

**МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВНУТРІШНІХ СПРАВ
КРЕМЕНЧУЦЬКИЙ ЛЬОТНИЙ КОЛЕДЖ**

Циклова комісія економіки та управління

ТЕКСТ ЛЕКЦІЇ

з навчальної дисципліни «Міжнародні економічні відносини»
обов'язкових компонент
освітньо-професійної програми
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

Логістика

за темою № 4 - Сучасна міжнародна торгівля

Харків 2022

ЗАТВЕРДЖЕНО

Науково-методичною радою
Харківського національного
університету внутрішніх справ
Протокол від 30.08.2022 № 8

СХВАЛЕНО

Методичною радою
Кременчуцького льотного
коледжу Харківського
національного університету
внутрішніх справ
Протокол від 22.08.2022 № 1

ПОГОДЖЕНО

Секцією науково-методичної ради
ХНУВС з гуманітарних та соціально-
економічних дисциплін
Протокол від 29.08.2022 № 8

Розглянуто на засіданні циклової комісії економіки та управління,
протокол від 15.08.2022 № 1

Розробники:

1. викладач циклової комісії економіки та управління, к.п.н., спеціаліст вищої категорії, викладач – методист, Носач І.В.
2. викладач циклової комісії економіки та управління, спеціаліст вищої категорії, викладач-методист Бондарець О.М.

Рецензенти:

1. Смерічевська С.В - професор кафедри логістики НАУ, доктор економічних наук, професор, експерт Українського логістичного альянсу (УЛА);
2. Цимбалістова О.А. – кандидат економічних наук, спеціаліст вищої категорії, викладач – методист, старший викладач циклової комісії економіки та управління КЛК ХНУВС.

План лекції

1. Суть та показники міжнародної торгівлі
2. Теорії міжнародної торгівлі
3. Форми здійснення експортно-імпортних та товарообмінних операцій у міжнародній торгівлі
4. Організація діяльності міжнародних товарних ринків
5. Особливості міжнародної торгівлі послугами
6. Зовнішньоторговельна політика: суть та інструменти
7. Регулювання торгівлі на міжнародному ринку

Рекомендована література:

Основна:

1. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 № 959-ХІІ (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/>
2. Амеліна І.В. Міжнародні економічні відносини. Підручник. – К.: ЦУЛ, 2019. – 256 с.
3. Дергачова В.В., Згуровський О. М., Манаєнко І.М. Міжнародні економічні відносини: практикум: Навчальний посібник. – К.: КПП ім. Ігоря Сікорського, 2018. – 80 с.
4. Мазаракі А.А., Мельник Т.М., Кудирко Л.П. та ін. Міжнародні економічні відносини. Підручник. за заг. ред. А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. – 612 с.
5. Шкарлет С.М. Міжнародні економічні відносини та менеджмент в умовах посилення глобалізаційних процесів. Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2017. 528 с.

Додаткова:

6. Горбач Л.М., Плотніков О.В. Міжнародні економічні відносини. Підручник. – К.: Видавничий дім «Кондор», 2017. – 432 с.
7. Голюков А. П., Довгаль О. А. Міжнародні економічні відносини. Підручник. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2015. – 464 с.
8. Задоя А.О. Міжнародна економіка. Підручник. – К.: ЦУЛ, 2012. 416 с.
9. Чернега О.Б. Міжнародна економічна діяльність України. Навчальний посібник. – Д. : ТОВ «Східний видавничий дім», 2013.– 600 с.

Інформаційні ресурси в Інтернеті:

10. Офіційний портал Верховної Ради України: Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua>

11. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua
12. Організація Об'єднаних Націй (ООН) - United Nations(UN) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.un.org/>
13. Світова організація торгівлі (СОТ) - World Trade Organization (WTO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wto.org/>
14. Міжнародна торговельна палата (МТП) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.iccwbo.org
15. Міжнародний валютний фонд (МВФ) - International Monetary Fund – IMF [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imf.org>
16. Світовий банк (World Bank) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldbank.org>
17. Міжнародний банк реконструкції і розвитку (МБРР) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.worldbank.org/ibrd
18. Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ) - World Intellectual Property Organization (WIPO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wipo.org>
19. Організація економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) – Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/>
20. Всесвітній економічний форум (ВЕФ) - World Economic Forum [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.weforum.org>
21. Європейський Союз (ЄС) – European Union (EU) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eu.com>

Текст лекції

1. Суть та показники міжнародної торгівлі

Міжнародна торгівля є традиційною і найдавнішою формою міжнародних економічних відносин.

Міжнародна торгівля – сфера міжнародних товарно-грошових відносин, специфічна форма обміну продуктами праці (товарами і послугами) між продавцями і покупцями всіх країн світу. Міжнародна торгівля – це сукупність зовнішньої торгівлі всіх країн світу. Під терміном «**зовнішня торгівля**» розуміють торгівлю будь-якої країни з іншими країнами що складається з оплачуваного ввозу (імпорту) та оплачуваного вивозу (експорту) товарів.

Суб'єктами міжнародної торгівлі виступають держави, державні та недержавні організації, ТНК, окремі особи, приватні, акціонерні та кооперативні підприємства і фірми. В якості об'єктів міжнародної торгівлі виділяють результати людської праці – товари і послуги.

Товар – це предмет, який задовольняє будь-яку суспільну потребу, виготовлений для обміну та має уречевлену, видиму форму. Послуга – предмет праці людини, який також спрямований на задоволення суспільної

потреби, виготовлений для обміну, але не має уречевленої видимої форми. Проте не всі товари і послуги можуть стати об'єктом міжнародного обміну. Тому виникає необхідність розмежування усіх товарів на торгові і неторгові товари, тобто у міжнародній економіці товар розглядається не як продукт виробництва, а як об'єкт попиту та пропозиції. **Торгові товари** – це товари, які можуть переміщатися між різними країнами та їх ціна визначається взаємодією попиту і пропозиції як на внутрішньому так і на світовому ринку. **Неторгові товари** – товари, які споживаються у тій самій країні де і виготовляються тобто не переміщуються між країнами і ціна на які визначається рівністю попиту і пропозиції в національних межах.

Торгові товари поділяються на товари *експорту* та *імпорту*.

Серед *товарів експорту* виділяють товари *реального експорту* та *субституту експорту* – ті вітчизняні товари, які в даний момент продаються лише на внутрішньому ринку, але при бажанні можуть продаватись і за кордоном.

Товари імпорту складаються з товарів *реального імпорту* та *субститутів імпорту* – тих вітчизняних товарів, якими при бажанні можна замінити іноземні.

Основними показниками за допомогою яких можна охарактеризувати стан зовнішньої торгівлі є – обсяг зовнішньої торгівлі, динаміка експорту та імпорту; товарна структура зовнішньої торгівлі; географічна структура.

Обсяг світової торгівлі визначається у натуральних та вартісних показниках. Вартісні показники переважно розраховуються у національній валюті. Для вартісної оцінки експорту більшість країн використовує базу цін FOB (продавець зобов'язаний доставити товар у порт відвантаження і завантажити його на борт судна). Для оцінки імпорту найчастіше використовують базу цін CIF (продавець зобов'язаний за свій рахунок зафрахтувати судно, вантажити товар і страхувати від ризиків). Фізичний обсяг світової торгівлі оцінюється у вагових одиницях (тоннах, кілограмах, фунтах) або у специфічних одиницях вимірювання (барелях, бушелях, мішках).

Зміна обсягів торгівлі характеризується динамікою зовнішньоторговельного обороту. Зовнішньоторговельний оборот – це сума експорту та імпорту країни за певний період часу. Різниця між сукупним експортом та імпортом протягом певного періоду становить сальдо торгового балансу, яке є активним, якщо експорт за вартістю перевищує імпорт, і пасивним – коли ситуація протилежна.

Структура міжнародної торгівлі зазвичай розглядається з точки зору її ***географічного розподілу*** (географічна структура) і ***товарного наповнення*** (товарна структура).

Географічна структура міжнародної торгівлі являє собою розподіл торговельних потоків між окремими країнами та їх групами, які виділяються:

- за *територіальною ознакою* (міжнародна торгівля країн, що належать до однієї частини світу (Африка, Пд. Америка, Європа), або до укрупненої групи країн (індустріальні країни, країни, що розвиваються);

- за *організаційною ознакою* (міжнародна торгівля між країнами, які належать до окремих інтеграційних об'єднань (ЄС, СНД, НАФТА), або між країнами, які виділяються в окрему групу за тим чи іншим аналітичним критерієм (країни – експортери, країни – чисті боржники).

Товарна структура міжнародної торгівлі – розподіл торговельних потоків за товарними групами (сировинні товари; напівфабрикати; готові вироби; готові промислові товари короткострокового користування, призначені для промисловості (строк придатності до 1 року); готові вироби довготривалого користування; споживчі товари (нехарчові) нетривалого використання; товари довготривалого використання).

2. Теорії міжнародної торгівлі.

Ранні та класичні теорії міжнародної торгівлі.

Оскільки, історично міжнародна торгівля передувала іншим формами міжнародних економічних відносин, першими з'явилися теоретичні розробки (концепції), що стосувалися саме проблем міжнародної торгівлі і намагалися відповісти на практичні запитання: «Чому ж країни торгують між собою?» і «Що ж обрати для забезпечення економічного розвитку – свободу торгівлі чи протекціонізм?»

Першою давала відповідь на це запитання **концепція меркантилізму** (від італійського *mercante* – *торгівля*), розроблена на початку XVIII століття Томасом Маном, Жаном Батістом Кольбертом, Вільямом Петті та іншими.

Меркантилізм – теорія, яка дозволила вийти за рамки феодальних тверджень про самозабезпечення і започаткувала обґрунтування ролі товару в умовах нової господарської системи та економічної експансії національних держав за кордон. Представники цієї економічної думки дотримувались погляду, що світ має обмежений обсяг багатства. Тому добробут однієї країни може поліпшитись лише за рахунок зубожіння іншої. Багатство нації визначалося *меркантилістами* обсягом дорогоцінних металів, які вона мала у своєму розпорядженні. Тому кожна країна повинна накопичувати золото, срібло та інші коштовності. Водночас, рекомендувалось скорочувати імпорт, щоб не допускати відпливу з даної країни так званих повноцінних грошей. Отже, *меркантилісти розглядали міжнародну торгівлю як гру з нульовою сумою*, під час якої виграш однієї країни неминуче означає програш її торговельного партнера.

