

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



МАУП

Н.В. Крилова

**Управління міжнародними
торговельними операціями**

Навчальний посібник

МАУП

Київ 2006

ББК 65.428я73
К82

Рецензенти: *А. П. Румянцев*, д-р екон. наук
В. І. Савчук, канд. екон. наук

Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом (протокол № 7 від 27.08.04)

Крилова Н. В.

К82 Управління міжнародними торговельними операціями: Навч. посіб. — К.: МАУП, 2006. — 232 с.: іл. — Бібліогр.: с. 225–226.

ISBN 966-608-396-5

У пропонованому посібнику системно подано процес підготовки, укладання та реалізації міжнародних торговельних операцій. Особливістю є детальний і поетапний розгляд здійснення міжнародних контрактів від пошуку й аналізу іноземних партнерів, проведення переговорів, узгодження контрактів, вибору способів розрахунку та фінансування операцій до організації поставки, що дає змогу чітко і логічно розкрити механізм здійснення міжнародних торговельних операцій.

Для студентів, які навчаються за економічними спеціальностями, студентів бізнес-школ, а також для фахівців, які працюють у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

ББК 65.428я73

ISBN 966-608-396-5

© Н. В. Крилова, 2006
© Міжрегіональна Академія
управління персоналом (МАУП), 2006



ПЕРЕДМОВА

Динамічний розвиток світового господарства, посилення якісних і кількісних економічних зв'язків між країнами привертають дедалі більшу увагу як фахівців, так і всіх тих, хто цікавиться розвитком суспільства. Міжнародні торговельні відносини є найдавнішим і водночас одним з найважливіших елементів міжнародних економічних відносин.

Сучасний етап розвитку міжнародних економічних відносин характеризується швидкими темпами зростання виробництва та обсягів міжнародних торговельних операцій, що зумовлено прискоренням науково-технічного прогресу. Наслідком цього є укрупнення виробництва і поглиблення його спеціалізації. Розвиток спеціалізації та кооперації виробництва, здійснення наукових розробок потребуватиме розширення ринків збуту, а також удосконалення всіх форм міжнародного співробітництва, в тому числі міжнародних торговельних операцій, процедури яких повинні відповідати сучасним вимогам.

Випереджувальні темпи зростання світової торгівлі порівняно з виробництвом, які протягом 1990–2004 рр. становили в середньому 6 %, зміна структури самої світової торгівлі у напрямі збільшення обсягів міжнародної торгівлі послугами, комплектуючими та напівфабрикатами порівняно з готовою продукцією, зменшення питомої ваги сировинних продуктів порівняно з кінцевою продукцією зумовлюють необхідність детальнішого ознайомлення з формами і метода-

ми здійснення міжнародних торговельних операцій дедалі більшою кількістю господарюючих суб'єктів. Говорячи про функціональну зміну структури міжнародних торговельних операцій, необхідно зазначити і регіональні зміни, які відбуваються. Так, незважаючи на продовження домінування “трикутника” США – Західна Європа – Японія, дедалі більше значення починають відігравати і країни третього світу, серед яких особливо слід виокремити країни Південно-Східної Азії, Латинської Америки, Східної Європи, Африки. Такі тенденції потребують від учасників міжнародної торгівлі широкої обізнаності з правилами та принципами ведення господарської діяльності в різних державах світу.

Економіка України поступово дедалі більше інтегрується в світову економіку. З огляду на це для вітчизняних підприємців завданням і пріоритетом є підвищення ефективності міжнародних торговельних та інших видів угод, які вони укладають зі своїми зарубіжними партнерами. Повномасштабний вихід українських підприємств на ринки Європи, Азії, Америки, Африки може бути ефективним лише у тому разі, якщо фахівці таких підприємств будуть обізнані з теорією та практикою здійснення міжнародних торговельних операцій. Причому на нинішньому етапі така обізнаність має бути характеристикою не тільки фахівців з зовнішньоекономічної діяльності, а й ширшого кола працівників. Лише в такий спосіб можна органічно інтегрувати міжнародні операції в загальну структуру угод, які здійснює та чи інша фірма, тобто не розглядати зовнішньоекономічні контракти як щось тимчасове та випадкове, а підходити до них як до невіддільної складової комерційної та виробничої діяльності підприємства.

У пропонованому посібнику висвітлено послідовний ланцюжок проблем, які повинні розв'язувати господарюючі суб'єкти, що виходять на зарубіжні ринки. Розглянуто питання пошуку та аналізу потенційних ринків збуту за кордоном, пошуку й аналізу іноземних партнерів і проведення переговорів з ними. Досліджено процес підготовки, проведення та виконання міжнародної торговельної операції, укладання і підписання міжнародного контракту купівлі-продажу, а також особливості транспортування та здійснення розрахунків у міжнародній торговельній діяльності, можливості кредитування і фінансування міжнародних торговельних операцій. Крім того, особливу увагу приділено аналізу організаційних форм міжна-

родної торгівлі, у тому числі перевагам і недолікам виходу на зарубіжний ринок через торгово-посередницьку ланку, а також розвитку традиційних форм торгівлі сировинною продукцією, зокрема товарних угод, біржових торгів, оптових закупівель і міжнародних аукціонів. Проаналізовано сучасні тенденції в організації торгівлі готовою продукцією, в організації та виконанні міжнародних компенсаційних угод. Також розглянуто сучасні форми торгівлі технологіями, важливі напрями міжнародного співробітництва між корпораціями і основні процедури, які регламентують міжнародні торговельні операції.

При підготовці посібника широко використовувалися не лише документи, розроблені міжнародними економічними організаціями, а й такі, що належать до міжнародної торговельної практики. Зазначені документи сприяють укладанню міжнародних торговельних угод і їх виконанню. Пропонований теоретичний матеріал може становити інтерес не лише для студентів, які оволодівають знаннями з міжнародної економіки, міжнародної торгівлі, зовнішньоекономічної діяльності, а й для працівників зовнішньоекономічної сфери діяльності.

МАУП

Міжнародна конкуренція та її вплив на розвиток міжнародної торгівлі

1.1

Сутність міжнародної конкуренції

Економічна наука вважається наукою про рідкість ресурсів. Споживачі конкурують за якісний і дешевий товар, а виробники — за споживачів, які в змозі заплатити високу ціну, або ж за ресурси. З такої точки зору економічну науку також можна розглядати як науку про конкуренцію.

Конкуренцію можна визначити як ситуацію, за якої дві або більше сторін вступають у конфлікт через те, що їхні цілі в повному обсязі або частково взаємно виключають одна одну. Можна виокремити дві форми конкуренції: конкуренція між суб'єктами, цілі яких є подібними, але взаємовиключними (тобто коли обидві сторони намагаються продати чи придбати однаковий продукт); конкуренція між суб'єктами, цілі яких не подібні, але також взаємовиключні (коли одна сторона намагається придбати товар якомога дешевше, а інша — продати якнайдорожче).

Конкуренцію не слід сприймати як незначний нюанс, це двигун економічного зростання як для країни загалом, так і для окремої фірми. На мікрорівні конкуренція — це сила, яка стимулює компанії шукати нових шляхів для зменшення витрат за тих самих обсягів виробництва або для збільшення випуску товарів за таких самих витрат. На макrorівні конкуренція забезпечує розвиток лише тих компаній, які найкраще пристосувалися до умов постійної боротьби та вдосконалення використання ресурсів. Для окремої компанії конкуренція та конкурентоспроможність необхідні для виживання і досягнення її цілей.

Згідно з М. Портером, стан конкуренції в галузі залежить від п'яти основних факторів: загрози появи нових конкурентів, сили спожи-

вачів і сили постачальників, продуктів-субститутів та додаткових послуг. Разом з тим природа конкуренції в галузі залежить від цілей, стратегії та можливостей ринкових учасників, що впливає на їхню поведінку та взаємодію.

Нині майже неможливо навести приклад галузі, яка б не перебувала під впливом *інтернаціоналізації*. Адже спостерігається значне зростання не лише міжнародної торгівлі, а й іноземних інвестицій. Наведені М. Портером п'ять сил уже не обмежуються лише внутрішнім ринком, а впливають та самі зазнають впливу інтернаціоналізації.

Розрізняють інтернаціоналізацію на мікро- та макрорівні. Під інтернаціоналізацією на мікрорівні розуміють безпосереднє здійснення міжнародних операцій мікроекономічними суб'єктами країни. Інтернаціоналізація на макрорівні виражається у процесі розширення та поглиблення світогосподарських зв'язків, що відбувається на основі підвищення мобільності факторів і результатів виробництва. Саме тому важливо визначити причини інтернаціоналізації (табл. 1).

