 «Про зовнішньоекономічну діяльність», зокрема у цій статті визначено, що найвищим органом, що здійснює державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності, є ***Верховна Рада*** України.

До компетенції Верховної Ради України належать:

- прийняття, зміна та скасування законів, що стосуються зовнішньоекономічної діяльності;
- затвердження головних напрямів зовнішньоекономічної політики України;
- розгляд, затвердження та зміна структури органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- укладання міжнародних договорів України відповідно до законів України про міжнародні договори України та приведення чинного законодавства України у відповідність з правилами, встановленими цими договорами;
- затвердження нормативів обов'язкового розподілу валютної виручки державі та місцевим Радам народних депутатів України, ставок та умов оподаткування, митного тарифу, митних зборів та митних процедур України при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;
- встановлення спеціальних режимів зовнішньоекономічної діяльності на території України;
- затвердження списків товарів, експорт та імпорт яких забороняється.

Кабінет Міністрів України:

- вживає заходів до здійснення зовнішньоекономічної політики України;
- здійснює координацію діяльності міністерств, державних комітетів та відомств України по регулюванню зовнішньоекономічної діяльності;
- координує роботу торговельних представництв України в іноземних державах;
- приймає нормативні акти управління з питань зовнішньоекономічної діяльності;
- проводить переговори і укладає міжурядові договори України з питань зовнішньоекономічної діяльності, забезпечує виконання міжнародних договорів України з питань зовнішньоекономічної діяльності всіма державними органами управління, підпорядкованими Кабінету Міністрів України, та залучає до їх виконання інші суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності на договірних засадах;
- вносить на розгляд Верховної Ради України пропозиції про систему міністерств, державних комітетів і відомств – органів оперативного державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, повноваження яких не можуть бути вищими за повноваження Кабінету Міністрів України, які він має згідно з законами України;

• забезпечує складання платіжного балансу, зведеного валютного плану України;

• має право зменшувати та скасовувати тимчасову надбавку до діючих ставок візного мита на деякі товари згідно з процедурою, визначеною міжнародними угодами країни;

• здійснює заходи щодо забезпечення раціонального використання коштів Державного валютного фонду України;

• забезпечує виконання рішень Ради Безпеки Організації Об'єднаних Націй з питань зовнішньоекономічної діяльності.

Національний банк України фактично є основним органом при здійсненні валютної політики країни. Тому основні його функції такі:

• здійснює зберігання і використання золотовалютного резерву України та інших державних коштовностей, які забезпечують платоспроможність України;

• представляє інтереси України у відносинах з центральними банками інших держав, міжнародними банками та іншими фінансово-кредитними установами та укладає відповідні міжбанківські угоди;

• регулює курс національної валюти України до грошових одиниць інших держав;

• здійснює облік і розрахунки по наданих і одержаних державних кредитах і позиках, провадить операції з централізованими валютними ресурсами, які виділяються з Державного валютного фонду України у розпорядження Національного банку України;

• виступає гарантом кредитів, що надаються суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності іноземними банками, фінансовими та іншими міжнародними організаціями під заставу Державного валютного фонду та іншого державного майна України.

Центральний орган виконавчої влади з питань економічної політики (Міністерство економіки України):

• забезпечує проведення єдиної зовнішньоекономічної політики при здійсненні суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності виходу на зовнішній ринок, координацію їх зовнішньоекономічної діяльності, в тому числі відповідно до міжнародних договорів України;

• здійснює контроль за додержанням всіма суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності чинних законів України та умов міжнародних договорів України;

• проводить антидемпінгові, антисубсидиційні та спеціальні розслідування у порядку, визначеному законами України;

• виконує інші функції відповідно до законів України і Положення про центральний орган виконавчої влади з питань економічної політики.

Державна митна служба України:

• організовує та контролює діяльність митних органів;

• забезпечує своєчасне і повне внесення до державного бюджету коштів від податків, зборів (обов'язкових платежів), справляння яких згідно із законодавством покладено на митні органи:

• вживає разом з іншими органами виконавчої влади заходи, спрямовані на недопущення незаконного вивезення за кордон цінностей, що становлять культурне або історичне надбання українського народу;

• сприяє у межах своєї компетенції здійсненню заходів щодо захисту прав споживачів товарів, які ввозяться в Україну, а також прав інтелектуальної власності у процесі зовнішньоекономічної діяльності;

• розробляє та здійснює самостійно або у взаємодії з іншими органи виконавчої влади заходи щодо запобігання контрабанді, порушенню митних правил та їх припинення;

• організовує й контролює відповідно до законодавства проведення ми органами дізнання у справах про контрабанду та здійснення провадження у справах про порушення митних правил;

• веде разом з іншими уповноваженими органами виконавчої влади Українську класифікацію товарів зовнішньоекономічної діяльності;

• здійснює верифікацію (встановлення достовірності) сертифікатів про походження товарів з України;

• бере участь у підготовці міжнародних договорів України, готує пропозиції щодо укладення, денонсації таких договорів, у межах своєї компетенції укладає міжнародні договори України.

Антимонопольний комітет України здійснює контроль за додержанням суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності законодавства про захист економічної конкуренції.

Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі:

• здійснює оперативне державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні відповідно до законодавства України;

• приймає рішення про порушення і проведення антидемпінгових, антисубсидиційних або спеціальних розслідувань та застосування відповідно антидемпінгових, компенсаційних або спеціальних заходів.

До органів місцевого управління ЗЕД в Україні відносяться (ст.10 ЗУ »Про зовнішньоекономічну діяльність»):

• місцеві Ради народних депутатів України і їх виконавчі й розпорядчі органи;

• територіальні підрозділи (відділення) органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України.

Компетенція місцевих Рад, їх виконавчих і розпорядчих органів визначається Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про місцеве самоврядування в Україні». Зокрема у сфері зовнішньоекономічної діяльності до відання виконавчих органів сільських, селищних, міських рад належать:

а) власні (самоврядні) повноваження:

1. укладення і забезпечення виконання у встановленому законодавством порядку договорів з іноземними партнерами на придбання та реалізацію продукції, виконання робіт і надання послуг;

2. сприяння зовнішньоекономічним зв'язкам підприємств, установ та організацій, розташованих на відповідній території, незалежно від форм власності;

3. сприяння у створенні на основі законодавства спільних з іноземними партнерами підприємств виробничої і соціальної інфраструктури та інших об'єктів; залучення іноземних інвестицій для створення робочих місць;

б) делеговані повноваження:

1. організація та контроль прикордонної і прибережної торгівлі;

2. створення умов для належного функціонування митних органів, сприяння їх діяльності;

3. забезпечення на відповідній території в межах наданих повноважень реалізації міжнародних зобов'язань України.

Нормативні акти органів місцевого самоврядування та їх виконавчих органів стосовно регулювання зовнішньоекономічної діяльності приймаються тільки у випадках, прямо передбачених законами України. Органи місцевого самоврядування та їх виконавчі органи діють як суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності лише через створені ними зовнішньоекономічні комерційні організації, які мають статус юридичної особи України.

До недержавних органів управління економікою відносяться товарні, фондові, валютні біржі, Торгово-промислові палати України. Через ці інститути регулюється попит і пропозиція на товари. Економічний аспект діяльності цих структур проявляється у тому, що ***біржа*** – це крупнооптовий ринок і, водночас, тонкий інструмент реального ціноутворення. Концентрація та централізація величезних товарних мас на готівкових біржах і фінансових ресурсів як з реальним товарним покриттям, так і без нього на строкових біржах дозволяють сформувати економічно обґрунтовану, у т.ч. прогнозовану ціну, ув'язати рух товарних і грошових потоків, з'єднати виробництво і споживання, полегшити планування господарської діяльності численних контрагентів угод.

Товарна біржа є механізмом і інструментом реального ціноутворення шляхом управління вільною конкуренцією між комерційними посередниками, об'єднаними у підприємницьку спілку. Функція валютної біржі така ж як і товарної, різниця лише в тому, що тут біржа виступає регулятором цін на валюту.

Фондова біржа являє собою організаційно оформлений, постійно діючий ринок, на якому здійснюється торгівля цінними паперами.

Завдання торгово-промислових палат полягає у:

- наданні довідково-інформаційних послуг, основних відомостей, що не є комерційною таємницею, про діяльність українських підприємців і підприємців зарубіжних країн згідно з національним законодавством;
- сприяння поширенню, зокрема через засоби масової інформації, знань про економіку і науково-технічні досягнення, законодавство, звичаї та правила торгівлі в Україні і зарубіжних країнах, можливості зовнішньоекономічного співробітництва українських підприємців;
- надання послуг для здійснення комерційної діяльності іноземним фірмам та організаціям, встановлення і розвиток зв'язків з іноземними підприємцями, а також організаціями, що об'єднують або представляють їх, участь у роботі міжнародних неурядових організацій та інших спільних організацій;
- сприяння розвитку торгових та інших чесних звичаїв у підприємницькій діяльності, участь у розробленні правил професійної етики у конкуренції для різних сфер підприємницької діяльності, галузей економіки, спілок та об'єднань підприємств.

Тільки Торгово-промислова палата України засвідчує країну виробництва товару через систему видачі сертифікату походження.

При цьому зазначені органи регулювання можуть виконувати тільки їм надані функції у сфері управління зовнішньоекономічною діяльністю.

3. Методи регулювання зовнішньоекономічної діяльності

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 заходів оперативного регулювання (валютно-фінансового, кредитного та іншого) в межах законів України; рішень недержавних органів правління економікою, які приймаються за їх статутними документами в межах законів України; угод, що укладаються між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності і які не суперечать законам України. Тобто, держаний вплив на економічну ситуацію в країні та на стан зовнішньої торгівлі здійснюється як заходами **митно-тарифного регулювання**, так і **нетарифними методами регулювання** зовнішньої торгівлі (способи непрямого впливу на експортно-імпортні операції: економічні, адміністративні, правові):

- ***митне регулювання*** (Митний Кодекс України, Закон України 05.04.2001 № 2371-III «Про митний тариф України» тощо);
- ***валютне регулювання*** (Декрет Кабінету Міністрів України від 19.02.1993 №15-93 «Про систему валютного регулювання і валютного контролю», Закон України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» тощо);
- ***ліцензування та квотування зовнішньоекономічних операцій*** (ст. 16 Закону «Про зовнішньоекономічну діяльність», Указ президента України від 10.02.1996 року №124/96 «Про заходи з удосконалення кон'юктурно-цінової політики у сфері зовнішньоекономічної діяльності»);
- ***введення спеціальних економічних зон*** **(ст. 24 Закону «Про зовнішньоекономічну діяльність», Наказ Президента України** від 17.11.95 року №1062/95 «Про заходи по проведенню експерименту у північно-кримській економічній зоні «Сиваш» тощо);
- ***застосування спеціальних санкцій за порушення зовнішньоекономічної діяльності*** (ст.. 32-37 Закону «Про зовнішньоекономічну діяльність», розд. XVIII Митного Кодексу, ст.. 4 Закону України «Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті» тощо).

Таблиця 2 – Класифікація методів державного регулювання ЗЕД

Критерії	Методи	Характеристика
Форма впливу на суб'єкти ЗЕД	Економічні	Непрямий вплив, альтернатива поведінки для суб'єктів наявна, результати впливу не

		передбачувані
	Адміністративні	Прямий вплив, альтернативи поведінки для суб'єктів не існує, результати впливу є передбачуваними
Засіб впливу на суб'єкти ЗЕД	Правові	Встановлення обов'язкових для виконання юридичних норм (правил) поведінки суб'єктів
	Адміністративні	Прямий вплив держави на діяльність суб'єктів
	Економічні, у тому числі: • фінансово-бюджетні; • кредитно-грошові	Вплив на економічні інтереси суб'єктів: • вплив на фінанси суб'єктів, • вплив на пропозицію грошей.
Очікуваний результат впливу	Стимулюючі	Пожвавлюють економічну активність суб'єктів
	Обмежуючі	Стримують економічну активність суб'єктів
Використання тарифу як засобу регулювання	Тарифні (митні)	Передбачають використання митного тарифу
	Нетарифні (немитні)	Не передбачають використання митного тарифу

1. Митно-тарифне регулювання – це найважливіший механізм державного регулювання ЗЕД. Митні відносини істотно впливають на характер міжнародних економічних відносин, а митна політика є могутнім інструментом регулювання зовнішньоекономічної діяльності і підтримки балансу інтересів країн світової спільноти.

Система правового регулювання митно-тарифних відносин створює правове поле, що дозволяє або, навпаки, перешкоджає реалізації економічних інтересів суб'єктів господарювання у сфері міжнародних економічних відносин.

Основне завдання правового забезпечення зовнішньоекономічної діяльності — створити сприятливий правовий клімат для реалізації економічних інтересів суб'єктів господарювання у сфері зовнішньоекономічних відносин.

Правові норми, які регулюють зовнішньоекономічну діяльність, утворюють певний комплекс, який включає як міжнародно-правові, так і національно-правові норми. Цей комплекс характеризується як сукупність пов'язаних ієрархій і взаємо підлеглістю міжнародних і національних правових норм, що взаємодіють між собою і у своїх структурних частинах, які регламентують зовнішньоекономічні зв'язки України.

При цьому митно-тарифні норми відіграють важливу роль у системі правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Це пов'язано з тими функціями, які виконують митно-тарифні регулятори при обслуговуванні міжнародних економічних відносин.

Митно-тарифні норми, які є складовими формування правового механізму функціонування підприємств у сфері зовнішніх зв'язків, можуть мати як спеціальний, так і загальний характер. Те ж саме стосується нормативних документів, хоча в актах загального характеру трапляються й окремі норми, спеціально розраховані на митно-тарифні відносини.

Групи нормативних актів, які регулюють цей вид митно-тарифні взаємовідносини:

• **Декларація про державний суверенітет України**, яка започаткувала правову норму про самостійне створення Україною власної митної системи (Розділ VI) та Конституція України, якою регламентуються положення щодо захисту суверенітету і територіальної цілісності України, забезпечення її економічної та інформаційної безпеки (ст.17) і встановлюється конституційна норма, згідно з якою засади зовнішніх відносин, зовнішньоекономічної діяльності, митної системи визначаються виняткова законами України (стаття 92, п. 9).

• ***Акти, в яких закріплені основні принципи організації і напрями здійснення митно-тарифної політики України.*** Насамперед, це Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та Митний кодекс України. Зазначені нормативні документи визначають основні правові засади функціонування митної системи України, головні напрямки митної політики країни; систему органів державного регулювання митної справи. Так, Митний кодекс регулює діяльність служб митного контролю, їх права та обов'язки, порядок митного контролю, організацію митної служби та інші близькі за характером питання, такі як розподіл функцій

законодавчої та виконавчої влади в митній галузі.

• ***Акти, які складаються із систематизованих норм, зокрема Закон України «Про митний тариф України», який практично регламентує тарифну політику в Україні.*** До цієї групи належать також постанови та розпорядження КМУ з питань організації та забезпечення митної справи: здійснення загального керівництва митною справою; встановлення розмірів мита, митних зборів і плати за митні процедури; координація діяльності міністерств, державних комітетів і відомств України в галузі митної справи.

• ***Акти щодо поточних операцій.*** Це найбільш чисельна група нормативних документів, які регламентують широке коло відносин, – постанови, інструктивні листи, накази, які приймаються і видаються, у першу чергу, Державною митною службою України з питань митно-тарифного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, а також спільні акти ДМСУ та інших центральних, місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, які видаються на підставі пункту 8 Положення про ДМСУ. Такі нормативно-правові акти (спільні накази, інструкції, положення), як правило, стосуються спільних заходів щодо транспортування й оформлення вантажів, які переміщуються через митний кордон України, функціонування пунктів пропуску, організації боротьби з митними правопорушеннями тощо. Найважливіші спільні акти розглядаються та затверджуються на засіданнях спільних колегій ДМСУ та МВС, Держкомкордону, Міністерства фінансів. Державної податкової адміністрації та інших міністерств та відомств.

Приймаючи національні законодавчі акти у сфері зовнішньоекономічної діяльності, укладаючи двосторонні та багатосторонні угоди, країна створює відповідне правове середовище, в якому взаємодіють суб'єкти господарської діяльності.

2. Під **адміністративними методами регулювання** ***ЗЕД розуміють*** систему державних правил, нормативів, заборон, за допомогою яких країна здійснює безпосередній вплив на суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, регламентує їхню діяльність в інтересах суспільства. Як правило, ці методи домінують при функціонуванні централізовано-планової моделі господарювання. Класифікація адміністративних методів регулювання ЗЕД представлена у рис. 1.

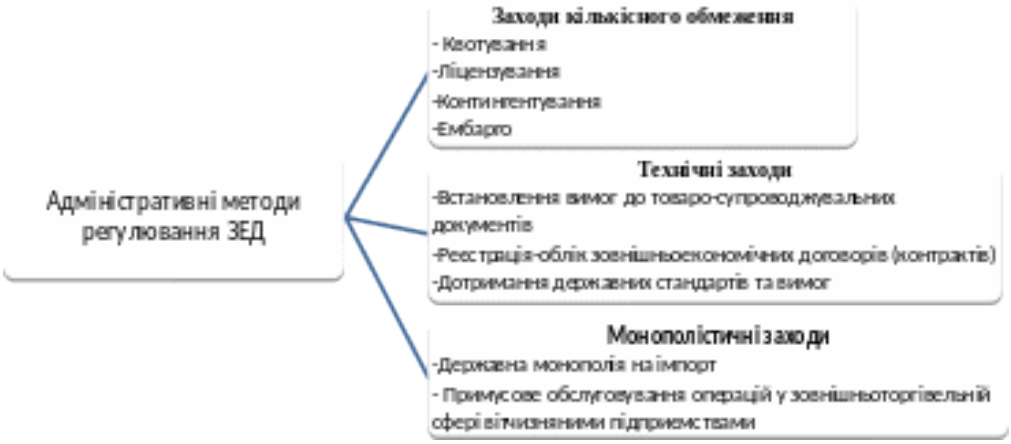


Рис. 1 – Класифікаційні ознаки адміністративних методів регулювання ЗЕД

а) Кількісні обмеження є адміністративною формою 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.

Основними видами кількісних обмежень є квотування, ліцензування і добровільне обмеження експорту.

б) Технічне регулювання – вимога з дотримання національних стандартів, одержання сертифікатів відповідності на імпортну продукцію, спеціального маркування та пакування товарів, дотримання санітарно-гігієнічних норм та ін. вимоги, встановлені законодавством країни (більш детально п.6.10 навчального посібника).

До технічних заходів відносять наступні їх види:

1. Технічне регулювання – норми, які безпосередньо або опосередковано встановлюють технічні вимога до продукту.

До них відносяться: санітарне регулювання, мета якого захищати життя та здоров'я людей та тварин; фітосанітарне регулювання, ціллю є захист рослин; заходи по захисту навколишнього середовища та дикої природи; заходи по захисту безпеки людей; заходи по забезпеченню національної безпеки.

Наведені заходи вводяться шляхом видання інструкцій, які детально регламентують дії митниці по здійсненню контролю. Технічне регулювання здійснюється шляхом: заборони або обмеження імпорту сировини та матеріалів, що забруднюють навколишнє середовище (хімічні товари, ядохімікати, кам'яне вугілля та нафта з високим вмістом сірка); використання протекціоністських заходів у відношенні готової продукції – промислового обладнання; транспортних засобів та інших видів продукції, експлуатація яких веде до забруднення атмосфери та повітря; вимог до якості товару, які захищають інтереси споживача, захищаючи їх від шкоди, пов'язаної з дефектом товару, і від можливої шкоди при застосуванні.

2.Інспекція перед відвантаженням. В першу чергу, це примусовий контроль якості, кількості та ціни товару перед їх відвантаженням з країни-експортера, що здійснюється певною фірмою-інспектором за дорученням країни імпортеру.

3. Спеціальні митні формальності – це, в першу чергу, вимоги надавати більш детальну інформацію, ніж та, що вказана в митній декларації, вимоги використання певних пунктів пропуску та ін.

Технічне регулювання має на сьогодні декілька різновидів:

а) заборону або обмеження імпорту сировинних товарів і матеріалів, що забруднюють навколишнє середовище (хімічні товари, отрутохімікати, кам'яне вугілля і нафта високим вмістом сірки);

б) використання протекціоністських заходів стосовно готових виробів – промислового устаткування, транспортних засобів та інших видів продукт експлуатація якої веде до забруднення атмосфери і повітря;

в) вимоги до якості товарів, які захищають інтереси споживачів, оберігаючи їх від шкоди, викликаної дефектами товару, та від можливої шкоди при вживанні. Це стосується, насамперед, імпорту побутової електротехніки, медичних препаратів і приладів, харчових продуктів, дитячих товарів і т. ін.

Бази даних Секретаріату ЮНКТАД та СОТ, під назвою «технічні заходи», дають уявлення про три основні напрями використання технічних бар'єрів:

- це створення жорстких та диференційованих норм, вимог до сертифікації (одночасно щодо національних та іноземних товарів);
- це тривалий та дорогий процес національної сертифікації з одночасним невизнанням іноземних норм і сертифікатів;
- складні митні формальності, пов'язані з наданням великої кількості документів та ускладненими системами перевезення.

За юридичною формою розрізняють технічні бар'єри:

- у вигляді відповідних законодавчих актів країни, які мають універсальний характер та застосовуються до товару в цілому, коли він реалізується на території країни незалежно від того, вироблений він всередині країни чи імпортований. Ці акти можуть мати форму закону чи підзаконних актів (наприклад, вимоги до вмісту шкідливих речовин у продуктах харчування згідно з законодавством про захист прав споживачів);
- у вигляді нормативних актів у рамках чинного митного законодавства, прийнятих до виконання відповідних нормативних актів загального характеру;
- у вигляді міжнародних угод. Це пов'язано із розширенням міжнародного співробітництва у сфері стандартизації та захисту навколишнього середовища. Наприклад, угоди про захист озонового шару, які передбачають вимоги щодо використання речовин, які не руйнують озоновий шар. та угоди з торгівлі промисловими відходами.

Технічні бар'єри передбачають застосування заборон, обов'язкової інспекції товарів, спеціальних дозволів на ввіз, інспекції підприємств-постачальників, спеціальних вимог до маркування та пакування, а також фактично сформованих технічних параметрів. Заборони існують на ввезення продукції, яка не відповідає технічним вимогам. Наприклад, у США заборонено ввіз автомобілів, які не відповідають вимогам національного законодавства щодо безпеки автомобілів (стандартам безпеки). Обов'язкова інспекція товару застосовується до товарів, які можуть створювати небезпеку розповсюдження захворювань людей та тварин, забруднення навколишнього середовища.

Серед технічних бар'єрів виділяють декілька специфічних областей – санітарні, ветеринарні, фітосанітарні норми та правила. Ці сфери регулювання пов'язані не тільки зі стандартами на ті чи інші товари, а й з забезпеченням безпеки населення, сільськогосподарських тварин та рослин. Екологічний контроль, як правило, здійснюється безпосередньо в пункт пропуску на державному кордоні відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 20.03.95 № 198 «Про здійснення екологічного контролю в пунктах пропуску через державний кордон» державними інспекторами з охорони навколишнього природного середовища. Відповідно до законів України «Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення», «Про захист населення від інфекційних хвороб» постанов Кабінету Міністрів України від 24.04.99 р. №696 «Про затвердження Правил санітарної охорони території України», від 12.01.2001 р. ввезення чи транзит через територію України транспортних засобів, вантажів, продукції, сировини, в тому числі продовольчої, сировини для лікарських засобів, харчових продуктів, предметів, матеріалів, відходів виробництва, хімічних, біологічних, радіоактивних речовин та інших, які прямо чи опосередковано можуть негативно впливати на здоров'я людини, здійснюється під державним санітарно-епідеміологічним наглядом. Ветеринарний контроль за переміщенням товарів через митний кордон України запроваджено на виконання вимог Законом України від 25.06.92р. №2498-XII «Про ветеринарну медицину». Обов'язковість проведення фітосанітарного контролю визначена Законом України від 30.06.93 № 3348-XII «Про карантин рослин».

Вимога щодо вмісту кінцевих компонентів – метод торгової політики держави, що законодавче встановлює частку[7] кінцевого продукту, яка має бути виготовлена національними виробниками, якщо такий продукт призначається для продажу на внутрішньому ринку. Вимога щодо вмісту кінцевих компонентів допускає створення і нарощування національної бази виробництва імпортованих товарів, з метою повної подальшої відмови від їх імпорту. Уряди розвинутих країн, наприклад, використовують вимогу щодо вмісту кінцевих компонентів з метою уникнення переміщення виробництва в країни, що розвиваються, з більш дешевою робочою силою і збереження рівня зайнятості своїх громадян. Обмежувальний вплив цього заходу на імпорт очевидний, так само як і економічні витрати, які перекладаються на споживачів. Наприклад, США зобов'язують іноземних постачальників автомобілів на американський ринок, зокрема японських, розширити використання комплектуючих частин американського виробництва, робочої сили та послуг у сфері реклами.

За видами дозвільних документів та органами, що їх видають, можна виділити такі напрямки: ліцензування, облік-реєстрація зовнішньоекономічних контрактів, сертифікація імпортованої продукції та інші.

Облік зовнішньоекономічних контрактів запроваджено в Україні Указом Президента України від 07.11.94 р. №659/94 «Про облік окремих видів зовнішньоекономічних договорів (контрактів) в Україні». Метою цього заходу є захист економічних інтересів України, скорочення дефіциту бюджету України, здійснення контролю за дотриманням порядку розрахунків у іноземній валюті, забезпечення обліку окремих видів зовнішньоекономічних контрактів.

Реєстрації та обліку підлягають зовнішньоекономічні контракти суб'єктів ЗЕД України, предметом яких є :

- товари, відносини з реекспорту яких регулюються чинним законодавством України та міжнародними договорами України;

• товари походженням з України, щодо яких міжнародними договорами України передбачено-добровільні обмеження експорту з метою запобігання демпінгу;

• товари походженням з України, щодо яких здійснюються антидемпінгові процедури;

• товари походженням з України, імпорт яких до інших держав квотується, контингентується, ліцензується відповідно до законодавства цих держав або нормативних актів економічних угруповань, митних союзів;

• товари походженням з України, експорт яких здійснюється у рамках бартерних (товарообмінних) операцій чи операцій з зустрічною торгівлею.

Реєстрацію зовнішньоекономічних договорів (контрактів) здійснює Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України й уповноважені ним органи.

Сертифікація – це один із діючих засобів нетарифного регулювання імпорту, який широко використовується в Україні для припинення та зменшення імпорту неякісних та шкідливих товарів.

Головна риса всіх технічних бар'єрів – це те, що вони офіційно застосовуються не як засіб обмеження імпорту, а для забезпечення цілісності національної системи стандартизації безпеки використання товарів. Цей захід охоплює близько 1/3 товарів світової торгівлі. Відмінність у національних та внутрішньо фірмових стандартах, а також у системах вимірювання при виробництві й оцінюванні параметрів цілеспрямовано використовується державами для створення нетарифних бар'єрів проти імпортної продукції.

Одним із шляхів полегшення доступу на зовнішні ринки у зв'язку зі зростанням технічних бар'єрів та скороченням витрат, які ними викликаються, є досягнення на офіційному або фірмовому рівні угоди про взаємне визнання результатів технічних випробувань виробу та його сертифікації. Іншим є виготовлення продукції, призначеної для експорту, з урахуванням міжнародних стандартів, передусім розроблених Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO), або з урахуванням стандартів країни-імпортера.

б) ***До заходів монополістичного характеру*** відносять: встановлення державної монополії на експорт-імпорт в цілому, певних товарних груп (лікарських препаратів, зброї) або примусове обслуговування учасників ЗЕД вітчизняними підприємствами.

Державні закупки – прихований метод торговельної політики, який вимагає від державних органів та підприємств придбати певні товари лише у національних фірм, незважаючи на те, що ці товари можуть бути дорожчі за імпортні. Найчастіше така політика пояснюється вимогами національної безпеки.

Державне регулювання зовнішньої торгівлі не завжди спрямоване на контроль за експортно-імпортними операціями. Досить часто держава резервує за собою сферу обслуговування зовнішньоекономічних зв'язків. Так, наприклад, обов'язкове страхування імпорту національними компаніями застосовується близько в 40 розвинених країнах, аналогічними є вимоги застосовувати для перевезення зовнішньоторгових вантажів національні транспортні Засоби.