Меркантилісти першими описали те, що у сучасній економіці називається платіжним балансом, підкреслюючи необхідність реалізації такої зовнішньоекономічної політики, яка б сприяла досягненню позитивного сальдо торговельного балансу.

Обмеженість меркантилістів полягала в неспроможності зрозуміти, що збагачення нації відбувається не лише за рахунок зубожіння інших країн, а й за рахунок нарощування багатства, внутрішнього потенціалу і міжнародної торгівлі.

Першим економістом який чітко визначив, що багатство країни залежить не від обсягів накопиченого нею золота, а від розвитку виробництва за рахунок розподілу праці та її кооперації, був Адам Сміт (Adam Smith, 1723–1790) – засновник класичної школи економічної думки. Максимальної вигоди від зовнішньої торгівлі країна, на думку А.Сміта, може досягнути лише в умовах «**лессе-фер**» (laissez-faire фр. «дозволити робити») повного невтручання держави в економіку і свободи конкуренції.

Теорія абсолютних переваг (А.Сміт) – країни експортують ті товари, у виготовленні яких вони мають абсолютну перевагу порівняно з іншими країнами (виробляють з меншими витратами праці на одиницю продукції), і імпортують ті товари, які виробляють інші країни з меншими витратами (у виробництві яких абсолютні переваги належать їхнім торговим партнерам).

На противагу меркантилістам, Адаму Сміту вдалося довести, що торгівля може бути взаємовигідною для обох торгових партнерів. Інакше кажучи, вона має бути *не грою з нульовим результатом, а грою з позитивною сумою*. Якщо імпортований товар дешевший від вітчизняного аналога, то країні вигідніше обмінювати такі товари на продукцію власного виробництва, стосовно яких вона має певну перевагу.

Недоліками концепції А. Сміта були:

- 1) вона не пояснює виникнення торгівлі між країнами, які не мають абсолютних переваг у виробництві жодного із товарів;
- 2) теорія не враховує існування транспортних витрат;

Теорія абсолютних переваг набула подальшого розвитку в працях Давіда Рікардо (David Ricardo, 1772–1823). Він висунув і обґрунтував **теорію порівняльних переваг** (comparative advantage theory).

Теорія порівняльних переваг (Д. Рікардо) стверджує, що до тих пір поки за умов відсутності міжнародної торгівлі у співвідношенні цін між країнами зберігається хоч найменші відмінності кожна країна матиме порівняльні переваги, тобто у кожній з них знайдеться такий товар виробництво якого буде вигіднішим при існуючому співвідношенні витрат (якщо брати за точку відліку встановлення торговельних відносин), ніж виробництво інших товарів. Саме цей товар вона і повинна експортувати в обмін на інші.

Як в теорії абсолютних переваг, так і в теорії порівняльних переваг використовують поняття **витрат (ціни) заміщення** або **альтернативної ціни** (opportunity cost).

Альтернативна ціна (альтернативні витрати) – робочий час необхідний для виробництва одиниці одного товару, який визначений через робочий час, необхідний для виробництва одиниці іншого товару.

Виграш від торгівлі – це економічний ефект, який отримує кожна країна що приймає участь у торгівлі за умов її спеціалізації на виробництві того товару за яким вона має відносні переваги.

Теорія порівняльних переваг є базисною для всіх наступних досліджень у сфері міжнародної торгівлі, проте і вона має кілька суттєвих недоліків:

- 1) передбачає крайню ступінь спеціалізації;

2) не бере до уваги відмінності у ресурсному потенціалі країни, які як показує практика, часто є однією з причин виникнення міжнародної торгівлі;

3) вважає вигоду від зовнішньої торгівлі однозначною і беззаперечною для всіх її учасників, оскільки ґрунтується на ідеї безперешкодного переливу факторів виробництва з країни в країну.

У середині 19 століття зародилася **теорія міжнародної вартості** котра розвивала попередні теорії. Розробив її Джон Стюарт Мілль, який стверджував що ціна міжнародного обміну встановлюється за законом попиту і пропозиції на такому рівні, що сукупність експорту кожної країни дозволяє оплачувати сукупність її імпорту.

Неокласичні теорії міжнародної торгівлі.

На відмінну від попередніх двох теорій шведські економісти неокласики **Елі Хекшер (1879-1952) і Бертіл Олін (1899-1979)** у 20-х роках XX століття зосередили увагу на іншому аспекті міжнародної торгівлі – відмінностях у ресурсному потенціалі, який і є основною причиною виникнення обміну товарами.

Теорія співвідношення факторів виробництва (теорія Гекшера-Оліна) – кожна країна експортує ті фактороінтенсивні товари для виробництва яких вона володіє відносно надлишковими факторами виробництва, і імпортує ті товари для виробництва яких вона відчуває відносний дефіцит факторів виробництва.

Фактороінтенсивність – показник, який визначає відносні витрати факторів виробництва на створення певного товару.

Факторозабезпеченість – показник, який визначає відносну забезпеченість країни факторами виробництва.

Основна ідея моделі Гекшера-Оліна полягає в тому, що країна, яка **багата на капітал**, має перевагу у виробництві капіталомістких товарів (експортує капіталомісткі товари); країна, яка **багата на трудові ресурси** має перевагу у виробництві трудомісткого товару (експортує трудомісткі товари).

Модель Гекшера-Оліна була доповнена американським економістом **Полом Самуельсоном (1948 р.)** і отримала назву **теорія вирівнювання цін на фактори виробництва**, яка говорить, що міжнародна торгівля призводить до вирівнювання абсолютних і відносних цін на гомогенні фактори виробництва в країнах, які беруть участь у міжнародній торгівлі.

Після 2-ї світової війни теорія Гекшера-Оліна піддавалась перевірці зі сторони багатьох економістів, котрі намагалися виявити і довести існування кореляційної залежності між капіталомісткістю і трудомісткістю галузей промисловості окремих країн у порівнянні з реальною структурою їх експорту та імпорту.

В 1953 році американський економіст Василь Леонт'єв розробив таблицю витрат та випуску продукції на матеріалах економіки США, яка дала йому можливість визначити потребу певної галузі в факторах виробництва, а також сукупну потребу економіки в виробничих ресурсах. Вихідним пунктом дослідження була ідея емпіричної перевірки положення теорії Гекшера-Оліна. Відповідно до цієї теорії США, які вважалися однією з

найбагатших і найбільш капіталонасичених країн з відносно високим рівнем оплати праці, повинні були експортувати капіталомісткі товари, а імпортувати – працемісткі.

Результати досліджень Леонтьєва – капіталомісткість американського імпорту на 30% перевищувала капіталомісткість експорту, що суперечило загальному уявленню.

Дослідження Леонтьєва назвали «**парадоксом Леонтьєва**» – теорія співвідношення факторів виробництва Гекшера-Оліна не підтверджується на практиці: капіталонасичені країни експортують капіталомісткі товари, тоді як працenasичені країни – працемісткі.

Пояснення щодо виникнення парадоксу Леонтьєва:

- Необхідно поділяти робочу силу на кваліфіковану і некваліфіковану і враховувати їх витрати окремо на виробництво експортних товарів.
- США імпортувала велику кількість сировини з країн, що розвиваються, добування якої потребувало великих витрат капіталу (капіталомісткий імпорт).
- Смаки і переваги американців традиційно спрямовані на капіталомістку технологічну продукцію, яку вони імпортують, незважаючи на те, що і сама країна забезпечена капіталом.
- Більшість імпортованих товарів США в 1947 році були нафта, мідь, метали, паперова продукція, природна сировина, виробництво яких є капіталомістким.
- Дослідження Леонтьєва базуються на двофакторній моделі «капітал – праця» і відносяться до однієї країни.

Нові та новітні теорії міжнародної торгівлі

Класичні та неокласичні теорії міжнародної торгівлі не враховують відмінностей країн за їх виробничою спеціалізацією. Сучасні дослідження які враховують фактор розміру країн, допомагають пояснити у якому обсязі та якого типу продукція буде залучена у міжнародну торгівлю.

Теорія розміру країни – через те, що країни з більшою територією зазвичай мають різноманітніші кліматичні умов та природні ресурси, вони загалом ближчі до економічної самодостатності ніж малі за розміром країни, і тому:

1. Великі країни порівняно з малими експортують та імпортують меншу кількість товарів.
2. Великі країни на відміну від малих мають різноманітніші ресурси.
3. Великі країни порівняно з малими мають вищі транспортні витрати в міжнародній торгівлі.
4. Великі країни на відміну від малих зазвичай можуть здійснювати великосерійне виробництво.

На сучасному етапі розвитку міжнародної економіки важливе значення для пояснення напрямків міжнародної торгівлі мають «неотехнологічні» теорії:

1. **Теорія технологічного розриву М. Познера** (торгівля між країнами спричинена технологічними змінами які відбуваються в одній із галузей в країні яка бере участь у міжнародній торгівлі; країна в якій вперше з'явилися нові технології набуває порівняльної переваги у виробництві традиційних товарів з меншими витратами; якщо ж країна першою відкрила новий товар, то на протязі певного періоду часу вона володіє монополією на ринку даного товару і забезпечує як внутрішнє споживання та і зовнішній попит)

2. **Теорія ефекту масштабу Кемпа** (в якості фактора міжнародної спеціалізації країн виступає економія витрат на одиницю продукції, яка виникає при збільшенні масштабів виробництва до оптимальних розмірів) і **недосконалої конкуренції П. Кругмана** (модель торгівлі в рамках монополістичної конкуренції виходить з того, що міжнародна торгівля збільшує розміри ринків збуту; тобто сукупний ринок виявляється більшим ніж проста сума ринків країн, кількість фірм, а відповідно і різноманітність товарів, які вони виготовляють, зростають, а ціна одиниці товару – знижується)

3. **Теорія життєвого циклу товару Р.Вернона** стверджує, що деякі види товарів проходять цикл з 4 етапів (впровадження, зростання, зрілість та занепад), а виробництво цих товарів переміщується із країни в країну в залежності від стадії життєвого циклу товару. Якщо в якійсь країні настає стан зрілості і країна насичена якимось товаром, то в іншій країні в цей час може відбуватися лише впровадження даного товару.