Таблиця 1

Основні причини інтернаціоналізації

Причини	Внутрішні	Зовнішні
Активізуючі	<p>Бажання менеджерів</p> <p>Можливість отримати контроль над виробництвом</p> <p>Економія масштабу</p> <p>Бажання здобути знання</p>	<p>Можливість отримати додатковий прибуток</p> <p>Можливість збільшити обсяги виробництва та збуту</p> <p>Обслуговування споживачів в інших країнах</p> <p>Переваги місцезнаходження</p> <p>Моніторинг конкурентів</p>
Захисні	<p>Ефект переможця, намагання менеджерів компанії не відставати від конкурентів</p> <p>Надлишкові запаси</p> <p>Надлишок виробничих потужностей</p> <p>Збільшення ризику</p>	<p>Випадкові замовлення від споживачів за кордоном</p> <p>Непривабливий внутрішній ринок</p> <p>Політичний тиск</p>

Також процес інтернаціоналізації може відбуватися у різних формах. Для окремих компаній характерна інтернаціоналізація тільки

певних етапів діяльності зі створення доданої вартості, тоді як для інших — всіх видів їхньої діяльності. Такі форми часто називають моделями виходу на ринок, або основними способами проникнення на ринок (табл. 2).

Таблиця 2

Основні способи проникнення на ринок

Спосіб 1	Форма 2	Основний зміст форми 3
Ліцензування	Ліцензування	Компанії продають нематеріальні активи на зарубіжних ринках іншим компаніям
Непрямий експорт	Торговельна компанія	Експортно-імпорتنний торговець здійснює операції купівлі-продажу за власні кошти (формування прибутку)
	Брокери	Експортно-імпорتنний агент є посередником між покупцем і продавцем (отримує комісійні)
	Агентські угоди	Експортний агент представляє іноземних покупців у країні-експортері (отримує комісійні)
	Резидент-покупець	Працівник іноземного покупця, який перебуває в країні-експортері (отримує зарплату)
	Експортний агент	Національний агент представляє експортера за кордоном від свого імені (отримує або прибуток, або комісійні)
	Експортний менеджмент	Національний агент представляє експортера за кордоном, використовуючи ім'я експортера (отримує або прибуток, або комісійні)
	Комбінований експорт	Існуючі канали експорту одного експортера можуть використовуватися іншим (отримує або прибуток, або комісійні)

Закінчення табл. 2

1	2	3
	Комбінація експорту	Кооперативна асоціація представляє кількох експортерів за кордоном (отримує комісійні)
Прямий експорт	<p>Агент з імпорту</p> <p>Дистриб'ютор з імпорту</p> <p>Комівояжер</p> <p>Субсидія продажів</p>	<p>Іноземні агенти представляють експортера за кордоном від свого імені або імені експортера (отримують комісійні)</p> <p>Місцевий продавець виконує роль оптового продавця (отримує прибуток)</p> <p>Працівник, найнятий експортером, представляє останнього за кордоном (отримує заробітну плату)</p> <p>Іноземний підрозділ експортера представляє його на місцевому ринку (отримує заробітну плату)</p>
Місцеве виробництво	<p>Проект</p> <p>Контрактне виробництво</p> <p>Франчайзинг</p> <p>Створення нових виробничих потужностей</p> <p>Придбання та поглинання</p>	<p>Національна компанія відправляє мобільні підрозділи за кордон для виконання тимчасових контрактів (продаж у будь-який спосіб з перелічених)</p> <p>Компанія укладає угоди на виробництво з місцевими компаніями (продаж у будь-який спосіб з перелічених)</p> <p>Компанія укладає угоди на виробництво та продаж з місцевими компаніями, але підтримує тісні зв'язки з ними, надає послуги і здійснює загальну політику</p> <p>Створення нової компанії, яка повністю або частково належить іноземним виробникам</p> <p>Іноземні компанії повністю або частково купують існуючі виробничі потужності</p>

Інтенсифікація інтернаціоналізації в усіх сферах призвела до появи такого феномену, як глобалізація. У міжнародному середовищі з'явилися суб'єкти, які апріорі здійснюють свою діяльність на міжнародних ринках, використовуючи ринки багатьох країн світу. У розвинутих регіональних інтеграційних об'єднаннях наднаціональні інтереси стають домінуючими, тому процеси регіональної інтеграції сприяють інтенсифікації процесів глобалізації.

1.2

Форми і методи інтернаціоналізації конкуренції

Останнім часом було розроблено концепцію “стадій розвитку” інтернаціоналізації, тобто поступового переходу від простішої форми міжнародної співпраці до більш глибокої: ліцензування, експорт через агента і посередника, експорт через власну збутову мережу, місцеве складання, місцеве виробництво. Доповненням цієї концепції може слугувати дослідження “географічні напрямки розвитку”.

Основними формами інтернаціоналізації конкуренції є розвиток міжнародної збутової діяльності та міжнародного розташування виробництва. Компанії, працюючи на внутрішньому ринку, згодом починають продавати свою продукцію в інших країнах, дотримуючись певного географічного напрямку розвитку. Аналізуючи географічні напрямки розвитку інтернаціоналізації, необхідно розрізняти інтернаціоналізацію виробництва та збуту. Такий підхід дає змогу розвинути портфель місцезнаходження виробництв, який відрізняється від портфеля ринків продажів (портфеля ринків збуту).

Розглянемо портфель ринків збуту. Розрізняють *масштаб портфеля*, тобто кількість ринків збуту, і *структуру портфеля*, тобто типи ринків збуту, які обслуговує компанія. Щодо формування масштабу портфеля існує дві основні стратегії: концентрації та розпорощення. Тоді як для визначення структури портфеля існує безліч можливостей об'єднання ринків. Виокремлюють три основні категорії портфеля ринків збуту:

- опортуністичний;
- еволюційний;
- конкурентний.

За структурою **опортуністичний** портфель ринків збуту являє собою перелік ринків збуту, що їх обслуговує компанія. Основним стимулом виходу на зарубіжний ринок є реалізація шансу або отримання короткострокового виграшу, тобто компанія може одержати дохід випадково. Фірми, які формують опортуністичний портфель, умовно можна поділити на чотири категорії:

- *інертні*, що співпрацюють лише з тими, хто безпосередньо надсилає їм замовлення;
- *реагуючі*, які діють за кордоном лише тому, що їх до цього примушують зовнішні суб'єкти — уряд, акціонери, банки;
- *протидіючі*, які шукають можливості продажів за кордоном з метою реалізації надмірних можливостей і запасів;
- *активні*, що виходять на зарубіжні ринки у пошуках швидких і легких продажів.

Для перелічених компаній характерний зигзагоподібний напрям розвитку.

Еволюційний портфель — це не простий перелік ринків, а їхня логічна, обґрунтована сукупність. Компанія розширює свою присутність на зарубіжних ринках завдяки відносній легкості виходу на них. Можна виокремити чотири типи “перетину кордону”:

- вихід на ринки, які географічно наближені один до одного (наприклад, ринки Німеччини та Данії), що зменшує транспортні витрати;
- освоєння ринків, які культурно близькі (наприклад, у канадському Квебеку і Франції), що полегшує розуміння місцевих вимог;
- завоювання ринків, на яких товари повинні мати подібні технічні характеристики (наприклад, одиниці виміру), що зменшує необхідність адаптації;
- вихід на ринки, які попередньо освоєні клієнтом (рух за своїм клієнтом), що зменшує необхідність адаптації продукції.

Відбір ринків до **конкурентного** портфеля відбувається за принципом балансу. Компанія виходить на новий ринок лише в тому разі, якщо вона досягає балансу за одним з чотирьох напрямів: *інвестиційний ризик* (високодохідні та низькодохідні ринки), *валютний ризик* (девальвація та трансфертні обмеження), *коливання попиту на товар* (сезонні, цикли ділової активності), *управлінський і фінансовий попит на ресурси* через рівномірну присутність на нових ринках, ринках, що розвиваються, зрілих та спадних ринках.

Кожна складова конкурентного портфеля повинна робити свій внесок у реалізацію конкурентної стратегії. Основною метою формування портфеля ринків збуту є отримання *стратегічних переваг у довгостроковій перспективі*. Існують чотири основні фактори, які сприяють реалізації конкурентних переваг:

- великі обсяги продажу, що дає змогу компанії отримати економію масштабу;
- включення в портфель прибуткових ринків, які можуть забезпечити компаніям відновлення прибутків;
- масштаби конкурентів або недоторканність прибутків, коли не мають успіху зусилля компанії зі створення конкурентних переваг;
- наявність у портфелі унікальних ринків, на яких компанії визначають нові напрями розвитку та отримують нові знання від споживачів, конкурентів і середовища.