Економічні методи регулювання ***б***азуються на використанні економічного інструментарію митної політики – митний тариф, податки, митні збори та інші види платежів. Використовуючи такий інструментарій, держава впливає на інтереси суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, відповідно і на їхню поведінку, зберігаючи за ними повну оперативну самостійність, яка відповідає природі ринкових відносин. До них відносяться: митно-тарифні, паратарифні (немитні) обмеження, контроль за цінами, фінансові заходи (рис. 2).

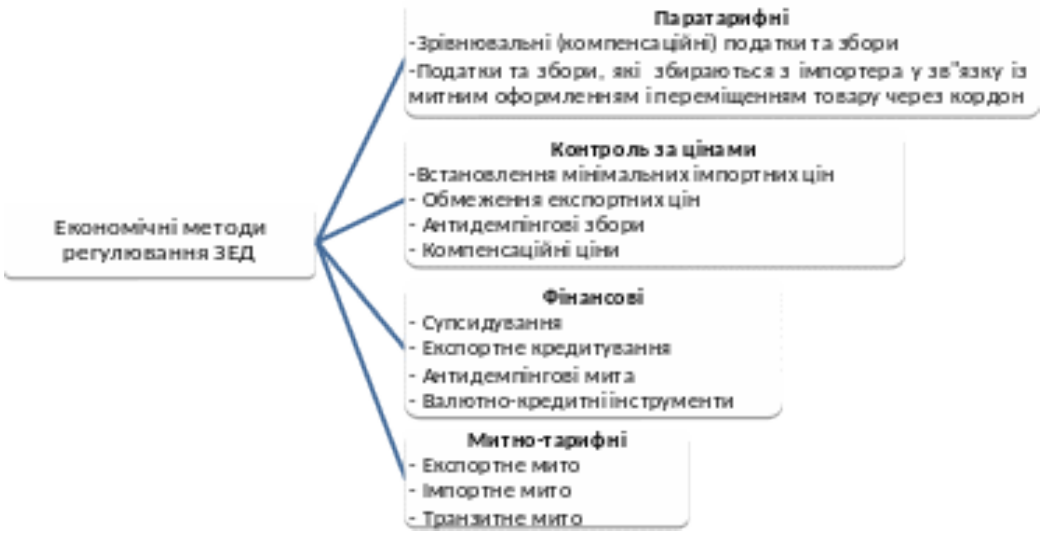


Рис. 2 –Класифікаційні ознаки економічних методів регулювання ЗЕД

Паратарифні інструменти нетарифного регулювання ЗЕД по своїй сутті являються примусовими платежами та зборами (за винятком митних платежів), що сплачуються імпортером при ввезенні товару. Витрати, понесені через наявність таких інструментів, відносяться на вартість імпортованої продукції, ведуть до її зростання, що у свою чергу веде до зменшення попиту на імпортовану продукцію на внутрішньому ринку.

Імпортні податки та збори складають досить велику групу інструментів нетарифного регулювання, основною характеристикою яких є економічний вплив на імпорт, але, на відміну від мит, опосередкований. Не будучи предметом міжнародного регулювання, перебуваючи цілком у компетенції національних органів влади, іноді навіть місцевих, їм властива фіскальна функція.

Заходи контролю над цінами – впроваджуються з метою підтримки та стабілізації внутрішніх цін, а також для попередження та відвернення збитків, які можуть бути заподіяні нечесною торговою практикою іноземних конкурентів. До заходів, спрямованих на здійснення контролю за цінами можна віднести:

- встановлення мінімальних імпортних цін, коли країна-імпортер встановлює граничну мінімальну ціну на імпортований товар, що у свою чергу змушує імпортера сплачувати митні платежі за цінами, які встановлені офіційно, у той час коли вітчизняна аналогічна продукція може продаватися за дешевшими цінами;
- обмеження експортних цін – добровільна згода експортера не знижувати ціну експортного товару від узгодженої величини;
- сезонні обов'язкові збори призначені для вирівнювання цін на імпортні товари по відношенню до аналогічних вітчизняних, в першу чергу, сільськогосподарську продукцію;
- антидемпінгові збори – застосовуються до тих товарів, які були поставлені закордонним експортерам за невиправдано низькою ціною;
- компенсаційні збори – стягуються із імпортованих товарів, виробництво яких стимулювалося додатковими субсидіями зі сторони країни-експортера.

Фінансові заходи *р*егулюють доступ імпортерів до іноземної валюти, ціну валюти для імпортерів, а також умови платежу. Фінансові заходу можуть збільшувати вартість імпорту (більш докладно у п. 6.8 навчального посібника). До основних заходів фінансового характеру слід віднести урядові субсидії, що надаються товаровиробникам для підтримки та стимулювання їх діяльності. Вони поділяються на дві групи: експортні субсидії – грошові кошти, які держава надає вітчизняному товаровиробникові з метою стимулювання експорту його товарів та послуг; імпортні субсидії – кошти, які отримує товаровиробник від держави з метою підвищення конкурентоздатності його товарів на внутрішньому ринку. Однією з форм прихованого субсидування експорту є фінансове стимулювання державного розвитку експорту національними виробниками шляхом експортного кредитування.

Антидемпінгові мита застосовують для усунення цінової дискримінації, що виникає

внаслідок демпінгу.

Іншим видом фінансових заходів ***є регулювання валютної політики,*** яка полягає у встановленні різних валютних курсів для різних категорій товару; створення заходів адміністративного характеру – отримання різного роду дозволів, узгоджень для проведення валютних операцій усередині країни. Регламентація розрахунково-платіжних операцій полягає у встановленні мінімальних термінів між доставкою товару та проведення розрахунків за імпорт.

Тарифні методи є складовою економічного регулювання зовнішньоекономічної діяльності (крім податків і зборів). Використовуючи митний тариф як інструмент митної політики, країна розв'язує, насамперед, проблеми регулювання зовнішньоторговельного обігу з іноземними державами, захисту національного товаровиробника, поповнення державного бюджету ціною надходжень від зовнішньоекономічних операцій.

Розділ №2. «Окремі аспекти зовнішньоекономічної діяльності»

Лекція 2.1
Тема: Конкуренція і конкурентоспроможність у зовнішньоекономічній діяльності

План лекції:

1. Маркетингова діяльність при виході на зовнішній ринок
2. Стратегії виходу на зарубіжний ринок
3. Стратегія експорту

1. Маркетингова діяльність при виході на зовнішній ринок

При виході на зовнішній ринок підприємство потрапляє в умови жорсткої міжнародної конкуренції. У цих умовах можна успішно працювати, лише застосовуючи сучасні методи управління, у тому числі і маркетинг. Під маркетингом розуміється система внутрішньо-фірмового управління, направлена на вивчення і облік ринкового попиту, потреб і вимог конкретних споживачів до продукту для більш обґрунтованої орієнтації науково-технічної і виробничо-збутової діяльності фірми на випуск конкурентоздатних видів продукції, щоб забезпечити отримання планованого розміру прибули. Конкуренція маркетингу полягає в тому, що вся діяльність підприємства, включаючи програми науково-технічних досліджень, виробництва, капіталовкладень, фінанси, використання робочої сили, а також програми збуту, технічного обслуговування і так далі, ґрунтується на сучасному поляганні споживчого попиту і прогнозуванні його змін в перспективі. Принципових, корінних відмінностей між маркетингом для внутрішнього (діяльність усередині країни) і зовнішнього ринків немає. І у тому, і в іншому випадку використовуються різноманітні методи, засоби, прийоми і принципи маркетингової діяльності. Проте враховувати особливості зарубіжних ринків при управлінні підприємством необхідно.

Зовнішні ринки пред'являють вищі вимоги до пропонованих на них товарів, їх упаковки, сервісу, рекламі і так далі це пояснюється гострій конкуренції між фірмами – виробниками товару і переважанням "ринку покупця", тобто помітним перевищенням пропозиції над попитом.

Вивчення зовнішніх ринків, їх можливостей більш трудомістко і складно, оскільки вимагає вивчення великої кількості інформації з різних джерел.

Ефективна робота на зовнішньому ринку неможлива без творчого і гнучкого використання комплексу маркетингових методів: правильного вибору збутової організації, контролю за роботою торгових посередників, вибору і застосування різних методів стимулювання збуту, ділової діяльності, реклами і ін.

Для ефективної роботи необхідно враховувати вимоги зовнішнього середовища маркетингу: особливість чинного законодавства, міжнародні правила, соціально-культурне середовище, звичаї, правила валютно-фінансових розрахунків, політику і ін.

Характер, форми і методи маркетингової діяльності залежатимуть від виду товару.

Дослідження ринку служить основою маркетингу і припускає аналіз всіх умов, що мають значення для успішної реалізації товару. Програма комплексного дослідження залежить від особливостей товару, характеру діяльності підприємства, масштабів виробництва експортних товару, характеру діяльності підприємства, масштабів виробництва експортних товарів і інших чинників.

Першорядне значення мають виявлення потреб в товарі, рівня купівельної спроможності, вимоги покупців до товару, чинники купівельної поведінки, а також перспективи зміни потреб в товарі, виражених не тільки темпами зростання, але і життєвим циклом товару.

При виявленні потреби в товарі важливий показник ємкості ринку. Ємкість насиченого ринку оцінюється на основі даних промислової і зовнішньоторговельної статистики. Якщо ринок не насичений, то при визначенні ємкості ринку важливе значення має визначення потенційного круга покупців.

При аналізі попиту слід виходити з того, що покупець сам визначає відповідність пропонованого йому товару своїм реальним потребам. Тому необхідно ретельно вивчати вимоги споживача до товарів, що є на ринку.

Серед загальних таких вимог можна виділити: високу якість виготовлення і безвідмовність в експлуатації, новизну і високий технічний рівень виробів, рівень післяпродажного обслуговування, кількість і характер що надаються покупцям додаткових послуг, сприятливе співвідношення між ціною придбання і ціною експлуатації і ін. крім того, важливо знати і специфічні вимоги покупців відносно асортименту, зовнішнього вигляду, упаковки, маркування, використання товарного знаку. На вимоги покупців до конкретного товару можуть зробити істотний вплив географічні і кліматичні умови, технічні стандарти, що діють, звички і смаки споживачів.

Аналіз перспектив розвитку ринку конкретного товару або відповідної галузі економіки включає оцінку короткострокових перспектив і довгострокових тенденцій, які служать згодом основою для розробки програм маркетингу.

У аналізі речення товару важлива кількісна оцінка товарів на місцевому ринку, імпорту і експорту товару, зміни його запасів. Пропозиція товару кількісно оцінюється як сума місцевого виробництва і імпорту товару за вирахуванням його експорту і з урахуванням зміни його запасів на складах.

Структура пропозиції, тобто ступінь оновлення асортименту, появи нових товарів, зазвичай схильний до постійних змін. Тому при аналізі речення конкретного товару важливе значення має вивчення стану і тенденцій розвитку відповідного світового товарного ринку. Це обумовлено тим, що в сучасних умовах відбуваються надзвичайно швидке оновлення і розширення номенклатури і асортименту товарів, що поступають на світові ринки як за рахунок принципових нових, раннє товарів, що не випускалися, так і за рахунок прискореного оновлення і вдосконалення моделей, що випускаються, на основі останніх досягнень науки і техніки. Тому науково-технічні прогнози розвитку і вдосконалення виробництва окремого товару або галузі в цілому - один з найважливіших аспектів дослідження пропозиції товару.

Основними показниками, що впливають на зміну пропозиції товару, є: об'єм капіталовкладень в будівництво, реконструкцію і модернізацію виробництва, об'єм випуску продукції, величина відвантажень товару споживачам, запаси товарів на складах у виробника, посередників і так далі і можливість їх доставки на ринок, розміри і структура витрат на науково-дослідні роботи, темпи оновлення продукції і ін.

Крім того, на об'єм пропозиції роблять вплив загальноекономічні умови роботи і торгівлі, що також необхідно враховувати при прогнозуванні пропозиції товарів на конкурентних ринках.

Вивчення і оцінка діяльності на ринку фірм-конкурентів важливі для визначення пропозиції товару на конкретному ринку і вироблення маркетингової стратегії підприємства. При вивченні фірм-конкурентів узагальнюється і аналізується наступна інформація:

- об'єм і частка продажів фірми-конкурента на ринку, що вивчається;
- характеристика фірмою продукції, що випускається, асортиментна політика, ціна,

чинники конкурентоспроможності і т.д.;

- види і характер пропонованих фірмами-конкурентами послуг, які супроводжують покупку товару;

- практика руху товару і збутова політика: види транспорту, склади і їх розміщення, умови зберігання і доставки на ринок;

- вживані форми і методи рекламної діяльності і стимулювання продажів, витрати на ці цілі і др.;

- інноваційна діяльність, виробнича і технічна політика, рівень витрат виробництва і шляху їх зниження;

- фінансове положення кожної конкуруючої фірми і її здатність захищати і утримувати свої позиції на ринку, платоспроможність і здібність до розширення потужностей і організації нового виробництва; інші показники, що характеризують конкурентоспроможність фірм.

Вивчення умов роботи на конкретному ринку товару необхідне, щоб ухвалювати ефективні управлінські рішення. Разом з вивченням діяльності фірм-продавців і фірм-покупців особливо важливий аналіз комерційної практики, що склалася на ринку, умов руху товару і каналів розподілу товару, правових питань, торгово-політичних умов і ін.

Вивчення комерційної практики припускає з'ясування специфічних питань договірної практики, що склалася на даному ринку, типових контрактів, розроблених об'єднаннями підприємців (асоціаціями, союзами і ін), біржових контрактів, розроблених біржовими комітетами найбільших бірж, практики і умов проведення торгів, аукціонів у разі такої форми торгівлі товаром. Важливе значення має торгові звичаї і звичаї, що склалися в практиці міжнародної торгівлі окремими товарами або в торговій практиці регіону, країни або її портів; вживані умови постачання товарів; методи і способи встановлення ціни; способи встановлення ціни; способи платежу, форми і методи розрахунку валюти платежу.

Вивчення умов руху товару припускає вибір виду транспорту, який залежить перш за все від виду товару і заснований на аналізі і порівнянні тарифів і ставок морського, річкового, повітряного, залізничного, автомобільного транспорту, вартості перевалочних робіт і зберігання вантажів, ставок портових зборів, ступеня механізації навантажувально-розвантажувальних робіт в окремих пунктах, портах. Важливе значення мають правила і особливі умови перевезення, правила здачі і приймання вантажу і інші питання. Ця інформація дає можливість експортерові правильно встановити ціну з доставкою товару в потрібний для покупця пункт. Крім того, вона дозволяє ухвалити правильне рішення про напрям і види транспорту, які потрібно використовувати при постачанні товару, і з'ясувати вимоги до об'єму, ваги і упаковки товару.

Основні способи проникнення на зарубіжні ринки:

1. Створення власної збутової мережі. При цьому способі необхідно знати добре ринок, мати там постійних представників. Такий спосіб роботи на зарубіжних ринках виправдовує себе, якщо об'єми реалізації продукції достатньо великі, що дозволяє окупати ті витрати, які необхідні на створення власної мережі збуту. Переваги полягає в тому тут, що підприємство-експортер має детальну інформацію про ринок і може оперативно контролювати і управляти реалізацією товару на цьому ринку.

2. Використання незалежних торгових, збутових посередників. Доцільність цього способу безперечна при впровадженні на нові ринки, коли власна система збуту ще не створена, а, може бути, створення її неефективно або вимагає великих витрат. Особливе значення має використання незалежних посередників у разі, коли підприємство зацікавлене в забезпеченні споживача супутніми послугами.

Часто крупні компанії з метою проникнення на зарубіжні рики використовують збутові мережі, засновані на договорах з незалежними посередниками, лише на перших етапах освоєння ринку. На наступних етапах вони прагнуть перетворити незалежну систему збуту через залежних, керованих посередників, формуючи вертикальні маркетингові системи.

3. Третій спосіб проникнення на зарубіжний ринок, на відміну від інших способів, що вважають, що товар створюється на підприємствах фірми-експортера і в готовому вигляді

поставляються на ринок, означає виробництво продукції, створення товару повністю або частково в країні, на ринок якої прагне підприємство. Такий спосіб доцільний, якщо даний ринок для фірми для фірми надзвичайно перспективний і, крім того, виробництво товару на місці може дати відчутні економічні вигоди., зокрема економію на транспортних витратах, митних зборах, обходу нетарифних обмежень, а також економію виробничих витрат. Проводячи товар в країні споживання, підприємство в значній мірі підвищує ефект від зовнішньоекономічної діяльності. Такий спосіб роботи на зовнішніх ринках дозволяє в найбільшій мірі отримати вигоди від міжнародного розподілу праці. Проте необхідно добре знати закони країни, неодмінна умова - соціально-економічна стабільність.

Основні чинники, які впливають на вибір стратегій підприємства, це:

1) макроекономічні показники і характеристики країни, такі, як грошово-кредитна політика держави, оподаткування і митне регулювання, рівень інфляції і тому подібне

2) при виході на зовнішній ринок важливо також враховувати діяльність різних міжнародних організацій, дії міждержавних угод.

3) важливо враховувати характеристики конкретного ринку, його структуру і тип конкуренції, особливості товару, що продається.

4) необхідно визначати еластичність попиту. Еластичність - це швидкість зміни попиту на даний товар залежно від зміни ціни на цей товар, на аналогічний або будь-який інший товар, а також залежно від зміни доходу покупця.

Особливе місце при виборі стратегії займає облік витрат на виробництво і реалізацію продукції фірми на ринку. При проведенні будь-якої стратегії на будь-якому ринку фірма зрештою повинна отримати прибуток, тому побудова стратегії неможлива без розгляду величини і структури витрат на виробництво.

Основа обліку витрат – калькуляція собівартості продукції – є і його основною проблемою. Ключове питання аналізу витрат – побудова системи їх обліку. Система повинна перш за все надавати точну інформацію по всіх видах витрат, що дозволяє провести калькуляцію собівартості товару і її аналіз.

Розробкою і послідовною реалізацією заходів відповідно до вибраної стратегії робота не обмежується. Необхідно постійно відстежувати стан ринку, цільових сегментів, образу товару. Потрібно враховувати вплив теорії "життєвого циклу товару", згідно якої товар послідовно проходить чотири стадії життя. На першій стадії – впровадження – ринок даного товару характеризується невеликим об'ємом продажів, основна маса покупців не знає про товар, товару набуваю переважно покупці-новатори, прибуток, що отримується від реалізації, близька до нуля або негативна. Далі, якщо перші продажі проходять успішно, число покупців даного товару збільшуються, об'єм продажів росте швидкими темпами, реалізація товару стає прибутковою – це етап зростання. На наступному етапі – зрілості – об'єм продажів стабілізується, є повторні закупівлі, більшість покупців добре інформована про товар, посилюється конкуренція, на ринку продаються аналогічні товари. Нарешті, етап спаду – товар застаріває, з'являються досконаліші товари того ж функціонального призначення, об'єм реалізації падає прибуток.

Кожен товар або група товарів може мати свій особливий життєвий цикл. Він може бути коротше звичайного, як, наприклад, у випадку виникненні моди на той або інший товар, або продовжений унаслідок, наприклад, активних маркетингових заходів, або за стадією невеликого спаду знову слідує стадія зростання. Але, наприклад, предмети розкоші практично не схильні до впливу теорії життєвого циклу.

Проте при розробці і реалізації стратегії виходу на ринок кінцевих споживачів продукції рекомендується враховувати, на якій стадії життєвого циклу товар знаходиться у цей момент.

Для прогнозування реакції конкурентів можна проаналізувати їх поточне положення і інтереси, фінансові і виробничі можливості. Вірогідність, що конкуренти взагалі не зреагують на зміни, що проводяться фірмою, тим вище, чим більша кількість фірм оперує на даному ринку, менше інформованість покупців про товар, більше товарозамінників. При цьому конкуренти швидше підуть за зниженням цін, чим за їх підвищенням.

Реакція покупців як на зниження, так і на підвищення цін може бути неоднозначною. У

разі підвищення цін споживачі можуть пов'язати його з високим попитом на товар. Хорошою якістю товару, підвищеною ціннісною значущістю і вирішити, що незабаром ціна ще більше зросте. Проте відносно товарів виробничого призначення підвищення ціни може бути розглянуте як бажання продавця отримати додатковий прибуток, що немає з погляду покупця справедливим. У разі пониження цін покупці можуть вирішити, що товар погано продається, якість товару знизилася, у продавця виникли фінансові проблеми.

При зміні цін можна використовувати приховані і явні знижки. Знижки дозволяють проводити гнучкішу цінову політику, не міняючи стратегії в цілому.

Так само приховано можна провести і підвищення цін, знижуючи якість товару або об'єм стандартної упаковки, здешевлюючи саму упаковку, знижуючи об'єм і якість послуг з післяпродажного обслуговування товару. Можна поповнити асортимент дешевшими моделями, створивши деякий дефіцит на звичайних.

При зміні цінової політики і в цілому стратегії реалізації товару рекомендується віддавати перевагу прихованим змінам, якщо існує достатньо висока вірогідність негативного відношення покупців до даних змін.

2. Стратегії виходу на зарубіжний ринок

Найбільш поширеною стратегією виходу зовнішній ринок є експорт, решта трьох стратегії відрізняється вищою складністю.

Експорт найбільш простій спосіб виходу на зарубіжний ринок. Експорт вимагає найменших витрат ресурсів, тому що всі маркетингові функції в основному лягають на плечі посередників. Підприємство може експортувати свій товар двома способами. Можна скористатися послугами незалежних міжнародних маркетингових посередників (непрямий маркетинг) або проводити експортні операції самостійно (прямий експорт).

Практика непрямого експорту найбільш поширена серед компаній початківців свою експортну діяльність, оскільки вона вимагає менших фінансових коштів і пов'язана з меншим ризиком. Такий експорт відкриває для підприємства широкі можливості відходу з ринку, якщо прибутки не виправдовують очікувань або ситуація на ринку стає несприятливою. В даному випадку підприємство веде справи з брокером, який знаходиться на внутрішньому ринку.

Основною перевагою такого виду експорту є те, що підприємство може уникнути всіх складнощів, пов'язаних з доставкою товару за межу, тарифами, іноземними законодавчими актами і іншими подібними проблемами. Всі ці обов'язки перекладаються на посередника.

Серед недоліків можна відзначити практично повну втрату контролю над цінами і доставкою товару на зовнішній ринок.

Не дивлячись на переваги експорту з використанням спеціалізованих брокерів, деякі підприємства вважають за краще експортувати свої товари безпосередньо посередникам, що знаходяться на зовнішньому ринку.

Вигідною відмінністю цього виду експорту є підвищення контролю підприємства над товарами, вивезеними на зовнішній ринок.

До недоліків можна віднести додаткові витрати, що виникають в даному випадку.

Франчайзинг, як і експорт - це задоволено простій і ефективний спосіб виходу на зовнішні ринки. В цьому випадку підприємство (франчайзер) дає право використовувати свою виробничу технологію, торгову марку і патент іншому підприємству (франчайзі), що знаходиться на території іноземної держави.

Крім цього франчайзер забезпечує технічну підтримку, допомогу в організації маркетингової діяльності і у ряді випадків навчання персоналу. На обмін франчайзер отримує плату. Причиною виникнення системи франчайзингу є можливість вийти на зовнішні ринки з мінімальним ризиком і мінімальними витратами.

Можна відзначити ряд переваг франчайзингу перед експортом. Франчайзинг представляє ширші можливості контролю над збутом товарів і вимагає невеликих капітальних витрат. Також як і експорт Франчайзинг менш ризикований і дає більше гнучкості при відході з ринку у разі відсутності прибули.

Якщо франчайзі не виконує умов контракту, то все, що може зробити франчайзер - це загрожувати розірвати угоду. Нарешті, якщо франчайзер вирішує розірвати контракт, то він не тільки може втратити контроль, але і створити сильного конкурента на зовнішньому ринку, що утруднить його самостійний збут на цьому ринку.

Ще одним загальним напрямом виходу на зовнішній ринок є з'єднання зусиль з комерційними підприємствами країни партнера з метою створення виробничих і маркетингових потужностей.

На відміну від двох попередніх стратегій рішення створити спільне підприємство з іноземною компанією безпосередньо залучає підприємство до процесу управління діяльністю на зовнішньому ринку. При створенні спільного підприємства обидві компанії мають право контролю і управління. Спільне підприємство може бути створене двома способами.

По-перше, одне підприємство може зробити інвестиції що вже існує інше підприємство.

По-друге, два або більш за підприємство можуть об'єднатися разом, щоб створити нове спільне підприємство.

Існує декілька причин для організації спільних підприємств. Найочевидніша причина - це підвищення контролю над виробництвом і збутом товарів на зовнішньому ринку. Підприємство може також ухвалити таке рішення, щоб використовувати спеціальні знання або доступ до каналів збуту, якими володіє іноземний партнер. Іноді спільне підприємство організовується, коли уряд не заохочує самостійний вхід іноземних підприємств на місцевий ринок.

Проте, цей спосіб виходу на зовнішні ринки має ряд недоліків. По-перше, в даному випадку ризик значно вищий, ніж при перших двох способах. Розбіжності з іноземним партнером або обмеження, що накладаються іноземним урядом, можуть перешкодити підприємству відповідну віддачу від своїх інвестицій. Подібні розбіжності часто примушують підприємство йти на компроміси. Крім того, створення спільних підприємств може перешкодити крупному підприємству, проводити єдину глобальну маркетингову і збутову політику на всіх ринках збуту.

Якнайповнішою формою залучення до діяльності на зарубіжному ринку є приміщення капіталу в створення за кордоном власних складальних або виробничих підприємств.

Прямі іноземні інвестиції дають найвищий рівень контролю, який підприємство може мати при виході на зовнішній ринок. Можливі два методи прямих інвестицій.

По-перше, підприємство може створити нову компанію нам зовнішньому ринку. Цей метод вимагає найбільших витрат, тому, що підприємство повинне створити нові контакти і канали збуту, вибрати місце для нової компанії, найняти працівників, придбати устаткування.

По-друге, підприємство може придбати вже існуючу іноземну компанію. В даному випадку підприємство тільки повинне внести зміни в організаційну структуру іноземної компанії.

Прямі інвестиції володіють поряд переваг в порівнянні з іншими способами виходу на зовнішні ринки. Підприємство може повністю визначати маркетингову і збутову політику. Це може бути особливо необхідно для крупних підприємств, які прагнуть проводити єдину політику на всіх своїх ринках. Це допоможе ефективнішій ціновій конкуренції, оскільки якщо товари проводяться в країні збуту, то не треба нести транспортних витрат, також витрат пов'язаних з тарифами. Нарешті, підприємство отримує прямий контакт зі своїми клієнтами на іноземному ринку і означає, може повніше задовольняти їх вимоги, що підвищує його конкурентоспроможність.

Існують і недоліки прямих інвестицій. При прямих іноземних інвестиціях великий ризик, пов'язаний з девальвацією іноземної валюти, політичною нестабільністю, спадом на ринку і можливою націоналізацією майна. Із-за крупних фінансових інвестицій в іноземний ринок гнучкість політики підприємства відносно цього ринку знижується.

При рішенні покинути іноземний ринок підприємство може не тільки втратити значні ресурси, вкладені в нього, але і нанести утрату своєї репутації. До того ж іноземна держава може накладати обмеження, що перешкоджають, проведенню політики компанії відносно своїх товарів або їх збуту.

Таким чином, управління підприємством на зарубіжних ринках має свою специфіку. Додаткові труднощі виникають у підприємств, звиклих орієнтуватися тільки на внутрішній ринок. Отже, керівництво підприємств повинне приділяти розробці стратегії виходу на зарубіжні ринки особлива увага.

3. Стратегія експорту

Експорт обумовлений декількома важливими причинами. Сировину необхідно експортувати на підприємство-виробник, комплектуючі – на складальний конвеєр і готову продукцію – іноземним оптовикам і споживачам. Іноді весь цей процес відбувається в межах вертикально інтегрованої компанії, тому експортер продає свою продукцію на наступний рівень, оформивши відповідну внутрішньофірмову догоду. Проте у випадку продаж зовнішньому покупцеві експортер може вирішити, чи продавати йому продукцію прямо, чи через посередника.