4. **Теорія інтрасекторної торгівлі Балласа** – міжнародна торгівля між країнами характеризується обміном диференційованої продукції однієї галузі, що спричинено: різницею у смаках споживачів, ефектом масштабу, транспортними витратами, сезонними різницями та попитом, що перетинається (у відповідності з теорією шведського економіста С.Ліндера країни експортують ті промислові товари для яких існує ємний внутрішній ринок; оскільки споживачі в країнах з приблизно однаковим рівнем доходу мають схожі смаки, то кожній країні легше експортувати ті товари, у виробництві та торгівлі якими на внутрішньому ринку накопичений великий досвід)

5. **Теорія конкурентної переваги країни М.Портера**, яка стверджує, що конкурентоспроможність країни в міжнародній торгівлі визначається взаємодією та взаємозв'язком чотирьох компонентів:

- факторні умови, тобто ті конкретні фактори виробництва, які необхідні для успішної конкуренції в даній галузі;
- умови попиту на товари і послуги, тобто який попит на внутрішньому ринку на товари і послуги, що пропонуються даною галуззю;
- стратегія даної фірми, її структура та суперництво, тобто, які умови в країні визначають те як створюється фірма, як нею управляють, і який характер конкуренції на внутрішньому ринку;

– характер споріднених та підтримуючих галузей, що існують в даній країні, тобто наявність чи відсутність в країні споріднених або підтримуючих галузей які конкурентноспроможні на світовому ринку.

3. Форми здійснення експортно-імпортних та товарообмінних операцій у міжнародній економіці

Основними формами здійснення експортно-імпортних операцій є угоди по реалізації готових виробів та угоди по реалізації продукції у розібраному вигляді.

Міжнародна торгівля готовою продукцією здійснюється на основі міжнародних контрактів купівлі-продажу товару або через торгових посередників. Основними проблемами при цьому є визначення ринкової ніші для товару, а також забезпечення відповідного рівня конкурентноспроможності товару.

Проблема конкурентноспроможності може вирішуватися по 3-х напрямках:

1. Використання передових технологій, високоякісної сировини та здешевлення виробництва.
2. Шляхом ведення відкритої (зниження роздрібної ціни до рівня нижчого, як у конкурентів) або прихованої (підвищення якості товару за тієї ж самої ціни або надання пільг покупцям при покупці товару) цінової війни.
3. Підвищення конкурентноздатності товару шляхом:
 - а) а) залучення іноземного партнера для промислової доробки товару, його упаковки та розфасовки з метою доведення до вимог зарубіжного ринку;
 - б) б) скорочення часу доставки товару до покупця;
 - в) в) кращого вивчення умов зарубіжного ринку та тенденцій його розвитку;
 - г) г) організації більш ефективного до- і післяпродажного сервісного обслуговування.

Торгівля товарами у розібраному вигляді являє собою поставку іноземному партнерові всіх складових частин виробу, який забезпечує його зборку та реалізацію.

Торгівля продукцією у розібраному вигляді використовується у таких випадках:

- 1) при введенні урядових обмежень чи прямих заборон на ввезення (вивезення) готового виробу;
- 2) при зменшенні собівартості виробництва за рахунок дешевої робочої сили та нижчих ставках оподаткування результатів господарської діяльності;
- 3) в залежності від ситуації на підприємстві-постачальнику (при браку коштів для розробки нового товару, при переході на виробництво нового товару, при проблемах зі збутом товару, для розширення сегменту ринку покупців).

Особливістю міжнародних зустрічних операцій, яку б форму вони не набирали, є ув'язка експорту з зустрічними закупками товарів імпортуєщої фірми чи країни-імпортера, та навпаки. Такі міжнародні операції, об'єднані одним принципом – компенсацією, набувають різної форми, відрізняються технологією їх здійснення, що обумовлено різними цілями та характером цих операцій. При класифікації міжнародних зустрічних операцій необхідно враховувати організаційно правову форму їх здійснення та принцип компенсації. За такого підходу можна виділити 3 види міжнародних зустрічних операцій.

1. Товарообмінні і компенсаційні угоди на безвалютній основі.
2. Компенсаційні угоди на комерційній основі.
3. компенсаційні угоди на основі договорів про промислове співробітництво.

1. Товарообмінні та компенсаційні угоди на безвалютній основі передбачають оплату поставок в товарній формі, при чому продаж одного чи кількох товарів одночасно узгоджується з покупкою іншого товару і розрахунки в іноземній валюті не виконуються.

До таких операцій відносять:

а) *Угоди з одноразовими поставками:*

– бартерні угоди, що передбачають обмін узгодженої кількості одного товару на інший;

– прямі компенсаційні угоди, що передбачають взаємну поставку товарів на рівну вартість без розрахунків у валюті.

б) *Товарообмінні угоди з тривалими термінами виконання*, що заключаються на безвалютній основі на рівні фірм. Мають назву загальних (глобальних) угод. Такі угоди можуть підписуватися у формі загальних протоколів, які містять списки взаємопоставляємих товарів, технологій, послуг. Потім на основі цих протоколів укладаються серії окремих контрактів. Весь товарообмін при таких угодах може визначатись у «загальному вигляді», тобто поставки і зустрічні поставки не пов'язуються з конкретними угодами.

2. Компенсаційні угоди на торговельній основі. – угоди, в яких поставка і відповідна зустрічна поставка товарів здійснюються на протязі встановленого періоду на основі контракту купівлі-продажу і доданих до нього угод про зустрічні закупки чи авансові закупки. Компенсаційні угоди на комерційній основі класифікуються на коротко- чи середньострокові і поділяються на три види:

а) *Короткострокові компенсаційні угоди* включають угоди з частковою компенсацією; угоди з повною компенсацією; трьохсторонні компенсаційні угоди.

Угода з частковою компенсацією передбачає, що певна доля експорту повинна компенсуватися закупкою товарів у країні імпортера, а залишок оплачуватися готівковими коштами. Угоди з повною компенсацією передбачають узгодження компенсаційної закупки, яка по вартості

аналогічна першій поставці або перевищує її. Трьохстороння компенсаційна угода передбачає наявність посередника і третьої сторони.

б) *Угоди про зустрічні закупки*. Під зустрічними закупками розуміють комерційні угоди, які укладаються у вигляді кількох пов'язаних між собою контрактів. У відповідності з ними експортер бере на себе зобов'язання купувати товари та послуги імпортера у межах узгодженої долі поставок. Основною рисою цих операцій є те, що вони ґрунтуються на двох чи більше контрактах, які містять зобов'язання кожного з партнерів заплатити готівкою за отримані поставки.

в) *Авансові закупки*. Даний тип угод передбачає паралельну зустрічну угоду, але у зворотному порядку. Експортер зобов'язується купити товар у фірми-імпортера в обмін на її зобов'язання купити у подальшому еквівалентний об'єм товарів експортера. Сторони підписують контракт, який містить умову про те, що угода розглядається як «компенсаційний кредит» стосовно майбутнього експортного контракту.

3. Компенсаційні угоди на основі договорів про промислове співробітництво передбачають, що поставки промислового обладнання будуть оплачуватися зустрічними поставками товарів, які були вироблені з допомогою закупленого обладнання.

Такі угоди можна поділити на:

а) *Крупномасштабні довгострокові компенсаційні угоди зі зворотною закупкою* передбачають поставки на основі договорів про промислове співробітництво з наданням довгострокових позик і кредитів комплексного обладнання виробничих комплексів, промислового обладнання, технологічних установок. Погашення наданих кредитів здійснюється шляхом виконання пізніших компенсаційних зустрічних поставок чи зворотній закупки кінцевої чи зв'язаної продукції, сировини, матеріалів, готової продукції чи інших товарів, які виробляються на побудованому і введеному в експлуатацію підприємстві.

б) *Угоди про «розподіл продукції»* закладаються на основі угод про будівництво промислових об'єктів (переважно «під ключ»). Ці угоди передбачають оплату будівництва підприємства поставками виробленої на ньому продукції (сторони узгоджують, яка доля продукції, що випускається, поставлятиметься як компенсація; вона, як правило складає від 20% до 40%).

в) *Угоди «розвиток-імпорт»* (проекти розвитку для імпорту) передбачають, що зустрічні поставки продукції введених в експлуатацію підприємств будуть покривати затрати іноземної фірми –постачальника.

4. Організація діяльності міжнародних товарних ринків

Міжнародні товарні біржі це особливий вид постійно діючого ринку, на якому відбуваються угоди купівлі-продажу товарів на масові сировинні і продовольчі товари, що володіють певними родовими ознаками, є якісно однорідними і взаємозамінними.

За принципом організації біржі мають:

- **Приватно-правовий характер** (на ці біржі відкрито доступ лише для вузького кола осіб, які входять в біржову корпорацію);
- **Публічно-правовий характер** (членом такої біржі може стати будь-який підприємець).

На біржі товар відсутній, він продається і купується без огляду, згідно встановлених стандартів і зразків. На біржі продається і купується не певна партія товару а біржові контракти, які містять встановлену біржею кількість товару певного сорту, типу, марки. Продавець на біржі передає покупцеві не товар, а документ, який підтверджує право власності на товар. Таким документом є варрант (складське свідоцтво, яке підтверджує здачу продавцем товару на біржовий склад).

На біржі укладаються два основних види угод: угоди на реальний товар і термінові (ф'ючерсні) угоди.

Угоди на реальний товар передбачають передачу товару від продавця до покупця. Тобто продавець повинен мати цей товар, фактично поставити його в обумовлений контрактом термін і передати покупцеві на одному з складів біржі. Угоди на реальний товар в залежності від терміну поставки поділяються на угоди з терміновою поставкою і угоди з поставкою в майбутньому.

Угоди з терміновою поставкою називаються угодами на наявний товар («кеш» або «спот»). Товар, що продається повинен перебувати на одному з складів біржі і терміново передається покупцю після заключення угоди (під «терміново» розуміється термін від 1 до 15 днів у залежності від правил біржі).

Угоди на товар з поставкою в майбутньому переважно називаються угодами на термін або «форвард». Вони передбачають поставку продавцем реального товару в термін і по ціні, які фіксуються в контракті на дату його заключення. Тривалість цього терміну встановлюється біржею.