У цьому виді портфеля компанія спрямовує свою діяльність на пошук найкращих можливостей у всьому світі та на узагальнення різноманітних географічних переваг для досягнення своїх цілей.

Іншою формою інтернаціоналізації конкуренції є формування портфеля місцезнаходження виробництв. Основні цілі міжнародного розташування виробництва — це забезпечення доступу до дешевих, а також до необхідних технологічних ресурсів та наближення до споживачів. Портфель місцезнаходження виробництв формується залежно від пріоритетності цілей (табл. 3).

Таблиця 3

Визначення місцезнаходження виробництва

Значення мети для виробництва	Мета		
	Доступ до дешевих ресурсів	Доступ до місцевих технологій	Наближення до місцевих споживачів
Високе	Біля джерела сировини	У країнах із сучасними ноу-хау	У країнах, ринки яких потребують здійснення нових технічних розробок
Низьке	Незалежно від факторів виробництва	У розвинених країнах з метою моніторингу досягнень	У країнах, у яких обсяг ринку потребує місцевого виробництва

Глобалізація конкуренції — основна ознака сучасного розвитку конкуренції

Природно, що причини глобалізації існують як на макро-, так і на мікрорівні. В окремих випадках причинами глобалізації є фундаментальні зміни, наприклад, зміна технології або вимог споживачів. В інших випадках суб'єкти мікроекономіки впливають на зміни структури ринку.

Причини глобалізації конкуренції такі:

- технологічна інтенсифікація;
- можливість отримати доступ до ресурсів;
- можливість реалізувати стратегію скорочення витрат виробництва;
- зростання значення зарубіжних ринків для національних виробників;
- інтенсифікація глобальних конкурентів;
- інтенсифікація процесу інвестування;
- лібералізація фінансового ринку;
- глобальна концентрація та спеціалізація виробництва.

Глобалізація — не статичний процес, а динамічний. Розвиток глобалізації можна пояснити такими основними факторами:

- стратегічними намірами конкурентів (процес гри значною мірою залежить від очікувань учасників). Кожна довгострокова мета впливатиме на поточні дії та природу конкуренції. Конкретні плани підпорядковуються стратегічній меті компанії. Наприклад, компанія *Honda* почала говорити про глобалізацію ще тоді, коли в ній працювало лише 50 робітників. Часто одна або кілька агресивних та амбітних компаній і створюють глобальну галузь. Що вищий ступінь очікувань таких конкурентів, то інтенсивніша міжнародна конкуренція;
- здатністю конкурентів координувати дії у глобальному масштабі, тобто ступінь успіху компанії залежатиме і від ефективності координації дій у глобальному масштабі. Однією з основних є стратегія *перехресного субсидування*, згідно з якою доходи від підрозділу в одній країні будуть використовуватися для досягнення успіху в інших країнах;
- здатністю конкурентів змінювати умови глобальної конкуренції, тобто встановлювати власні правила гри, змінюючи характе-

ристики галузі. Такий фактор є значущим для бізнесу, оскільки підтримка ініціатив і визначення базису конкуренції є ключовим елементом успіху;

- здатністю конкурентів підтримувати глобальні конкурентні переваги, що залежить від типу конкурентних переваг та від того, в який спосіб компанія намагається підтримати конкурентні переваги протягом певного часу.

1.4

Пошук і вибір іноземного партнера. Вивчення джерел інформації

На вибір іноземного партнера передусім впливатиме характер і предмет зовнішньоторговельної угоди: експортна, імпортна, компенсаційна, виробничої кооперації та ін. Вибираючи партнера, необхідно пересвідчитися у його надійності і чесності при веденні справ. Характеристики різних аспектів діяльності фірм — потенційних партнерів можна згрупувати у такий спосіб:

- *фінансова політика* (ресурси, які перебувають у розпорядженні фірми, основні джерела фінансування потреб, розмір акціонерного та основного капіталу, ступені плато- і кредитоспроможності, обсяги продажів, розміри прибутків і збитків, рівні рентабельності тощо);

- *технологічні можливості* (технічний рівень продукції, технологічна база, виробничі потужності, обсяг виробництва продукції, кількість одиниць обладнання, кількість працівників);

- *науково-технічний потенціал* (організація науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок, витрати на них, ступінь оновлення продукції);

- *організаційна структура управління фірмою* (відомості про правове становище фірми, контроль за капіталом, вид об'єднання, до якого входить фірма, структура апарату управління).

Важливим фактором при виборі фірми є її діловий імідж, який характеризується добросовісністю при виконанні угод, схильністю до компромісів тощо. Зібрану інформацію про потенційних партнерів доцільно вносити до бази даних і постійно оновлювати.

При вивченні фірм-партнерів використовують кілька джерел інформації.

1. Особиста інформація, яку можна отримати безпосередньо від представників фірми, що становить інтерес, та опосередковано від представників ділових кіл, органів влади, які мали справу з цією фірмою.

2. Інформація, яку оприлюднює сама фірма. Найбільший обсяг інформації міститься у річних звітах. У них наводяться дані за кілька років, і, крім фінансової, може міститися інформація про перспективи розвитку фірми, структуру управління, виробничі підрозділи, номенклатуру продукції, види діяльності, яка здійснюється через іноземні філії.

3. Періодичні видання, які друкують спеціалізовану інформацію про фірми. Найповніша інформація міститься у журналах і газетах, що належать великим фірмам. Серед газет можна зазначити “*Wall Street Journal*”, “*Financial Times*”, а серед журналів — “*Barron's*”, “*Business Week*”, “*Economist*”, “*International management*”, “*Fortune*”, які регулярно друкують інформацію про діяльність великих фірм, розвиток галузей, про злиття і поглинання компаній, призначення і переміщення посадових осіб, вартість акцій, динаміку цін тощо. Крім того, “*Business Week*” та “*Fortune*” проводять рейтинг найбільших і найприбутковіших корпорацій світу, а також рейтинг для малих підприємств.

4. Довідники про фірми, які щороку друкують інформаційно-довідкові агентства та спеціалізовані видавництва. Залежно від інформації, яка вміщується у довідниках, можна виокремити такі їх види:

- *адресні*, що охоплюють найбільшу кількість фірм, але інформація в них є дуже обмеженою. Найвідомішим адресним довідником є “*Jaegers-Waldeman International Telex-Teletex International*”, який охоплює близько 1,5 млн фірм зі 150 країн світу;

- *товарофірмові*, які побудовані за принципом “товар — фірма”, коли назви товару наводяться в алфавітному порядку, а поруч перелічуються фірми, що займаються виробництвом або збутом цього товару. Більша частина таких довідників є національними за охопленням (“*Thomas Register of American Manufactures*” — у США, “*der Grosse Hartman*” — у Німеччині). Серед міжнародних довідників найвідоміший “*Kompass*”, який видається у більшості країн Західної Європи. Кожний том цього довідника присвячений фірмам однієї чи кількох країн. Наприклад, у “*Kelly's Manufacturers and Merchants Directory*” вміщено інформацію про компанії США;

- *загальнофірмові*, що вміщують відомості про фірми незалежно від їх правового статусу і галузевої належності, наводять загальну характеристику фірм. Серед найвідоміших — американський “*Poor's Register of Corporation*”, англійський “*Guide to British Enterprises*” і німецький “*Handbuch der grooBunternahmen*”;

- *довідники про акціонерні товариства*, які містять більш детальну порівняно з іншими виданнями інформацію про компанії, акції яких котируються на біржах. Особливу цінність становить фінансова інформація;

- *галузеві*, що дають можливість отримати інформацію про фірми однієї або кількох суміжних галузей економіки. Можуть бути національними, регіональними і міжнародними. Більша частина міжгалузевих довідників належить до міжнародних. Серед них слід зазначити “*Oil and Petroleum Yearbook*”, “*Financial Times Oil and Gas International Yearbook*”, “*Coal Mine Directory*”, “*Corporate Technology Directory*”, “*Directory of Manufacturers Sales Agencies*”;

- *директорські*, які дають змогу виявити фінансові зв'язки між фірмами на основі участі однієї особи або групи осіб у керівних органах інших фірм. Здебільшого випускаються як додаток до інших довідників;

- *довідники з фінансових зв'язків*, що надають інформацію про взаємовідносини між фірмами через участь в акціонерному капіталі. За їх допомогою можна виявити фірми, які належать до тієї або іншої фінансової групи. Зокрема, у США видаються “*America's Corporate Families*”, “*Corporate Finance Sourcebook*”, “*Directory of Corporate Affiliation*”. Аналогічні довідники є і в інших країнах світу;

- *біографічні*, які містять інформацію про провідних політиків, громадських діячів, представників ділових кіл. Найвідоміший з них — “*Who's who*”.