Міжнародну діяльність фірми найчастіше починають із налагодження експорту своєї продукції. Навіть фірми, які мають значні контракти в інших країнах і здійснили в іноземні підприємства великі інвестиції, як правило, продовжують експортувати свою продукцію заради досягнення визначених цілей.

Основною причиною участі фірм в експортній діяльності є прагнення до збільшення прибутків від продаж. Капітало- і наукомістким фірмам, що спеціалізуються, наприклад, у біотехнології і фармацевтиці, експорт необхідний для розподілу капіталовкладень на більш значний обсяг продаж. Експортній продажів може бути також засобом пом'якшення проблеми надлишкових потужностей на внутрішньому ринку. Деякі фірми віддають перевагу експортуванню продукції в інші країни, а не вкладанню коштів у створення там виробничих потужностей через високий рівень ризику, пов'язаного з прямими інвестиціями. Нарешті є фірми, що розглядають експортні постачання на численні ринки як стратегію диверсифікації збуту. Оскільки темпи економічного зростання для шкірного ринку індивідуальні, така диверсифікація освоєних ринків дозволяє фірмам компенсувати низькі темпи зростання продаж на одних ринках за рахунок високих темпів зростання на інших.

Багато фірм починають займатися експортом зовсім випадково. Почавши експортну діяльність, сморід стикаються з несподіваними труднощами. Від чому до качану експортної діяльності необхідно розробити стратегію експорту. Проте до качану її розробки фірмі варто зрозуміти деякі основні проблеми, пов'язані з експортом.

Потенційні пастки. Крім труднощів, характерних для міжнародного бізнесу взагалі, а не лише для експортної діяльності, наприклад, проблем мови і культурних розбіжностей, новачки в експорті часто стикаються із завданнями, при виконанні яких виникають помилки, перелічені нижче:

– нездатність залучити кваліфікованих експертів з експорту і розробити основний план міжнародного маркетингу до качану експортної діяльності;

– недостатня готовність вищої олениці керівництва до подолання початкових труднощів і коригування споживи у фінансових коштах для експортної діяльності;

– недостатня старанність у виборі закордонних агентів і оптовиків;

– гонитва за замовленнями з будь-якої країни світу, а не створення бази для розгортання прибуткових операцій і упорядкованого зростання;

– нехтування експортною діяльністю в періоди ринкових бумів;

– неспроможність вести справи з іноземними оптовиками на тихий самих засідках, що і з їхніми конкурентами на внутрішньому ринку;

– небажання модифікувати продукцію відповідно до державного регулювання чи культурних переваг в інших країнах;

– нездатність видавати службову, комерційну і гарантійну документацію на мовах, зрозумілих торговим партнерам фірми за кордоном;

– нездатність залучити компанію, що спеціалізується на управлінні експортною діяльністю, чи іншого посередника у сфері маркетингу, коли фірма не має у своєму

розпорядженні людей, які вміють виконувати спеціалізовані експортні функції;

– нездатність активно використовувати ліцензійні догоди або догоди про створення спільних підприємств. Цей момент має особливе значення в країнах, що обмежують імпорт.

Ще одна проблема, з якою стикаються експортери, пов'язана із змінністю політики тихий країн, куди йде експорт.

Держава може запропонувати фірмам певні стимули та у будь-який година відмовитися від них.

Вибір закордонних ринків і стратегії виходу на них. Фірмі, що починають свою міжнародну діяльність, часто віддають перевагу тим ринкам, для яких потрібні мінімальні зусилля щодо адаптації продукту і коригування маркетингової стратегії.

Модель "Чотирьох фільтрів", концепція якої була вперше запропонована Р. Волвурдом, дозволяє з великої кількості країн вибрати декілька найбільш перспективних не лише з погляду загального ринкового потенціалу, але і конкретних особливостей фірми, а також цілей її закордонної діяльності.

Нарешті, фірмі необхідно визначити, як вона буде доставляти товари на обраний ринок. Основою плану експорту є активна організація експорту, а не очікування з надією на тих, що вусі відбудеться саме собою.

Експортні функції і посередники, що полегшують експортну діяльність. Компанії, що займається чи планує займатися експортною діяльністю, варто вирішити, хто саме буде виконувати у цьому зв'язку деякі важливі функції - співробітники компанії чи інші фірми за контрактом. Мова йде про такі функції:

– стимулювання збуту, одержання замовлень, дослідження ринку;

– виконання кредитних досліджень, здійснення платежів і інкасація надходжень;

– організація перевезення вантажів за кордон;

– підтримка персоналу фірми, що займається збутом, розподілом і рекламою.

Практично будь-яка фірма година від години може очевидно вигравати від використання послуг посередницької організації, що бере на собі всі або деякі з перерахованих функцій.

Різні посередники можуть полегшувати експортну діяльність. Одні з них виступають в ролі агентів, що представляють інтереси експортера інші одержують право власності на товари і самостійно продають їх іншим країнам. Є, крім того, посередники, що займаються вузькоспеціалізованими аспектами процесу експорту, наприклад транспортно-експедиційні організації, відповідальні за переміщення товару з внутрішнього на іноземний ринок.

З огляду на високу вартість сплати праці такого роду експертів фірми, як правило, на початковому етапі експортної діяльності залучають спеціалістів з боку. Будь-яка фірма може згодом створити в собі відповідні підрозділи, але спочатку сторонні спеціалісти дуже корисні для реалізації таких функцій, як підготовка експортних документів, заповнення митних документів в країні-імпортері, виявлення найкращого варіанта транспортування експортних товарів і т. ін. Ухвалюючи рішення про тих, що краще - продавати продукцію самостійно або залучити для цього сторонню організацію, необхідно взяти до уваги розміри фірми-експортера, характер продукції, попередню практику і досвід експорту, ділову кон'юнктуру на обраних закордонних ринках.

Прямі продажі. Варіант прямого продаж вибирається експортером заради встановлення більш жорсткого контролю над функцією маркетингу й одержання більш високого прибутку. При такому підході виробник звичайно продає свою продукцію безпосередньо на іноземному ринку. Він може продавати її представникові своєї фірми з питань збуту або агентові в справах продаж, що працює за комісійні іноземному оптовикові, що одержує право власності на продукцію й отримує прибуток на кінцевому етапі всього процесу, тобто продаючи товари споживачам. Іноземні роздрібні торговці займаються, насамперед, споживчими товарами; компанія може направляти їм каталоги, запрошувати на торгові ярмарки або посилати до них своїх агентів з питань збуту. Продажів товарів, що виготовляються відповідно до заявки-специфікації, адресацій безпосередньо кінцевим споживачам. Ця практика має більш широке застосування в маркетингу промислових, а не споживчих товарів.

Якщо фірма вибирає варіант прямого продаж, а не через посередника їй необхідно створити діючу експортну службу. Це можна зробити кількома способами - від створення спеціального міжнародного відділу до формування самостійної міжнародної діяльності, пов'язаної з експортом. Фахівці з питань збуту на міжнародних ринках, як правило, працюють незалежно від збутовиків на внутрішньому ринку.

Непрямій продажів. Непрямій продажів означає, що виробник діє через іншу фірму в країні базування, направляючи свою продукцію на міжнародний ринок. Посередницька фірма може виступати в ролі комісіонера (commission agent) стосовно виробника і не отримувати має рацію власності на товари. Комісіонер звичайно працює за дорученням іноземного покупця і намагається знайти експортну продукцію за найнижчими цінами. Комісіонер одержує комісійні від іноземного агента із закупівлі. Експортер може також закуповувати продукцію у виробника і продавати товар за кордон. У цьому випадку експортером зазвичай є компанія з управління експортною діяльністю (КУЄД).

Хоча КУЄД спочатку працювали за комісійні і не брали на собі ніякого ризику, тепер сморід, як правило, функціонують за принципом купівлі-продажу і забезпечують фінансування партій товару, що відвантажуються на експорт. Основною функцією КУЄД є одержання замовлень на продукцію їхніх клієнтів за допомогою вибору придатних ринків, каналів розподілу і проведення кампаній щодо просування товарів на ринки збуту. КУЄД збирає, аналізує і надає кредитну інформацію, дає консультації з банківських рахунків, розумів і термінів сплати в інших країнах. До послуг, які надаються КУЄД, також належать:

– підготовка відповідної документації;

– організація вантажоперевезень (у тому числі укрупнення партій вантажів з метою зниження витрат на транспортування);

– забезпечення захисту патентів і торгових мазкий в інших країнах;

– консультування і надання безпосередньої допомоги в розвитку альтернативних форм бізнесу, наприклад продаж ліцензій чи створення спільних підприємств.

КУЄД, що займаються не тільки експортом, а й імпортом, працюють на контрактній основі, підряджаючись на термін від двох до п'яти років і виконують функцію ексклюзивного представника експортера на чітко визначеній іноземній території. У контракті визначаються цінова, кредитна і фінансова політика, послуги щодо просування товарів на ринок і порядок сплати. КУЄД, як правило, спеціалізується на додаткових і неконкурентних товарах, тому сморід можуть запропонувати більш повний асортимент продукції обмеженій кількості імпортерів.

Лекція 2.2
Тема: Моделювання зовнішньоекономічної діяльності

План лекції:

1. Характеристика причин та передумов розвитку зовнішньоекономічної діяльності
2. Основні положення теорій управління зовнішньоекономічною діяльністю
3. Показники функціонування зовнішньоекономічної системи країни

1. Характеристика причин та передумов розвитку зовнішньоекономічної діяльності

Серед процесів, які визначають особливості розвитку сучасного світу, провідним є процес інтернаціоналізації господарського життя. Його суть полягає в тому, що національні економічні системи можуть ефективно розвиватися лише за умови їх міжнародної взаємодії та переплетіння. Тому нині важко назвати країну, яка б не була суб'єктом міжнародних економічних відносин і не зазнавала б впливу зовнішнього (міжнародного) середовища.

Якщо розглядати економіку країни з точки зору функціональної орієнтації, то вона складається з двох секторів: внутрішньої та зовнішньої економіки. Призначення внутрішньої економіки – задоволення потреб споживачів за рахунок внутрішнього виробництва, зовнішньої

– вихід на міжнародні ринки товарів, послуг та факторів виробництва з метою підвищення загальноекономічного добробуту країни. Таким чином, основний критерій виділення цих двох секторів – наявність економічних зв'язків між господарськими одиницями, які репрезентують різні країни.

Виходячи з цього, можна дати визначення зовнішньоекономічних зв'язків як комплексної системи різнобічних форм міжнародного співробітництва держав та їх суб'єктів у різних галузях економіки.

В історичному аспекті зовнішньоекономічні зв'язки є продуктом цивілізації, так як виникають з появою держави і еволюціонують водночас з її розвитком. В економічному – зовнішні економічні зв'язки – це операції, пов'язані з обігом товарів, послуг, грошей і капіталу між різними економічними і валютними зонами. Серед основних причин, які стимулюють розвиток зовнішньоекономічних зв'язків, слід виділити такі: нерівномірність економічного розвитку різних країн світу; відмінності в сировинних ресурсах; відмінності в людських ресурсах; нерівномірність розміщення фінансових ресурсів; характер політичних відносин; різний рівень науково-технічного розвитку; специфіка географічного положення, природних і кліматичних умов.

Нерівномірність економічного розвитку різних країн світу. Кожна держава проводить власну економічну політику, що базується на певному розвитку промисловості, сільського господарства, транспорту, сфери обслуговування та інших галузей економічної системи, спеціалізуючись при цьому в тих сферах економіки, які дозволяють мати значні переваги.

Відмінності в сировинних ресурсах. Більшість країн світу, маючи обмежену ресурсну базу і вузький внутрішній ринок, не в змозі виробляти з достатньою ефективністю товари, які необхідні для внутрішніх потреб. Для таких країн зовнішньоекономічні зв'язки є способом отримання необхідних товарів. Країни з вели-ким сировинним потенціалом базують свої економічні системи на основі реалізації експорту потенціалу.

Відмінності в людських ресурсах. Щорічно в результаті пошуку роботи у світі переміщується більше двадцяти п'яти мільйонів чоло-вік із країн, що мають надлишок трудових ресурсів: Індія, Китай, Бангладеш, Пакистан, Нігерія. В основному цей потік направлений у регіони, які потребують додаткового притоку робочої сили: Західна Європа, США, Близький Схід. Тому даний процес носить об'єктив-ний характер і сприяє розширенню зовнішньоекономічних зв'язків.

Нерівномірність розміщення фінансових ресурсів. Однією з закономірностей розвитку економічних міжнародних відносин є функцонування світового інвестиційного ринку. В 90-х роках у світі сталося значне підвищення рівня прямих іноземних інвестицій, які сягнули близько 300 млрд дол США щорічного інвестиційного потоку.

Характер політичних відносин. Розвиток зовнішньоекономічних зв'язків стимулює пошук оптимальних форм розв'язання суперечностей між країнами. При цьому вони дозволяють погасити політичну конфронтацію, яка, як правило, призводить до негативних наслідків (розрив економічних відносин, економічна і політична блокада, війна і т.п.). У свою чергу, політична стабільність створює сприятливі умови для розвитку міжнародних економічних відносин. Різний рівень науково-технічного розвитку. При посередництві зовнішньоекономічних зв'язків країни вирішують проблеми не тільки модернізації процесу виробництва, а й завдання диверсифікації товарної номенклатури (асортименту), отримання нових технологій, ноу-хау. Обмін між країнами студентами, науковими співробітниками, спеціалістами дозволяє підтримувати високий інтелектуальний і технологічний рівень у країні, стимулює роз-виток наукоємних виробництв, допомагає реалізувати інтелектуальний потенціал країни на світовому ринку.

Специфіка географічного положення, природних і кліматичних умов. Реалізація економічного потенціалу країни на світовому ринку можлива не тільки завдяки різному рівню виробничих умов країн, а й завдяки особливостям природно-географічного положення. Завдяки зовнішньоекономічним зв'язкам країни реалізують свій потенціал у туристичному, рекреаційному напрямках, що до-зволяє їм отримати значні валютні надходження (Швейцарія,

Іта-лія, Єгипет, Франція, Угорщина). Вигідне географічне положення країни дає можливість їй отримувати кошти від транзиту вантажів через її територію (Польща, країни Прибалтики).

Таким чином, більшість країн світу, маючи обмежену ресурсну базу і вузький внутрішній ринок, не в змозі виробляти з достатньою ефективністю товари, які необхідні для внутрішніх потреб. Для таких країн зовнішньоекономічні зв'язки є способом отримання необхідних товарів. Країни з великим сировинним потенціалом базують свої економічні системи на основі реалізації експортного потенціалу. Отже, необхідність існування зовнішньоекономічних зв'язків обумовлюється тим, що різні країни мають різні виробничі умови. Виходячи з цього, країни спеціалізуються на виробництві такої продукції, яка значною мірою дешевша від зарубіжних аналогів, що в кінцевому підсумку приносить прибуток кожній країні-учасниці,

задовольняє потреби споживачів у продукції кращої якості.

Зовнішньоекономічні зв'язки можна класифікувати за двома ознаками:

• за напрямком товарного потоку;

• за структурною ознакою.

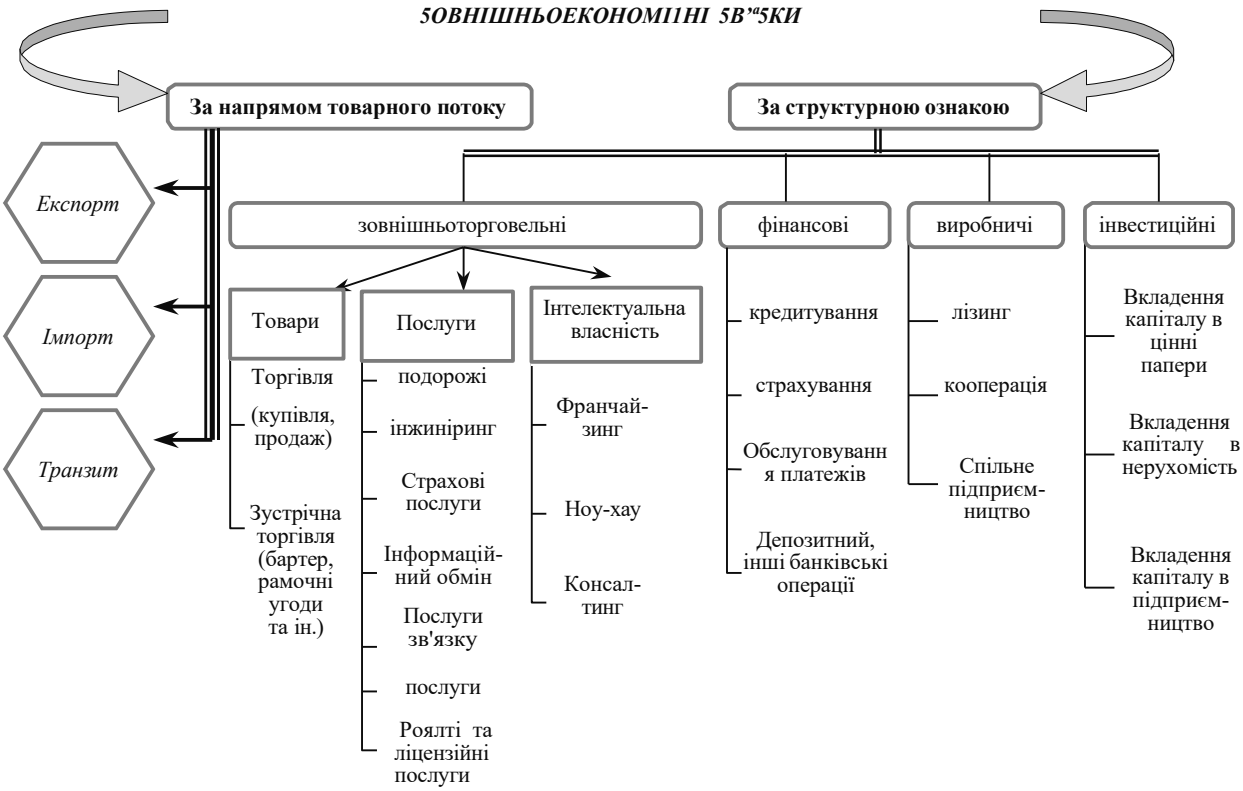


Рис. 1 – Структура зовнішньоекономічних зв'язків

Залежно від напрямку товаропотоку зовнішньоекономічні зв'язки класифікуються на експортні, коли товари вивозяться із країни, імпортні – ввезення товарів до країни та транзитні, тобто товаропотік йде через країну до інших держав.

За структурною ознакою взаємозв'язки з суб'єктами господарювання інших країн поділяються на кілька груп: зовнішньоторговельні, фінансові, виробничі, інвестиційні.

Якщо взяти за критерій об'єкт зовнішньоторговельної операції, то даний вид взаємовідносин систематизується на товарні операції, надання послуг у сфері зовнішньоекономічної діяльності та операції з інтелектуальною власністю. Зовнішньоторговельні операції з товаром можуть здійснюватись у різних формах. Це може бути купівля-продаж, тобто безпосередній перехід права власності на товар від продавця до по-купця, або опосередкована торгівля (консигнаційні, дилерські, агентські й под.) Різнобічні форми операцій зустрічної торгівлі (бартер, компенсаційні угоди, зустрічні закупки й под.)

Останнім часом у сфері зовнішньоекономічної діяльності зростає питома вага не продажу товарів, а надання різного виду послуг: інжинірингових, страхових, послуг зв'язку, діяльність у сфері інформаційного обміну та транспортного обслуговування, роялті та ліцензійні послуги.

Але найбільш прогресуючим видом зовнішньоторговельних операцій є торгівля інтелектуальною власністю – франчайзинг, ноу-хау, консалтинг.

Серед фінансових операцій у сфері зовнішньоекономічних зв'язків домінують взаємовідносини з міжнародного кредитування, страхування, обслуговування міжнародних платежів, депозитні та інші банківські операції.

До виробничих операцій відносяться взаємовідносини з орендного використання промислового обладнання (лізинг), різного виду кооперація при випуску спільної продукції та спільне підприємництво.

Досить поширеними на сучасному етапі розвитку зовнішньо-економічної діяльності є відносини з міжнародного інвестування. При цьому вони існують у самих різнобічних формах: пряме інвестування, тобто вкладення капіталу в підприємництво та не-рухомість, портфельні інвестиції, вкладення капіталу в цінні па-пери.

2. Основні положення теорій управління зовнішньоекономічною діяльністю

В економічній теорії виділяють два полюси моделювання зовнішньоекономічної політики: ліберальна система (вільна торгівля) і автаркія (національна самодостатність). За умови лібералізації зовнішньої політики економічні відносини з іншими країнами характеризуються відсутністю державних перешкод у даній сфері діяльності. Система автаркії, навпаки, спрямована на позбавлення країни всіх форм залежності від світової торгівлі та міжнародного виробництва, тобто орієнтація на політику економічного відособлення, яка характеризується повною відсутністю зовнішніх економічних відносин з іншими країнами.

Тому, всю сукупність економічних теорій, які досліджували проблему побудови певної моделі зовнішньоекономічної політики країни можна систематизувати на дві групи. Згідно з теоріями першої групи зовнішньоекономічна політика країни повинна ґрунтуватися на вільній грі ринкових сил з мінімальним державним втручанням (теорії фритредерства). Другий тип теорій передбачає обов'язкове державне втручання у сфері зовнішньоекономічних відносин з метою реалізації національних економічних інтересів (радикально-дирежистські концепції побудови зовнішньо-економічної політики країни).

Як правило, держави комбінують різні форми проведення зовнішньоекономічної політики, але закономірністю для них є полі-тика захисту національного ринку від іноземної конкуренції. Централізовано-планові системи господарювання ґрунтуються на монополії держави на будь-який вид зовнішньоекономічних відносин, а ринкові системи господарювання передбачають політику протекціонізму. Способи при цьому можуть бути найбільш різнобічними: обкладення імпорту високим митним тарифом (тарифна політика); кількісні обмеження імпорту (політика квот); субсидії власним експортерам; складна митна процедура (митна політика); жорсткі технічні і санітарні стандарти щодо імпорту (нетарифні регулятори); валютні обмеження імпорту товарів (валютна політика).

В економічній літературі застосування протекціоністських заходів вважається доцільним за існування таких причин:

- *Необхідність забезпечення обороноздатності країни* (*військово-політичний аспект*)

Захисне мито потрібне для збереження і посилення ролі галузей, що спеціалізуються на виробництві стратегічних товарів і матеріалів, необхідних для обробки.

- *Збільшення внутрішньої зайнятості*

Сукупні витрати у відкритій економіці складаються із витрат споживачів (*C*), капіталовкладень (*I*), державних витрат, чистого експорту (*Xn*).

Чистий експорт – це різниця між експортом (*X*) і імпортом (*M*). Збільшення сукупних витрат внаслідок скорочення імпорту стимулює внутрішньоекономічний розвиток, оскільки

збільшуються доходи і зайнятість).

• *Диверсифікація заради стабільності*

Доходи високоспеціалізованих економік знаходяться у прямій залежності від міжнародних ринків. Захист митом і квотами потрібен для стимулювання промислової диверсифікації, що зменшує залежність країни від світових процесів.

• *Захист молодих галузей*

Тимчасовий захист молодих національних фірм від жорсткої конкуренції іноземних корпорацій дозволяє галузям, що утворюються, зміцніти і стати ефективними виробниками.

• *Захист від демпінгу*

Тарифи необхідні для захисту вітчизняних фірм від іноземних конкурентів, які реалізують свою продукцію за цінами, нижчими ніж собівартість.

• Дешева *іноземна робоча сила*

Вітчизняні фірми і робітники повинні бути захищені від конкуренції з боку тих країн, де заробітна плата низька. Якщо не буде захисту, то дешевий імпорт заповнить вітчизняний ринок і ціни на внутрішні товари, як і заробітна плата, знизяться, що призведе до зниження рівня життя в даній країні.

Основними видами протекціонізму є:

♦ **селективний протекціонізм**, за якого захисні інструменти спрямовуються проти окремих країн або окремих товарів;

♦ **галузевий протекціонізм**, що допускає захист від іноземної конкуренції не всього національного виробництва, а його окремих галузей;

♦ **колективний протекціонізм** як політика інтеграційних угрупувань, торговельних об'єднань держав стосовно третіх країн;

♦ **прихований протекціонізм**, що використовує методи внутрішньої економічної політики і являє собою одночасне скорочення мита і розширення кількості нетарифних обмежень;

♦ **монопольний протекціонізм** – одноосібне здійснення державних зовнішньоторговельних відносин з використанням обмежень, спрямованих на захист державних інтересів (домінує в країнах із централізованим управлінням).

Вибір конкретної форми протекціоністської політики передбачає зобов'язання щодо вільної або змушеної підтримки структурної політики, яку здійснює країна без орієнтації на світові структурні зрушення. Така політика, якщо вона не має тимчасового характеру, сприятиме закріпленню технічного і технологічного відставання, ослабленню абсолютних і відносних переваг країни, зниженню міжнародної конкурентоспроможності як окремих товарів, галузей, так і всього національного господарства. У кінцевому підсумку, позачасова політика протекціонізму, в якій би вона формі не проводилася, посилює деформацію народно-господарської структури, що виявляється у зростанні її невідповідності вимогам науково-технічного прогресу та міжнародного поділу праці й обумовлює низькі якісні показники зовнішнього сектора економіки та економічного розвитку країни загалом.

Економічні теорії, які з'ясовували різні аспекти зовнішньо-економічної політики країни, можна диференціювати в три групи:

• класичні (меркантилізм, абсолютних та відносних переваг);

• неокласичні (модель Хекшера-Оліна-Самуельсона, парадокс Леонтьєва та неофакторні теорії);

• неотехнологічні теорії (технологічного розриву, економії на масштабах виробництва, внутрішньогалузевої торгівлі, життєвого циклу продукту та ін.).

Перші спроби створення теоретичної концепції у сфері економічного розвитку держави та її зовнішньоекономічної політики мали місце в період ліквідації феодальної роздрібненості в Євро-пі, при створенні централізованих держав і формуванні національних ринків.

Торговельна політика Середньовіччя (1500 – 1800 рр.) будувалася на доктрині **меркантилізму**, згідно з якою збагачення нації ототожнювалося з грошовим капіталом і полягало в накопиченні золота та срібла. Меркантилісти вважали, що багатство у світі є

величиною обмеженою. Звідси виходило, що багатство однієї країни може збільшитися лише за рахунок його зменшення в інших країнах внаслідок його перерозподілу. Тому прихильники даної теорії вважали, що зовнішньоекономічна політика повинна бути орієнтована на накопичення дорогоцінних металів, шляхом проведення політики обмеження імпорту та стимулювання екс-порту.

З часом, в міру розвитку виробничих сил, політика меркантилізму поступово трансформується в політику протекціонізму, головне завдання якої – не накопичення грошей для держави, а за-хист національної економіки через створення системи перешкод для імпорту товарів іноземного виробництва.

Наслідком використання перших машин у процесі виробництва стало значне скорочення витрат і збільшення обсягів виробництва товарів. Тому пошук нових ринків збуту, які в результаті перевиробництва не змогли знайти споживача на внутрішньому ринку, привів до необхідності реалізації національних інтересів через зовнішню торгівлю.

Але на шляху розвитку зовнішньоекономічних зв'язків стали створені політикою протекціонізму перешкоди, які фактично поділили світову торгівлю на певні сектори, як правило, це об'єднання нових метрополій зі своїми колоніями. У свою чергу, динамічний розвиток продуктивних сил на практиці потре-бував теоретичного обґрунтування більш ліберального ставлення держави до зовнішньоекономічних відносин. Це проявилось у виникненні класичних теорій (абсолютних та порівняльних переваг).

Теорії абсолютних та порівняльних переваг можна розглядати як перші спроби побудови економічних моделей, в основі яких лежить теза про необхідність міжнародної торгівлі як форми взаємовідносин, яка потенційно є вигідною для всіх учасників. Ця вигода полягає у тому, що міжнародна торгівля дає можливість кожній країні зробити виробництво та споживання стосовно самостійними процесами, розширивши тим самим безліч варіантів поведінки виробників та споживачів.