Термінові (ф'ючерсні) угоди на відміну від угод на реальний товар не передбачають зобов'язань щодо поставки чи прийняття реального товару, а пропонують купівлю-продаж прав на товар (паперові угоди). Ф'ючерсний контракт не може бути просто анульовано чи ліквідовано. Заключений контракт може бути ліквідовано, або шляхом укладання протилежної угоди на рівну кількість товару, або поставкою обумовленого товару в термін, який передбачено контрактом. Результатом таких обгородок є не передача реального товару, а виплата чи отримання різниці між ціною контракту в день його заключення і ціною в день виконання.

Міжнародні товарні аукціони – це спеціально організовані, періодично діючі у певних місцях ринки, на яких шляхом публічних торгів в наперед обумовлений час і в спеціально призначеному місці відбувається продаж попередньо оглянутих покупцем товарів, що переходять у власність того покупця, який запропонував найвищу ціну.

Специфіка товарів які реалізуються на міжнародних аукціонах:

- на торгах продаються товари зі строго індивідуальними характеристиками (*предмети мистецтва, антикваріат, ювелірні вироби, коштовності*).
- *товар може продаватись великими партіями значної вартості* (хутро, жива риба, певні породи худоби, предмети індивідуального, ручного виробництва).

Торги на аукціонах проводяться із **зниженням ціни**, або з **підвищенням ціни**.

На аукціоні із **зниженнями ціни** (*«голландський аукціон»*) аукціоніст знижує ціну на заздалегідь встановлені знижки. Товар купляє особа, яка перша скаже «так». На аукціоні із **підвищенням ціни** навпаки.

Етапи проведення аукціону:

- розсилаються оголошення про предмет, час, місце аукціону;
- комітет – організатор отриманий товар сортує по лотах. 1 лот (одиниця виміру кількості товару) може містити від однієї до кількох десятків чи сотень одиниць товару. Товар повинен бути однаковим за якістю;
- видається каталог лотів з їх описом, де може встановлюватись початкова ціна. Каталог розсилається учасникам торгу або роздається перед проведенням торгу.
- відбувається огляд товарів покупцями;
- здійснюється аукціонний торг;
- відбувається оформлення аукціонної угоди і передача товару покупцю.

В залежності від способу проведення аукціони поділяються на гласні (аукціоніст називає кожну наступні вищу ціну) і негласні (покупці подають аукціоністу наперед встановлені знаки про згоду підняти ціну на величину надбавки).

В залежності від характеру діяльності фірми, які займаються аукціонною торгівлею, можна умовно розбити на три групи: спеціалізовані фірми, брокерсько-комісійні фірми, аукціонні фірми, які належать кооперативам чи союзам фермерів.

Міжнародні тендери (міжнародні торги) – це спосіб закупки товарів, розміщення замовлень і видачі підрядів, який передбачає залучення пропозицій кількох постачальників чи підрядчиків різних країн і заключення контракту з тим, пропозиція якого буде найбільш вигідною для організаторів торгу (за ціною та іншими комерційними умовами).

В сучасній міжнародній торгівлі використовуються наступні види торгів:

- відкриті (публічні) тендери – це торги, в яких беруть участь усі бажаючі фірми
- закриті тендери – торги, в яких беруть участь тільки найвідоміші на світовому ринку постачальники і підрядники.
- одиничні тендери – торги, про проведення яких оголошуються тільки одній фірми (або невеликій групі фірм, як правило, по черзі) про котру достеменно відомо що вона зможе виконати термінове чи таємне замовлення.

У проведенні торгів можна виділити кілька етапів: підготовка торгів, представлення пропозицій учасниками торгів, вибір постачальника, підписання контракту. Організаторами торгів виступають переважно державні органи і заклади (міністерства, їх управління, закупочні організації), а також муніципалітети і у виключних випадках приватні фірми.

У міжнародній торговій практиці використовуються два основних методи здійснення комерційних операцій: **прямий і непрямий**.

1. Прямий метод – встановлення прямих зв'язків між виробниками і кінцевими споживачами на основі договору купівлі-продажу.

Переваги прямого методу: дозволяє скоротити час проходження товару до кінцевого споживача; пришвидшує капіталооборот товаровиробника; дозволяє продавати товар за мінімально допустимими цінами для товаровиробника; забезпечує тісний зв'язок виробника з ринком збуту; дозволяє врахувати особливі побажання покупця при виготовленні окремої партії товару, як правило, здійснюється на основі довготривалих угод, що забезпечує виробнику постійний канал збуту, а споживачу джерело надходжень.

Недоліком прямого методу є те, що він вимагає від виробника додаткових витрат часу та капіталу на проведення маркетингових досліджень ринку; пошук нових ринків збуту та організацію власної збутової мережі.

Прямий метод використовується фірмами найчастіше при продажах і закупівлях на зовнішніх ринках промислової сировини на основі довгострокових контрактів; при експорті великогабаритного та дорогого устаткування; при експорті стандартного багатосерійного устаткування через власні філії і дочірні компанії, що мають свою роздрібну мережу; при закупівлях сільськогосподарських товарів безпосередньо у фермерів-виробників у країнах, що розвиваються; у випадках, коли прямий експорт і імпорт складає значну частину операцій, що здійснюються державними підприємствами і установами; при торгівлі наукоємними товарами; при продажах через власну збутову мережу; при торгівлі товарами значної вартості.

2. Непрямий метод припускає покупку і продаж товарів через торгово-посередницьку ланку на основі заключення спеціального договору з торговим посередником, що передбачає виконання останнім визначених зобов'язань у зв'язку з реалізацією товару продавця.

Непрямий метод використовується дрібними та середніми фірмами-виробниками; при відсутності власної збутової мережі; при торгівлі товарами масового виробництва і широкого вжитку; на ринках з малою ємністю купівельного попиту; на важкодоступних ринках, які монополізовані державою чи торговою фірмою.

Переваги непрямого методу: звільняє виробника від проблем, пов'язаних із збутом товару; пришвидшує капіталооборот товаровиробника; торговий посередник може забезпечувати вищу ефективність процесу реалізації (краще знає умови місцевого ринку, має на ньому стійкі ділові

зв'язки, що забезпечує успіх рекламних кампаній, презентацій, спрощує процедуру документального оформлення ввозу та реалізації товарів).

Недоліки непрямого методу: виробник фактично позбавляється зв'язків із ринком збуту та споживачами; збільшується час реалізації; підвищується ціна реалізації; успіх продажу в значній мірі залежить від добросовісності та роботи посередника.

Розвиток прямих міжнародних комерційних зв'язків привів до відносного зменшення значення непрямого експорту й імпорту, хоча роль торгово-посередницької ланки в цілому продовжує залишатися досить високою. За допомогою торгових посередників реалізується більше половини всіх товарів, що втягується в міжнародний товарообіг. Особливо велика роль торгових посередників при збуті стандартного устаткування і споживчих товарів.

Серед численних посередницьких організацій важливе місце займають торгові фірми, які поділяються на спеціалізовані компанії з обмеженою товарною номенклатурою та на універсальні або багато товарні торгові компанії. Серед останніх найбільш розвинутими є **торгові дома** – крупні торгові об'єднання, які мають тісні контакти із виробниками товарів і банками. Торгові дома займаються закупкою великих партій товарів і перепродажем їх іншим торговим фірмам, а також їх реалізацією через свою збутову сітку.

Поряд із спеціалізованими та універсальними торговими компаніями або домами функції посередників можуть здійснювати й інші організації. До яких відносять:

1. **Прості посередники**, роль яких виконують торгові фірми та окремі особи. Серед них виділяють самостійно діючих брокерів та брокерських контор. Брокери та їх об'єднання, як правило, діють при товарних біржах і можуть мати відділення як всередині країни так і за кордоном. Виробничі фірми укладають договір з простими посередниками, які беруть на себе завдання знайти зацікавленого імпортера і здійснити його знайомство з експортером для підписання контракту про купівлю-продаж товарів. Самі ж посередники не беруть участь у підписанні контрактів.

2. **Повірені** – експортери або імпортери довіряють повіреним іноземним фірмам або особам здійснити угоди від їх імені і за їх рахунок. Повірені несуть майнову відповідальність за перевищення вказаних у договорі повноважень.

3. **Комісіонери** – посередники, яким експортери та імпортери надають право заключати контракт від свого імені, хоча і за рахунок замовника. При цьому комісіонери не відповідають за невиконання умов контракту продавцями або покупцями, за винятком тих випадків, коли така відповідальність передбачена договором комісії. В договорах комісії також зазначені об'єми повноважень комісіонерів в частині технічних і комерційних умов угод.

4. **Консигнатори** – різновид посередників комісіонерів при якому експортер (консигнант) поставляє товар на склад посередників

(консигнаторів) для реалізації їх на ринку на протязі визначеного терміну. Консигнатор розраховується із власником товарів по мірі їх реалізації, але непродані до вказаного терміну товари можуть бути повернуті їх власникам. При цьому для підвищення надійності збуту товарів використовується частково повернена або неповернена консигнація. У першому випадку консигнатор бере на себе зобов'язання купити певну частину товару нереалізованого до закінчення терміну договору. При неповерненні консигнації увесь непроданий у встановлений термін товар повинен викупити сам консигнатор.

5. Торгові агенти – посередники, завданням яких є здійснення представницьких функцій простих посередників, які сприяють укладання договорів, а також виконання функції повірених, які укладають угоди від імені експортерів та імпортерів.

6. Дистриб'ютори – порівняно з іншими посередниками вони займаються перепродажами товарів від свого імені і за свій рахунок. Дистриб'ютори самі укладають контракти з продавцями і покупцями та вирішують широке коло завдань пов'язаних із зовнішньоторговими операціями.

5. Особливості міжнародної торгівлі послугами.

Торгівля послугами відбувається на світовому ринку послуг. Світовий ринок послуг – це система міжнародних відносин обміну, що існує на основі МПП та інших форм МЕВ де основним товарним об'єктом виступають різноманітні види послуг.

Особливості міжнародної торгівлі послугами:

1. Більшість видів послуг базуються на прямих контактах між їхніми виробниками і споживачами, оскільки послуги, на відміну від речових товарів, виробляються і споживаються в основному одночасно і не підлягають зберіганню.

2. Міжнародна торгівля послугами вимагає більшої присутності закордоном безпосередніх виробників послуг або ж присутності іноземних споживачів у країні виробництва послуг.