5. Інформація, яка надається спеціалізованими банками даних, що створюються з комерційними цілями консультаційними, видавничими, а також комп'ютерними фірмами. Функціонує така база даних як комп'ютерний довідник. Найбільшу базу даних має американська корпорація “*Dun and Bradstreet*”, що спеціалізується на інформації у сфері економіки, бізнесу та маркетингу. Також серед найбільших система “*Dialog*”, яка охоплює понад 400 різних баз даних і належить корпорації “*Knight Ridder' Inc.*” Однією з найвідоміших у світі є база даних “*Dow Johns News. Retrieval*”.

6. Інформація про фірми, що надається спеціалізованими організаціями, до яких належать кредитно-довідкові бюро, консультативні фірми, банки, спілки підприємців, торговельні палати, державні організації. Найбільш конфіденційну і дорогую інформацію надають кредитно-довідкові бюро. Неабиякого поширення набули огляди окремих товарних ринків, які вміщують інформацію про компанії — виробників, експортерів та імпортерів. Найбільшим кредитно-довідковим бюро є компанія “*Dun and Bradstreet Corp.*”, що була створена ще у XIX ст. Відділення “*Moody's Investors service*”, що спеціалізується на оцінці кредитоспроможності фірм, відоме в усьому світі.

7. Інформація про фірми, що надається міжнародними організаціями системи ООН. Ростер (фірмове досьє) являє собою банк даних, що постійно оновлюється і формується на основі анкет, які секретаріат ЮНІДО надсилає фірмам для заповнення в період їхньої реєстрації як контрагентів.

Питання для самоконтролю

1. Що таке міжнародна конкуренція?
2. Основні тенденції розвитку міжнародної конкуренції та їх зв'язок з розвитком міжнародної торгівлі.
3. Що є основними рушійними силами інтернаціоналізації міжнародної конкуренції?
4. Назвіть основні форми інтернаціоналізації економічної діяльності.
5. Можливості управління ринками збуту продукції.
6. Основні джерела інформації для пошуку іноземних партнерів, їхні переваги і недоліки.

МАУП

Стратегія проведення переговорів з іноземними партнерами

2.1

Основні методи проведення переговорів з іноземними партнерами

Переговори можна вести кількома методами: за допомогою поштового листування, факсу, телефону та електронної пошти, а також особисто. Рішення про спосіб ведення переговорів залежить від багатьох факторів, зокрема від часу, який є у сторін, кількості питань, що необхідно вирішити, тощо.

Ділове поштове листування потребує найбільше часу, тому є найтравнішим методом комунікації. Телефонні переговори забирають менше часу, однак подекуди мають високу вартість, також по телефону не можна вирішити раніше не узгоджені питання. Крім того, необхідно надсилати партнеру письмове підтвердження досягнутої по телефону домовленості. Найвищою формою ведення переговорів є особисті переговори партнерів. Спираючись на багатовіковий досвід розвитку міжнародних відносин, можна розробити найважливіші правила спілкування представників ділових кіл різних країн. Незважаючи на певне послаблення останнім часом протокольних правил для ділового спілкування, це не звільняє від необхідності їх дотримання.

Ділові зустрічі можна поділити на дві категорії:

- ділові бесіди, які передбачають обмін думками;
- ділові переговори, спрямовані на розв'язання проблеми.

Для успішної реалізації ділової зустрічі необхідно визначити:

- персональний склад делегації (що зумовлюватиме її рівень та ступінь повноважень у процесі узгодження умов контракту);
- місце її проведення.

У процесі ділових переговорів можна виокремити три основні етапи: підготовчий, проведення переговорів, підписання угоди. Для оцінки можливого перебігу переговорів ще на етапі підготовки до них необхідно:

- зібрати якомога детальнішу інформацію про фірму-партнера, її зв'язки та методи роботи, особисту інформацію про учасників делегації контрагента;
- ретельно спланувати переговори, їх місце, час, послідовність питань, що обговорюватимуться, склад учасників делегації сторони, яка приймає;
- продумати питання організації прийому партнера;
- визначити тактику ведення переговорів (намагатися зберегти ініціативу);
- розробити ненав'язливу, але ефективну форму доведення до відома партнера вигідної вам позитивної інформації про себе;
- проаналізувати слабкі та сильні позиції контрагента.

Програма перебування делегації другої сторони та проведення переговорів повинна включати такі питання:

- організація зустрічі та від'їзду делегації;
- розміщення у готелі;
- ділова частина програми (переговори, зустрічі, бесіди);
- протокольні заходи (прийоми, сніданки, обіди тощо);
- культурна програма (театр, екскурсії тощо).

У процесі ведення переговорів повинен переважати дружній підхід, за якого центральною ланкою стає спільний аналіз проблеми та спроба її розв'язати. Доцільно розпочати з аналізу важливих для обох сторін інтересів і моментів, визначаючи шляхи вирішення проблеми, а вже потім переходити до тих розбіжностей, що існують.

Розмову зазвичай веде одна особа, що очолює делегацію. Від її кваліфікації, досвіду, навичок залежатиме успіх переговорів. Інші учасники групи можуть брати участь у бесіді лише з її дозволу. Нині склалася практика залучення до переговорів сторонньої особи (з юридичної або консультативної фірми), якщо на фірмі бракує кадрів відповідного рангу для проведення тих або інших переговорів. Така практика має низку істотних переваг (отримання кваліфікованішого "переговорника", можливість домогтися кращих умов для себе, економія часу при підготовці процесу переговорів тощо), а також недоліків (стороння особа менше зацікавлена в успіху, ніж працівник

фірми, вартість послуг висококласних консультантів може бути надзвичайно високою, негативне ставлення до запрошеного як з боку делегації контрагентів, так і, можливо, з боку власної делегації, що може ускладнити роботу та перебіг переговорів).

У процесі переговорів необхідно:

- створити доброзичливу атмосферу (без фамільярності);
- дотримуватися дисципліни (усі члени делегації повинні дуже жорстко контролювати свої слова та вчинки, за столом переговорів кожен учасник делегації має дотримуватися єдиної, розробленої задалегідь стратегії);
- переконатися у зацікавленості партнера, а також оцінити ступінь цієї зацікавленості, що надзвичайно важливо для розробки тактики переговорів;
- спрямувати зусилля на вирішення основного завдання, не відволікаючись на несуттєві, другорядні подробиці.

Напрямок розмови під час переговорів можна регулювати за допомогою запитань, які ставляться. Виокремлюють дві категорії запитань:

- відкриті, на які неможливо дати односкладну відповідь “так” чи “ні”. Тому вони необхідні, коли мета розмови — отримати інформацію;
- закриті, що ставляться, коли треба отримати згоду або відмову від чого-небудь.

Особисті стосунки партнерів відіграють важливу роль, адже вони можуть як ускладнити перебіг переговорів, так і сприяти успіху.

Аргументація — найскладніша частина переговорного процесу, яка потребує великого обсягу інформації, концентрації уваги, цілковитого самовладання, швидкої реакції, винахідливості, наполегливості, але водночас спокою та коректності висловлювань. Необхідно не лише володіти інформацією, а й уміти її аргументовано викласти. Слід пам'ятати, що критиці має передувати відзначення позитивних моментів. Переговори варто завершити відразу ж після досягнення наміченої мети. Не варто намагатися відповідати відразу на всі запитання. Краще не наполягати на своїх формулюваннях, а спробувати знайти у словах партнера раціональне зерно. Слабким аргументам протилежної сторони слід протиставити вагому інформацію або обґрунтування.

Пасивність на переговорах зазвичай свідчить про погану розробку стратегії. Якщо під час розмови виникли розбіжності щодо пев-

них умов угоди, яка обговорюється, не слід концентрувати на них увагу і намагатися негайно їх усунути. У цьому разі краще за все перейти до обговорення інших неузгоджених питань. Дуже важливою у тактиці переговорів є послідовність у вирішенні проміжних проблем, основною з яких є визначення ціни. Тому спочатку доцільно узгодити всі комерційні та технічні умови, що впливають на ціну.

Під час переговорів дуже важливо вміти вдало вибрати час для пауз. Однак якщо узгодження проблеми відбувається без ускладнень, то навряд чи слід робити перерву. Грамотно вибудована розмова дасть змогу отримати необхідну інформацію, яку неможливо знайти у пресі або інших джерелах.