Об'єктивною основою такого виграшу від участі країни в міжнародних економічних зв'язках є спеціалізація виробництва згідно з принципами порівняльних переваг. Спеціалізуючись на виробництві певного продукту, згідно з принципом порівняльної переваги, та вступаючи в обмін з іншими державами, країна отримує позитивний ефект від міжнародної торгівлі, який реалізується у формі збільшення виробництва (виробничий ефект) та збільшення споживання (споживчий ефект).

Відповідно до теорії А. Сміта, міжнародна торгівля визначається як вигідна лише у випадку такого товарообміну між краї-нами, коли країни торгують товарами, які в кожній з них виробляються з меншими витратами, ніж у країні – торговельному партнері, тобто країні вигідно експортувати ту продукцію, яку вона виробляє з меншими витратами або ефективніше, ніж інші країни, і імпортувати ту, виробництво якої є більш ефективним в інших країнах. Абсолютні переваги у виробництві товару, дають можливість країні спеціалізуватися на його виготовленні й бути експортером цього товару на міжнародному ринку, а їх відсутність (що рівнозначно їх наявності у торгового партнера) перетворює її на країну-імпортера. Принципово важливий висновок теорії абсолютних переваг, що має значення для формування зовнішнього сектора економіки, міститься у твердженні, що від міжнародної торгівлі виграє кожна нація. Таким чином, на противагу меркантилістам фактично вперше було обґрунтовано до-цільність не лише експорту, а й імпорту.

Теорія порівняльних переваг. Подальший розвиток класична економічна теорія дістала у працях Д. Рікардо. Так, у роботі «Принципи політичної економії та оподаткування» він довів, що здобутки від зовнішньої торгівлі для окремо взятої країни не обмежуються лише абсолютними перевагами. Д. Рікардо ввів у науковий обіг поняття «порівняльних переваг».

На відміну від абсолютних переваг, **порівняльні переваги** мають місце завжди, коли для виробництва двох товарів необхідні різні витрати. Якщо виробництво характеризується різними витратами, то внутрішні альтернативні вартості двох товарів у різних країнах не збігаються. У такому разі внутрішні співвідношення цін до виходу на зовнішній ринок також будуть різнитися. Виражені в цінах витрати праці є фактором, який визначає напрям

спеціалізації економіки, за якого кожна з країн отримує певний виграш від взаємної торгівлі.

Таким чином, суть теорії порівняльних переваг така: якщо країни спеціалізуються на виробництві тих товарів, які вони можуть виробляти зі стосовно більш низькими витратами в порівнянні з іншими країнами, то торгівля буде взаємовигідною для обох країн незалежно від того, чи є виробництво в одній із країн абсолютно більш ефективним ніж в іншій.

Слід зауважити, що дана теорія базується на таких припущеннях:

- кожна країна має фіксовану кількість та структуру ресурсів (факторів виробництва), причому всі ресурси одного виду повністю ідентичні;
- фактори виробництва можуть вільно переміщуватися з однієї галузі в іншу у межах країни. Це означає, що їхні ціни для даної країни однакові;
- фактори виробництва не можуть рухатись у міжнародному масштабі, тобто переміщатися з країни в країну. Внаслідок цього їх ціна, очевидно, буде різною в різних країнах;
- модель базується на трудовій теорії вартості. Це означає, що відносна вартість продукту визначається кількістю праці, витраченої на його виготовлення;
- кожна країна може застосовувати різні технології виробництва, але при цьому технологічний рівень кожної країни залишається незмінним;
- виробництво характеризується постійними видатками, тобто незалежно від обсягів виробництва на кожну одиницю продукту витрачається одна й та сама кількість праці.
- економіка кожної країни характеризується повною зайнятістю;
- ринок кожної країни має досконалу конкурентну структуру;
- виробничо-комерційна діяльність на внутрішньому та зовнішньому ринках не обмежена різного роду бар'єрами (квотами, ліцензіями, тарифами тощо);
- транспортні видатки дорівнюють нулю;
- світове господарство представлено двома країнами, які обмінюються двома товарами.

Рікардо доводить свою теорію на прикладі торгівлі між Англією та Португалією (вино і тканини). Виробництво вина і сукна вимагає різної кількості праці в Англії та Португалії: 120 трудових одиниць на одиницю вина і 100 трудових одиниць на одиницю сукна в Англії; 80 трудових одиниць на одиницю вина і 90 трудових одиниць на одиницю сукна в Португалії.

Якщо дотримуватися концепції Адама Сміта, то Португалія одна повинна забезпечувати виробництво вина та сукна, які необхідні цим двом країнам. Якщо потреба кожної з двох країн дорівнює одиниці кожного із двох продуктів, то необхідне виробництво (дві одиниці кожного продукту) вимагає в цілому затрат 340 трудових одиниць у Португалії: 2 (80 + 90).

Перебравши всі варіанти, можна дійти висновку, що спеціалізація Англії на виробництві сукна і Португалії на виробництві вина дозволяє отримати дві одиниці кожного із обох продуктів, необхідних для їх загального споживання. Отже, міжнародний обмін ефективний з колективної точки зору. Однак він здійснюється не на основі абсолютної вигоди, яка б привела його до практичної нездатності, а залежно від порівняльної вигоди.

Таким чином *Давід Рікардо* робить такі висновки:

- кожна країна спеціалізується на тому виробництві, в якому вона має найбільшу перевагу;
- якщо капітал нерухомий, то на міжнародному ринку є можливість обміняти визначену кількість одиниць національної праці на відмінну від неї кількість одиниць іноземної праці;
- вільна торгівля необхідна, оскільки вона оптимізує використання праці.

Віддаючи належне економістам кінця XVIII – початку XIX ст., які визначали основні характеристики міжнародного об-міну та описали головні напрямки його впливу на економіку окремо взятої країни, все-таки слід відзначити, що їхні погляди були багато в чому обмежені трудовою теорією вартості та припущенням про незмінність видатків виробництва.

Неокласичні теорії. З моменту появи концепцій Д. Рікардо теорія міжнародної торгівлі отримала свій подальший розвиток завдяки поглибленню уявлень економістів про попит та виробництво.

Рікардо довів, що міжнародний обмін можливий в інтересах обох країн, він визначив ту

цінову зону, всередині якої обмін бу-де вигідним для кожного. У своїй роботі «Принципи політичної економії» (1848 р.) *Джон Стюарт Мілль* розкрив, за якою ціною здійснюється обмін:

- ціна обміну формується на основі закону попиту і пропозиції на такому рівні, що сукупність експорту кожної країни дозволяє оплатити сукупність її імпорту. Цей закон міжнародної вартості, який базується на принципах функціонування ринку в національній економіці, дозволяє Міллю ієрархізувати інтерес, який може представляти міжнародна торгівля для різ-них країн.
- країни, які отримують найбільшу вигоду від зовнішньої торгівлі, – це ті країни, товари яких користуються найбільшим попитом за кордоном і які мають найменший попит на іноземні товари.
- природна тяга до міжнародної виробничої спеціалізації приводить до встановлення рівноваги в перевагах, які отримують від спеціалізації країни. Умови повної і часткової спеціалізації визначаються нерівністю в доходах, отриманих від виробництва. Можливості повної виробничої спеціалізації залежать від еластичності заміни в споживанні існуючої між виробленими товарами і тенденцією до відповідного вирівнювання абсолютних переваг держав, які беруть участь у міжнародному обміні.

Нові дослідження міжнародного обміну виходили з більш складних вихідних положень, ніж трудова теорія вартості. Розвиток економічної теорії наприкінці XIX та в XX ст. супроводжувався появою нових інструментів аналізу, які давали можливість значно підвищити ефективність дослідження проблем міжнародної торгівлі, користуючись при цьому меншою кількістю вихід-них обмежень. Можна з повною впевненістю стверджувати, що саме використання неокласичної теорії як методологічної бази аналізу міжнародного обміну й подальший розвиток ідей та уточнення отриманих висновків і складає основу сучасної теорії міжнародної торгівлі.

Основною теорією, на якій базується неокласична школа, є теорія розміщення факторів виробництва, фундаторами якої стали представники шведської школи Елі Хекшер та Бертін Олін. Основні положення даної теорії такі:

- міжнародний обмін виникає із відносного достатку або відносного дефіциту факторів виробництва (капітал, праця, земля), які знаходяться в розпорядженні різних країн;
- кожна країна має тенденцію до спеціалізації на тому виробництві, для якого співвідношення факторів виробництва, якими вона володіє, є найбільш сприятливим;
- міжнародний обмін є «обміном надмірних факторів на рід-кісні фактори». Мобільність товарів замінює мобільність факторів виробництва.

Таким чином, згідно з даною теорією кожна країна експортує ті товари, для виробництва яких має відносно надлишкові фактори виробництва, а імпортує ті, для виробництва яких відчуває відносну їх нестачу.

Дана теорія була також доповнена дослідженнями Поля Самуельсона, який зробив висновок, що у випадку однорідності фак-торів виробництва, ідентичності техніки, досконалої конкуренції і повної мобільності товарів міжнародний обмін вирівнює ціну факторів виробництва між країнами.

У подальшому розвиток альтернативних теорій привів до значного розширення предмета дослідження. Так, американський економіст В. Леонтьєв зробив висновок, що економічне зростання залежить не тільки від кількості задіяних факторів виробництва, а також від їхньої якості, ефективності їх комбінування, технічного прогресу, попиту, характеристик ринку та інших елементів залежно від країни і кон'юнктури.

Більшість сучасних концепцій побудови зовнішньоекономічної політики країни ґрунтуються на економічних школах кейнсіанства та монетаризму.

Кейнсіанство виникло наприкінці 20 – 30-х років XX ст. Основна теза – ринок як система господарювання, має ряд недоліків, які приводять до економічних криз. У зв'язку з тим, що сукупний попит формується під впливом багатьох факторів, Кейнс відстоював жорсткий контроль держави над економічним життям, у тому числі й у сфері

зовнішньоекономічних відносин. Для регулювання даної сфери взаємовідносин необхідне створення системи наднаціональних органів управління.

Монетаризм як економічна школа виник в 50-60-х роках у вигляді теоретичної розробки, а практична реалізація його відбувалася в 80-х роках XX ст. Представник даної школи Мілтон Фрідман акцентував увагу на тому, що сукупний попит формується під детермінацією пропозиції грошей. Внаслідок цього система регулювання світогосподарських зв'язків повинна базуватися виключно на монетаристських засобах. На відміну від кейнсіанства, представники монетаристської школи виступали проти (надмірної) наднаціональної директивності.

Розвиток наукомістких, високотехнологічних галузей та стрімке пожвавлення міжнародного обміну їхньою продукцією при-вели до формування теорій неотехнологічного напряму, теорій, які поряд з основними факторами конкурентних переваг, якістю продукції та ефективністю виробництва виділяють третій фак-тор — технологічне лідерство. Визначаючи існування країн з різним рівнем економічного та технологічного розвитку, прихильники неотехнологічного напряму акцентують увагу на дина-мічних порівняльних перевагах, пов'язаних переважно з наукомісткими товарами.

Теорія технологічного розриву. При розгляді проблеми конкурентоспроможності держав з обмеженими природними ресур-сами (порівняно з країнами, наділеними ними достатньою мірою) Дж. Такер у 50-х роках XVIII ст. у формулюванні моделі зовнішньоторговельної політики, яка базувалася на технологічному розриві, розрізняв ресурси із спадаючою віддачею від ресурсів із зростаючою віддачею. Тому відповідно до даної теорії країна є конкурентоспроможною щодо тих товарів, при виготовленні яких має бути певне поєднання складності процесу їх виготовлення та загального розвитку держави, тобто бідні країни виготовляють прості товари дешево, тоді як більш складні товари є дешевими у багатих країнах.

В 60-их роках XX ст. дана теорія була доповнена М. Познером ідеєю імітаційного лага, складовими якого є лаг попиту та лаг реагування. Лаг попиту – час, необхідний для розвитку попиту на новий експортний товар. Лаг реагування є час, потрібний виробникам імпортозаміщуючих галузей у країні-імпорту для реагування на конкуренцію з-за кордону. Згідно з М. Познером сенс експортувати в іншу країну існує тоді, коли лаг попиту є коротшим за лаг реагування.

Тобто дана теорія виходить з того, що більша частина міжнародної торгівлі між економічно розвинутими країнами ґрунтується на представленні все нових продуктів та нових технологічних процесів. Однак одна й та сама технологія не завжди одночасно використовується в різних країнах, а її розповсю дження в міжнародних масштабах вимагає певного часу. Внаслідок цього одна країна може користуватися тим чи іншим технологічним нововведенням, тоді як до іншої країни це ново-введення ще не дійшло.

Концепція імітаційного лага, таким чином, говорить про те, що країна може утримувати позицію провідного експортера на світовому ринку лише за умови постійної інноваційної діяльності. Тому дана тимчасова монополія країни чи фірми часто базується на використанні патентів та авторських прав, які видаються для заохочення інновацій.

До теорій неотехнологічного напряму належить також **модель життєвого циклу продукту**, запропонована Р. Верноном у 1966 році. Згідно з даною теорією виробництво нового експорт-ного товару спочатку знаходиться в країні, в якій цей продукт було винайдено, — так звана стадія появи. Даний період характеризується високими затратами на працю — дорогою висококваліфікованою робочою силою із знанням дослідження, розвитком та дизайном нових продуктів. З часом продукт стає відомим, обсяги продажів зменшуються та його випуск переміщується з пер-винного місця виробництва до більш дешевих місць розташування за кордоном. Здебільшого перша фаза вимагає незначного залучення капіталу. Наступна (зростання) пов'язана зі збільшенням використання капіталу та зменшенням залучення кваліфікованої робочої сили. Третя стадія – стадія насичення – характеризується масовим виробництвом уже стандартизованого продукту. Основними завданнями даної стадії

є зниження виробничих витрат, цінова конкуренція та автоматизація процесу виробництва. На перших трьох стадіях циклу цінова еластичність попиту на продукт зростає. Чуттєвість до цінових змін означає, що місця виробництва продукції, пов'язані з високими затратами, не можна використовувати для її довготривалого випуску на світовий ринок.

Четверта стадія – спад – характеризується зниженням попи-ту в країні, де винайдено продукт, зростанням конкуренції з боку інших його виробників подібних товарів. Необхідність значних витрат на випуск і можливість перемістити технологію за рахунок інвестицій в обладнання приводить до того, що фірми – винахідники нових продуктів – переносять виробництво до інших країн, де більш дешеві умови виробництва.

Важливе місце серед теорій неотехнологічного напряму посідає гіпотеза шведського економіста С. Ліндерта відносно **внутрішньогалузевої торгівлі**. Згідно з даною теорією міжнародна торгівля виникає в основному не через відмінності у пропозиції, а через подібності у попиті. Модель С. Ліндерта базується на двох основних засадах:

- асортимент експортної продукції обробних галузей найчастіше є однаковим або виступає складовою частиною асортименту продукції цих галузей у країні, що імпортує, іншими словами, експорт та імпорт галузей обробної промисловості будуть досить подібними;
- номенклатура експортної продукції обробних галузей певної країни відображає структуру національного (внутрішнього) попиту на товари обробної промисловості. Інакше кажучи, країна схильна до експорту тих товарів обробних галузей, які вона виробляє для внутрішнього споживання.

Основна ідея даної теорії полягає в тому, що товари обробної промисловості виробляються там, де на них є попит (скажімо, на національному ринку), та тільки у випадку, коли за кордоном існує додатковий попит на ці товари — тоді вони виробляються на експорт. З огляду на це, наявність зростаючої віддачі у виробництві зумовлює розміщення виробництва кожного товару в одній країні, а не в обох відразу. А подібності у рівнях доходів на душу населення спричиняють схожості в структурах попиту — чим ближчими є між собою ці рівні, тим більші двосторонні торговельні потоки між цими країнами. Це пояснює наявність торгівлі між економічно розвинутими країнами тим, що рівні доходів на душу населення в них є практично рівними.

Лекція 2.3
Тема: Сутність, цілі, види та принципи формування і функціонування зовнішньоекономічної діяльності

План лекції:

1. Суть та особливості зовнішньоекономічної політики країни
2. Характеристика основних показників функціонування зовнішньоекономічної системи країни

1. Суть та особливості зовнішньоекономічної політики країни

Процес ефективного функціонування будь-якої економічної системи залежить від багатьох чинників, але основними є такі:

- вибір оптимальної моделі господарювання;
- визначення головних рушійних сил, які стимулюють рух у певному напрямку;
- відпрацювання механізму реалізації даного вибору.

Всі ці питання вирішуються при формуванні економічної політики держави.

Однією з основних складових економічної політики є зовнішньоекономічна політика. Зовнішньоекономічна політика – це сукупність цілеспрямованих державних заходів щодо реалізації економічного потенціалу країни на зовнішньому ринку та задоволення власних потреб за рахунок товарів і послуг іноземного виробника.

Оскільки зовнішньоекономічна політика є складником економічної політики, то від загальної концепції побудови економічної системи залежить напрямок руху, етапи формування,

механізм функціонування політики держави у сфері міжнародних економічних зв'язків. При цьому реалізуються як економічні цілі, так і політичні, оскільки зовнішньоекономічна політика є частиною зовнішньої політики.

Еволюція розвитку міжнародних економічних відносин – це водночас, і еволюція розвитку та вдосконалення системи державного регулювання даного виду взаємовідносин. Оскільки у сукупності міжнародних економічних відносин задіяні і взаємопов'язані інтереси не тільки різних соціальних груп та верств населення, а й різних країн, держава неминуче стає одним із основних суб'єктів регулювання даного виду взаємовідносин.

Централізовано-планова модель господарювання передбачала досить жорстку ієрархічну систему регулювання економікою, тому основним постулатом, на якому базувалася зовнішньоекономічна політика, була монополія держави на проведення будь-яких операцій у сфері міжнародних економічних відносин. Тобто тільки держава могла наділити певні органи правом дієздатності на зовнішньому ринку.

Ринкова модель передбачає зовсім іншу побудову системи господарювання. У даній моделі для суб'єктів господарювання немає принципової різниці, на якому ринку працювати – внутрішньому чи зовнішньому, – головне – реалізація економічних інтересів згідно з існуючим правовим полем.

При визначенні зовнішньоекономічної політики як економічної категорії слід акцентувати увагу на двох суттєвих моментах: наступальному і захисному. Ефективність функціонування зовнішньоекономічної політики залежить від реалізації обох функціональних завдань. Неможлива реалізація наступальної функції без чіткого відпрацювання захисної. На наш погляд, це глибоко взаємопов'язані процеси.

Наступальна функція спрямована передусім на отримання країною порівняльних та абсолютних переваг у результаті участі у світогосподарських відносинах, тобто на реалізацію економічного потенціалу країни на світовому ринку.

З великого спектра проблем, які розв'язують країни, беручи участь у сфері міжнародних економічних відносин, основною є проблема збереження суверенітету. Йдеться не стільки про політичну незалежність, скільки про економічний суверенітет країни, який означає свободу держави у виборі форм і шляхів збереження та захисту своєї національної економіки від будь-якого втручання з боку іноземних держав, зокрема їхньої економічної діяльності, в тому числі й у сфері міжнародного поділу праці.

Захисна функція реалізується з метою формування народно-господарської структури у відповідності до національних інтересів і цілей зовнішньоекономічної політики. Основними причинами введення і підтримання захисних заходів є:

• створення системи регулювання імпорту з метою захисту вітчизняного ринку від іноземної конкуренції;

• необхідність захисту певних галузей і підприємств у період становлення нових виробництв, структурної перебудови і подолання кризових явищ. Такий протекціоністський захист, як правило, носить вибірковий і тимчасовий характер і є результатом компромісу між зацікавленими вітчизняними виробниками, з одного боку, і місцевими імпортерами і споживачами – з другого, відповідно до ступеня їхнього впливу на структури влади, які визначають зовнішньоекономічну політику;

• необхідність захисту за будь-яких обставин певних стратегічних галузей і підприємств, які забезпечують безперервність процесу відтворення (енергетика, транспорт, зв'язок і т.п.) або обороноздатність країни. Через міжнародні домовленості такий державний контроль покриває також оборот продукції і технологій подвійного призначення;

• необхідність мати резерв торговельно-політичних поступок в обмін на аналогічні поступки країн-партнерів, важливих для вітчизняного експорту. Потреба в цьому є особливо нагальною при вступі до Світової організації торгівлі (СОТ) та приєднанні до її правової системи, основу якої становить Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ), і проведенні періодичних раундів переговорів про лібералізацію умов торгівлі. Тому імпортний режим більшості країн світу диктується, як правило, розумним протекціонізмом. Цей самий резерв

використовується також і у внутрішній політиці з метою залучення ділових кіл, які зацікавлені в протекціонізмі, як союзників партій і рухів, що знаходяться при владі;

• сучасний протекціонізм здебільшого є інструментом проведення вибіркової структурної політики, ніж джерелом поповнення державного бюджету, хоча, безперечно, дані фіскальні заходи відіграють значну роль у країнах, які розвиваються;

• необхідна реалізація даної функції при розв'язанні проблеми екстерналізації, тобто перекладання на інші національні господарські системи своїх проблем, витрат, складнощів. Це проявляється в тому, що економічно розвинуті країни екстерналізують свої витрати шляхом розширення зовнішньоекономічної сфери, імпорту дешевої сировини і палива, експорту готової продукції і капіталу, перенесення екологічно забруднених виробництв на територію інших країн, переважно тих, які знаходяться на світогосподарській периферії.

Слід акцентувати увагу на важливому методологічному посиланні – зовнішньоекономічна політика є каталізатором ринкових перетворень у країні, вона, безперечно, стимулює рух у даному напрямку, але основний фундамент створення ефективної економічної системи – це функціонування внутрішніх економічних відносин. За рахунок ефективного функціонування зовнішньоекономічних відносин можливе вирішення цілого ряду локальних завдань, але питання стратегії реалізуються на рівні внутрішніх економічних взаємовідносин.

Використання тих чи інших інструментів зовнішньоекономічної політики має передбачати аналіз механізму їх реалізації та наслідків їх дії як для світового співтовариства в цілому, так і для економіки конкретної країни зокрема. При цьому дана проблема має кілька аспектів.

По-перше, всі інструменти зовнішньоекономічної політики мають власні механізми дії.

По-друге, реалізація того чи іншого інструменту зовнішньо-економічної політики супроводжується як певними здобутками, так і певними видатками. У кожному конкретному випадку той чи інший інструмент впливу на експортні чи імпортні потоки приносить одним зовнішньоекономічним суб'єктам реальний виграш, тоді як економічне становище інших погіршується.

По-третє, економічні наслідки використання інструментів зовнішньоекономічної політики доцільно розглядати в двох основ-них вимірах:

• безпосередні зміни, які відбуваються на ринку того товару, що є об'єктом державного регулювання;

• опосередковані зміни (вторинні ефекти) ринку інших товарів. Такі зміни є результатом того, що оскільки кожний окремий ринок товарів є елементом національної економічної системи, який тісно взаємодіє з іншими її складниками, то очевидно, що ці складники (ринки інших товарів) також реагують на відповідні зміни на ринку окремого товару.

Тому приймаючи рішення про використання тих чи інших інструментів зовнішньоекономічної політики, уряд країни повинен оцінювати їх сукупний вплив на характер економічної політики і можливі дії у відповідь за принципом «дія – протидія» з боку інших країн.

При застосуванні того чи іншого інструменту зовнішньоекономічної політики необхідно проаналізувати цілий ряд питань, відповідь на які дадуть можливість спрогнозувати наслідки його використання: Який очікується економічний виграш для галузі або фірми і яку кількість робочих місць буде створено або збережено в результаті здійснення даного заходу? Наскільки збільшаться доходи бюджету або які потрібні будуть бюджетні видатки на здійснення того чи іншого заходу? Наскільки збільшаться внутрішні ціни і скоротиться споживання в результаті застосування даного заходу? Який вплив матиме даний захід на структуру відповідного ринку і на конкуренцію на ньому? Чи дозволить даний захід у перспективі забезпечити структурну перебудову галузі і вивести її на конкурентоспроможний рівень, чи він лише законсервує існуючу відсталість? Який вплив матиме даний захід на суміжні галузі, особливо ті, які купують і продають свою продукцію в ті галузі, на захист яких він спрямований? Як відреагують інші країни на застосування даного заходу і який його потенційний вплив на них? Чи відповідає очікуваний захід багато-стороннім і двосторонній угодам, в яких бере участь країна?

Основні складники зовнішньоекономічної політики держави:

• зовнішньоторговельна політика;
• валютна політика;
• політика у сфері залучення іноземних інвестицій;
• митно-тарифна політика.

Зовнішньоторгівельна політика – це державна політика, яка впливає на зовнішню торгівлю через податки, субсидії, прямі обмеження експортних та імпортних операцій. Об'єктом регулювання зовнішньоторговельної політики є товаропотоки між краї-нами. Залежно від спрямованості товаропотоків розрізняють експортну та імпортну політику держави.

Експортна політика держави спрямована на реалізацію на зовнішніх ринках товарів, стосовно яких країна має порівняльні переваги, стимулювання конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, підвищення серійності (масштабності) вітчизняного виробництва конкурентоспроможної продукції з метою розширення її вивозу на зовнішні ринки, тобто експортна політика спрямована на реалізацію економічного потенціалу країни на зовнішніх ринках.

При цьому під експортним потенціалом розуміють певний обсяг товарів та послуг, які національна економіка в змозі виробити й реалізувати за межами своїх кордонів без збитків для себе і з максимальним прибутком.

Вибираючи експортно-орієнтовану модель економічного роз-витку, країна використовує зовнішні світові ринки як додатковий фактор економічного зростання.

Імпортна політика, як правило, спрямована на регулювання імпорту з метою захисту вітчизняного ринку від іноземної конкуренції та задоволення власних потреб за рахунок товарів іноземного виробництва.

Основними напрямами імпортної політики є: обґрунтована політика імпортозаміщення та відповідні протекційні заходи стосовно товарів іноземного виробництва. При цьому основними інструментами регулювання імпорту є досить жорстка митно-тарифна система та застосування нетарифних бар'єрів.

Валютна політика – це сукупність дій держави з метою підтримання економічної стабільності і створення основних засад розвитку міжнародних економічних відносин за рахунок впливу на валютний курс і на валютні відносини. Основними складниками валютної політики є дисконтна та девізна політика держави.

Під дисконтною політикою розуміють систему економічних та організаційних заходів, які використовуються при застосуванні дисконтної ставки (відсотка) при регулюванні інвестицій та збалансуванні платіжних зобов'язань. Дана політика орієнтована, передусім, на коригування валютного курсу з метою регулювання грошового потоку, динаміки і рівня цін, обсягу грошової маси та міграцію короткотермінових активів.

Основою механізму девізної політики є застосування валютної інтервенції та валютних обмежень на покупку та продаж валюти з метою збереження стабільності валютного курсу.

Валютна інтервенція – це цільова операція Національного банку України з купівлі-продажу іноземної валюти для обмеження динаміки курсу національної валюти певними рамками його підвищення або зниження. Валютні обмеження є системою економічних, правових, організаційних засобів, що регламентують операції з національною і іноземною валютою, золотом.



Рис. 1 – Складники валютної політики

Політика у сфері стимулювання іноземних інвестицій – це комплекс заходів держави для залучення і використання іноземних інвестицій на території країни і регулювання вивезення інвестиції за кордон. Така політика передбачає реалізацію таких цілей:

• створення конкурентного середовища;

• привнесення в країну передової технології і досвіду ринкового господарювання;

• додатковий інвестиційний капітал;

• розширення масштабів вітчизняного накопичення за рахунок зовнішніх джерел фінансування;

• збільшення національного виробництва за рахунок іноземних вкладень;

• збільшення зайнятості населення і скорочення рівня безробіття;

• сприяння структурній перебудові економіки;

• створення передумов для поєднання вітчизняного та іноземного капіталів.

Під митно-тарифною політикою розуміється комплексна система заходів, спрямованих на забезпечення економічного суверенітету країни, охорони державних кордонів, реалізації зовнішньоекономічної стратегії через сферу митних відносин.

Положення, що митні відносини є одним із складників сукупності всіх ринкових відносин, дає змогу зробити висновок, що цілі митно-тарифної політики є похідними від загальноекономічних цілей і визначаються пріоритетами останніх.