3. Світовий ринок послуг тісно пов'язаний із світовим товарним ринком і все більше впливає на його розвиток. Успіх товару на зовнішньому ринку в багатьох випадках залежить від якості і кількості послуг, які залучаються для його виробництва, продажу та реалізації, а часто і для після продажного обслуговування.

4. Сфера послуг більше захищена державою від іноземної конкуренції, ніж сфера матеріального виробництва, оскільки більшість закладів з виробництва послуг знаходяться у власності держави і/або під її контролем.

5. Не всі види послуг на відміну від речових товарів придатні для широкого залучення у міжнародний господарський оборот.

Усі послуги можна поділити на:

- факторні послуги – платежі, що виникають у зв'язку з міжнародним рухом факторів виробництва, насамперед капіталу і робочої сили (доходи на інвестиції, роялті, ліцензійні платежі, зарплата, виплачена нерезидентам);
- не факторні послуги – інші види послуг (транспорт, подорожі та інші не фінансові послуги).

В залежності від способу доставки послуг споживачу послуги поділяються на:

- послуги, пов'язані з інвестиціями – банківські, готельні та професійні послуги;
- послуги, пов'язані одночасно з інвестиціями і торгівлею – зв'язок, будівництво, комп'ютерні та інформаційні послуги, приватні, культурні і рекреаційні послуги.

Існує декілька **механізмів здійснення операцій** у міжнародній торгівлі послугами:

1. мобільність покупця – покупці послуг, які є резидентами однієї країни, приїжджають до продавця, який є резидентом іншої країни. Мобільність покупця ґрунтується на тому, що в іншій країні він може отримати послугу, яка відсутня в його країні, або її якість вища (медицина, освіта), або вартість послуги нижча (ремонт суден, складування і т.п.);

2. одночасна мобільність покупця та продавця – і покупець, і продавець одночасно використовують послугу (міждержавна телефонна розмова), або збираються у третій країні (міжнародна конференція), або продавець надає покупцю послугу через представництво в третій країні (німецький спеціаліст з київського представництва Світового банку направляється в третю країну СНД для надання технічної допомоги);

3. мобільність продавця – мобільність продавця ґрунтується на тому, що покупець сам не може приїхати, щоб отримати послугу (аудиторські та бухгалтерські послуги для підприємств), або на специфічному характері послуги (будівництво).

В міжнародній економіці розрізняють наступні види послуг:

1. **Міжнародне ліцензування** – обмін (передача) ліцензій на винаходи, патентів, технологій, включаючи угоду щодо ноу-хау. Ліцензійна торгівля на світовому ринку здійснюється шляхом укладання **ліцензійної угоди** – угоди про передачу прав на використання ліцензій, патентів та інших об'єктів інтелектуальної власності.

Основні види ліцензійних угод:

- Проста ліцензія – угода за якою ліцензіар (продавець) дозволяє на певних умовах використовувати винахід, залишаючи при цьому за собою право як самостійного користування об'єктом даного ліцензування, так і видання аналогічних за умовами ліцензій іншим зацікавленим особам.

- Виключна ліцензія – угода за якою ліцензіат (покупець) отримує виключні права на використання винаходу чи секрету виробництва в межах обумовлених в угоді, як правило, обмеження стосується певної території і ліцензіар уже не може надавати аналогічні за умовами ліцензії іншим особам

чи фірмам; це не позбавляє ліцензіара права на самостійне використання предмета даної ліцензії, якщо інше не обумовлено контрактом, а також на видання ліцензії іншим особам на умовах, які не суперечать попередній умові.

- Повна ліцензія – угода за якої ліцензіар позбавляється усіх прав на використання винаходу чи секретів виробництва протягом усього терміну дії договору; така угода, як правило, має місце тоді, коли ліцензіар не може самостійно використовувати винахід і реалізувати його іншим потенційним покупцем. За користування ліцензіями виплачуються ліцензійні винагороди:

- Роялті – це періодичні процентні відрахування, які мають вигляд фіксованих процентних ставок від фактичного економічного результату використання ліцензії за кожний період.

- Паушальні платежі – це чітко зафіксовані в угодах суми, що встановлюються на основах оцінки очікуваного економічного ефекту і виплачуються разово або на виплату, в розстрочку.

- Перехресне ліцензування – це обмін ліцензіями чи патентами, котрі за передбаченням є еквівалентними.

- Попередня плата – це платіж який компенсує витрати ліцензіара ще до здійснення ліцензійної угоди

Передача цінних паперів і надання права участі у прибутку.

1. Міжнародний інжиніринг – це форма міжнародного науково технічного співробітництва, що має вигляд сукупності інтелектуальних видів діяльності, кінцева мета яких полягає в одержанні найкращих результатів від закордонних капіталовкладень чи інших витрат пов'язаних з реалізацією проектів різного призначення за рахунок найраціональнішого підбору та ефективнішого використання матеріальних, трудових, технологічних і фінансових ресурсів у їхній єдності та взаємозв'язку, а також методи організації та управління на основі передових науково технічних досягнень і з врахуванням конкретних умов та факторів здійснення проектів. Спеціалізація інжинірингових фірм і видів діяльності, які вони здійснюють: інженерно консультативні фірми в галузі управління, інжинірингово-інформаційні фірми, маркетингові фірми, проектні фірми у будівництві, інженерно-консультативні фірми у будівництві, інжинірингові фірми широкого профілю у будівництві. Міжнародний інжиніринг здійснюється у формі інжинірингової угоди, тобто оформляється у вигляді контракту за яким обумовлюються технічні, організаційні та комерційні умови і який є по своїй суті різновидом замовлення на відповідні послуги. Саме це і ріднить міжнародний інжиніринг з міжнародною послуговою системою, а особливістю його є наповненість послугової форми інженерно-технічним та науковим змістом.

2. Міжнародний консалтинг – це від міжнародної послугової діяльності, яку здійснюють спеціалізовані фірми одних країн у вигляді надання широкого кола порад державам, виробникам, продавцям і покупцям інших країн з питань економічної діяльності, а також, яку здійснюють

спеціалізовані фірми однієї країни у вигляді порад з питань зовнішньоекономічної діяльності фірмам тієї ж країни. Консалтинг передбачає також організацію та проведення консультацій, навчання та професійної підготовки спеціалістів замовника, що надзвичайно підсилює практичне застосування порад консультанта, тобто підвищує їх використання. Попередня оцінка консультативних послуг, як правило, здійснюється саме із врахуванням професійної цінності та досвіду практичної діяльності, а також із врахуванням економічного ефекту, що передбачається отримати від втілення поради.

3. Професійні послуги – це вид послугової діяльності яка виникає з приводу надання спеціалізованими за певними професіями фірмами (чи підрозділами великих фірм) одних країн профільних послуг фірмам інших країн. Світовий ринок професійних послуг має велике значення для розвитку світової економіки тому що:

1. Відособлення та розвиток професійних послуг оптимізує процеси що відбуваються у світовому господарстві.
2. Підвищується професіоналізм при наданні таких послуг, а відповідно і покращується якість самих послуг, ефективнішим є результат на практиці.
3. Як і будь-яка спеціалізація, спеціалізація на професійних послугах призводить до економії часу у масштабах світового господарства і зокрема в господарствах, що користуються такими послугами.
4. В результаті використання професійних послуг фірми економлять на витратах коштів, які б мали піти на створення своїх власних підрозділів, котрі б займалися тими чи іншими питаннями що вирішуються.
5. За допомогою використання послуг професіоналів фірмам легше освоювати світовий ринок.

4. Страхові послуги – це особлива форма міжнародних економічних відносин, що мають послуговий характер, і виникають в результаті створення (за рахунок внесків учасників економічних відносин) цільових фондів для відшкодування збитків, які сталися в результаті стихійних і випадкових дій природи та людини. Страхування зовнішньоекономічних ризиків пов'язане з вирішенням проблеми захисту валютних інтересів країни, котрі охоплюють експортно-імпортні операції, національні майнові інтереси за кордоном, туризм і автотуризм, майнові інтереси іноземних фізичних та юридичних осіб у країні, діяльність спільних підприємств. Найбільшого розвитку міжнародне страхування досягло в якості інструменту відшкодування збитків і втрат, які виникають в процесі транспортування вантажів. Основні положення такого страхування відображені в базисних умовах постачання товарів, що містяться у Міжнародних правилах з тлумачення товарних термінів «Інкотермс».

5. Міжнародний франчайзинг – система міжнародних послугових відносин, що виникають з приводу надання дозволу великою фірмою однією країни бізнесмену чи фірмі (як правило, малому підприємству іншої країни) на використання її торгової марки або на експлуатацію її готового підрозділу. При цьому фірма котра надає право на користування своїм підрозділом або

іменем називається франчайзером, а мале підприємство чи бізнесмен, що придбав дозвіл на таке користування має назву франчайзі. І нарешті, сам дозвіл, що виступає об'єктом купівлі-продажу зветься франчайзою (або франшизою).

У відповідності з міжнародною франчайзною угодою франчайзер зобов'язується надавати франчайзі допомогу у підготовці персоналу, організаційних питань, реклами, у постачанні (пошук постачальників та отримання від них сировини за пільговими цінами) тощо. Франчайзі за ці послуги вносить одноразову плату при організації бізнесу та здійснює періодичні платежі, а також зобов'язується вкласти в цю компанію частину свого капіталу та надавати послуги в області маркетингу та менеджменту.

Позитивне в цій угоді для франчайзера: отримання додаткових коштів, які можна використати для розширення виробництва, реконструкції; мінімальний ризик для перевірки нової розпочатої справи на практиці.

А негативне – втрата безпосереднього контролю над підрозділом; відсутність повної гарантії ефективної роботи через неможливості здійснювати безпосередній контроль.

Позитивне для франчайзі – зменшення початкового капіталу для створення бізнесу; економія на створенні іміджу фірми та її визнання; економія витрат на дослідження і розробках; економія часу на підборі кадрів, планування ринку; отримання необхідних матеріалів та устаткування, а не негативне – щомісячні відрахування з продажів; певна залежність від франчайзера, яка інколи сковує підприємницьку ініціативу.

Найкращим прикладом використання франчайзингу на практиці є система «Макдональдс».

6. Міжнародний туризм – багатопланова система послугових заходів, що направлені на здійснення потреб осіб, які є представниками одних країн і знаходяться з короткотерміновими відвідуваннями в інших країнах. Основні види туризму:

- Рекреаційний туризм – туризм, метою якого є проведення екскурсій, відпочинок, лікування, заняття спортом, відвідування спортивних змагань. Рекреаційний туризм є наймасовішим серед інших видів міжнародного туризму.