2.2

Значення невербальних методів ведення переговорів

Невербальні реакції — рухи, міміка, інтонації — є особливо важливими для ділового спілкування. Вони можуть сказати про співрозмовника набагато більше, ніж його слова. Австралійський учений А. Піз стверджує, що за допомогою слів передається 7 % інформації, звукових засобів (у тому числі тону голосу, інтонації тощо) — 38 %, міміки, жестів та пози — 55 %. На переговорах не варто прибирати позу, що сприймається як закритість у спілкуванні та агресивність. Не слід надівати окуляри з затемненими лінзами. Оскільки міміка, жести є реальною мовою, хоч і без слів, то неважко припустити, що вона не буде однаковою в різних країнах та етнічних групах. На Близькому Сході у людей, які сповідують іслам, ліва рука вважається “нечистою”. І тому, хто веде переговори в ісламській країні, необхідно про це пам'ятати. Взагалі потрібно дотримуватися правила: якщо достеменно невідомо значення того або іншого жесту, то не слід використовувати його під час розмови з іноземним партнером, адже той або неправильно тлумачитиме його, або не зрозуміє.

Розрізняють чотири види дистанції при веденні переговорів: інтимну, особисту, соціальну та офіційну. Перші дві на практиці зазвичай об'єднуються. Представники різних націй, розмовляючи, намагаються дотримуватися таких дистанцій:

- близької — араби, японці, французи, греки, італійці, іспанці, латиноамериканці;
- середньої — англійці, шведи, швейцарці, німці, австрійці;
- великої — біле населення Північної Америки, австралійці, новозеландці.

Усмішка та погляд — одні з найдійовіших методів невербального спілкування. Національні особливості ділового спілкування у різних народів суттєво відрізняються. Американці — прямі люди, тому цінують чесність і відкритість, намагаються уникати формальностей та розглядати суть справи. Стиль їхнього ділового спілкування вирізняється професіоналізмом. Французи — скоріше галантні, ніж ввічливі, скептичні, водночас швидко захоплюються, люблять поговорити на історичні теми, переговори ведуть досить жорстко, рішення приймають довго, за складною бюрократичною системою. Англійців характеризує стриманість, схильність до недомовок, підприємливість, ощадливість, а особливо пунктуальність. Вони можуть піти назустріч, але будуть суворо дотримуватися законів. У англійців мовчання — не знак згоди, а лише здатність терпляче вислухати співрозмовника. Німці — працелюбні, організовані, раціональні, ощадливі, серйозні, ділові зв'язки можуть встановити у результаті обміну листами з пропозицією про співпрацю. Їх вирізняє високий професіоналізм, безумовне виконання своїх зобов'язань, орієнтація на тривалі відносини, намагання обговорювати питання послідовно, а не всі одразу. Італійці — експансивні, поривчасті, товариські. Велику увагу приділяють тому, щоб переговори велися між особами, які займають приблизно однакове становище у фірмі, діловому середовищі або суспільстві, особливо чутливі до дотримання правил ділової етики. Іспанці — серйозні, відкриті, галантні, схильні до роботи в команді. Іспанського партнера необхідно обов'язково повідомити про свій приїзд. Не заведено призначати зустріч з іспанцями близько полудня. Можуть спізнаватися на зустріч, регламенту часто не дотримуються, отже, переговори відбуваються менш динамічно.

Китайці особливу увагу приділяють двом речам: збиранню інформації про предмет обговорення і про партнерів з переговорів, а також створенню дружньої обстановки. Не варто очікувати, що китайці першими зроблять пропозицію або висловлять свою точку зору. Вони люблять проводити переговори у себе вдома і роблять поступки наприкінці переговорів.

Японці — працелюбні, у них сильно розвинуті естетичні відчуття, прихильність до традицій, вірність авторитетам. Потискання рук не заведено, важливим елементом правил гарного тону є поклони. Японці вручають візитну картку обома руками. Зазвичай ідуть на поступки, якщо це зробив і партнер. Намагаються уникати конфронтації, підкреслено уважно слухають свого співрозмовника. Рішення приймають за складною бюрократичною системою.

2.3

Основні прийоми проведення переговорів та їх організаційні форми

Залежно від позиції учасників переговорів можливі партнерський і конфронтаційний підходи до проведення переговорів. І в одному, і в іншому разі вони здебільшого зводяться до того, наскільки чітко і точно визначається позиція сторони, на які аспекти робиться акцент. Під час переговорів можливі такі типи поведінки сторін:

- відкриття позиції — сторона чітко формулює свої завдання та інтереси, дає партнеру чітку інформацію;
- закриття позиції — сторона приховує свої наміри, надає перекручену, а іноді й неправдиву інформацію;
- наголошення на спільності позицій;
- наголошення на розбіжностях.

Тактичні прийоми ведення переговорів:

- “відхід”, коли справа іде до прийняття рішення, а одна зі сторін не зуміла повністю проаналізувати позицію і відчуває свою слабкість, то вона пропонує перейти до обговорення іншої позиції;
- “очікування”, коли переговори ведуться у такий спосіб, щоб з’ясувати думку партнера, не відкриваючи своєї позиції;
- метод “салями”, тобто повільне та поступове (невеликими порціями) відкриття своєї позиції;
- “завищення власних попередніх вимог”, “попередні завищені обіцянки”, “завищення своїх можливостей” — прийоми, які можуть дати перевагу у спілкуванні з новими та малокваліфікованими партнерами;
- “висування вимог в останню хвилину”, коли після досягнення згоди висувається додаткова умова, і партнер, аби не розривати домовленості, може легко погодитися на неї;

- “пакування”, за якого до одного блоку заносяться як вигідні, так і не вигідні для партнера умови;

- “розстановка хибних акцентів у власній позиції”, коли сторона може активно обстоювати окремі несуттєві позиції, а поступившись ними, отримати перевагу за іншими важливішими позиціями;

- “блеф” — надання заздалегідь хибної та перебільшеної інформації, що може вплинути на позицію опонента;

- “відмовчування” — підкреслене небажання відкрити позицію, іноді з наївними посиланнями на “комерційну таємницю”;

- “попередня негативна оцінка позицій без аргументації”, тобто своєрідна психологічна атака на опонента (“ваша позиція просто неприйнятна для нас!”, “це загальновідомо”).

Крім ділових зустрічей, важливу роль у процесі переговорів відіграють форми неофіційного спілкування, які допомагають розширити та поглибити ділові контакти і слугують джерелом отримання інформації. Участь у прийомах — обов'язковий вид службової діяльності. Прийоми поділяють на денні та вечірні, із розсаджуванням за столом та без нього. Крім того, практично обов'язковими є так звані перерви на каву під час проведення зустрічі або наради.

До денних прийомів належать:

- “келих шампанського” або “келих вина” — триває з 11-ї до 13-ї години дня (подають лише шампанське, води, соки, вина, з їжі — великі канапки, горішки, тістечка);

- сніданок, або ланч, може бути влаштований між 12-ю та 15-ю годинами. Триває 1–1,5 год., з них 45–60 хв. за столом, а 15–30 хв. — за кавою. Різновидом може слугувати шведський стіл.

До вечірніх прийомів належать:

- “коктейль”, який починається о 17-й або 18-й годині і триває дві години. Нагадує денний прийом “келих шампанського”, але напої вже розлиті по бокалах;

- “а ля фуршет”, який відрізняється від попереднього прийому лише тим, що на ньому подається значно більше закусок;

- вечеря — найгрунтовніше обставлений вид прийому, зазвичай починається між 19-ю та 21-ю годинами, тривалість не обмежується. Вечеря може відбуватися також у вигляді шведського столу.

Члени делегації повинні приходити на прийом не пізніше за свого керівника. Вважається, що керівник може прийти останнім з делегації, а піти першим. Якщо прийоми, особливо вечірні, влаштовують

у помешканні одного з працівників вашого контрагента, то за правилами ввічливості потрібно, прийшовши на прийом, передусім знайти господаря та привітатися з ним, а йдучи з нього — залишити у передпокої візитну картку із загнутим куточком.