Основними цілями цієї політики є:

• забезпечення найбільш ефективного використання інструментів митного контролю і регулювання товарообміну на митній території України;

• участь у реалізації торговельно-політичних завдань щодо за-хисту внутрішнього ринку;

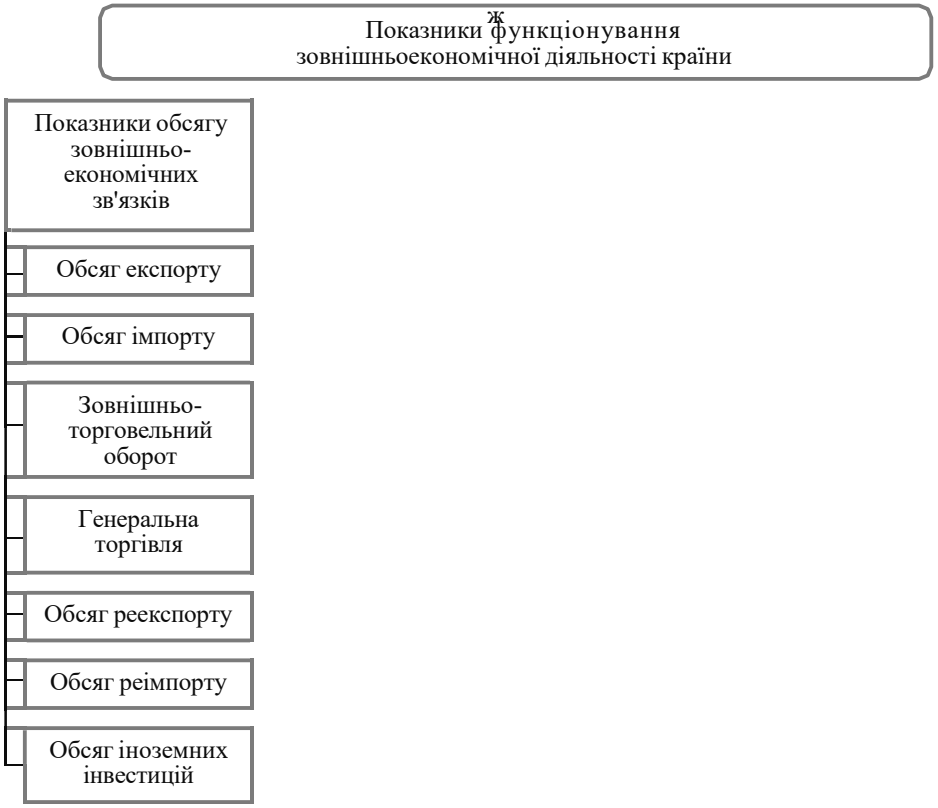
• стимулювання розвитку національної економіки;

• сприяння проведенню структурної перебудови та інших завдань економічної політики України.

За допомогою митно-тарифних регуляторів держава коригує товаропотік і географічну структуру експорту та імпорту з урахуванням довготермінових цілей розвитку країни, забезпечення макроекономічної стабільності, підтримання платіжного балансу, стабільного курсу національної валюти, але основними завданнями митно-тарифної політики є: створення оптимальних умов для конкуренції між національними й іноземними виробниками; забезпечення найбільш ефективного використання інструментів митного контролю і регулювання товарообміну на митній території; участь у реалізації торговельно-політичних завдань щодо захисту ринку України; стимулювання розвитку економіки; сприяння здійсненню структурної перебудови і реалізації інших завдань економічної політики; забезпечення належного рівня над-ходжень до Державного бюджету країни.

2. Характеристика основних показників функціонування зовнішньоекономічної системи країни

Функціонування будь-якої економічної системи, в тому числі й у сфері зовнішньоекономічних відносин, можна характеризувати сукупністю економічних показників. Вони, у свою чергу, поділяються на кількісні та якісні. Тоді як кількісні показники відображають кількісні зміни у сфері зовнішньоекономічної діяльності або загальні обсяги зовнішньоекономічних операцій, якісні показники характеризують раціональність використання коштів у даній сфері взаємовідносин. Кожен показник цієї системи посідає певне місце в дослідженні зовнішньоекономічних зв'язків та характеризує конкретну сферу економічних відносин з іншими країнами. Уся сукупність показників подано на рис. 2.



Показники обсягів. До даної групи показників, які характеризують кількісні параметри зовнішньоекономічних зв'язків, слід віднести:

- обсяг експорту товарів – вивезення та реалізація товарів національного виробництва за межами країни;
- обсяг імпорту товарів – ввезення та реалізація товарів іноземного виробництва на території країни;
- зовнішньоторговельний оборот – сукупний об'єм експорту-імпорту товарів за визначений період часу (як правило, за рік).

$$ЗТО = Е + І,$$

де ЗТО – зовнішньоторговельний обіг;

Е – обсяг експорту (у вартісних одиницях);

І – обсяг імпорту (у вартісних одиницях).

Має два виміри: вартісний та фізичний обсяг. Вартісний обсяг розраховується за певний період часу в поточних цінах відповідних років із використанням поточних валютних курсів. Фізичний обсяг розраховується у фізичних величинах;

- генеральна (загальна) торгівля – вартість зовнішньоторговельного обороту та вартість транзитних товарів. Показує загальне зовнішньоторговельне «навантаження» на країну, включаючи обсяги ввезення, вивезення та транзиту товарів:

$$ГТ = Е + І + Т,$$

де ГТ – генеральна (загальна) торгівля;

Е – вартість експорту;

І – вартість імпорту;

Т – вартість транзиту;

- спеціальна торгівля – чистий зовнішньоторговельний оборот, тобто продукція, завезена в країну або вивезена з неї;
- реекспорт – обсяги вивезення раніше завезеного товару;
- реімпорт – обсяги ввезення раніше вивезених товарів;
- до обсягів зовнішніх інвестицій відносяться цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності з метою отримання прибутку або досягнення

соціально-го ефекту.

Показники інтенсивності зовнішньоекономічних відносин можна поділити на дві підгрупи: показники обсягів зовнішньо-економічної діяльності на душу населення та показники інтегрованості країни до світової системи господарювання.

До показників обсягів зовнішньоекономічної діяльності на душу населення відносяться: експорт на душу населення, імпорт на душу населення, зовнішньоторговельний оборот на душу населення, іноземні інвестиції на душу населення.

Іноземні інвестиції на душу населення – це відношення обсягів іноземних інвестицій у звітному році до кількості населення в Україні.

Основними показниками інтегрованості, які використовуються для визначення рівня відкритості національного господарства та участі країни в міжнародному поділі праці, є експортна, імпортна, зовнішньоторговельна квота та показник інтенсивності внутрішньогалузевого обміну в міжнародній торгівлі.

Експортна квота – це якісний показник, який характеризує значимість експорту для економіки в цілому і окремих галузей із тих чи інших видів продукції. В рамках усього національного господарства вона розраховується як співвідношення вартості експорту (Е) до вартості валового внутрішнього продукту (ВВП) за відповідний період у відсотках:

$$\text{Ек} = (\text{Е} / \text{ВВП}) * 100\%$$

Імпортна квота – це якісний показник, що характеризує значимість імпорту для економіки країни і окремих галузей із різноманітних видів продукції. В рамках всього національного господарства імпортна квота розраховується як співвідношення вар-тості імпорту (І) до вартості ВВП:

$$\text{Ім} = (\text{І} / \text{ВВП}) * 100\%$$

Крім вищезазначеного показника, в окремих випадках доцільно розраховувати **коефіцієнт імпортної залежності країни**, який визначається як відношення обсягу імпорту певного товару до обсягу його споживання в країні. Імпортну залежність можна охарактеризувати як залежність країни від зовнішнього ринку в яких-небудь товарах або їх групах унаслідок відсутності в країні необхідних для виробництва потужностей, сировини, кваліфікованих кадрів через причини економічного та політичного характеру.

Показники, які характеризують **структуру зовнішньоекономічних зв'язків**, – це: товарна, географічна та інституціональна структури зовнішньоекономічних відносин.

Під **товарною структурою** розуміють показники розподілу експорту й імпорту за основними товарними позиціями. Тому розрізняють товарну структуру експорту та товарну структуру імпорту. Під товарною структурою експорту розуміють систематизацію за певними ознаками сукупності товарів, що вивозяться з країни, а товарна структура імпорту – це, відповідно, систематизацію за певними ознаками сукупності товарів, що ввозяться до країни.

Даний показник дозволяє виявити ступінь розвитку економіки країни. Так, якщо в товарному експорті країни домінують готові вироби, то функціонування економічної системи вважається ефективним або країна на інтенсивному шляху розвитку. Якщо ж переважає сировина чи напівфабрикати, то фактично країна йде екстенсивним шляхом розвитку, тобто живе за рахунок майбутніх поколінь, використовуючи природні надра.

З метою поглибленого дослідження експортних операцій використовуються **індекси диверсифікації та концентрації експорту**. **Індекс диверсифікації експорту** – це індекс відхилення товарної структури експорту країни від структури світового експорту. Він використовується, як правило, для визначення розбіжностей у структурі зовнішньої торгівлі країн, експорт яких є досить різнобічним і розраховується на базі абсолютного відхилення частки або іншого товару в експорті країни від його частки у світовому експорті.

Показники результативності. Основними показниками, які кількісно і якісно характеризують стан зовнішніх економічних зв'язків у країні, є:

– платіжний баланс країни;

– торговельний баланс;

– баланс послуг і некомерційних платежів;

– поточний платіжний баланс;

– баланс руху капіталів;

– офіційні валютні резерви країни.

Платіжний баланс є одним з найпоширеніших видів балансів у міжнародних розрахунках і якнайбільше відображає стан зовнішньоекономічних зв'язків країни. Під платіжним балансом розуміють співвідношення платежів країни за кордон та їх надходження з-за кордону за певний період (рік, квартал, місяць).

Платіжний баланс є ключовим поняттям міжнародної економіки, оскільки він систематизує і тому дозволяє аналізувати взаємовідносини країни із зовнішнім світом. Практично лише на основі вивчення платіжного балансу уряд спроможний зрозуміти основні макроекономічні проблеми не тільки з точки зору своїх чисто національних інтересів, а й з точки зору численних зв'язків країни з міжнародною економікою загалом.

Тому платіжний баланс – це ще й статистичний звіт, у якому в систематичному вигляді наводяться сумарні дані про зовнішньоекономічні операції даної країни з іншими країнами світу за певний період часу.

На максимально можливому рівні і узагальненні платіжний баланс складається з: (1) потоків реальних ресурсів – експорту та імпорту товарів і послуг і (2) відповідних потоків фінансових ресурсів, що є оплатою за придбання або платежем за продаж відповідних фінансових ресурсів. Якщо надходження платежів перевищує витрати, тоді йдеться про активний баланс (активне, позитивне сальдо), у протилежному випадку йдеться про пасив-ний платіжний баланс (пасивне, негативне сальдо).

Таблиця 1 показує, що платіжний баланс включає ряд статей. Найважливішим є торговельний баланс, який характеризує співвідношення експорту і імпорту товарів. Сальдо торговельно-го балансу – це різниця між вартісним обсягом експорту й імпорту товарів окремої країни. Якщо експорт товарів перевищує імпорт товарів, то сальдо позитивне «+», якщо імпорт перевищує, то сальдо негативне «–».

Таблиця 1 – Структура платіжного балансу

Рахунок платіжного балансу	Кредит (надходження грошей)	Дебет (витрати грошей)	Сальдо
Торговельний баланс	Виручка від експорту товарів	Витрати на імпорт товарів	
Баланс послуг	Виручка від надання послуг іноземним суб'єктам ЗЕД	Оплата послуг, одержаних від іноземних суб'єктів ЗЕД	
Баланс некомерційних послуг	Виручка від надання некомерційних послуг	Оплата некомерційних по-слуг	
Поточний платіжний баланс			ЧЕ (чистий експорт)
Баланс руху капіталів	Імпорт капіталу	Експорт капіталу	ЧЕК (чистий експорт капіталу)
Офіційні валютні резерви	Збільшення валютних резервів зарубіжних країн	Збільшення валютних резервів країни	*R* (Сальдо рахунку валютних резервів)

З метою всебічного аналізу співвідношення експортно-імпортних операцій можуть використовуватись розрахунки індексів «умов торгівлі» та чистої торгівлі.

Індекс «умов торгівлі» – це відношення експортних цін країни до її імпортних цін. Якщо розглянути випадок, коли країна експортує та імпортує один товар, то умови торгівлі показують, яку кількість товару А отримує країна за кожну одиницю проданого товару В.

Баланс послуг охоплює:

• надходження і платежі з експорту і імпорту послуг на світовому ринку, зокрема оплату

закордонних перевезень, доходи і витрати від сервісу і под.;

• оплату патентів і ліцензій для виробництва товарів;

• міжнародне страхування;

• доходи від інвестицій країни за кордон;

• доходи від іноземних інвестицій на території країни.

Сальдо балансу послуг – це різниця між вартістю послуг, що дає країна, і вартістю послуг, що вона імпортує. Розрізняють позитивне і негативне сальдо балансу послуг (аналогія з 1).

До балансу некомерційних платежів відносяться:

• приватні перекази з-за кордону й за кордон (перекази родичам, спадщина і т. п.);

• державні невідшкодовані витрати (субсидії зарубіжним країнам, витрати на утримання військових баз, іноземних представництв тощо).

Сальдо некомерційних операцій – це різниця між прибутками від інвестицій, грошових переказів, внесків, переміщення коштів у спадщину, при розв'язанні сімейних проблем. З кожного з цих напрямків руху коштів складається баланс і розраховується відповідне «+» або «–» сальдо;

Торговельний баланс, баланс послуг та баланс некомерційних платежів у сумі утворюють поточний платіжний баланс. Сальдо балансу поточних операцій – це сума сальдо торговельного балансу, балансу послуг та некомерційних операцій.

Однією з важливих статей платіжного балансу є баланс руху капіталів. Він пов'язаний з купівлею чи продажем матеріальних і фінансових активів у країні й за кордоном. Сальдо балансу руху капіталів – це різниця між купівлею чи продажем матеріальних і фінансових активів у країні й за кордоном.

Поточний платіжний баланс та баланс руху капіталів взаємо-пов'язані. Коли країна опиняється перед дефіцитом поточного платіжного балансу, це означає, що витрати на імпорт перевищують доходи від експорту. Фінансування дефіциту можна вирішити за рахунок продажу активів і одержання позик у такому обсязі, що приплив капіталу перевищує його відплив. І навпаки, в разі активного поточного платіжного балансу його надлишкові кошти будуть використані для придбання нерухомості або надання позик для інших країн.

Існує ще одна важлива частина платіжного балансу – офіційні валютні резерви країни. Золотовалютні резерви – це високоліквідні фінансові активи, що перебувають у розпорядженні центрального банку країни і, як правило, розміщуються за межами держави. До таких активів відноситься: монетарне золото; депозити, які розміщуються в банках з рейтингом не нижче інвестиційного; цінні папери інвестиційного класу, емітовані нерезидентами та ін.

Ці резерви використовуються для регулювання незбалансованості платіжного балансу з поточних операцій та руху капіталів, а також для забезпечення стабільності валютного курсу. Резервні активи, на відміну від інших статей фінансового рахунка, знаходяться під прямим контролем держави і можуть використовуватися нею для досягнення цілей економічної політики. Для збалансованості економіки валютні запаси країни, з одного боку, не повинні бути меншими тримісячного обсягу експорту держави, а з другого – вони повинні бути більшими від обсягу імпорту за півріччя.

Якщо у сфері міжнародних економічних відносин країна заробила менше валюти ніж витратила, то ця нестача надходжень іноземної валюти компенсується з офіційних валютних резервів. Таким чином сальдо поточного платіжного балансу плюс сальдо балансу руху капіталів у сумі повинні дорівнювати нулю.

У платіжному балансі із знаком «плюс» відображується експорт товарів і послуг, одержані доходи та трансферти, зменшення фінансових активів, збільшення зобов'язань; із знаком «мінус» – імпорт товарів і послуг, сплачені доходи та трансферти, збільшення фінансових активів, зменшення зобов'язань.

Серед показників, які характеризують ефективність функціонування економіки країни, особлива роль відводиться державному боргу, який виникає в результаті існування диспропорцій в економічній системі (наявність дефіциту державного бюджету, пасивне сальдо платіжного та торговельного балансу). При наявності дефіциту бюджету країна позичає грошові

ресурси, що, в свою чергу, призводить до виникнення та зростання державного боргу.

Залежно від того, з внутрішніх чи з зовнішніх джерел здійснюється позика, державний борг формується як зовнішній чи внутрішній борг, тобто державний борг має два складники: зовнішній та внутрішній.

Зовнішній борг – це заборгованість країни іноземним державам, кредитним організаціям, юридичним та фізичним особам. Має місце при перевищенні боргів над доходами країни. Зовнішній борг зростає при дефіциті платіжного балансу, коли негатив-не сальдо фінансується за рахунок іноземних кредитів чи зростання зовнішніх запозичень.

Кількісна оцінка внутрішнього боргу здійснюється в національній валюті, зовнішнього — в іноземній, як правило, в доларах Сполучених Штатів Америки.

Зрозуміло, що абсолютний показник не показує ступеня критичності зовнішнього боргу в країні. Так, в Аргентині він значно вищий ніж в Україні: 132 млрд. дол США проти 10 млрд, але це є кількісні показники, а не якісні.

У міжнародній практиці для оцінки стану державного боргу та можливостей країни щодо його обслуговування застосовуються різні показники та визначені їхні критичні розміри. Так, згідно з вимогами Маастрихтської угоди, економіка країни може вважатися здоровою, якщо поряд із рядом інших показників державного бюджету не перевищує 60 % ВВП. Світовий банк вважає критичним рівнем державного зовнішнього боргу 50 % стосовно ВВП.

Лекція 2.4
Тема: Нормативно-правове забезпечення вільних економічних зон в Україні

План лекції:

1. Визначення спеціальної (вільної) економічної зони
2. Територія і статус спеціальної (вільної) економічної зони
3. Типи спеціальних (вільних) економічних зон
4. Державні гарантії інвестицій у спеціальній (вільній) економічній зоні

1. Визначення спеціальної (вільної) економічної зони

Спеціальною (вільною) економічної зоною вважається частина території України, на якій встановлено спеціальний правовий режим господарської діяльності, особливий порядок застосування та дії законодавства України. На території спеціальної (вільної) економічної зони можуть запроваджуватися пільгові митні, податкові, валютно-фінансові та інші умови підприємництва вітчизняних та іноземних інвесторів.

Мета створення:

- залучення інвестицій та ефективного їх використання;
- активізації спільно з іноземними інвесторами підприємницької діяльності з метою збільшення експорту товарів, поставок на внутрішній ринок високоякісної продукції і послуг;
- впровадження нових технологій;
- розвитку інфраструктури ринку;
- поліпшення використання природних, матеріальних і трудових ресурсів;
- прискорення соціально-економічного розвитку України.

Господарський кодекс України вперше у праві України запроваджує поняття *«спеціальний режим господарювання»*. Спеціальний режим господарювання – це інститут господарського законодавства, що визначає особливий порядок здійснення господарської діяльності на визначеній території або в певній галузі економіки, який відрізняється від загального режиму господарської діяльності, передбаченого законодавством, і запроваджується для досягнення цілей, встановлених державою. Спеціальний режим господарювання поділяється на декілька видів.

Одним з різновидів спеціального режиму господарювання є спеціальні (вільні) економічні зони.

За змістом цієї статті спеціальна (вільна) економічна зона – *це частина території України,* на якій:

1. встановлюється спеціальний правовий режим;
2. існує особливий порядок застосування та дії законодавства;
3. запроваджуються пільгові режими.

Спеціальний правовий режим поширюється на ті суб'єкти підприємницької діяльності які отримали дозвіл на здійснення підприємницької діяльності в спеціальній (вільній) економічній зоні в порядку, визначеному законодавчим актом про конкретну спеціальну (вільну) економічну зону і підзаконними нормативно-правовими актами. Оскільки на території спеціальної (вільної) економічної зони встановлюється *спеціальний* правовий режим господарської діяльності, тобто правовий режим, який відрізняється від режиму, передбаченого загальним господарським законодавством України, то територія спеціальної (вільної) економічної зони відділяється від іншої території держави з метою контролю за порядком ввозу (вивозу) товарів, предметів, матеріалів, готової продукції.

Умовною особливістю спеціальних (вільних) економічних зон є *особливий порядок застосування і дії законодавства.* Так, на території спеціальної (вільної) економічної зони діють як загальні, так і спеціальні нормативно-правові акти, які закріплюють особливості здійснення господарської діяльності і пільгові режими та мають пріоритет перед загальним господарським законодавством.

Пільгові режими здійснення підприємницької діяльності встановлюються спеціальним законодавчим актом про конкретну спеціальну (вільну) економічну зону, в якому для кожної спеціальної (вільної) економічної зони передбачені митні, податкові, валютно-фінансові пільги залежно від типу спеціальної економічної зони.

До митних пільг відносяться звільнення від мита при ввозі й вивозі товарів, предметів зі спеціальної (вільної) економічної зони.

Пільговий податковий режим передбачає повне або часткове звільнення від сплати податку на прибуток, отриманий в процесі реалізації інвестиційних проектів, від сплати податку на додану вартість, а також від інших податків.

До валютно-фінансових пільг можна віднести звільнення від сплати збору на обов'язкове соціальне страхування у випадку безробіття, від сплати за землю, звільнення валютних надходжень від обов'язкового продажу та ін.

Окрім пільг, спеціальними законами про конкретну спеціальну (вільну) економічну зону можуть бути передбачені інші особливості здійснення підприємницької діяльності.

Стаття 401 ГКУ визначає основні цілі створення і функціонування спеціальних (вільних) економічних зон.

Цілі створення спеціальних (вільних) економічних зон обумовлені необхідністю вирішення низки проблем, що виникають в різних регіонах України. Такими проблемами є:

- масова ліквідація підприємств, необхідність створення нових робочих місць;
- залучення інвестиційних коштів на розвиток економіки регіону;
- екологічні проблеми регіонів, високий рівень безробіття та ін.

У тему випадку, коли на визначеній території України склалися умови, що вимагають вирішення вищезгаданих проблем, для їх розв'язання може бути створена спеціальна (вільна) економічна зона відповідно до Закону України «Про загальні засади створення та функціонування спеціальних (вільних) економічних зон».

2. Територія і статус спеціальної (вільної) економічної зони

Територія і статус спеціальної (вільної) економічної зони, в тому числі строк, на який вона створюється, визначаються окремим законом для кожної спеціальної (вільної) економічної зони.

Розділ ІІ Закону України «Про загальні засади створення та функціонування спеціальних (вільних) економічних зон» передбачає порядок створення спеціальної (вільної) економічної зони. У ньому визначається, що спеціальна (вільна) економічна зона створюється на основі окремого законодавчого акту про конкретну спеціальну (вільну) економічну зону. Цим

законодавчим актом встановлюються територія, строк функціонування, пільгові режими, а також інші особливості здійснення підприємницької діяльності у конкретній спеціальній (вільній) економічній зоні.

Закон передбачає основні умови функціонування спеціальної (вільної) економічної зони, але не встановлює максимальний та мінімальний строки, на які може створюватися спеціальна (вільна) економічна зона. Цей строк визначається спеціальним законодавчим актом. У різних спеціальних (вільних) економічних зонах на України строк дії спец «Азов» і «Донецьк» передбачена протягом 60 років.

3. Типи спеціальних (вільних) економічних зон

На території України можуть створюватися спеціальні (вільні) економічні зони різних функціональних типів: вільні митні зони і порти, експортні, транзитні зони, митні склади, технологічні парки, технополіси, комплексні виробничі зони, туристично-рекреаційні, страхові, банківські тощо. Окремі економічні зони можуть поєднувати в собі функції, властиві різним типам спеціальних (вільних) економічних зон, зазначених у цій статті.

Типи спеціальних (вільних) економічних зон, які можуть створюватися в Україні, визначаються ст. 403 ГКУ, а також статтею 3 Закону «Про загальні засади створення та функціонування спеціальних (вільних) економічних зон».

Тип кожної спеціальної (вільної) економічної зони встановлюється законом про конкретну спеціальну (вільну) економічну зону, причому кожна спеціальна (вільна) економічна зона в Україні може об'єднувати ознаки різних типів спеціальних (вільних) економічних зон.

Поширеними в Україні та у світовій практиці є такі типи спеціальних (вільних) економічних зон:

I. зовнішньоторговельні,

II. комплексні виробничі,

III. науково-технічні,

IV. туристично-рекреаційні.

Зовнішньоторговельна зона є частиною території держави і створюється з метою активізації зовнішньої торгівлі (експорт, імпорт, транзит) шляхом надання суб'єктам підприємницької діяльності митних пільг. Формами організації зовнішньоторговельних спеціальних (вільних) економічних зон є вільні митні зони та порти, експортні, транзитні зони, митні склади.

Комплексна виробнича зона – частина території держави, на якій вводяться спеціальні податкові, митні, фінансові режими з метою стимулювання підприємницької діяльності, розширення зовнішньоекономічних зв'язків, забезпечення зайнятості населення. Комплексні виробничі зони можуть мати форму експортних виробничих зон, зон, орієнтованих на імпорт, та ін.

Науково-технічна зона – це зона, де відбувається ефективна інтеграція науки та виробництва з метою розробки нових технологій. Науково-технічні зони створюються для розвитку наукового та виробничого потенціалу, досягнення нової якості економіки шляхом стимулювання наукових досліджень для подальшого запровадження у виробництво. Формами науково-технічних зон є технополіси та технопарки.

Туристично-рекреаційна зона – це спеціальна (вільна) економічна зона, яка створюються в регіоні, де є багатий природний, рекреаційний та історико-культурний потенціал, з метою ефективного його використання та збереження, а також активізації підприємницької діяльності у сфері рекреаційно-туристичного бізнесу.

Перелік передбачених у даній статті типів спеціальних (вільних) економічних зон не є вичерпним, законодавство передбачає можливість створення спеціальних (вільних) економічних зон інших типів.

4. Державні гарантії інвестицій у спеціальній (вільній) економічній зоні

На всіх суб'єктів господарювання, що здійснюють інвестиції у спеціальній (вільній) економічній зоні, поширюється система державних гарантій захисту інвестицій, передбачена

законодавством про інвестиційну діяльність та про іноземні інвестиції. Держава гарантує суб'єктам господарювання спеціальної (вільної) економічної зони право на вивезення прибутків та інвестицій за межі даної зони і межі України відповідно до закону.

Законами України «Про інвестиційну діяльність» і «Про режим іноземного інвестування» передбачені державні гарантії захисту інвестицій, які за змістом даної статті поширюються на суб'єктів підприємництва, що здійснюють діяльність у спеціальних (вільних) економічних зонах. Відповідно до статті 19 Закону «Про інвестиційну діяльність» держава гарантує захист інвестицій незалежно від форми власності, а також іноземних інвестицій.

З метою забезпечення стабільного інвестиційного режиму запроваджуються державні гаранти захисту інвестицій або система правових норм, яка спрямована на захист інвестицій і не торкається питань фінансово-господарської діяльності та сплати ними податків, зборів (обов'язкових платежів).

Захист інвестицій забезпечується законодавством України, договорами України, а також договорами України з іноземними державами. Інвесторам, у тому числі іноземним, забезпечується рівноправний режим, який виключає застосування способів дискримінаційного характеру, що могли б заважати управлінню інвестиціями, їх використанню і ліквідації, а також передбачаються умови і порядок вивозу вкладених цінностей та результатів інвестицій.

Законодавство України про інвестиційну діяльність передбачає, що інвестиції не можуть бути безоплатно націоналізовані, реквізовані або відчужені іншими аналогічними засобами. Такі засоби можуть застосовуватися тільки на основі законодавчих актів України з відшкодуванням інвестору в повному обсязі збитків, завданих у зв'язку з припиненням інвестиційної діяльності. Порядок відшкодування збитку інвестору визначається відповідними нормативно-правовими актами.

Держава гарантує, що спори, які виникають у результаті здійснення інвестиційної діяльності, розглядаються відповідним загальним судом, господарським або третейським судом.

У Законі «Про режим іноземного інвестування» окремий розділ присвячено питанню державних гарантій захисту іноземних інвестицій, де передбачено, що для іноземних інвесторів на території України встановлюється національний режим інвестиційної діяльності та іншої господарської діяльності, за винятком, передбаченим законодавством України та її міжнародними угодами.