- Науковий туризм – туризм, метою якого є відвідування наукових конгресів, симпозіумів та інших подібних зібрань і зустрічей. Часто даний вид туризму супроводжується екскурсіями по країні перебування, що частково пересікається з рекреаційним туризмом.

- Діловий туризм – туризм, метою якого є налагодження та підтримування ділових стосунків: підготовка та укладання угод, відвідування міжнародних ярмарків і виставок, наради ділового характеру. Це є найдинамічніший і високоприбутковий вид туризму.

До туризму не відносить відвідування іншої країни, навіть на порівняно короткий термін, якщо особа займається у країні відвідування професійною діяльністю, отримуючи там же за це платню.

У міжнародній економіці мандрівники вважаються *туристами*, якщо вони провели хочаб одну ніч в країні відвідування. Якщо вони провели закордоном менше 24 годин, то вони вважаються екскурсантами.

Послугові заходи у сфері міжнародного туризму : продаж путівок і турів; організація туристичних поїздок; надання послуг з розміщення і харчування туристів; організація пересування туристів по країні; організація реклами, доведення інформації; організація відвідування закладів культури, торгівлі, розваг тощо.

7. Міжнародні транспортні послуги – це відносини, які виникають між суб'єктами світового господарства з приводу переміщення (перевезення) вантажів і людей з одних країн в інші. Транспорт прийнято ділити загалом на водний, повітряний і сухопутний. Водний у свою чергу поділяється на морський і річковий, сухопутний на залізничний, автомобільний та трубопровідний. До факторів, які впливають на вибір виду транспорту для перевезення вантажів чи людей відносять: вид вантажу; відстань і маршрут перевезення; вартість перевезення; фактор часу. Якщо у перевезеннях бере участь один з видів транспорту, то це називається прямим одновидним міжнародним сполученням. Якщо два і більше, то – комбінованим міжнародним сполученням. Коли у перевезеннях бере участь два і більше видів транспорту, але оформлено це перевезення одним транспортним документом на всі види транспортування, то таке перевезення називають прямим міжнародним сполученням. Крім перевезень як переміщень вантажу чи людей за час загального перевезення здійснюється і інші види транспортних та супутніх операцій: розвантаження з одних видів транспорту і навантаження на інші у проміжних пунктах; тимчасове складування у проміжних пунктах; переоформлення перевізних документів; виконання митних вимог та формальностей тощо. Розглянемо особливості та специфіку використання різних видів транспортних перевезень.

а). Морські та річкові перевезення. Серед позитивних особливостей таких перевезень можна виділити наступні: можливість перевозити достатньо великі вантажі; такий вид транспорту відносно дешевий. Негативні особливості морських та річкових перевезень: порівняно низька швидкість руху, досить ризиковий вид перевезень; велика залежність від роботи морських портів та від роботи інших видів транспорту. Міжнародне судноплавство має дві форми:

- Міжнародне лінійне судноплавство – це організація перевезень *генеральних* платежів на напрямках зі стійкими вантажопотоками, сполучення на яких підтримуються одним або декількома судноплавними підприємствами з дотриманням стійкого графіка.

- Міжнародне трапове судноплавство – це організація перевезень, якій притаманні нерегулярні рейси, без чіткого розкладу, а судна власниками направляються туди, де існує попит на тоннаж та пропозиція вантажів.

Договір між власником судна і фрахтувальником на оренду усього судна або його частини на визначений термін називається чартером. Що стосується

фрахту, то це є перевізна плата за транспортування вантажу чи використання судна.

Для морських і річкових сполучень основним документом є коносамент, який підтверджує прийняття вантажу на перевезення і зобов'язує перевізника передати вантаж отримувачу вантажу.

б) *Міжнародні сухопутні перевезення.* Серед цих перевезень найголовнішим є залізничний транспорт, який має наступні переваги: здатний перевозити великі партії вантажів; слабо залежить від природних умов; має порівняно малий ризик; один потяг може одночасно перевозити різноманітні вантажі у окремих вагонах. Недоліки залізничного транспорту: надто повільний; досить дорогий вид транспорту; прив'язаний до колії. Документ, що підтверджує наявність договору перевезень із залізничними компаніями називається накладною.

Що стосується перевезень автомобільним транспортом, то вони мають наступні переваги: перевезення можуть здійснюватися без перевантажень від експортера до імпортера; це достатньо мобільний вид транспорту; порівняно дешевий вид транспорту; має високу ефективність при невеликих відстанях. Недоліками автомобільного транспорту є: нездатність перевозити великі партії вантажів; достатньо високий ризик; значна залежність від погодних умов; швидка зношуваність транспортних засобів.

До сухопутних видів транспорту відносять трубопровід. Цей вид переміщення має певні особливості, які повністю відрізняють його від інших видів перевезень, наприклад, по трубопроводу переміщують тільки рідинні та газоподібні продукти; цей вид транспортування не має рухомої складової серед засобів перевезення, а рухається тільки продукція; експортер та імпортер тут постійні; продукція рухається по продуктопроводу безперервно. Трубопровідний транспорт має наступні переваги: довготривалість укладених контрактів між експортером та імпортером; неперервність надходження товару; переміщення великої кількості продукту; незалежність від погодних умов. Недоліки трубопровідного транспорту: надто жорстка залежність імпортера від експортера і навпаки; з метою запобігання впливу не передбачуваних ситуацій необхідно створювати запаси продукту у спеціальних резервуарах на протязі майже усього трубопроводу; висока плата за проходження трубопроводу по транзитних територіях.

Так уже склалося, що термінологія в авіаперевезеннях багато в чому нагадує термінологію, прийняту в морських транспортних відносинах: «судно», «фрахт», «чартер». Але авіаперевезення мають свої особливості, свої переваги та вади. Переваги авіатранспорту: найшвидший спосіб переміщення продукту; велика маневреність по відношенню до напрямків руху; незмінний при перевезенні людей на надто великі відстані. Вади авіатранспорту: найдорожчий вид транспорту; неспроможний перевозити великі об'єми вантажів; непридатний для переміщення легко запалюваних і вибухонебезпечних вантажів; надзвичайно залежить від погодних умов.

У міжнародних перевезеннях бере участь велика кількість суб'єктів:

1. Перевізник – особа, яка укладає контракт (або від імені якої укладається контракт) на перевезення товарів тим чи іншим шляхом.
2. Експедитор – посередник, який організовує від імені експортера перевезення вантажів перевізниками, а також їх супроводжує. Експедиторів ще називають фрахтовими агентами, комісіонерами, брокерами.
3. Стивідори – оператори вантажних терміналів у морських та річкових портах, в аеропортах, на залізничних та автомобільних станціях.

Наявність великої сукупності суб'єктів, що беруть участь у міжнародних перевезеннях, також велика кількість транспортних операцій, що здійснюються за час міжнародних перевезень, заставляють експортера звертатися до підприємств (фірм), котрі спеціалізуються на організації транспортних операцій, а загалом і міжнародних перевезень. Такі експедиторські фірми надають наступні послуги:

- відпрацювання транспортних умов контракту в плані вибору найоптимальнішого маршруту перевезення і вибору транспортних засобів;
- вивчення кон'юнктури світового транспортного ринку;
- фрахтування суден і розрахунки за фрахтом;
- контроль за зберіганням і перевантаженням вантажів у портах і на прикордонних переходах;
- проведення розрахункових операцій за зовнішньоторговельними контрактами;
- надання інформаційних послуг;
- організація навантажувально-розвантажувальних робіт;
- здійснення митного декларування; оформлення необхідної товаросупровідної документації;
- страхування вантажів та ін.

Інколи експортери створюють свої власні експедиторські служби, але вони далеко не завжди стають ефективнішими за уже створені спеціалізовані експедиторські фірми.

6. Зовнішньоторговельна політика: суть та інструменти.

Зовнішньоторговельна політика – цілеспрямований вплив держави на торговельні відносини з іншими країнами.

Основними цілями зовнішньо-торгівельної політики є :

- зміна ступеня і способу участі країни в міжнародному поділі праці;
- зміна обсягу експорту та імпорту;
- зміна структури зовнішньої торгівлі;
- забезпечення країни необхідними ресурсами (сировиною, енергією і т.п.);
- зміна співвідношення експортних та імпортних цін.

Існує 2 основних види зовнішньо – торговельної політики:

1. Політика вільної торгівлі («фрітредерство») – політика мінімального державного втручання у зовнішню торгівлю, яка розвивається на основі ринкового попиту і пропозиції. Проте, це не означає повного усунення держави від можливості впливати на напрями господарської діяльності. Держава укладає договори з іншими країнами, щоб надати максимальну свободу усім своїм господарським суб'єктам.

2. Протекціонізм – політика державного захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції за допомогою використання тарифних і нетарифних інструментів торгової політики.

Крайній ступінь протекціонізму – економічна автаркія, при якій країни намагаються обмежити імпорту лише тими товарами, виробництво яких в даній країні неможливе. Експорт допускається тією мірою, якою він забезпечує імпорту. Тобто автаркійна політика передбачає, що будь – який імпорту повинен бути замінений на вітчизняну продукцію.

Протекціонізму властиві декілька основних видів.

Коли він спрямований проти окремих країн чи товарів, то мова йде про **селективний протекціонізм**.

Якщо йдеться про конкретні галузі, перш за все сільське господарство, то такий протекціонізм називають **галузевим**.

Протекціонізм, який проводиться об'єднанням країн стосовно до країн, які в нього не входять, називається **колективним**.

Розрізняють також **прихований** протекціонізм, якщо він здійснюється методами внутрішньої економічної політики.

І Державне регулювання міжнародної торгівлі може бути:

1. **Одностороннім**, коли інструменти державного регулювання використовуються урядом країни в односторонньому порядку без згоди або консультації з її торговими партнерами. За звичай, односторонні заходи застосовуються у відповідь на аналогічні кроки інших країн і приводять до виникнення напружених політичних відносин між торговими партнерами (обкладення окремих товарів митом, введення квот на імпорту і ін.).