Існують певні вимоги і щодо візитних карток. Вони повинні містити основну інформацію про її власника та основні координати. Зазвичай візитну картку роблять односторонньою, а зворотний бік залишається чистим (для записів і приміток). Візитними картками обмінюються, як правило, при зустрічі. Водночас їх можна використовувати з різними цілями, іноді замінюючи ними довгі листи. У цьому разі картку можна надіслати партнеру, а в її лівому нижньому кутку, краще олівцем, написати перші літери французьких слів, наприклад:

- *P.F.* — привітання;
- *P.F.N.A.* — привітання з новим роком;
- *P.C.* — вислів співчуття;
- *P.R.* — представлення;
- *P.P.C.* — прощання та ін.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні способи ділового спілкування. В чому полягають їхні особливості?
2. Назвіть основні етапи проведення ділових переговорів.
3. Чи варто залучати сторонніх осіб для проведення ділових переговорів з іноземними партнерами?
4. Як саме ви можете невербально схвалити або заперечити позицію іноземного партнера?
5. Чи мають іноземні партнери національні особливості ведення переговорів? Як можна скористатися ними?
6. Назвіть основні прийоми відкриття інформації під час проведення переговорів.
7. Чи погоджуєтеся ви з твердженням, що основні методи ведення переговорів дають вам змогу маніпулювати думкою співрозмовника?
8. Назвіть основні види прийомів, що використовуються для ділового спілкування. Які їхні особливості?

Процес підготовки та укладання зовнішньоторговельної угоди

3.1

Класифікація зовнішньоторговельних операцій та угод. Види контрактів у міжнародній діяльності

Міжнародна або зовнішня торгівля вже протягом багатьох десятиліть є видом економічної діяльності, що розвивається найдинамічніше. Зовнішньоторговельні операції є комплексом основних і допоміжних видів комерційної діяльності, тобто це набір технічних прийомів, послідовне застосування яких забезпечує реалізацію міжнародного договору купівлі-продажу. *Міжнародною торговельною угодою* вважається договір, що його укладають дві або більше сторони, які перебувають у різних країнах, на постачання товарних одиниць визначеної кількості та якості або надання послуг відповідно до узгоджених сторонами умов. Визнання за угодою торговельного характеру підпорядковує її не лише нормам цивільного права, а й спеціальним нормам торговельного права, які визначають правила їх укладання та виконання.

Основними видами зовнішньоторговельних операцій є такі:

- експортні — діяльність, спрямована на продаж товару з подальшим його вивезенням з країни;
- імпортні — діяльність, пов'язана з купівлею в іноземного партнера товару з подальшим його ввезенням до країни;
- реекспорту — передбачає зворотне вивезення за межі митної території товарів, які раніше були ввезені з-за кордону, без їх переробки;
- реімпорту — ввезення з-за кордону раніше вивезеної за межі митної території продукції без її переробки.

Основні причини виникнення реекспорту такі:

- традиційні форми здійснення міжнародних торгів, зокрема торги на міжнародних біржах та аукціонах;
- у разі призупинення нормального перебігу подій у процесі реалізації міжнародної угоди (відмова покупця, його банкрутство);
- контракт є складовою великої міжнародної угоди (наприклад, при будівництві за кордоном);
- отримання прибутку за рахунок перепродажу продукції на різних ринках і внаслідок різниці в цінах.

До *допоміжних* зовнішньоторговельних операцій належать транспортні, страхові, фінансово-розрахункові, митні процедури, подання заявки на патент або торговельну марку, посередницькі послуги. Практика свідчить, що на одну основну операцію припадає до десяти допоміжних.

Міжнародні торговельні угоди регламентуються Конвенцією ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів (Віденська конвенція 1980 р.) та Гаазькою конвенцією про право, що застосовується до договорів міжнародної купівлі-продажу.

Характерними ознаками сучасних міжнародних торговельних угод є такі:

- значне збільшення номенклатури та зміна характеру продукції, яка надходить у міжнародний оборот, оновлення та часта зміна виробів, розширення асортименту поставок проміжної продукції;
- комплексний характер угод на постачання обладнання для цілих підприємств (комплектного обладнання);
- зростання масштабів угод;
- розширення практики постачань “під ключ”, коли продавець бере на себе зобов'язання виконати весь комплекс робіт з будівництва підприємства — від розробки проектної документації до введення в експлуатацію та досягнення підприємством усіх намічених показників;
- реалізація великомасштабних угод спільно компаніями різних країн у результаті створення консорціумів.

Залежно від ознак класифікації контракти купівлі-продажу можна поділити на такі види: контракти з одноразовою та періодичною поставкою; контракти з оплатою в грошовій, товарній і змішаній формах.

Контракт з одноразовою поставкою, або так звана разова угода, передбачає постачання однією стороною іншій узгодженої кількості товару до визначеної у контракті дати. Після виконання зобов'язань юридичні відносини між сторонами припиняються. Разові угоди бувають двох типів:

- з короткими строками постачання (на сировинні товари строки можуть встановлюватися як конкретно, тобто дата або період, так і невизначено, наприклад, після збирання врожаю, після відкриття навігації);
- з тривалими строками поставки (наприклад, на комплектне та складне обладнання, судна).

Умови контракту на комплектне обладнання можуть значно відрізнитися залежно від методів укладання таких контрактів: на основі прямих зв'язків між постачальником та замовником або у результаті участі постачальника-експортера у тендері. Зазвичай на основі прямих зв'язків укладається контракт на унікальне обладнання. Зміст контрактів за результатами тендера є стандартнішим, оскільки його учасники орієнтуються на умови, що висуває замовник, а вибір здійснюється, як правило, не на основі техніко-економічних умов, а радше на основі комерційних умов.

Контракти з періодичною поставкою передбачають регулярну та періодичну поставку товару узгодженої кількості та якості протягом встановленого періоду часу. Такий термін може бути як коротким (до одного року), так і тривалим (у середньому 5–10 років, а іноді і 15–20 років).

Довгострокові контракти зазвичай укладають на сировинні товари (нафта, вугілля, нафтопродукти, природний газ, руди, газетний папір тощо).

Контракти з оплатою у грошовій формі передбачають розрахунки у встановленій сторонами валюті з урахуванням визначених у контракті способу платежу та форми розрахунку.

У контрактах з оплатою у товарній формі продаж одного або кількох товарів одночасно ув'язується з купівлею іншого товару, отже, розрахунки в іноземній валюті не відбуваються. До таких контрактів належать товарообмінні та компенсаційні угоди.

Контракти з оплатою у змішаній формі отримали у сучасних умовах найбільше поширення. В таких контрактах найчастіше мова йде про будівництво на умовах цільового кредитування підприємства

“під ключ” та оплату витрат частково у грошовій, а частково у товарній формі. Причому заздалегідь встановлюється частка продукції, яка постачатиметься з такого підприємства. Ці контракти отримали такі назви: “про розподіл продукції”, “про промислову компенсацію”, “угоди на компенсаційній основі”, “угоди “розвиток — імпорт””. Фактично в них зв'язуються три довгострокові угоди на одну й ту саму суму (без урахування процентів за кредитом):

- контракт купівлі-продажу технічних засобів і послуг з будівництва підприємства;
- угода про довгострокове кредитування;
- довгостроковий контракт на постачання сировини.

Угоди з оплатою у змішаній формі найчастіше укладають на поставку сировини, яка добувається на нових підприємствах, побудованих із залученням іноземного капіталу у країнах, що розвиваються.

3.2

Сутність основних етапів підготовки міжнародної комерційної угоди

Реалізація типової комерційної угоди передбачає проходження послідовних етапів, що супроводжуються оформленням відповідних документів, які є продовженням і, одночасно, складовою єдиного технологічного процесу.

Перший етап підготовки міжнародної комерційної угоди — встановлення ділового контакту з іноземними партнерами, що включає кілька традиційних способів:

- звернення з боку покупця:
 - надсилання потенційному або вже відомому продавцеві запитання;
 - направлення запиту виробникові продукції, яка цікавить;
 - оголошення торгів і запрошення до участі у них фірм, які можуть прийняти та виконати умови торгів;
 - надсилання можливому виробнику комерційного листа про наміри у відповідь на його рекламу або інформацію;
 - надсилання потенційному експортеру комерційного листа про наміри вступити у переговори як відповідь на його пропозицію;

- відсилання експортеру остаточного акцепту на його пропозицію;
- звернення з боку продавця:
 - відсилання пропозиції (оферти) безпосередньо одному або кільком можливим іноземним покупцям;
 - прийняття та підтвердження замовлення покупця;
 - відсилання покупцю у відповідь на його запит пропозиції із визначенням конкретних умов майбутнього контракту або проформи контракту;
 - участь у торгах шляхом подання тендерної документації організаторам торгів;
 - участь у міжнародних і національних торгово-промислових виставках та ярмарках;
 - надсилання проформи контракту вже відомому покупцю як результат узгодження контракту за телефоном або на основі попередніх домовленостей;
 - надсилання можливому покупцеві комерційного листа із запитом вступити у переговори щодо конкретної угоди;
 - розміщення рекламних оголошень у засобах масової інформації, відсилання потенційним покупцям каталогів, прейскурантів, проспектів із запропонованими товарами та проведення рекламної кампанії в країні-імпортері.