Іноземні інвестори мають право на відшкодування збитків, включаючи втрачену вигоду і моральний збиток, завданий їм внаслідок діяльності, бездіяльності або непередбаченого здійснення державними органами України або їх посадовими особами встановлених законодавством обов'язків щодо іноземного інвестора або підприємства з іноземними інвестиціями, відповідно до законодавства України. Усі спричинені втрати та збитки іноземних інвесторів мають бути відшкодовані на основі поточних ринкових цін і/або обґрунтованої оцінки, підтвердженої аудиторською фірмою. Компенсація, яка сплачується іноземному інвестору, має бути швидкою, адекватною та ефективною.

Закон «Про режим іноземного інвестування» передбачає гарантію інвесторам від зміни законодавства.

Стаття 404 ГКУ встановлює, що суб'єктам господарювання спеціальної (вільної) економічної зони держава гарантує право на вивіз прибутку та інвестицій як за межі зони, так і за межі України в порядку, встановленому відповідним законом. Такий порядок передбачено законодавством про інвестиційну діяльність.

Законодавство про інвестиційну діяльність гарантує інвесторам після сплати податків, зборів та інших обов'язкових платежів безперешкодне та термінове переведення за кордон їхніх прибутків, доходів та інших коштів в іноземній валюті, отриманих на законних підставах внаслідок здійснення інвесторами інвестиційної діяльності. Порядок переведення за кордон прибутків, доходів та інших коштів, отриманих в результаті здійснення інвесторами інвестиційної діяльності, визначається Національним банком України.

Законом про конкретну спеціальну (вільну) економічну зону можуть бути передбачені особливості вивозу цінностей, прибутку із спеціальної (вільної) економічної зони та за межі

України з урахуванням специфіки конкретної спеціальної вільної економічної зони.

Лекція 2.5
Тема: Сутність функціонування торгово-промислових палат

План лекції:

1. Торгово-промислові палати як органи недержавного регулювання зовнішньоекономічної діяльності
2. Правова база торгово-промислових палат

1. Торгово-промислові палати як органи недержавного регулювання зовнішньоекономічної діяльності

Провідними органами недержавного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні згідно зі світовою практикою є торгово-промислові палати, правове становище яких визначається Законом України від 2 грудня 1997 р. «Про торгово-промислові палати в Україні».

Торгово-промислова палата є недержавною неприбутковою самоврядною організацією, яка об'єднує юридичних осіб, які створені і діють відповідно до законодавства України, громадян України, зареєстрованих як підприємці, та їх об'єднання.

ТПП створюються з метою сприяння розвиткові народного господарства та національної економіки, її інтеграції у світову господарську систему, формуванню сучасних промислової, фінансової і торговельної інфраструктур, створенню сприятливих умов для підприємницької діяльності, всебічному розвиткові підприємництва, науково-технічних і торговельних зв'язків між українськими підприємцями та підприємцями зарубіжних країн.

ТПП створюються за принципом добровільного об'єднання їх засновників (ними можуть бути лише юридичні особи, які створені і діють відповідно до законодавства України, та громадяни України, зареєстровані як підприємці, та їх об'єднання, кількістю не менше п'ятдесяти), і підлягають державній реєстрації органами Міністерства юстиції України. ТПП набуває статусу юридичної особи з дня її державної реєстрації.

ТПП були створені на території Автономної Республіки Крим, областей, міст Києва та Севастополя (регіональні ТПП). У межах кожної з цих адміністративно-територіальних одиниць може бути створена лише одна ТПП. На території України діє Торгово-промислова палата України.

2. Правова база торгово-промислових палат

ТПП мають право:

- проводити за дорученням державних органів незалежну експертизу проектів нормативно-правових актів з питань економіки, зовнішньоекономічних зв'язків, а також з інших питань, що стосуються прав та інтересів підприємців;
- представляти і захищати законні інтереси ТПП або за дорученням її членів їх інтереси;
- надавати за дорученням українських та іноземних юридичних і фізичних осіб послуги, пов'язані із захистом їх прав та інтересів, відповідно до законодавства України та міжнародних договорів України;
- проводити на замовлення українських та іноземних підприємців експертизу, контроль якості, кількості, комплектності товарів (у тому числі експортних та імпортних) і визначати їх вартість;
- засвідчувати і видавати сертифікати про походження товарів, сертифікати визначення продукції власного виробництва підприємств з іноземними інвестиціями та інші документи, пов'язані із здійсненням ЗЕД;
- здійснювати декларування зовнішньоторговельних вантажів у випадках, передбачених законом;
- організовувати міжнародні виставки, національні виставки іноземних держав і окремих

іноземних фірм, забезпечувати підготовку і проведення виставок українських товарів в Україні та за її межами;

- організовувати семінари, конференції, ділові переговори з економічних питань за участю українських підприємців та іноземних фірм як в Україні, так і за її межами;

- створювати за ініціативою учасників спору третейські суди відповідно до законодавства України, галузеві або територіальні комітети (ради) підприємців, цільові секції фахівців-консультантів;

- виконувати інші повноваження, що не суперечать законодавству України.

Методичні та експертні документи, видані ТПП в межах їх повноважень, є обов'язковими до застосування на всій території України.

Важливу роль в регулюванні ЗЕД відіграє *Торгово-промислова палата України,* яка відповідно до Закону України та свого статуту здійснює представницькі функції як в Україні, так і за її межами, об'єднує торгово-промислові палати та координує їх діяльність.

ТПП України:

- відкриває свої представництва та філії в інших країнах, а також засновує разом із зарубіжними партнерськими організаціями як в Україні, так і за її межами змішані ТПП, ділові ради та інші спільні організації;

- засвідчує обставини форс-мажору відповідно до умов зовнішньоторговельних угод і міжнародних договорів України, а також торговельні та портові звичаї, прийняті в Україні;

- веде недержавний реєстр українських підприємців за їх згодою, фінансовий стан яких свідчить про їх надійність як партнерів у підприємницькій діяльності в Україні та за її межами.

ТПП України має право одержувати в установленому порядку від міністерств, інших центральних органів виконавчої влади інформацію та матеріали, необхідні для виконання покладених на неї завдань.

При ТПП України діють Міжнародний комерційний арбітражний суд і Морська арбітражна комісія, діяльність яких регулюється Законом України від 24 лютого 1994 року «Про міжнародний комерційний арбітраж».

ТПП України представляє інтереси своїх членів у Міжнародній торговій палаті, а також в інших міжнародних організаціях з питань підприємницької діяльності.

Лекція 2.6
Тема: Торгово-промислові палати України

План лекції:

1. Суть створення торгово-промислової палати України та її головне завдання
2. Функції ТПП України

1. Суть створення торгово-промислової палати України та її головне завдання

Суть створення Торгово-промислової палати України (ТПП) полягає у представництві, захисті інтересів українського бізнесу та сприянні його інтеграції у світову економіку. Це неурядова, неприбуткова самоврядна організація, яка об'єднує підприємців для налагодження ділових зв'язків і діалогу з владою.

Торгово-промислова палата України (ТПП) - це недержавна неприбуткова організація, яка на добровільних засадах об'єднує юридичних осіб і громадян України, зареєстрованих як підприємці, а також їх об'єднання.

Нині членами ТПП України є близько 9 тисяч підприємств і фірм різних форм власності.

Головне завдання Палати – створення сприятливих умов для підприємницької діяльності, сприяння всебічному розвитку науково-технічних і торговельних зв'язків між українськими підприємцями та підприємцями зарубіжних країн, представлення інтересів членів Палати з питань господарської діяльності як в Україні, так і за її межами.

ТПП України є членом Міжнародної торгової палати та Всесвітньої федерації торгових

палат, Асоціації Торгово-промислових палат Європи, Ділової ради Чорноморського економічного співробітництва, Асоціацій ТПП Центральної Європейської Ініціатив.

ТПП України підтримує договірні партнерські зв'язки з аналогічними національними і регіональними структурами майже в 80 країнах світу.

З метою сприяння розвитку міжнародних економічних зв'язків ТПП України створює зі своїми зарубіжними партнерами спільні дорадчі органи - ділові ради.

2. Функції ТПП України

Палата здійснюють такі функції:

- надають практичну допомогу підприємцям у здійсненні торговельно-економічних операцій на внутрішньому і зовнішньому ринках;
- сприяють розвитку експорту українських товарів і послуг, для чого надають своїм членам широкий спектр професійних послуг, у тому числі консультаційні послуги з питань зовнішньої торгівлі та оцінці ринків;
- проводять незалежну експертизу товарів, здійснюють оцінку нерухомості;
- надають патентно-ліцензійні послуги, послуги з штрихового кодування товарів;
- видає сертифікати про походження товарів;
- засвідчує обставини форс-мажору;
- веде Недержавний реєстр вітчизняних підприємств, фінансовий стан яких свідчить про їх надійність як партнерів у підприємницькій діяльності в Україні та за її межами. Реєстраційне свідоцтво, видане Палатою, підтверджує стабільний фінансовий стан підприємства, дає гарантію їх партнерам в тому, що таким підприємствам можна довіряти.

ТПП України виконує свої функції самостійно або через регіональні торгово-промислові палати, діючі на території Автономної Республіки Крим, областей, міст Києва та Севастополя, а також через створені їй підприємства та інші організації, які вона об'єднує, і діяльність яких координує.

При ТПП України діє Міжнародний комерційний арбітражний суд, який отримав широке визнання у світі.

Також при Палаті функціонують галузеві комітети підприємців, які проводять незалежну експертизу нормативно-правових актів, що регулюють підприємницьку та зовнішньоекономічну діяльність, а також з інших питань, що стосуються прав та інтересів підприємців; готують від імені членів Палати пропозиції органам державної влади щодо їх вдосконалення.

Лекція 2.7
Тема: Організація діяльності та класифікація товарних бірж

План лекції:

1. Сутність біржової торгівлі та її роль у ринковій економіці
2. Порядок створення і організація діяльності товарної біржі
3. Організація і технологія біржової торгівлі
4. Біржові товари
5. Особливості біржових угод на товарній біржі
6. Брокерська діяльність на товарній біржі

1. Сутність біржової торгівлі та її роль у ринковій економіці

Товарна біржа – одна з форм організованого в часі та просторі оптового товарного ринку з його особливостями та правилами.

Сучасні товарні біржі походять від стародавніх ринків (базарів). Ринкова (базарна) торгівля має певні характеристики, які вирізняють її серед інших (рис. 1).

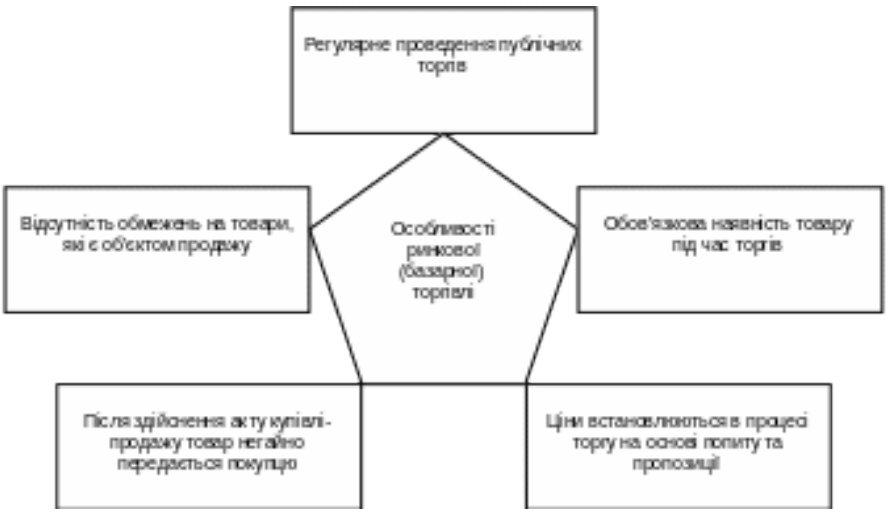


Рис. 1 – Особливості ринкової (базарної) торгівлі

Від інших видів організованого ринку товарні біржі відрізняють певні особливості (рис. 2).



Рис. 2 – Особливості товарної біржі як форми організованої торгівлі

Товарна біржа забезпечує торговців своєчасною інформацією про ринкову кон'юнктуру, цінові коливання тощо, що значно спрощує ведення торговельної діяльності.

Функції товарних бірж зумовлені завданнями з організації оптової торгівлі та поділяються

на дві великі групи (рис. 3).

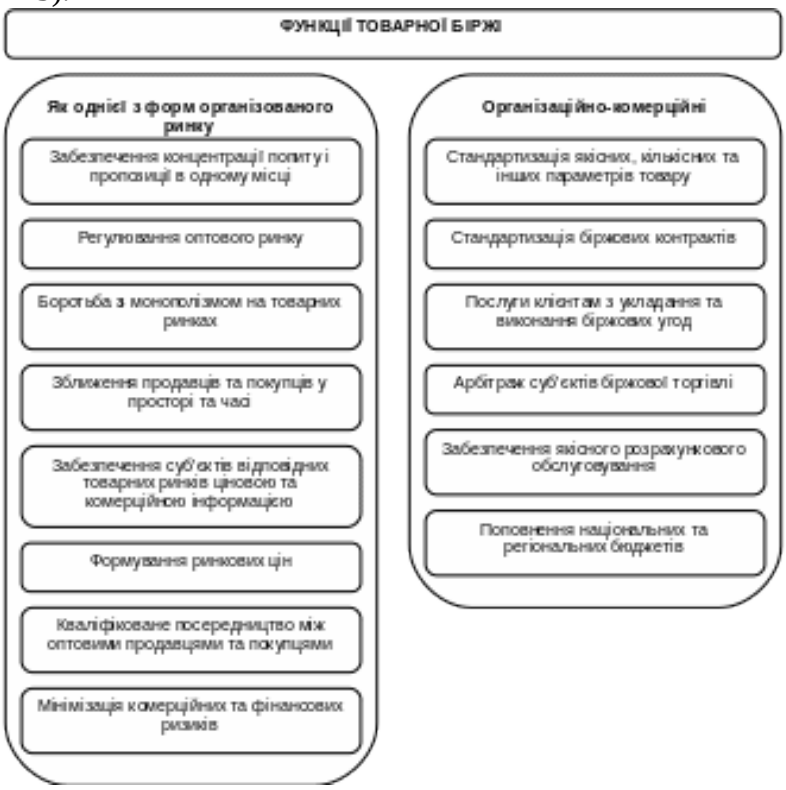


Рис. 3 – Функції товарних бірж

Роль товарних бірж у ринковій економіці характеризується такими процесами (рис. 4):

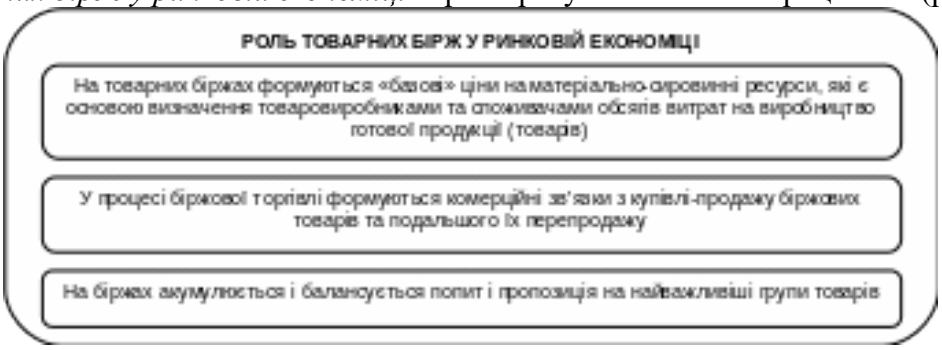


Рис. 4 – Роль товарних бірж у ринковій економіці

Види бірж та правові засади їхньої діяльності в Україні

Товарна біржа (в економічному тлумаченні) – це організований у певному місці регулярно діючий за встановленими правилами оптовий ринок, на якому укладають угоди купівлі-продажу товарів за зразками й стандартами і контрактів на їхню поставку в майбутньому за цінами, офіційно встановленими на основі попиту і пропозиції.

Товарна біржа (з юридичної точки зору) – це організація, що об'єднує фізичних і юридичних осіб, які володіють відокремленим майном і мають відповідні права та обов'язки.

Товарна біржа (згідно з Законом України «Про товарну біржу» № 1956-XII від 10.12.91) – організація, що об'єднує юридичних і фізичних осіб, які здійснюють виробничу і комерційну діяльність і має за мету надання послуг в укладанні біржових угод, виявлення товарних цін, попиту і пропозиції на товари, вивчення, впорядкування і полегшення товарообігу і пов'язаних з ним торговельних операцій,

Найпоширенішим у світовій практиці є поділ бірж за видом біржового товару на товарні, фондові, валютні, фрахтові та біржі праці.

Товарна біржа – організаційно оформлений, постійно діючий рийок, на якому здійснюється оптова торгівля товарами зі стандартизованими вимогами щодо його якості та

кількості, умов і термінів поставки.

Фондова біржа спеціалізується на організації укладання угод купівлі-продажу цінних паперів та їхніх похідних, що випускаються урядом, місцевими органами влади, господарськими товариствами і приватними підприємствами.

Валютна біржа – це постійно діючий центр з проведення операцій купівлі-продажу іноземної валюти та цінних паперів, номінованих у валюті.

Фрахтова біржа – це організований ринок фрахтованих суден, де концентрується вся інформація стосовно попиту на тоннаж та його пропозицію щодо рівня фрахтових ставок, умов угод фрахтування тощо.

Біржа праці являє собою організацію, яка надає посередницькі послуги на ринку праці з приводу здійснення роботодавцями та найманими працівниками угод купівлі-продажу робочої сили, займається працевлаштуванням безробітних, а також осіб, які бажають змінити роботу, вивчає попит і пропозицію робочої сили, веде облік безробітних.

Товарні біржі, зокрема, поділяються на певні типи (рис. 5).

Класифікаційна ознака	Тип товарної біржі
За широтою асортименту товару	Вузькоспеціалізовані Універсальні Спеціалізовані
За типом біржової угоди	Реального товару Фючерсні Опціонні Комплексні
За технологією біржових торгів	Простий аукціон Заочний аукціон Подвійний аукціон

Рис. 5 – Типи товарних бірж

Правові засади створення і діяльності товарних бірж визначені Законом України «Про товарну біржу» № 1956-XII, ухваленому Верховного Радою України 10.12.91. Основні положення Закону ввійшли до Господарського кодексу України № 436-IV, затвердженого 16.01.03.

Господарський кодекс України визначає *основи діяльності вітчизняних товарних бірж,* згідно з яким товарна біржа:

- утворюється спеціально для надання послуг суб'єктам господарювання у здійсненні ними торговельних операцій;
- є особливим суб'єктом господарювання, який надає послуги в укладанні біржових угод, виявленні попиту і пропозицій на товари, товарних цін, вивчає, упорядковує товарообіг і сприяє пов'язаним з ним торговельним операціям;
- проходить державну реєстрацію та як суб'єкт господарювання набуває статусу юридичної особи;
- діє на засадах самоврядування і господарської самостійності, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банку, печатку зі своїм найменуванням;
- діє на підставі статуту, який затверджується засновниками біржі;
- не займається комерційним посередництвом і не має на меті отримання прибутку.

Головними принципами діяльності товарної біржі є:

- рівноправність учасників біржових торгів;
- публічне їх проведення;
- застосування вільних (ринкових) цін.

Товарна біржа має право:

- встановлювати відповідно до законодавства власні правила біржової торгівлі та біржового арбітражу, які є обов'язковими для всіх учасників торгів;
- встановлювати вступні та періодичні внески для членів біржі, розмір плати за послуги,

що надаються біржею; встановлювати інші грошові збори;

• встановлювати і стягувати відповідно до статуту біржі плату за реєстрацію угод на біржі, штрафи та інші санкції за порушення статуту біржі та біржових правил;

• створювати підрозділи біржі та затверджувати положення про них;

• засновувати арбітражні комісії для розв'язання спорів у торговельних угодах;

• розробляти власні стандарти і типові контракти з урахуванням державних стандартів;

• укладати угоди з іншими біржами, мати своїх представників на біржах, і на таких, що розташовані за межами України;

• видавати біржові бюлетені, довідники та інші інформаційні та рекламні видання;

• вирішувати інші питання, передбачені законом.

До обов'язків товарної біржі належать:

• створення умов для проведення біржової торгівлі;

• регулювання біржових операцій;

• регулювання цін на підставі співвідношення попиту і пропозиції на товари, що допускаються до обігу на біржі;

• надання членам і відвідувачам біржі організаційних та інших послуг;

• збирання, обробка і поширення інформації, пов'язаної із кон'юнктурою ринку.

Для впорядкування біржової діяльності, як незалежний орган, у квітні 1996 року була створена Національна асоціація бірж України (НАБУ). Метою діяльності НАБУ є сприяння розвитку біржової торгівлі, сприяння розробці ефективного законодавства та нормативно-правової бази для здійснення торговельно-біржової діяльності, реалізації прав та інтересів її суб'єктів.

Завданнями асоціації (НАБУ) є:

• сприяння формуванню ринкових відносин;

• подальший розвиток біржової торгівлі з метою запровадження і вдосконалення діючих технологій, систем науково-технічного обслуговування;

• розроблення навчальних програм для працівників бірж і брокерів, організація і проведення навчання їх та видача сертифікатів, організація стажування;

• представництво і реалізація прав і законних інтересів учасників асоціації в органах державної влади та управління, судах, зокрема й іноземних, міжнародних та інших організаціях;

• підготовка пропозицій щодо уніфікації нормативних документів, які регламентують біржову діяльність, розроблення типових правил торгівлі на товарних біржах та змін і доповнень до них, фінансових механізмів, які забезпечують виконання угод, укладених на біржах – учасниках асоціації;

• розроблення і надання учасникам асоціації програмних, методичних та інших матеріалів.

Порядок створення і організація діяльності товарної біржі.

Основними вимогами чинного законодавства України до створення бірж є такі:

• товарна біржа створюється на підставі добровільного об'єднання зацікавлених суб'єктів господарювання;

• заснування товарної біржі здійснюється шляхом укладання засновниками угоди, яка визначає порядок її створення, склад засновників, їхні обов'язки, розмір і терміни сплати ними пайових вступних та періодичних внесків;

• закон забороняє органам державної влади та органам місцевого самоврядування, а також державним і комунальним підприємствам, установам і організаціям, що цілком або частково утримуються за рахунок державного бюджету України або місцевих бюджетів, бути засновниками і членами товарної біржі.

Статут біржі затверджується засновниками біржі, в якому зазначається:

• найменування та місцезнаходження біржі;

• склад засновників;

• предмет і цілі діяльності біржі;

• види фондів, що утворюються біржею та їхні розміри

• органи управління біржею, порядок їх утворення, компетенція й організаційна структура біржі;

• права та обов'язки членів біржі та біржі перед третіми особами, а також членів біржі перед біржею та біржі перед її членами;

• порядок прийняття у члени біржі та припинення членства;

• порядок і умови застосування санкцій;

• майнова відповідальність членів біржі;

• порядок припинення існування біржі та ін.

Членами товарної біржі є засновники, а також прийняті до її складу згідно зі статутом біржі вітчизняні та іноземні юридичні й фізичні особи. Порядок прийняття у члени біржі та вибуття з її складу визначається статутом товарної біржі.

Вступний внесок члена біржі дорівнює вартості «біржового місця», що визначається на підставі попиту та пропозиції на «біржове місце».

Члени товарної біржі мають право самі або через своїх представників:

• здійснювати біржові операції на біржі й одержувати за це винагороду;

• брати участь у розв'язанні питань діяльності біржі, обирати і бути обраним до її керівних органів;

• користуватися усіма послугами біржі;

• відкривати брокерські контори.

Член товарної біржі зобов'язаний:

• дотримуватися статуту біржі, біржових правил торгівлі, рішень загальних зборів членів біржі та біржового комітету (ради біржі);

• провадити розрахунки за своїми угодами відповідно до правил біржової торгівлі та своєчасно інформувати біржовий комітет (раду біржі) про зміни у своєму фінансовому становищі, що можуть негативно вплинути на виконання його зобов'язань перед третіми особами та біржею;

• сплачувати членські внески;

• вести облік здійснюваних угод за формою, визначеною правилами біржової торгівлі;

• подавати необхідну інформацію контролюючим органам біржі;

• не розголошувати конфіденційні відомості та комерційну таємницю про діяльність біржі.

Вищим органом, управління товарної біржі є загальні збори її членів.

У період між загальними зборами членів товарної біржі управління нею здійснює *біржовий комітет (рада біржі).*

Контролюючим органом товарної біржі є контрольна (ревізійна) комісія.

Типова організаційна структура товарної біржі зображена на рис. 6.

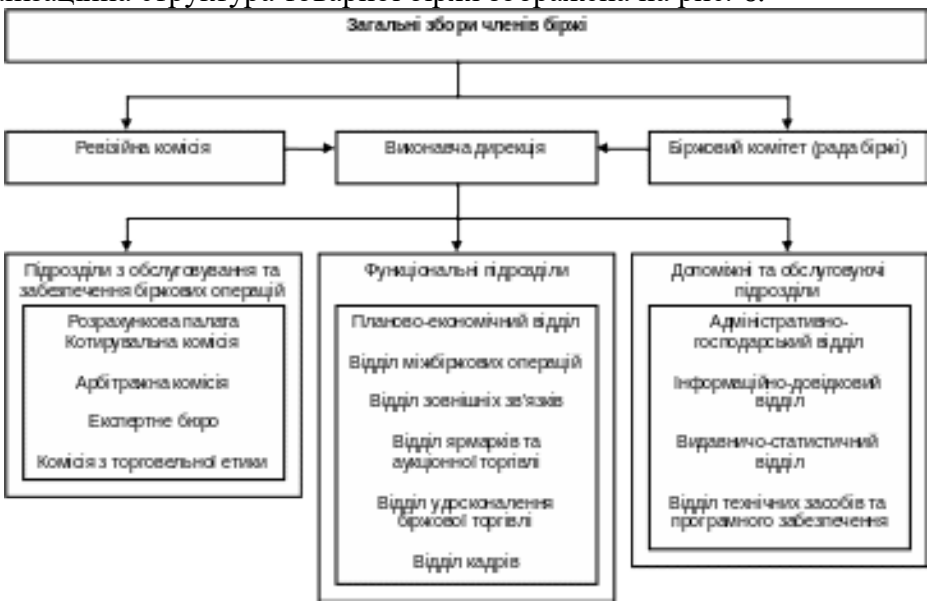


Рис. 6 – Організаційна структура товарної біржі

Функціями загальних зборів членів біржі як вищого органу управління товарною біржею є:

- загальне керівництво біржею і біржовою торгівлею;
- затвердження, внесення змін і доповнень до статуту біржі;
- обрання, переобрання голови та членів біржового комітету, членів ревізійної комісії, членів арбітражної комісії;
- призначення і звільнення виконавчого директора, розгляд і затвердження правил біржової торгівлі, регламентів, положень та інших рішень, обов'язкових для виконання суб'єктами біржових правовідносин;
- затвердження розміру плати за брокерське місце, інші внески та порядок сплати їх.

Біржовий комітет (рада біржі) формується загальними зборами лише із членів біржі. Його компетенція та повноваження визначаються статутом біржі.

Виконавча дирекція та інші відповідні підрозділи здійснюють управління поточною діяльністю товарної біржі, контролюють біржову діяльності та виконання рішень загальних зборів і біржового комітету тощо.

Розрахункова палата реєструє угоди та здійснює всі розрахунки між клієнтами. Розрахункова палата може структурно не входити до складу товарної біржі, а функціонувати як окрема організація, що обслуговує її.

Учасники біржового торгу, укладаючи угоди один з одним, оформлюють їх через розрахункову палату, яка стає третьою стороною за кожним ф'ючерсним чи опціонним контрактом.

Котирувальну комісію очолює один із членів біржового комітету. До складу комісії входять брокери та маклери, які репрезентують брокерські контори.

Котирування цін, тобто фіксація цінової інформації та її публікація, здійснюється за результатами кожної біржової сесії після завершення біржового дня.

До функцій котирувальної комісії належать:

- складання біржових бюлетенів цін на товари;
- нагляд за своєчасним наданням брокерами, членами і відвідувачами біржі відомостей про укладені за їхньою участі угоди;
- надання інформаційно-довідковому відділу інформації про ціни та кон'юнктуру щодо товарів, які не включені в котирування цін;
- надання біржовому комітету пропозицій стосовно змін або доповнень до порядку котирування чи змін форми бюлетеня, а також про способи та засоби його публікації.