2. **Двохстороннім**, коли заходи торгової політики погоджуються між країнами, які є торговими партнерами. Наприклад, за взаємною домовленістю кожної з сторін можуть вводитися конвенційні мита, які не ущемляють інтереси іншої країни, країни можуть погоджувати технічні вимоги до маркування, упаковки, домовлятися про взаємне визнання сертифікатів якості і ін.

3. **Багатостороннім**, коли торгова політика погоджується і регулюється багатосторонніми угодами. Приклади багатосторонньої політики включають Генеральну угоду з тарифів та торгівлі (ГАТТ), угоди в сфері торгівлі країн-членів Європейського Союзу (ЄС).

Основним принципом міжнародного права є те, що кожна держава володіє виключним юридичним правом над своєю територією і всі юридичні і фізичні особи, котрі знаходяться на цій території, підпадають під її юрисдикцію. Тому, для оцінки торгових договорів питанням принципової

важливості є *режим*, який надається на території даної держави іноземним товарам, послугам і капіталу.

Правові режими.

В практиці регулювання міжнародної торгівлі найчастіше використовуються наступні режими:

1. Режим найбільшого сприяння (РНС) – умова, закріплена в міжнародних торгових угодах, яка передбачає надання сторонам, які домовляються, один одному всіх прав, переваг та пільг, якими користується або буде користуватися будь-яка третя держава.

З РНС існують винятки. Але в наступних межах:

1) *винятки для сусідніх країн* – їх цілю є полегшити прикордонну торгівлю (1% світової торгівлі);

2) *винятки і переваги, які випливають з угод про створення митних союзів і зон вільної торгівлі декількох країн* (в рамках інтеграційних угруповань здійснюється до 40% міжнародної торгівлі);

3) *винятки для країн, що розвиваються в рамках загальної системи преференції*, яка діє з 1971 року та передбачає надання високорозвинутими та країнами з перехідною економікою митних пільг країнам, що розвиваються у вигляді ліквідації або значного зниження тарифів на імпорт товарів із цих країн.

2. Національний режим – режим економічних відносин між державами, при якому одна держава надає іноземним фізичним і юридичним особам режим не менш сприятливий, ніж режим для своїх юридичних і фізичних осіб. Найчастіше національний режим використовується у відносинах між країнами-членами інтеграційних угруповань і застосовується для вивозу капіталу.

Інститути управління ЗЕД на території України включають:

- державні органи управління;
- інститути недержавного регулювання ЗЕД (оперативно-комерційний апарат).

Державні органи управління в Україні поділяються на:

I рівень: Верховна Рада, Кабінет Міністрів

II рівень: органи, які слідкують та забезпечують регулювання експортно-імпортних потоків. Це Міністерство зовнішньоекономічних зв'язів і торгівлі, НБУ, Ексімбанк, Головне управління митного контролю. До даного рівня також відносять регіональні відділення Міністерства зовнішньоекономічних зв'язів, функціональні та галузеві міністерства (Центральне статистичне управління, Міністерство іноземних справ, податкові відомства і т.п.).

III рівень: органи, які слідкують за дотриманням прав країни за кордоном. До них відносять: торгові представництва країни за кордоном, апарат радників з економічних питань при посольствах країни за кордоном, апарат експертів, які представляють країну в міжнародних економічних організаціях.

Загалом інструменти зовнішньоторговельної політики поділяються на

економічні та неекономічні. Економічні методи поділяються на : **тарифні і нетарифні.**

Тарифні заходи зовнішньоекономічної політики пов'язані безпосередньо з митними тарифами та тарифними квотами.

Митний тариф – систематизований відповідно до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності перелік товарів із зазначенням мит, якими вони обкладаються під час перетину митного кордону держави.

Мито – це обов'язків грошовий збір, що отримує держава через мережу митних закладів з товарів під час перетину ними кордону країни. Мито накладається на митну вартість товару, яка визначається у відповідності із законодавством кожної країни і може відрізнятися від зафіксованої статистикою експортної або імпоротної ціни товару.

Митна вартість – ціна товару, яка склалася на відкритому ринку між незалежними продавцями і покупцями, за якою він може бути проданий в країні призначення в момент подачі митної декларації.

Мито виконує три основні функції:

- 1) фінансову – мито є однією з доходних статей бюджету (цю функцію виконують як імпортні так і експортні мита);
- 2) протекціоністську – стосується імпортних мит та захищає місцевих виробників від небажаної іноземної конкуренції;
- 3) балансує – стосується експортних мит, які встановлюються з метою захисту держави від небажаного експорту товарів, внутрішні ціни на які нижчі від світових.

За способом стягнення мита бувають:

- адвалерні, які встановлюються у формі % від митної вартості товару;
- специфічні, що визначаються у вигляді фіксованої суми з одиниці товару;
- комбіновані, які поєднують обидва вказаних види мит (наприклад, 20% від митної вартості, але не більше 10 доларів за 1т).

Тариф за розмірами ставок поділяється на три види:

1. *преференційні ставки*, включаючи звільнення від сплати податку (застосовуються щодо товарів, які походять з країн, котрі: входять разом з Україною в митні союзи; утворюють спеціальні зони; яким наданий спеціальний режим у відповідності до міжнародних угод; а також з країн, які розвиваються).

2. *пільгові ставки* (застосовуються щодо товарів, які походять з країн, котрі користуються в Україні режимом найбільшого сприяння).

3. *повні ставки* застосовуються щодо решти товарів.

За об'єктом обкладання мита поділяють на: *імпортні; експортні; транзитні* (накладаються на товари, які перевозяться транзитом через територію даної країни, використовуються дуже рідко, в основному як засоби торгової війни).

За характером мита бувають :

- *сезонні* – використовуються для оперативного регулювання міжнародної торгівлі продукцією сезонного характеру;

- *антидемпінгові* – використовуються у випадках імпорту товарів за цінами, що є нижчими за їхні передбачувані витрати виробництва;
- *компенсаційні* – застосовуються у випадку виявлення факту отримання експортером державної субсидії з метою підвищення його конкурентоспроможності на світовому ринку.

За походженням мита поділяють на:

- *автономні* – вводяться на основі односторонніх рішень органів державної влади;
- *конвенційні (договірні)* – встановлюються на базі двосторонніх або багатосторонніх угод;
- *преференційні* – мита, які мають нижчі ставки порівняно із діючими, накладаються на основі багатосторонніх угод на товари, які походять із країн, що розвиваються.

За типами ставок мита бувають: *постійні; змінні* (використовуються дуже рідко за умов зміни рівня цін, рівня державних субсидій, наприклад, використовуються в Західній Європі в рамках єдиної сільськогосподарської політики).

За способом нарахування мита поділяють на:

- *номінальні* – тарифні ставки зазначені у митному тарифі;
- *ефективні* – реальний рівень митних ставок на кінцеві товари із врахуванням рівня ставок, які діють по відношенню до імпортованих вузлів та деталей цих товарів.

Структура тарифів багатьох країн забезпечує захист національних виробників готової продукції, не перешкоджаючи ввозу сировини та напівфабрикатів. У відповідності до цього розрізняють таке поняття як **тарифна ескалація** – підвищення рівня митного обкладання товарів в залежності від зростання ступеня їх обробки.

Тарифна квота – це різновид змінних мит, ставки яких залежать від обсягу імпорту товарів. Якщо обсяг імпорту більший від певної кількості, то встановлюється підвищена ставка тарифу.

Оптимальна ставка тарифу – рівень тарифу, який забезпечує максимізацію рівня національного економічного добробуту.

В результаті введення імпортного мита виникає дві групи економічних ефектів – **перерозподілювані ефекти** (ефект доходів та ефект переділу) та **ефекти втрати** (ефект захисту та ефект споживання).

Ефект доходів – це досяг збільшення доходів державного бюджету внаслідок обкладання імпорту митом.

Ефект переділу – це перерозподіл доходів від споживачів до виробників продукції, що конкурує з імпортом.

Ефект захисту – це економічні втрати країни внаслідок необхідності внутрішнього виробництва додаткової кількості товару під захистом тарифу.

Ефект споживання – виникає внаслідок того, що скорочується споживання товару через зростання його ціни на внутрішньому ринку.

Аргументи, які наводять проти використання тарифів: *тарифи*

сповільнюють економічне зростання; одностороннє введення тарифів нерідко призводить до торгових воєн; тарифи збільшують податковий тягар на споживача; тариф призводить до скорочення загального рівня зайнятості.

Аргументи на користь тарифів: тарифи захищають молоді галузі, стимулюють вітчизняного виробника; є важливим джерелом бюджетних доходів; захищають національну безпеку, міжнародний престиж країни, її культуру і традиції.

Нетарифні методи торгової політики поділяються на: **кількісні обмеження; приховані та фінансові методи.**

Кількісні обмеження – адміністративна форма регулювання торгового обороту встановленням кількості та номенклатури товарів, дозволених для експорту чи імпорту.

До кількісних інструментів торгових обмежень відносять: квотування, ліцензування. «добровільне» обмеження експорту.

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

За напрямком дії квоти бувають:

- *експортні* – вводяться або у відповідності з міжнародними стабілізаційними угодами, за якими встановлюється частка кожної країни в загальному експорті певного товару, або урядом країни для перешкоджання вивозу товарів, дефіцитних на внутрішньому ринку;
- *імпортні* – вводяться національним урядом для захисту місцевих виробників, досягнення збалансованості торгового балансу. Регулювання попиту та пропозиції на внутрішньому ринку, а також у відповідь на дискримінаційну політику інших держав.

За охопленням квоти поділяються на :

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

Ліцензування – видача імпортеру або експортеру уповноваженим державним органом спеціального дозволу (ліцензії) на вивезення або ввезення товару протягом встановленого терміну.

Ліцензії бувають наступних видів:

- *генеральні* – дозвіл на ввезення або вивезення певного товару протягом року без обмеження кількості угод;
- *глобальні* – дозвіл на ввезення або вивезення певного товару без обмеження у будь-яку країну протягом визначеного періоду;
- *автоматичні* – дозвіл, що видається негайно після отримання від експортера або імпортера заявки на товар, яка не може бути відхилена органом державної влади.

Механізми розподілу ліцензій:

1. Аукціон – продаж ліцензій на конкурсній основі.
2. Система явних переваг – закріплення урядом ліцензій за певними фірмами пропорційно до розміру їх імпорту або пропорційно до структури попиту зі сторони національних імпортерів.
3. Розподіл ліцензій на поза ціновій основі – видача урядом ліцензій тим фірмам, які продемонстрували свою здатність найефективніше здійснювати імпорт або експорт.