Коли ініціатива з приводу укладання угоди виходить від продавця, то він може направити покупцю пропозицію — *оферту*. Типова оферта містить усі основні умови майбутньої угоди: найменування, кількість, якість, ціна, умови постачання, умови платежу, характер тари і упакування, порядок приймання та здавання, загальні умови постачання. Якщо між сторонами вже було укладено угоду, яка містила всі основні положення, то в наступному разі в оферті можуть бути зазначені лише певні уточнення з посиланням на попередню угоду.

Розрізняють два основні види оферти, про що потрібно зробити відповідний напис при її відсиланні.

Тверда оферта — це письмова пропозиція продажу певної партії товару, яка надсилається оферентом одному можливому покупцю, із встановленням терміну, протягом якого продавець вважається зв'язаним своєю пропозицією і не може зробити аналогічної пропозиції іншому покупцю. Якщо покупець погод-

жується на всі умови, то він надсилає акцепт, в іншому разі — контрферту. Неотримання від покупця протягом визначеного терміну акцепту означає відмову від пропозиції. Тверда оферта може виступати як “перша оферта” в тих випадках, коли покупцем є фірма, що має переважне право купівлі та збуту товару, тобто “право першої руки”.

Вільна оферта — це пропозиція, що її зазвичай роблять одночасно на одну й ту саму партію кільком можливим покупцям. Вона не встановлює строку для відповіді і тому не зв'язує продавця. Згода покупця на умови, які викладені в такій оферті, підтверджується твердо контрфертою. Після отримання контрферти продавцем (її акцепту) угода вважається укладеною. Продавець буде акцептувати ту оферту, яку він отримав раніше за інші, або того покупця, якому він віддає перевагу. Нині вільна оферта використовується нечасто, оскільки не дає виробнику впевненості у реалізації його продукції.

Оферта також може використовуватися не з метою реального укладання угоди, а для негласного розподілу ринків між членами монополістичних об'єднань. Така оферта отримала назву захисної. Сутність її полягає в такому: у разі отримання членом монополістичного об'єднання запиту від покупця, який розташований на території, що закріплена за іншим учасником монополістичного об'єднання, він надішле очевидно не вигідну для споживача пропозицію, аби спрямувати покупця до того учасника об'єднання, який обслуговує той ринок, на якому працює покупець. Учасники картелю інформують один одного про такі запити, щоб не втратити покупця.

Якщо покупець звертається до продавця з пропозицією про надсилання оферти, то таке звернення називається запитом. Основна мета запиту — отримання конкурентних пропозицій з метою вибору найкращої.

Другий етап підготовки міжнародної комерційної угоди — це оформлення замовлення споживачем, що означає письмову вказівку покупця щодо постачання йому товарів або надання послуг шляхом оформлення відповідного документа — замовлення. Зазвичай оформлюється на спеціальному бланку. У замовленні також зазначається граничний строк відповіді продавця, до кінця якого покупець вважається зв'язаним визначеними умовами. Якщо протягом

цього терміну продавець акцентує замовлення, то договір вважається укладеним. Одночасно оформлюється закупівельний ордер — наказ про виконання поставки, або інде́нт — закупівельний ордер у разі участі в експортній поставці посередника-агента. Замовлення зазвичай відсилають при тривалих стосунках з постачальником, вони відображають індивідуальні умови угоди.

У торговельній практиці також має місце телефонне замовлення, яке повинно мати письмове підтвердження з позначкою “підтвердження” та зазначенням номера замовлення (з метою уникнення дублювання). Замовлення може бути прийняте лише з одночасним складанням графіку поставок. Перший і другий етапи укладання комерційної угоди належать до так званої підготовчої стадії.

Третій етап укладання комерційної угоди полягає у виборі умов постачання та форм розрахунку за її виконання, що передбачає таке:

- розрахунок експортної ціни;
- можливість надання покупцю комерційної знижки, яка зменшує як базисну ціну, так і суму контракту;
- розподіл витрат з доставки та страхування, в тому числі фрахт між продавцем і покупцем;
- розподіл обов'язків з пред'явлення до оплати комерційних документів.

Основним процесом цього етапу є встановлення контрактної ціни, що визначається як фактична ціна (ціна товару в місці знаходження на момент продажу) та базисна ціна (з урахуванням вартості упакування, транспортування, витрат зі страхування, мита, умов постачання та платежу). На третьому етапі відбувається безпосереднє підписання контракту купівлі-продажу.

Четвертий етап підготовки комерційної угоди — виконання замовлення. Він передбачає забезпечення готовності товару до відвантаження, транспортування, страхування вантажу та митне очищення. Митне очищення полягає у такому: декларування вантажу, підтвердження митної вартості товару, сплата мита, податків і зборів. Підготовка товару до відвантаження супроводжується низкою необхідних допоміжних операцій, таких, як сортування, формування партій, упакування відповідно до правил, норм і стандартів приймаючої країни, оформлення товаросупровідних документів, які відображають кількісні параметри товару.

Однак найважливішою стадією виконання контракту є постачання, коли відбувається передача товару покупцю на базисних умовах постачання, які визначають вид транспорту в процесі доставки, порядок перевезень, спосіб взаємного повідомлення сторін про готовність товару тощо з наступним відшкодуванням вартості.

3.3

Роль міжнародних торговельних звичаїв у процесі укладання угоди

На зміст зобов'язань сторін за договором купівлі-продажу значно впливають торговельні звичаї, що склалися у міжнародній практиці. Вони відіграють вирішальну роль між сторонами в арбітражі. Під *торговельним звичаєм* розуміють усталене у світовій практиці загальновизнане правило, що формулює чітке положення з питання, якого воно стосується. До торговельних звичаїв також належать торговельні або ділові звички (“а ми завжди робимо так”), які називаються узансами. Терміни “звичай” і “звичка” практично рівнозначні, оскільки обидва трактуються як правила, що не є нормами права. В англійській юридичній літературі торговельний звичай — це правило, яке настільки широко відоме, що вважається складовою укладеного контракту, якщо тільки воно не було виключене сторонами контракту у прямо чи непрямо вираженій формі. Торговельні правила мають важливе значення для тлумачення таких термінів, як відвантаження, поточні дні, погожі робочі дні, застереження “близько”. В окремих галузях торгівлі (деревина, зернові) виникають специфічні торговельні звичаї. Основною ознакою торговельного звичаю (звички) в американському праві є постійність дотримання. Французькі юристи називають такі його ознаки: постійність дотримання, повторюваність, відома тривалість існування у часі та просторі, визначеність, яка допускається законодавством і не суперечить добрим звичаям і публічному порядку.

Торговельні звичаї визначають зміст окремих умов контракту (частіше за наявності невизначеностей або неточностей чи відсутності узгоджених між сторонами умов). У тих випадках, коли в контракті прямо вказується на застосування торговельних звичаїв, вони

можуть замінити відповідну норму права, яка регулює питання контракту, якщо остання має диспозитивний характер (тобто коли в тексті самої норми зазначається, що вона може застосуватися лише за відсутності іншого узгодження сторін).

Звичай (звичка) повинен відповідати таким вимогам:

- мати характер загального правила (тобто дотримуватися в усіх або більшості випадків, до яких він може застосовуватися);
- бути широковідомим у відповідній галузі торгівлі, визначеним за своїм змістом і розумним.

Важливою умовою застосування торговельного звичаю (звички) є його знання сторонами, які укладають угоду. Коли обидві сторони знали про існуючий звичай, то проблем не виникає. Основні проблеми можуть виникати в тому разі, коли одна зі сторін заперечує своє знання, і необхідно вирішити, чи мала сторона знати про існування такого звичаю. Дія звичаїв поширюється і на осіб, які з ними не знайомі. Звичаї, що існують на певному ринку, можуть бути застосовані до всіх осіб, які укладають угоди на цьому ринку, незалежно від того, чи знали вони про існування цього звичаю. Навіть якщо особа виступає на ринку через посередника-агента, то припускається, що вона дала своєму агенту повноваження діяти відповідно до правил та звичаїв, що існують на цьому ринку, хоча принципал про них не знав. Отже, основним фактором є об'єктивний критерій — відомість звичаю, а не суб'єктивний, тобто знала чи не знала про нього сторона контракту.