Завданням арбітражної комісії товарної біржі є:

- розв'язання суперечливих питань, які виникають між контрагентами у процесі укладання угод;
- надання консультаційних послуг з питань, що належать до її компетенції;
- аналіз правової практики діяльності біржі та розроблення пропозицій щодо її вдосконалення.

Експертне бюро здійснює:

- експертизу та надає консультації з техніко-економічних характеристик товарів, якими торгують на біржі;
- встановлює приблизну вартість товару;
- визначає якісні характеристики товару, його походження, вид і стан на момент експертизи;
- розробляє біржові стандарти, типових біржових контрактів.

Комісія з торгової етики розробляє та подає на розгляд біржового комітету етичний кодекс, який визначає основні правила чесної ринкової поведінки членів біржі. Комісія контролює та забезпечує дотримання положень етичного кодексу всіма учасниками біржової діяльності.

Комісія з прийому нових членів аналізує фінансово-господарську діяльність суб'єктів, які бажають стати членами біржі, та подає свої висновки і пропозиції керівництву біржі.

Функціональні підрозділи здійснюють комплекс робіт, пов'язаних з їхньою основною

функцією, наприклад, планово-економічний виконує розрахунки кошторису біржі, нараховує заробітну плату, аналізує економічні показники діяльності біржі та напрями їх поліпшення.

Інформаційно-довідковий відділ, видавничо-статистичний та інші обслуговуючі відділи покликані своєчасно забезпечити членів біржі достовірною інформацією про кон'юнктуру біржових товарів та умови торгівлі на біржі, статистичними даними про діяльність біржі, біржовими бюлетенями та іншими довідковими матеріалами.

У складі товарної біржі можуть функціонувати інші структурні підрозділи. Їхній склад залежить від широти номенклатури товарів, якими торгують на біржі, обсягів угод, кількості брокерських контор та інших чинників.

Документом, що регламентує організацію біржової торгівлі, є правила біржової торгівлі, які розробляються і затверджуються загальними зборами членів біржі.

У правилах біржової торгівлі визначено:

- предмет біржової торгівлі (товари);
- час і місце проведення торгів;
- технологія проведення торгів за відповідним товаром;
- порядок укладання і оформлення угод купівлі-продажу, порядок розрахунку за ними;
- заходи стосовно управління ризиками, що можуть виникати на біржовому ринку;
- визначаються учасники біржових торгів, які можуть укладати угоди на біржі.

Оперативна зала – спеціально відведене місце в приміщенні біржі, на якому укладаються біржові угоди. Для кожного виду товару виділяють, як правило, окрему залу, або в одній великій залі визначають секції для проведення торгів різними товарами.

Біржове кільце, «яма», або «піт» – місце, де укладається угода. З боків кільця або поруч із «ямою» розташовані приміщення для брокерів із різноманітними засоби зв'язку і комп'ютерною технікою.

Укладання угод на біржі від імені учасника здійснює брокер, який уповноважений укладати угоди на торгах за дорученням учасника.

До зали торгів допускаються:

- безпосередні учасники торгів – брокери, які мають право на укладання угод у залі торгів;
- члени біржового комітету, виконавчої дирекції біржі;
- уповноважені працівники біржі, які відповідають за проведення торгів (біржовий реєстратор, біржовий наглядач, маклер та інші);
- представники Національного банку України, Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку, Мінфіну України та інші особи, перебування яких передбачено правилами біржової торгівлі;
- постійні та разові відвідувачі (з них біржа має право стягувати плату за перебування в залі під час торгів).

Правила біржової торгівлі чітко регламентують організацію виконання укладених на біржі угод та застосування санкцій у разі порушення норм однією із сторін.

3. Організація і технологія біржової торгівлі.

Організація біржової торгівлі – сукупність взаємопов'язаних операцій, які виконуються брокерами та уповноваженими працівниками біржі в певній послідовності, зумовленій правилами біржової торгівлі та регламентом торгів цієї біржі.

Біржа відповідно до законодавства затверджує регламент торгів, який містить норми і процедури, що визначають дату, місце, періодичність і порядок проведення торгів відповідним товаром і тривалість торгової сесії.

Торгова сесія – час, визначений для проведення безпосередньо біржових торгів.

На сучасних товарних біржах біржові торги проводяться за такими формами та методами, як це показано на рис. 7.

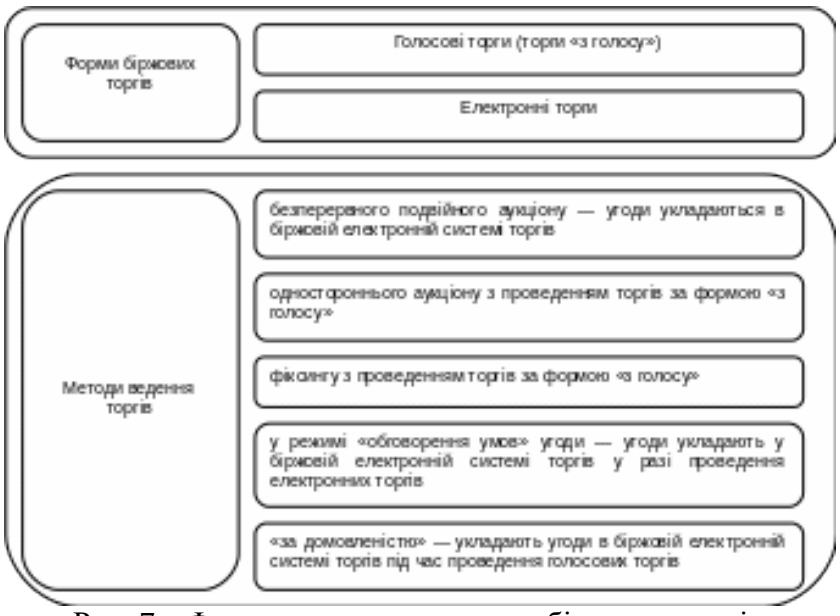


Рис. 7 – Форми та методи ведення біржових торгів

Лот – мінімальний стандартний обсяг біржового товару, що пропонується до купівлі-продажу на біржі.

Опірністю ринку (опір ринку) – діапазон цін, в якому учасники торгів висловлюють готовність укладати угоди.

Спред – величина різниці між максимального ціною покупця та мінімальною ціною продавця.

Наближення ціни продавця до ціни покупця здійснюється поступово, крок за кроком у процесі торгу.

Крок (тік) – мінімально допустима зміна ціни, так званий ліміт мінімальної зміни ціни.

Процес біржової торгівлі відбувається за такими послідовними етапами:

- підготовка біржових торгів;
- проведення біржових торгів;
- реєстрація та оформлення угод на біржі.

Брокери за отриманими дорученнями подають до інформаційно-довідкового відділу письмові заяви встановленої форми на продаж чи купівлю товару.

Біржа, на підставі поданих заявок на продаж товарів, формує *біржовий бюлетень* про товари, що виставляються для реалізації на біржових торгах, та оприлюднює його не пізніше визначеного у регламенті терміну до початку торгів у засобах масової інформації.

Учасник, який хоче взяти участь у торгах, подає на біржу заявку на придбання товару за бюлетенем. Зміст заявок на купівлю заносять до інформаційних листків, які роздають брокерам, розміщують на стендах у торговельній залі, а також розсилають біржовими інформаційними каналами брокерським конторам, іншим зацікавленим підприємствам.

Біржовий торг проводить ведучий маклер, який призначається біржею. Маклер починає торги з оголошення умов про ведення торгів, номера позиції біржового бюлетеня, номера брокера продавця, кількості лотів, обсягу товарів, що містяться в одному лоті, початкової ціни та кроку ціни.

Якщо на позицію, що міститься у біржовому бюлетені, у встановленому порядку не було подано жодної заявки на купівлю, така позиція до торгу не оголошується і торги за нею не проводять.

Форма проведення – біржовий торг за методом одностороннього аукціону, коли в торгах бере участь один учасник-продавець і кілька учасників-покупців.

У процесі торгу:

- ціна підвищується за пропозиціями покупців;
- зниження ціни нижче за початкову може відбутися лише за рішенням продавця, яке оформляється за встановленим зразком і оголошується ведучим маклером під час ведення

торгів;

• зниження ціни відбувається не нижче за початкову (згідно з бюлетенем) та покладається на ведучого маклера.

Про готовність купити лот за оголошеною ціною брокер-покупець повідомляє підняттям своєї реєстраційної картки.

Коли після оголошення маклером запропонованої ціни кілька брокерів-покупців одночасно підіймають свої реєстраційні картки, маклер називає нову ціну, збільшену на крок.

Маклер може запропонувати одному з брокерів назвати свою ціну (кратну кроку ціни), якщо за послідовного збільшення вартості лота кілька брокерів-покупців залишають постійно піднятими свої реєстраційні картки.

Торги з продажу лота вважаються завершеними після триразового оголошення ведучим останньої ціни та удару молотка. Переможцем вважається брокер-покупець, реєстраційний номер якого ведучий назвав останнім.

Усна згода, зафіксована біржовим маклером, між брокером-продавцем і брокером-покупцем оформляється та реєструється на біржі відповідно до правил біржової торгівлі.

Голосові торги можуть проводитися методом фіксингу, за якого в торгах одночасно беруть участь кілька брокерів-продавців та покупців.

На підготовчому етапі здійснюється накопичення заявок на відповідний товар (усі учасники можуть подавати заявки і на продаж, і на купівлю).

У заявці на продаж товару брокери-продавці обов'язково встановлюють початкову (стартову) ціну, яка реєструється біржею та вказується в біржовому бюлетені.

Попередні заявки на купівлю подаються біржовому реєстратору, брокерами-покупцями, які хочуть придбати товари за стартовою ціною, безпосередньо перед початком біржових торгів.

Біржовий маклер до початку торгів оголошує:

• стартову ціну торгів;

• сумарний обсяг поданих заявок на продаж;

• сумарний обсяг поданих заявок на купівлю;

• різницю між обсягом пропозиції та попиту, яка є відправною для відкриття торгів.

Після відкриття біржових торгів маклер збирає додаткові заявки за стартовою ціною. Брокери мають право подавати в процесі торгів додаткові заявки, збільшуючи або зменшуючи раніше заявлені ними обсяги купівлі-продажу товару. Подані додаткові заявки обов'язково мають зменшувати абсолютне значення різниці між пропозицією і попитом. Знак різниці у процесі торгів змінюватися не може.

Якщо сукупний обсяг поданих заявок на продаж більший від сукупного обсягу заявок на купівлю, тобто знак різниці між ними додатний (+), маклер знижує ціну; якщо обсяг, заявок на купівлю більший за обсяг, запропонований на продаж, різниця між ними від'ємна (-). Маклер підвищує ціну.

Після оголошення нової ціни маклер проводить чергове збирання додаткових заявок та оголошує нове значення ціни. Процедура збирання додаткових заявок і відповідно зміни ціни триває доти, доки сукупні обсяги поданих заявок на продаж та купівлю не зрівняються (різниця між пропозицією та попитом – 0).

Фіксинг – момент, коли сукупна вартість заявок на продаж дорівнює сукупній вартості заявок на купівлю.

Усі заявки на купівлю-продаж задовольняються за єдиною ціною, яка сформувалася у процесі публічних, голосових торгів на момент фіксингу. Маклер реєструє досягнену згоду.

Брокери після досягнення згоди упродовж 30 хв. мають здати свої картки із записами про угоди на контроль до розрахункової палати, яка перевіряє їх на наявність помилок. Досягнута між брокерами-продавцями та брокерами-покупцями усна згода є підставою для укладання угоди, яка оформляється і реєструється відповідно до регламенту торгів.

Якщо в процесі біржового торгу усна згода брокерів досягнута і зафіксована біржовим маклером, проте одна зі сторін чи обидві сторони відмовляються оформити чи зареєструвати угоду, на них накладають штрафні санкції за порушення правил торгівлі.

Санкції застосовують також до брокерів-продавців, яких не було біля біржового кільця («ями») на момент оголошення їхньої пропозиції на торги біржовим маклером. Запропонований ними товар знімають з торгів, що проводяться в цей день, а брокерська контора відшкодовує витрати біржі, пов'язані із підготовкою торгів за зазначеною пропозицію.

Брокери-покупці реального товару мають право переконатися в наявності та якості запропонованого товару, а продавці – у платоспроможності покупця. Для цього брокер-продавець надає довідку про наявність та обсяги виставленого на продаж товару, а також сертифікат якості, а брокер-покупець – довідку банківської установи про підтвердження наявності на розрахунковому рахунку покупця необхідних коштів або гарантію про оплату від банку.

Розрахунковий відділ (палата) біржі передає брокерам – сторонам угоди платіжні документи на стягнення біржового збору за надану послугу після укладання угоди (у відсотках від суми угоди з обох сторін), а також за реєстрацію угоди. Типовими правилами біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією передбачено, що за реєстрацію укладеної угоди товарна біржа встановлює реєстраційний збір, що не має перевищувати 0,5 суми угоди з обох сторін із урахуванням податків виходячи з чинного законодавства України. Після оплати брокерам видають оформлений біржовий контракт, який вони направляють своїм клієнтам для виконання.

Клієнт зобов'язаний виконувати умови біржового контракту, укладеного брокером за його дорученням. За відмову в реалізації затвердженої брокерами і зареєстрованої на біржі угоди продавець чи покупець товару, крім санкцій, передбачених у контракті, може бути позбавлений права здійснювати операції на біржі. Про це прилюдно оголошується на біржі. Якщо брокерська контора після цього надає послуги такому клієнтові, то на неї накладають біржовий штраф.

Відмова клієнта-брокера виконати угоду після її реєстрації не звільняє його від сплати біржового збору і посередницької винагороди брокеру.

Розв'язання спорів, що виникають між брокерами, а також під час виконання біржових контрактів чи у разі відмови від них, контроль за проведенням біржових торгів покладено, за правилами біржової торгівлі, на біржовий арбітраж і виконавчу дирекцію.

4. Біржові товари

Біржовий товар – це товар, який є об'єктом біржової торгівлі та відповідає вимогам до біржового товару:

- стандартизованість – відповідність установленим вимогам якості та іншим параметрам, передбаченим чинним законодавством, що робить товари взаємозамінними у межах певних груп і видів товарів;
- масовий – випускається у великому обсязі численними виробниками і призначається для широкого кола споживачів;
- вільне котирування на ринку – ціни на товар вільно встановлюються у відповідності до попиту та пропозиції з урахуванням конкуренції, яка має місце на ринку.

Біржовим товаром., яким здійснюють торгівлю на товарних біржах, є не вилучений з обігу товар певного виду та якості, а також стандартний контракт на зазначений товар, допущений до торгів біржею за правилами біржової торгівлі.

Характерними рисами біржового товару є:

- масовий характер виробництва та споживання;
- стандартизованість;
- схоронність;
- транспортабельність;
- незалежність якісних характеристик товару від конкретного виробника;
- вільне встановлення ціни.

Стандартні біржові контракти за правилами біржової торгівлі містять встановлену біржею кількість товару певного ґатунку, типу, марки (біржова одиниця, партія, лот, які відповідають або місткості транспортних засобів, або є традиційними за обсягом та вагою) і регламентують

терміни поставки товару.

У міжнародному біржовому обігу товари в матеріально-речовій формі представлені двома великими групами, що займають у ньому приблизно однакову частку, та відповідно п'ятьма підгрупами, які своєю чергою складаються з відповідного товарного асортименту (рис. 8).



Рис. 8 – Класифікація біржових товарів на міжнародних товарних біржах

Особливістю біржової торгівлі можна назвати відсутність самого біржового товару на біржі під час торгів. Оскільки кількісні та якісні характеристики біржового товару стандартизовані, немає потреби в його пред'явленні. Тим важливішим є встановлення вимог до якості біржового товару і контроль за дотриманням їх.

Якість – сукупність властивостей і характеристик продукції, що дають їй можливість задовольнити необхідні та передбачені потреби.

Якість товару залежить від фізичних, хімічних і біологічних властивостей, а також від відповідності товару функціональним, ергономічним, економічних та іншим вимогам. Товар може мати корисні властивості, але не мати високої якості. У зв'язку з цим біржова торгівля ставить суворі вимоги до інформації про якість товару.

Вимогами до якості біржового товару є:

- повнота інформації про товар;
- імовірність інформації про товар;
- єдність в оцінці якості товару всіх учасників біржової торгівлі.

Найбільш повну і достовірну інформацію про якість продукції містять стандарти, більшість з яких (близько 80 %) регламентують вимоги до продукції, які ще називають стандарти, або технічні умови.

З усіх джерел інформації про якість продукції найкращими є стандарти, побудовані у формі технічних умов.

Для зниження ризику та підвищення впевненості бірж у якості товару проводиться експертиза біржових товарів. Однією з форм є сертифікація продукції систем якості на підприємствах, які виробляють товар.

За біржових операцій із реальним біржовим товаром, для усунення ризиків втрати ним якості в процесі виконання, вантажно-розвантажувальних та транспортно-складських робіт повинен здійснюватися обов'язковий вхідний контроль якості продукції під час надходження її на біржовий склад.

5. Особливості біржових угод на товарній біржі

Під біржовою угодою варто розуміти угоду, яка укладена між членами біржі в біржовому приміщенні (залі) у встановлений біржовий час і яка має своїм предметом товар, допущений до обороту на даній біржі. Біржова угода мас на увазі одночасне прийняття учасниками біржового ринку прав і зобов'язань стосовно придбання та продажу певної кількості біржового товару.

Угода повинна бути проведена за участю біржового маклера, який зобов'язаний зробити

відповідний запис у книзі реєстрацій біржових угод і оформити відповідною маклерською запискою. Зміст угоди не розголошується, крім таких характеристик, як:

- найменування товару;
- його кількість;
- ціна;
- місце і термін виконання.

Угода набуває чинності з моменту її реєстрації на біржі. Біржа є гарантом виконання зареєстрованих на ній угод.

Угода вважається укладеною, якщо вона відповідає таким умовам:

- якщо її предметом є купівля-продаж, поставка та обмін товарів, допущених до обігу на товарній біржі;
- якщо вона подана до реєстрації та зареєстрована на біржі не пізніше наступного за досягненням згоди сторін дня;
- якщо її учасниками є члени біржі.

Укладання біржових угод є основним змістом біржових операцій, Іноді неправомірно ототожнюють поняття «біржова операція» та «угода».

Біржову операцію варто розглядати як сукупність дій та процедур з підготовки, оформлення та реєстрації біржової угоди.

Більшість угод на біржі розробляється та укладається не самими торговцями, а брокерами, що діють від їх імені та за їх кошт. Доручення на біржові операції брокери отримують від торговців у вигляді біржових наказів (замовлень клієнта).

Біржові операції бувають різних видів, і брокеру під час її здійснення треба не тільки правильно підібрати товар, а й вибрати той вид операції, що матиме найбільший зиск. У разі поділу біржових операцій можна виходити з різних критеріїв.

За терміном виконання операції поділяють на касові та термінові.

Касова операція являє собою операцію, розрахунок за якою здійснюється в найближчі біржові чи календарні дні.

У ФРН, наприклад, касові розрахунки проводяться в термін не пізніше другого біржового дня після дня здійснення угоди. У США, Великобританії і Швейцарії касові розрахунки проводять протягом п'яти днів, у Японії – до 14 календарних днів.

Строкова біржова операція – операція з товаром, виконання якої повинно відбутися в строки, обумовлені договором за даною операцією. Причому при строкових угодах предмет біржової торгівлі (товар чи контракт) і права на нього передаються в момент їхнього здійснення, а гроші сплачуються через визначений строк. Строкові угоди з цінними паперами дозволені далеко не скрізь. Широкої практики застосування такі угоди дістали у США і Швейцарії, де переважно діють приватні біржі. На державних біржах встановлені обмеження на проведення строкових угод. Справа у тім, що їхнє здійснення пов'язано зі строком установлення ціни. Якщо в момент укладання угоди ціна фондової цінності не обговорена, то в обох сторін є можливість впливати на неї з вигодою для себе. А це пов'язано зі спекуляцією і може вплинути на інтереси третіх сторін.

За наявністю товару операції розрізняють на операції з реальним товаром операції на термін (без реального товару).

Операції з реальним товаром можуть бути з коротким (фактично касова операція «спот») чи тривалим строком постачання («форвард» – строкова операція).

Одним із різновидів форвардних операцій є *операція із заставою (авансом)*. Це угода, за умовами якої один контрагент виплачує іншому в момент пропозиції угоди суму, обумовлену договором, укладеним між ними, у вигляді гарантії виконання своїх зобов'язань. Ця сума може становити від 8 до 100 % вартості пропонованого до угоди товару. Заставою може виступати не тільки грошовий внесок, а й сам товар. Якщо платником застави є покупець, то угода буде із заставою на покупку, а якщо продавець, то з заставою на продаж.

Операції з реальним товаром можуть здійснюватися з використанням різних *способів установлення ціни*:

• за ціною, що склалася на ринку на момент здійснення операції;
• за ціною, що склалася на ринку на момент постачання товару;
• коли ціна досягне визначеної граничної величини;
• за довідковою котирувальною ціною даних біржових торгів, опублікованої у встановленому порядку.

Форвардні угоди – угода із відстроченою поставкою на умовах форвард, тобто відстрочена поставка реального товару (від 30 до 360 днів) – це взаємне передання прав і обов'язків щодо реального товару. Оформлюється така угода форвардним біржовим контрактом. Особливість угоди на умовах форвард полягає в значній різниці у часі між укладанням угоди та її виконанням, тобто поставкою товару.

Контракт дає можливість продавцеві (товаровиробнику) дістати передоплату і використати її для виробництва продукції. Покупець убезпечує себе від ризику підвищенням цін на момент виконання контракту.

Форвардний біржовий контракт містить такі пункти:
• сторони контракту;
• предмет контракту;
• строк поставки товару;
• супроводжувальну документацію;
• реєстраційний збір біржі;
• порядок розрахунків;
• затвердження біржового контракту;
• зобов'язання сторін;
• арбітраж;
• реквізити сторін.

За умовами контракту продавець бере зобов'язання здійснити поставку певного товару відповідної якості в строки, визначені в угоді, а покупець – прийняти товар та сплатити його за цінами контракту.

Перевагами форвардного біржового контракту є:
• об'єктом торгівлі за форвардних угод, як правило, є товар, який ще буде виготовлений (вирощений) на момент поставки, тому учасники торгів можуть наперед планувати свій прибуток;
• продавець (товаровиробник) має можливість отримати передоплату від покупця у межах 50 % вартості контракту і використати на виробництво продукції;
• покупець гарантований від підвищення ціни і забезпечує організовані поставки продукції для власного виробництва (перепродажу).

Операції на термін «без реального товару» – це операції з неіснуючим товаром. Його ще немає у продавця в наявності – чи тому, що його ще просто не виробили, чи тому, що продавець його ще не встиг купити для подальшого продажу. Поза біржею з її розвинутим контрольним апаратом такі угоди могли б призвести до шахрайств у небачених розмірах.

Контракт на майбутнє постачання – договір, що укладається на постачання ще невиробленої продукції за фіксованою ціною. Цей контракт є проміжним між традиційним форвардом і ф'ючерсною угодою. Прикладом може слугувати контракт на постачання зерна майбутнього врожаю за заздалегідь обговореною ціною.

Ф'ючерсні операції – це операції, як правило, не з метою покупки чи продажу товару, а з метою страхування операцій з наявним товаром. Здійснюються вони за фіксованою на момент здійснення операції ціною, з виконанням операцій через визначений проміжок часу. До виконання операції як вноситься невелика гарантійна сума. Розрахунки провадить розрахункова чи клірингова палата, що стає посередником між покупцем і продавцем і забезпечує виконання зобов'язань. Об'єктом угоди є не наявний товар, а біржовий контракт (ф'ючерс). Ф'ючерсні операції проводять паралельно наявним угодам, на ту саму суму, але протилежного змісту. При наближенні терміну оплати наявних активів чи зобов'язань ф'ючерсні операції зараховуються (зворотними угодами), що дозволяє компенсувати втрати на наявному ринку прибутком на

біржі, і навпаки.

На ринку з організованою ф'ючерсною торгівлею існує кілька видів цін. Найбільший інтерес становлять ціни:

- за ф'ючерсними угодами та їх біржові котирування;
- за угодами на реальний товар – спот;
- на реальний товар по поставках на строк – форвард.

Крім ф'ючерсних, також широкого поширення набули *угоди з преміями (опціони).*

Опціон – це контракт, що фіксує право одного з учасників угоди купити чи продати фіксовану кількість товару (акцій визначеної компанії) за обговореного ціною в обмежений період часу у свого контрагента. Опціонні контракти передбачають торгівлю не реальним товаром, а тільки правом на володіння ним. Опціон дає можливість здобуття вигоди за рахунок зміни курсу цінних паперів.

Існує два різновиди опціонів: опціон-кол (call) – право купити і опціон-пут *(put)* – право продати.

На відміну від ф'ючерса, де сторони зобов'язані виконувати укладений контракт, опціон дозволяє своєму власникові, що заплатив якусь премію (фіксовану при купуванні опціопу), відмовитися від угоди, якщо за товаром даної компанії склалася несприятлива кон'юнктура. І навпаки, власник опціону придбає акції, якщо це обіцяє йому прибуток.

Хеджування – це спосіб одержання прибутку в процесі біржової ф'ючерсної торгівлі, що ґрунтується на розходженнях у ціні на один і той самий товар на ринку реального товару і ф'ючерсному ринку одномоментно.

Практика біржової торгівлі розрізняє хеджування і спекуляцію.

Біржова спекуляція – це спосіб одержання прибутку в процесі біржової ф'ючерсної торгівлі, що ґрунтується на розходженнях у динаміці цін ф'ючерсних контрактів у часі, просторі і на різні види товарів.

За своєю суттю хеджування і біржова спекуляція являє собою просту спекуляцію, тобто спосіб одержання прибутку шляхом гри на різниці у цінах. Хеджування і спекуляція – дві форми біржової спекуляції, які співіснують і доповнюють один одного.

Хеджування на біржі здійснюють, як правило, підприємства, організації, приватні особи, які водночас є і учасниками ринку реальних товарів: виробники, переробники, торговці.

Біржовою спекуляцією зазвичай займаються члени біржі і всі бажаючі (як правило, приватні особи) зіграти на різниці в динаміці цін ф'ючерсних контрактів.

На практиці не можна строго розмежувати суб'єктів, що займаються хеджуванням і біржовою спекуляцією, тому що учасники ринку реальних товарів теж беруть участь у біржових спекуляціях.

Хеджування слугує засобом для досягнення двох цілей: одержання додаткового прибутку порівняно з прибутком від реалізації на ринку реального товару або біржове страхування від втрат на ринку реального товару і забезпечує компенсацію деяких витрат (наприклад, на збереження товарів).

Біржові котирування – офіційні ціни за угодами, які укладаються на товар стандартної якості, в офіційні часи роботи біржі. Такі ціни оприлюднюються і являють собою відображення угод, укладених протягом дня. Біржові котирування показують у кожний певний момент співвідношення попиту і пропозиції на товарній біржі. За своєю природою біржові котирування унікальні, що дає змогу використовувати їх як світові ціни.

Котирування на товарній біржі – це виявлення і фіксування цін на товари, що представлені на біржу, а також інша ринкова інформація, що характеризує кон'юнктуру ринку.

6. Брокерська діяльність на товарній біржі

Біржову торгівлю на біржі здійснюють *брокерські контори і незалежні брокери.*

Брокери – фізичні особи, зареєстровані на біржі відповідно до ЇЇ статуту, обов'язки яких полягають у виконанні доручень членів біржі, яких вони представляють, щодо здійснення біржових операцій шляхом пошуку контрактів і подання здійснюваних ними угод для реєстрації

на біржі.

Брокери можуть бути незалежними, тобто мати власне брокерське місце — засвідчене відповідним договором, мати право учасника на здійснення біржової торгівлі на товарній біржі. Більшість брокерів входять до штату брокерських контор.

Центрального фігурою брокерської фірми є брокер, від діяльності якого залежить успішність і всієї біржової торгівлі. Тому формуванню штату та організації роботи брокерів необхідно приділяти особливу і постійну увагу.