«Добровільне» обмеження експорту – це кількісне обмеження експорту, що базується на зобов'язанні одного із партнерів добровільно обмежувати або не збільшувати обсяг експорту на певний період часу в обумовлених в угодах розмірах.

Важливу роль серед нетарифних методів відіграють **приховані методи**, які можна назвати методами прихованого протекціонізму. Основними із них є:

- технічні бар'єри (*технічні, адміністративні норми, правила*);
- внутрішні податки (*в т.ч. і місцеві, насамперед, акцизи, ПДВ, портові збори*);
- політика в межах державних замовлень (вимога щодо державних організацій купляти товари у національних фірм);
- вимога про вміст місцевих компонентів (*законодавчо встановлена частка кінцевого продукту, яка має бути вироблена національним виробником*).

Для стимулювання експорту використовують **фінансові методи** торгової політики: субсидії, експортне кредитування, демпінг.

Субсидії – грошові виплати скеровані на підтримку національних товаровиробників. За характером виплат вони поділяються на :

- *Прямі субсидії* – безпосередні виплати експортеру різниці між його витратами і отриманим доходом одразу ж після здійснення експортної операції. Але вони заборонені правилами ВТО і їх використання занадто очевидне для партнерів, які можуть використати відповідні заходи. Різновидністю прямих субсидій є експортні премії (прямі разові виплати, які здійснюються з фондів державного бюджету за експорт товару).
- *Непрямі субсидії* – приховане дотування експортерів шляхом надання податкових пільг, пільгових умов страхування, звільнення від мита чи його повернення, позики по заниженим ставкам і т.п.
- *Внутрішні субсидії* – бюджетне фінансування виробництва товарів, що реально конкурують з імпортними.
- *Експортні субсидії* – бюджетні виплати національним експортерам, що дає їм змогу продавати товар іноземним покупцям за цінами нижчими, ніж на внутрішньому ринку.

Експортне кредитування – метод, який передбачає фінансове стимулювання державного розвитку експорту національними виробниками. Воно має такі форми:

- надання кредитів національним експортерам за ставкам, які нижчі від ринкових;

- державне кредитування іноземних імпортерів при умові закупки ними товарів лише країни, яка надає кредит;
- страхування комерційних та політичних експортних ризиків національних експортерів;
- надання державних гарантій щодо експортних кредитів;
- фінансування експорту товарів за програмами допомоги іноземним державам.

Одним із методів субсидування експорту є **демпінг** – вивезення товарів за цінами, нижчими, ніж на внутрішньому та світовому ринках, за рахунок державних субсидій експортерам або за рахунок зацікавлених фірм..

Існують такі форми демпінгу:

- постійний – постійний експорт товарів за зниженими цінами;
- доцільний – експорт товарів за цінами, нижчими, ніж ціни внутрішнього ринку, або навіть нижчими, ніж витрати виробництва;
- спорадичний (епізодичний) – епізодичний продаж зайвих товарів на зовнішній ринок за заниженими цінами;
- зворотний – завищення цін на експорт порівняно з цінами продажу цих товарів на внутрішньому ринку;
- взаємний – зустрічна торгівля двох країн одним і тим самим товаром за заниженими цінами.

До нетарифних засобів регулювання міжнародної торгівлі відносять правові інструменти, які детальніше вивчаються міжнародним правом. Але тісно пов'язані з міжнародною економікою. До них відносять **торгові договори та угоди**, що визначають правові умови, на яких ґрунтуються економічні взаємовідносини урядів, фізичних і юридичних осіб держав, котрі підписали договір.

За своїм змістом, характером і значенням вони можуть бути поділені на дві великі групи:

1. торгові договори (договори про торгівлю і мореплавання), які визначають найважливіші принципи і створюють правову базу для всього комплексу економічних взаємин між країнами;

2. торгові угоди (угоди про товарооборот і платежі), які регулюють окремі сторони економічних взаємовідносин.

Торгові договори встановлюють правовий режим, який сторони надають один одному щодо митного обкладання, торгового мореплавання, транспорту, транзиту, діяльності фізичних і юридичних осіб. Вони укладаються на тривалі терміни (5-10 років) з можливим продовженням.

Торгові угоди можуть стосуватися обсягу і товарної номенклатури взаємної торгівлі, порядку взаємного надання контингентів, умов та способів розрахунку за торговими операціями, уникнення подвійного оподаткування, тощо. Укладаються на основі вже діючих торгових договорів і ґрунтуються на закладених там принципах. Термін їх дії переважно один рік, рідше – кілька років. Вони не поширюються на інші країни, пов'язані з цією державою договірними відносинами (на відміну від більшості торгових

договорів, які поширюються на треті країни за принципом найбільшого сприяння). Тому угоди такого типу часто називають угодами про двосторонню торгівлю.

7. Регулювання торгівлі на міжнародному рівні.

Торговельна політика і проблеми світової торгівлі є об'єктом діяльності багатьох регіональних, галузевих глобально – універсальних інститутів, як міжурядових, та і неурядових. Усі вони створюють систему міжнародних організацій, що здійснюють координацію і багатостороннє регулювання міжнародної торгівлі.

Основні напрями діяльності в цій сфері передбачають створення договірно – правової основи торговельно–економічних відносин, включаючи найважливіші принципи та норми; вироблення домовленостей щодо застосування на національному рівні комплексу торговельно-політичних засобів впливу на міждержавні зв'язки; сприяння досягненню домовленостей і розв'язанню спірних проблем; обмін інформацією і досвідом організації торговельно-економічних зв'язків.

Провідну роль у регулюванні міжнародної торгівлі відіграє **Всесвітня торгова організація (ВТО)**– законодавча і інституційна основа міжнародної торгової системи, механізм багатостороннього узгодження і регулювання політики країн-членів в галузі торгівлі товарами і послугами, урегулювання торговельних суперечок і розробки стандартної зовнішньоторгової документації.

ВТО була створена в 1995 р на основі Маракешської угоди, підписаної у квітні 1994 р у м. Маракеш в Марокко в результаті закінчення Уругвайського раунду багатосторонній торгових переговорів. Угода про створення ВТО містить 29 правових документів і 25 міністерських декларацій, що визначають права і обов'язки країн в рамках багатосторонньої торгової системи, які увібрали в себе все найкраще що було досягнуто в рамках ГАТТ (Генеральної угоди з тарифів і торгівлі, котра вступила в силу у 1948 р.) і додали багато нового.

Основні функції ВТО:

- нагляд за виконанням багатосторонніх торгових угод;
- проведення багатосторонніх торгових переговорів;
- сприяння вирішенню торгових суперечок;
- контроль за розвитком міжнародної торгівлі і торгової політики;
- надання технічного сприяння і навчання персоналу;
- співробітництво з іншими міжнародними організаціями з питань торгової політики.

Регулювання ВТО міжнародної торгівлі полягає у реалізації узгоджених

принципів поведінки країн у міжнародній торгівлі і комплексі міроприємств, що проводяться під егідою ВТО з участю більшості країн світу. Найважливіші принципи, на яких базується багатостороння торгова система наступні: торгівля без дискримінації; лібералізація міжнародної торгівлі; використання заходів, що обмежують імпорт, лише на основі правил ВТО; передбачуваність торгової політики; сприяння конкуренції.

Впливовою організацією у сфері регулювання міжнародної торгівлі є **Конференція ООН з торгівлі і розвитку (ЮНКТАД)**, яка створена у 1964 р. ЮНКТАД охоплює практично всі економічні та правові аспекти сучасної міжнародної торгівлі і пов'язані з нею питання економічного розвитку.

Основні функції ЮНКТАД:

- *сприяння інтеграції країн, що розвиваються і країн з перехідною економікою у міжнародну торгову систему;*
- *задоволення спеціальних потреб найменш розвинутих країн, сприяння їх розвитку через підключення до міжнародної торгівлі;*
- *проведення багатостороннього діалогу з проблем глобалізації і розвитку, міжнародної торгівлі, інвестицій і послуг.*

Практичними досягненнями ЮНКТАД у сфері регулювання міжнародної торгівлі стали:

- *заклучення ряду міжнародних товарних угод і створення Загального фонду по товарах у 1989 р для фінансування товарних угод і проведення досліджень товарних ринків;*
- *прийняття Загальної системи преференцій – досягнуте у 1968 р узгоджене рішення розвинутих країн відмінити митні тарифи на імпорт товарів із країн, що розвиваються;*
- *ряд політичних ініціатив на користь найменш розвинутих країн в рамках міжнародних конференцій з питань найменш розвинутих країн;*
- *технічна допомога переважно найменш розвинутим країнам, що фінансується Програмою розвитку ООН і країнами членами.*

Міжнародний торговий центр (МТЦ), створений в 1964 році як спільний допоміжний орган ГАТТ та ООН (остання діє через ЮНКТАД). Центр допомагає країнам, що розвиваються, вирішувати питання розширення експорту, надає інформацію і консультації з питань ринків і методів збуту експортної продукції, допомагає у створенні експортних служб і підготовці відповідних кадрів.

Головна мета МТЦ – усунення дублювання і паралелізму в діяльності ВТО і ЮНКТАД по сприянню розвитку торгівлі в країнах, що розвиваються.

Основні функції МТЦ:

- *надання країнам, що розвиваються, технічної допомоги в розвитку торгівлі, насамперед, в стимулюванні експорту;*
- *забезпечення країн-членів інформацією про ринкові можливості для традиційних і нетрадиційних товарів;*
- *удосконалення техніки імпорتنих операцій з метою раціонального використання валютних ресурсів;*

- навчання урядових службовців, підприємців і викладачів технології експортно-імпортних операцій;
- здійснення наукових досліджень з питань зовнішньої торгівлі.

Комісія Організації об'єднаних націй з прав міжнародної торгівлі – ЮНІСТРАЛ заснована в 1966р. Вона є головним правовим органом ООН в галузі прав міжнародної торгівлі.

Функції ЮНІСТРАЛ:

- уніфікація права міжнародної торгівлі;
- координація роботи міжнародних організацій в сфері права міжнародної торгівлі;
- сприяння широкої участі держав в існуючих міжнародних конвенціях з права міжнародної торгівлі;
- підготовка кадрів в галузі права міжнародної торгівлі, особливо для країн, що розвиваються.