Штат брокерів формується головним чином за критерієм здатності кандидатів до діяльності у сфері бізнесу, за їх потенційними діловими якостями і спеціальною професійною підготовкою.

У діяльності брокерських фірм щодо виявлення попиту і пропозиції важливо широко використовувати різні методи вивчення ринку, систематично аналізуючи якнайбільший обсяг комерційної інформації, а також ефективно використовувати рекламу. Основою роботою фірми повинна бути маркетингова діяльність.

Кожній брокерській фірмі потрібно намагатися сформувати і розширити мережу постійних клієнтів. Це досягається за допомогою пошуку клієнтів брокерами та реклами, встановлення ділових контактів з представниками підприємств і підприємцями, які безпосередньо звертаються на фірму.

Проміжним результатом цієї роботи і важливим початковим компонентом біржової торгівлі є укладання договору з клієнтами на брокерське обслуговування.

Перш ніж розпочати пошук клієнтури на реальному ринку, брокер повинен набути певних знань:

- вивчити зміст чинних законів, якими регламентується біржова торгівля, посередництво та діяльність підприємств – потенційних клієнтів (про підприємство, господарське товариство, про біржу, про податки та ін.).
- дослідити економіку регіону своєї діяльності, скласти перелік підприємств, що функціонують (з адресами, прізвищами керівників, відповідальних посадових осіб, номерами телефонів тощо). Особливу увагу потрібно звернути на платоспроможність потенційних клієнтів. Важливо намагатися наперед з'ясувати і вивчити імідж окремих підприємств і підприємців сфери діяльності за такими критеріями, як виконання ними своїх договірних зобов'язань, порядність, вірність слову посадових осіб тощо.
- вивчити кон'юнктуру торгівлі, добре орієнтуватися у цінах (не тільки на окремих біржах, а й на ринках, в окремих посередницьких структурах на основі біржової інформації про результати останніх торгів і пропозицій на наступні торги). Тут важливе значення посідає спеціалізація брокерів на окремих групах товарів.
- ознайомитися з правилами торгівлі на біржах, де представлена фірма, а також зі змістом документів, якими оформляються відносини брокерів з клієнтами, з вимогами і порядком їх заповнення.
- продумати і виробити тактику входження у контакт і ведення переговорів з конкретними клієнтами.

При безпосередньому відвідуванні підприємства — потенційного клієнта брокер повинен звертатися до керівника, його заступника з комерційних питань або до керівників служб (відділів збуту і постачання). При цьому потрібно мати доручення від брокерської фірми на право посередництва, а також бланки договорів на брокерське обслуговування і договорів-доручень, інформаційні матеріали про попит і пропозицію товарів, які можуть зацікавити клієнтів (біржові бюлетені, пропозиції на біржові торги тощо).

У практиці вітчизняної біржової торгівлі між брокерською фірмою (конторою) та її клієнтом переважає укладання і оформлення таких основних документів:

- угода на брокерське обслуговування;
- угода-доручення клієнта брокерської фірми (контори) на здійснення біржової угоди;
- звіт брокера (брокерської фірми, контори) клієнту про виконану роботу згідно з дорученням.

Угода-доручення або інший документ, що його замінює, є підставою для подання брокером заявки на участь у біржових торгах.

Після здійснення брокером угоди, її реєстрації на біржі, внесення біржового збору за угодою та оформлення біржового контракту по одному примірнику контракту направляють кожному клієнту (контрагенту) для виконання поставки або подання товару і розрахунків за нього.

Разом з біржовим контрактом брокерська фірма передає клієнту звіт брокера про виконану роботу відповідно до укладеної з ним угоди-доручення. У звіті брокера подається розрахунок остаточної суми винагороди брокерській фірмі за надану нею посередницьку послугу (з урахуванням фактичної ціни і суми угоди).

Поруч з брокерами, що торгують на біржі і виконують тільки замовлення, що надійшли від їх брокерських контор, у біржовій ямі працюють так звані *незалежні брокери* (дилери-спекулянти), що займаються виключно спекуляціями, використовуючи для цього власний капітал. Ця категорія брокерів працює, як правило, на ф'ючерсному ринку. Вони купують і продають або продають і купують багато разів упродовж дня, намагаючись до кінця дня вийти з ринку (ліквідувати свої позиції на ринку). Ці люди залучають для торгівлі на ринку власний капітал і тим самим забезпечують йому додаткову ліквідність.

Основні терміни

Біржова операція – сукупність дій і процедур з підготовки, оформлення та реєстрації біржової угоди.

Біржова спекуляція – це спосіб одержання прибутку в процесі біржової ф'ючерсної торгівлі, що ґрунтується на розходженнях у динаміці цін ф'ючерсних контрактів у часі, просторі і на різні види товарів.

Біржова угода – одночасне прийняття учасниками біржового ринку прав і зобов'язань з придбання та продажу певної кількості біржового товару.

Біржовий товар – до біржового товару, яким здійснюють торгівлю на товарних біржах, належить не вилучений з обігу товар певного виду і якості, а також стандартний контракт на зазначений товар, допущений до торгів біржею згідно з правилами біржової торгівлі.

Біржові котирування – офіційні ціни за угодами, що укладаються на товар стандартної якості, в офіційні часи роботи біржі.

Брокери – фізичні особи, зареєстровані на біржі відповідно до її статуту, в обов'язки яких входять виконання доручень членів біржі, яких вони представляють, стосовно здійснення біржових операцій шляхом пошуку контрактів і подання здійснюваних ними угод для реєстрації на біржі.

Валютна біржа – це постійно діючий центр з проведення операцій купівлі-продажу іноземної валюти та цінних паперів, номінованих у валюті.

Глибина біржового ринку – це обсяг товару (кількість лотів), виставлених на продаж.

Контракт на майбутнє постачання – договір, що укладається на постачання ще невиробленої продукції за фіксованою ціною.

Котирування на товарній біржі – це виявлення і фіксування цін на товари, що представлені на біржу, а також інша ринкова інформація, яка характеризує кон'юнктуру ринку.

Крок (тік) – мінімально допустима зміна ціни, так званий ліміт мінімальної ціни.

Лот – мінімальний стандартний обсяг біржового товару, що пропонується до купівлі-продажу на біржі.

Опір ринку – діапазон цін, в якому учасники торгів висловлюють готовність укладати угоди.

Опціон – це контракт, що фіксує право одного з учасників угоди купити чи продати фіксовану кількість товару (акцій визначеної компанії) за обговореною ціною в обмежений період часу у свого контрагента.

Організація біржової торгівлі – це сукупність взаємопов'язаних операцій, які виконуються брокерами та уповноваженими працівниками біржі в певній послідовності,

обумовленій правилами біржової торгівлі та регламентом торгів даної біржі.

Реальний товар – це товар, що є в наявності у товаровиробника (власника товару) і зберігається на визначеному складі або може бути вироблений чи вирощений через певний період часу.

Спред – величина різниці між максимальною ціною покупця та мінімальною ціною продавця.

Термінова біржова операція – операція з товаром, виконання якої повинно відбутися в терміни, обумовлені договором по даній операції.

Товарна біржа – організаційно оформлений, постійно діючий ринок, на якому здійснюється оптова торгівля товарами зі стандартизованими вимогами до його якості, кількості, умов і термінів поставки.

Товарна біржа (в економічному трактуванні) – організований у певному місці регулярно діючий за встановленими правилами оптовий ринок, на якому укладаються угоди купівлі-продажу товарів за зразками та стандартами і контрактів на їх поставку в майбутньому за цінами, що офіційно встановлені на основі попиту і пропозиції.

Товарна біржа (в класичному розумінні) – одна з форм організованого ринку, де відбувається оптова торгівля масовими якісно однорідними та взаємозамінними сировинними і продовольчими товарами.

Товарна біржа (в юридичному аспекті) – організація, що об'єднує юридичних і фізичних осіб, які здійснюють виробничу і комерційну діяльність і має за мету надання послуг в укладанні біржових угод, виявлення товарних цін, попиту і пропозиції на товари, вивчення, упорядкування і полегшення товарообігу і пов'язаних з ним торговельних операцій.

Товарна біржа (з організаційної точки зору) – це добре обладнане ринкове місце, що надається учасникам біржового торгу.

Торгова сесія – час, визначений для проведення безпосередньо біржових торгів.

Ф'ючерсні операції – це операції, як правило, не з метою покупки чи продажу товару, а з метою страхування операцій з наявним товаром.

Фіксинг – момент, коли сукупна вартість заявок на продаж дорівнює сукупній вартості заявок на купівлю.

Фондова біржа спеціалізується на організації укладання угод купівлі-продажу цінних паперів та їхніх похідних, що випускаються урядом, місцевими органами влади, господарськими товариствами і приватними підприємствами.

Форвардні угоди – угода з відстроченою поставкою на умові форвард, тобто відстрочена поставка реального товару (від 30 до 360 днів) – це взаємне передання прав і обов'язків щодо реального товару. *Операції з реальним товаром* можуть бути з короткими – фактично касова операція («спот») чи довготерміновим постачанням («форвард» – строкова операція).

Фрахтова біржа – це організований ринок фрахтованих суден, на якому концентрується вся інформація стосовно попиту на тоннаж та його пропозицію щодо рівня фрахтових ставок, умов угод фрахтування тощо.

Хеджування – це спосіб одержання прибутку в процесі біржової ф'ючерсної торгівлі, що ґрунтується на розходженнях у цінах на один і той самий товар на ринку реального товару і ф'ючерсному ринку одномоментно.

Ширина біржового ринку – кількість продавців та покупців на ньому.

Лекція 2.8
Тема: Сучасна біржова діяльність в Україні

План лекції:
1. Становлення і розвиток біржового ринку в Україні
2. Передумови і етапи становлення валютного ринку України

1. Становлення і розвиток біржового ринку в Україні

Започаткування біржової торгівлі в Україні пов'язують із відкриттям у 1796 р. товарної біржі у м. Одесі й у 1834 р. – у м. Кременчуку. Загалом можна виділити наступні етапи розвитку біржової торгівлі.

1796 – 1860 рр. Зародження біржового руху. Характерними особливостями цього періоду є створення та функціонування кількох товарних бірж з незначними обсягами угод, недосконалістю механізмів організації товарів, а також те, що не всі товари були предметом біржового обороту. Функціонування товарних бірж цього часу не відігравало суттєвої ролі і на гуртовому ринку сільськогосподарської продукції. Торгівля здійснювалася в основному зерновими і, як правило, невеликими партіями.

1861 – 1900 рр. Активізація і спеціалізація біржової торгівлі. Реформи 1861 р. внесли пожвавлення в біржову торгівлю. Вони прискорили перехід до ринкового господарювання, створили сприятливі передумови для подальшого розвитку біржової торгівлі. Біржі відкриваються в Харкові і Миколаєві. З'являються елеватори, створюються комерційні банки, залізничні мережі, вдосконалюються транспортні засоби. Починає працювати так званий підтоварний кредит, в основному для торгівлі хлібом. Все це суттєво впливає на інтенсивність розвитку біржової торгівлі.

1900 – 1914 рр. Інституалізація біржового ринку. Біржі цього періоду надійно ввійшли у народне господарство країни і мали суттєву питому вагу на гуртовому товарному ринку. Як правило, це були спеціалізовані біржі з торгівлі окремими видами продукції, а саме хлібні, фруктові, м'ясні, винні біржі та інші, серед яких найбільші біржові обороти мала Київська товарна біржа, Миколаївська хлібна й Одеська зернова біржі. За цей період відкрилося понад 50 бірж, а загальна їх кількість досягла 115. Місцева урядова влада, як правило, не втручалась у біржову діяльність. Крім того, на українських біржах, на відміну від західних, була майже відсутня спекуляція. Загалом біржа в тогочасній Україні стала не тільки організованим оптовим ринком, а й, що було зумовлено певними історичними умовами, органом представництва і захисту інтересів торгівлі та розвитку ринкової інфраструктури. Біржа займалася питаннями залізничного та водного транспорту, хлібної торгівлі, митниці, податками та іншими проблемами ринкового характеру. Початок Першої світової війни, а потім події 1917 р. призвели до повного припинення діяльності товарних бірж України.

1920-1928 рр. Впровадження державою нової економічної політики, базувалась на певних елементах ринкової економіки, сприяло відродженню біржової діяльності. Відновили свою діяльність 11 товарних бірж, що діяли на території України до 1917 р. Було рекомендовано всім організаціям вступити в члени біржі, відвідувати біржові торги, всі торгові операції здійснювати переважно через біржу і керуватись біржовими цінами. Жодне державне підприємство не мало права реалізувати свою продукцію за цінами, нижчими за біржові. У цей час на оптових ринках поряд з кооперативними організаціями з'явилися державна торгівля і промисловість. Вони, як правило, і ставали засновниками бірж.

Основними завданнями товарної біржі були:

– виконання посередницької діяльності;

– самостійне регулювання товарних ринків.

Товарна біржа формувалася як корпорація, мала статут, її членами могли бути всі форми підприємств (державні, приватні, змішані), що сплатили вступний внесок. Основними товарами біржового обігу були продовольство і фуражне зерно, частка яких досягла 80%. Здійснювалась також торгівля вовною, текстильною сировиною, шкірою і виробами з неї, металопродукцією і

паливом.

На біржовому ринку працювали в основному державні структури, що були, як правило, в ролі покупців. Частка приватних учасників була низькою. Держава використовувала біржі як систему контролю за державною торгівлею, з цією метою було прийнято постанову про обов'язкову реєстрацію на біржі всіх угод, що їх укладали державні підприємства.

Особливість тогочасних бірж полягала й у тому, що вони були не тільки організованим ринком, а й складовою процесу державного регулювання ринку.

Товарна біржа дедалі більше характеризувалася як додатковий інструмент реалізації тогочасної планової економічної політики держави. На посередницьку діяльність бірж негативно впливали жорстке планування і монополізація збуту. Посилюється тиск на біржі з боку контролюючих органів, величезної армії чиновників різних рівнів.

Таким чином, торговельне посередництво бірж і їх роль у становленні ринкових відносин почали обмежуватись лише не запланованими в централізованому порядку товарами. А через постійне перевищення попиту над пропозицією товару визначення цін і розподіл товарних потоків ставали неактуальними. Зусилля державного регулювання економіки під однопартійним диктатом призвело до згортання нової економічної політики.

У результаті з 18 бірж, що діяли на той час в Україні, залишилось лише чотири, а до кінця 1930 р. перестали працювати й вони. 90-ті роки – розвиток біржової торгівлі за умов становлення ринкових відносин.

Характерними особливостями становлення біржового ринку цього періоду є:

– з'ясування його економічної сутності;

– створення правової бази;

– формування організаційної структури;

– опрацювання функціональної моделі;

– опрацювання механізму біржового ціноутворення.

У процесі організації та активізації діяльності товарних бірж вирішальна роль належить Закону України «Про товарну біржу», введеного в дію з січня 1992 р. Так, станом на квітень 1992 р., в Україні уже починають функціонувати близько 70 товарних бірж. Їхній біржовий оборот становить майже 10 млрд. крб. (1,81 млн. дол. США). Частка сільськогосподарської продукції у структурі біржового обороту була незначною і складала близько 6%.

Упродовж 1992 – 1994 рр. спостерігався спад біржової активності, скорочувалися обсяги біржових угод, кількість діючих товарних бірж, у тому числі й таких, що торгували агропродукцією і зерном. Цей процес частково обумовлений тим, що торгівля на товарних біржах організовувалась не за всіма представленими товарами, а продавались виключно біржові товари, вся інша продукція проходила через позабіржовий гуртовий ринок. Біржові товари, вся інша продукція проходила через позабіржовий гуртовий ринок.

Також негативно вплинув на діяльність біржового ринку введений в дію 28.02.1992 р. Закон «Про оподаткування доходів підприємств і організацій», згідно з яким посередницька діяльність, а саме податок на прибуток від аукціонів, біржових торгів, закупівельно-торгівельної діяльності був визначений у межах 75%. Тільки Закон України «Про оподаткування доходів підприємств» від 28.12.1994 р., дає законодавчу основу для відродження біржової діяльності в Україні, оскільки податок на посередницьку діяльність було знижено до 45%. Це й обумовило в 1995 р. значну активізацію біржового ринку.

Виробники продукції почали самостійно реалізовувати її за контрактами (в тому числі державними) через торговельні біржі та контрактні доми, заготівельні посередницькі організації.

У 1996 р. біржі працювали вже у всіх регіонах України. Через них реалізовувалися значні обсяги товарної продукції. Так, обсяги реалізації зерна досягли в 1996 р. 3 млн. т, а насіння соняшнику – 450 тис. т. Біржова торгівля сприяла вирівнюванню і стабілізації цін.

Питома вага сільськогосподарської продукції і продовольства в торговельному обороті бірж становила 50%.

Серед найбільш активних регіональних бірж можна назвати:

– Чорноморську (м. Миколаїв);
– Одеську аграрну та Одеську товарну біржі;
– Агропромислову біржу «Донбас» (м. Донецьк);
– Вінницьку товарно-універсальну біржу;
– Київську агропромислову біржу;
– Полтавську агропромислову біржу;
– Західноукраїнську аграрну біржу (м. Львів);
– Західну регіональну товарну біржу (м. Львів).

З другої половини 1996 р., у біржовій торгівлі спостерігався спад активності. Обсяги угод, що укладались на товарних біржах, які торгують агропродукцією, зменшились у 3,6 рази. На думку спеціалістів, причини спаду біржової торгівлі продукцією полягають у наступному:

– відміна обов'язкового експорту продовольчої продукції через біржовий товарний ринок як тимчасового в умовах економічної кризи явища;
– неправомірні адміністративні втручання у переміщення продукції територією країни;
– заблокованість рахунків товаровиробників і, як наслідок, велика кількість бартерних операцій за окремими видами продукції, що перевищує 50%-ний бар'єр;
– недосконала система оподаткування;
– невідповідність продукції європейським стандартам якості;
– відсутність гарантій виконання біржових угод, що призвело до залишення зарубіжними покупцями українського ринку та ін.

Уповільнення біржових процесів справило негативний вплив на загальну ситуацію у формуванні ринкового середовища країни, що призвело до виникнення негативних явищ на ринку сільськогосподарської продукції.

У період 1998 – 2001 рр. активізувалась діяльність бірж України у різних областях розвитку економіки держави:

– агропромисловий ринок;
– ринок послуг з реалізації конкурсного продажу майна, що є в податковій заставі;
– організація аукціонів і біржових торгів у разі відчуження майна державних підприємств;
– участь спеціалістів бірж у реалізації майна підприємств – банкротів;
– послуги з експертної оцінки та надання послуг про біржові ціни на товари й послуги;
– організація процесу реалізації конфіскованого майна.

За даними статистичних органів на 10 січня 2000 р. в Україні було зареєстровано 386 бірж. Практичну діяльність здійснювали 255 бірж (66%), серед них: універсальних, товарно-сировинних і товарних – 175 бірж (68,6%), бірж нерухомості – 39, агропромислових – 23, фондових – 14, спеціалізованих –- 2, валютних – 2.

На кожній біржі в середньому діяло 16 брокерських контор(фірм) та незалежних брокерів.

Біржова торгівля продукцією і товарами в 2000 р. була представлена спотовим ринком (92,2% усіх договорів). На умовах форварду укладено 4,1% договорів. На умовах опціону договори не укладались.

У 2000 р. на біржах України спостерігалось збільшення продажу сільськогосподарської продукції, палива, транспортних засобів та зменшення попиту на операції з нерухомістю.

Раніше більше 80% доходу біржі України отримували від операцій з нерухомістю. Значний вплив на розвиток біржового ринку того періоду мав Указ Президента України від 1999 р. щодо реформування АПК України та розвитку біржового ринку сільгосппродукції.

На початку XXI ст. в Україні біржовими механізмами публічного продажу товарів та послуг користується незначний сегмент економіки держави. Так, якщо за процедурою відчуження майна державних підприємств, реалізації майна підприємств-боржників до 80% операцій здійснюється через біржі, то реалізація сільгосппродукції в аграрному секторі не охоплює і 20% загального обсягу виробленої продукції. У структурі доходної частини 95% бірж України доход від реєстрації контрактів на продаж сільгосппродукції складає менше 10%. Проте у 2004 р. спостерігалась позитивна тенденція в організації державних закупок сільгосппродукції через біржовий ринок.

Суттєвим недоліком функціонування вітчизняних бірж є недостатньо відпрацьований механізм торгівлі ф'ючерсними контрактами, що не дає можливості виробникам і споживачам класичних біржових товарів застрахуватись від ризику несприятливої кон'юнктури на ринку реального товару за допомогою операцій, пов'язаних з хеджуванням.

На сьогодні в Україні немає достатньої законодавчої бази для обігу ф'ючерсних контрактів, немає механізму сертифікації зерносховищ, більшість елеваторів не відповідають світовим стандартам.

Недоліки в організації біржового ринку викликані, найперше, концептуальною безсистемністю переходу України до ринкових відносин та прогалинами нормативно-законодавчої бази. Вони негативно впливають на ефективність біржових структур і практично роблять неможливою реалізацію основної функції товарної біржі – забезпечення гуртової торгівлі.

Виходячи з реалій становлення ринкових механізмів в Україні, складного й довгого формування законодавчої бази, наявності потужного сектора «тіньової економіки», більшість бірж змушені у сферу своєї діяльності вводити нові послуги (консалтингові, юридичні, оціночні), які не є класичними функціями бірж. З іншого боку, це досить доходний бізнес, він дозволяє біржовикам розвивати перспективні механізми, на приклад, реалізацію форвардних контрактів, розвитку механізму хеджування.

2. Передумови і етапи становлення валютного ринку України

Валютний ринок в Україні – це переважно міжбанківський ринок, адже саме в ході міжбанківських операцій здійснюється основний обсяг угод з купівлі-продажу іноземних валют. Шляхом проведення міжбанківських операцій на валютному ринку забезпечується обслуговування міжнародного обороту товарів, послуг і капіталів (міжнародних платежів).

Суб'єкти валютного ринку України:

– Національний банк України;

– комерційні банки, які одержали ліцензію Національного банку на право здійснення операцій з валютними цінностями (уповноважені банки);

– інші кредитно-фінансові установи-резиденти (страхові, інвестиційні, дилерські компанії), які одержали ліцензію Національного банку;

– юридичні особи, які уклали з уповноваженими банками угоди на відкриття пунктів обміну іноземної валюти;

– кредитно-фінансові установи-нерезиденти, в тому числі іноземні банки, які одержали індивідуальний дозвіл Національного банку України на право здійснення операцій на міжбанківському валютному ринку України;

– валютні біржі або валютні підрозділи товарних чи фондових бірж, які одержали ліцензію Національного банку на право організації торгівлі іноземною валютою.

З початку створення українського валютою ринку його специфіка полягала в тому, що він був представлений переважно валютною біржею, що функціонувала як структурний підрозділ Національною банку України.

Українська міжбанківська валютна біржа - це перший за часом виникнення сегмент валютного ринку держави. Діяльність УМВБ розвивалася разом з розвитком валютного ринку, всі зміни у валютній політиці держави, що відбувалися протягом останніх років, так чи інакше торкалися і УМВБ.

Угоди з купівлі-продажу іноземних валют в безготівковій формі на внутрішньому ринку України спочатку укладалися тільки на біржовому ринку. Але з розвитком банківської системи й у зв'язку з лібералізацією валютної торгівлі (травень 1995 р.) з'явився ще один сегмент валютного ринку – міжбанківський ринок, де угоди почали укладатися безпосередньо між банками, уповноваженими на здійснення валютних операцій. Із появою цього сегмента ринку можна вважати, що структура українського валютного ринку повністю сформувалася.

На той час валютний ринок України складався з трьох великих сегментів:

– біржового ринку;

– позабіржового або міжбанківського ринку;

– ринку продажу готівки.

Усі сегменти ринку – біржовий, позабіржовий і готівковий взаємопов'язані, хоч кожен з них виконує свою специфічну роль. Так, біржовий ринок діє згідно з формалізованими і твердо встановленими правилами: усі основні параметри угод фіксуються офіційною статистикою, тому інформація є достатньо повною і достовірною. На позабіржовому ринку, де поведінка учасників визначається їхнього взаємною домовленістю, умови угод є комерційною таємницею, тому про діяльність цього сегмента валютного ринку можна робити висновки лише за експертними оцінками. Ринок продажу готівки обслуговує готівковий оборот, суб'єктами цього ринку є фізичні та юридичні особи, які купують валюту в обмінних пунктах безпосередньою.

Ефективна діяльність валютного ринку багато в чому залежить від системи його регулювання. Світова практика функціонування ринків знає два методи валютною регулювання - ринковий і державний. Ці методи доповнюють один одного, однак співвідношення між ними постійно змінюється залежно від конкретної економічної ситуації.

Ринкове регулювання валютного ринку діє на основі закону вартості й закону попиту та пропозиції і застосовується в умовах економічної стабільності. При ньому також існує державне регулювання, оскільки валютні відносини відчутно впливають на внутрішній економічний розвиток.

Органи валютного регулювання в Україні:

– Національний банк України;

– Уповноважені банки;

– Державна податкова адміністрація України;

– Міністерство зв'язку України;

– Державний митний комітет України.

Національний банк України є головним органом валютного контролю в державі, який:

– здійснює валютну політику, керуючись принципами загальної економічної політики України;

– складає разом з Кабінетом Міністрів України платіжний баланс держави;

– контролює дотримання затвердженого Верховною Радою України ліміту зовнішнього державного боргу України;

– визначає у разі необхідності ліміти заборгованості в іноземній валюті уповноважених банків-нерезидентам;

– видає обов'язкові для виконання нормативні акти щодо здійснення операцій на валютному ринку України;

– нагромаджує, зберігає і використовує резерви валютних цінностей для здійснення державної валютної політики;

– видає ліцензії на здійснення валютних операцій і приймає рішення про їх скасування;

– установлює способи визначення і використання валютних (обмінних) курсів іноземних валют, виражених у валюті України, курсів валютних цінностей, виражених в іноземній валюті або в розрахункових (клірингових) одиницях;

– забезпечує публікацію банківських звітів про власні операції і операції уповноважених банків.

Конкретними виконавцями валютного регулювання є комерційні банки. Вони проводять валютні операції відповідно до ліцензії, яку отримують від НБУ, здійснюють контроль за дотриманням клієнтами валютного законодавства і поданням звітності про укладення валютних угод.

Контроль за правомірністю діяльності уповноважених банків здійснює Національний банк України. Він стежить за виконанням правил регулювання валютних операцій на території України з усіх питань, не віднесених до компетенції інших державних органів, а також забезпечує виконання уповноваженими банками функцій щодо здійснення валютного контролю згідно з валютним законодавством України.

Крім НБУ, в межах своєї компетенції органами валютного контролю є:

– Державна податкова інспекція України, яка здійснює фінансовий контроль за валютними операціями, що проводяться резидентами і нерезидентами на території України;

– Міністерство зв'язку контролює додержання правил поштових переказів та пересилання валютних цінностей через митний кордон України;

– Державний митний комітет України здійснює контроль за додержанням правил переміщення валютних цінностей через митний кордон України.

Рекомендовані навчально-методичні матеріали

1. Акименко О.Ю. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності промислового виробництва: теорія, методологія, практика: монографія. – Чернігів: Національний університет «Чернігівська політехніка», 2021. – 398 с.

2. Дунська А.Р., Кузнєцова К.О. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємств Конспект лекцій. Навчальний посібник навчальний посібник для здобувачів ступеня магістра за освітньою програмою «Менеджмент міжнародного бізнесу» спеціальності 073 Менеджмент. – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського 2022. – 181 с.

3. Подцерковний О.П., Зятіна Д.В. Бойченко Е.Г., Попелюк В.П. Правове регулювання зовнішньоекономічної діяльності: навчально-методичний посібник (для студентів денної та заочної форми навчання). – Одеса: НУ «ОЮА», 2021. – 166 с.

4. Полковниченко С.О. Основи зовнішньоекономічної діяльності. Конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 075 «Маркетинг». – Чернігів: НУ «Чернігівська політехніка», 2023. – 151 с.

5. Сухорукова О.А.Планування міжнародної діяльності підприємства: практикум [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студентів спеціальності 073 «Менеджмент», освітньо-професійної програми «Менеджмент міжнародного бізнесу». – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2024. – 116 с.