Щоб уникнути суперечок та арбітражів, сторони прагнуть передбачити якомога більшу кількість уточнень і внести їх до тексту контракту. Причому особлива увага приділяється як тим положенням, щодо яких є спеціальні закони, так і тим, стосовно яких діють торговельні звичаї. Загальні правила торговельних звичаїв полягають у такому:

- сторони пов'язані будь-яким звичаєм, відносно якого вони домовилися, і практикою, якої вони дотримуються у своїх взаємовідносинах;
- за відсутності домовленості про інше вважається, що сторони припускали застосування до їхнього договору або його укладення звичаю, про який вони мали знати як про такий, що є широковідомим у міжнародній торгівлі та постійно дотримується іншими сторонами такого роду угод у відповідній сфері торгівлі.

Торговельні звичаї відображаються у біржових правилах, які складаються біржовими комітетами, у спеціальних збірках торговельних палат, матеріалах робочих комісій Комітету сприяння зовнішній торгівлі та інших організацій, що діють у межах ООН, а також у типових контрактах та рішеннях третейських судів з окремих питань.

Питання для самоконтролю

1. Що таке міжнародний контракт? Чим він відрізняється від внутрішнього контракту?
2. Як можна класифікувати міжнародні контракти?
3. Назвіть основні види міжнародних контрактів залежно від умов оплати, поставки.
4. У чому полягає сутність основних етапів підготовки міжнародної торговельної угоди?
5. Який етап, на вашу думку, буде найдовшим, найдорожчим?
6. Охарактеризуйте основні способи встановлення контакту між контрагентами.
7. Що таке міжнародні торговельні звичаї?
8. Назвіть основні торговельні звичаї.

МАУП

Міжнародний торговельний контракт

4.1

Сутність міжнародного контракту купівлі-продажу

Контракт — це угода між двома або більше сторонами, що їх називають сторонами контракту, виконання якої забезпечується силою закону при дотриманні учасниками певних умов.

Контракт купівлі-продажу — це комерційний документ, що являє собою договір постачання товару і за необхідності послуг, які його супроводжують, що погоджений і підписаний експортером і імпортером. Із самої назви цього документа випливає, що одна сторона договору купує, інша — продає предмет договору. Неодмінною умовою договору купівлі-продажу є перехід права власності на товар від продавця до покупця. Цим договір купівлі-продажу відрізняється від усіх інших видів договору — орендного, ліцензійного, страхування тощо, які не містять умови про перехід права власності на товар, а предметом договору є або право користування товаром, або надання послуг.

У тому разі, коли товар постачається відразу після підписання контракту, угода називається продажем, а якщо в контракті визначається пізніший строк поставки, то це вже угода про продаж. Міжнародний контракт може укладатися як в усній, так і в письмовій формі (згідно з Віденською конвенцією про міжнародний договір купівлі-продажу 1980 р.), але примусове виконання його можливе лише за умови письмового оформлення. Відповідно до законодавства України міжнародний контракт повинен укладатися лише у письмовій формі. Також згідно з Віденською конвенцією міжнародний контракт купівлі-продажу може вважатися укладеним після відсилання покупцем акцепту оферти продавця або після відсилання підтвердження про прийняття продавцем замовлення покупця за

умови, що і акцепт, і підтвердження здійснені у межах встановленого строку.

Міжнародний контракт купівлі-продажу належить до так званих типових контрактів, тобто у міжнародній практиці існують типові проформи, які стосуються договорів купівлі-продажу. Найзагальнішу проформу контракту купівлі-продажу визначено у Віденській конвенції про міжнародні договори купівлі-продажу 1980 року. Крім того, типові проформи визначаються як вимогами національного законодавства (зокрема в Україні законодавчо визначено обов'язкові статті міжнародного контракту купівлі-продажу та його структуру), так і спілками підприємців тих або інших галузей. У контракті купівлі-продажу визначається зміст договірних умов, порядок їхнього виконання і відповідальність за виконання.

Зазвичай до підписання основного тексту контракту сторони складають і підписують меморандум про наміри, в якому зазначаються сторони угоди, його предмет, а також окремі умови майбутньої угоди, в тому числі і вартість поставки.

4.2

Структура міжнародного контракту купівлі-продажу

Структура і зміст контракту мають індивідуальний характер та визначаються такими чинниками, як предмет угоди і рівень взаємозв'язків між контрагентами. Водночас українським законодавством визначено структуру контракту у зовнішньоекономічній діяльності, тобто передбачено перелік обов'язкових статей, які повинні бути відображені в контракті для визнання його легітимним. Інші статті, які не є обов'язковими, можуть змінюватися залежно від потреб контрагентів. Типовими розділами контракту є такі:

Вступна частина, або преамбула. Преамбула передує загальному текстові договору і має звичайно такий зміст: найменування і номер контракту, місце і дата його укладання, визначення сторін угоди. При визначенні договірних сторін, як правило, зазначаються фірмові найменування, під якими контрагенти зареєстровані в тор-

говельному реєстрі своєї країни, їхнє правове становище, місцезнаходження (назва країни або міста), а також найменування сторін у тексті контракту (наприклад, продавець і покупець або постачальник і замовник). Іноді в преамбулі робиться посилання на переговори, що передували підписанню контракту, із зазначенням місця і терміну їхнього проведення або на пропозицію продавця із зазначенням його номера і дати відсилання.

Предмет контракту. В цьому розділі зазначаються найменування товару, його характеристика, асортимент. У разі постачання устаткування серед його характеристик наводяться, наприклад, визначення продуктивності, потужності, витрати палива або енергії, інші показники. При визначенні асортименту товару наводять види, фасони, сорти, марки або моделі продукції, що постачається. Якщо контрактом передбачено постачання товарів з різними якісними характеристиками або різного асортименту, зазвичай вони перелічуються в специфікації, яка додається до контракту і є його невіддільною частиною, про що робиться відповідне застереження.

• **Кількість.** Визначаються одиниця виміру кількості, порядок установлення кількості, система мір. Кількість товару в контракті можна виразити мірами ваги, об'єму, довжини, площі, а також у штуках, причому вибір залежить від характеру самого товару і від практики, що склалася в міжнародній торгівлі тим або іншим товаром. Кількість окремих специфічних товарів визначається в контрактах у перерахунку в умовні одиниці. Наприклад, кількість ряду хімічних товарів визначається в перерахунку на 100 % вмісту основної речовини.

Порядок визначення кількості. Кількість товару, який потрібно поставити, можна визначити або твердо фіксованим числом, або у встановлених межах. Іноді твердо фіксована кількість супроводжується застереженням, що надає право продавцеві або покупцеві закупити на тих самих (або інших) умовах у той самий (або інший) термін додаткову кількість товару із зазначенням періоду, протягом якого одна сторона повинна повідомити іншу про намір скористатися своїм правом. Це право виражається словами “за опціоном” або “на вибір”. У контрактах купівлі-продажу на масові сировинні і продовольчі товари, що постачаються насипом, навалом або наливом, визначення кількості звичайно доповнюється застереженням, що допускає

відхилення кількості постаченого фактично продавцем товару від кількості товару, обумовленої в контракті. Це застереження називається застереженням “близько” і може бути виражене одним з таких способів: перед цифрою, що визначає кількість товару, ставиться слово “близько”; після цифри, що визначає кількість, додається фраза “більше або менше на ... %”.

Застереження “близько”, як правило, застосовується при морських перевезеннях вантажів. У цьому разі сторони враховують, що зафрахтувати судно необхідного тоннажу і постачити точно передбачену в контракті кількість інколи досить складно. Застереження “близько” дає можливість продавцеві найповніше використати вантажомісткість судна і не оплачувати так званий “мертвий фрахт”, тобто фрахт за невикористовуваний обсяг судна.

У тих випадках, коли сторонами контракту є фірми країн, що дотримуються різних систем мір, для уникнення непорозумінь кількість зазначається в одиницях обох систем.

Одні й ті самі за назвою одиниці виміру (наприклад, бушель, стос, мішок, бочка) у різних країнах містять зовсім різну кількість товару. Тому при позначенні кількості в одиницях, що мають неоднакове значення в різних країнах, зазвичай вказується його еквівалент у метричній системі мір.

У контракті купівлі-продажу також робиться застереження і щодо того, чи включається тара й упаковка в кількість товару, що поставляється. Залежно від цього розрізняють такі види ваги: вага брутто — вага товару разом із внутрішньою і зовнішньою упаковкою, включаючи пакувальні матеріали; легальна вага нетто — вага товару без будь-якої упаковки; вага брутто за нетто — вага товару з тарою, коли вартість тари прирівнюється до вартості товару (коли вага тари становить щонайбільше 2 % від ваги товару і коли ціна тари майже не відрізняється від ціни такої самої вагової одиниці товару — мішки, поліетиленові пакети).

Якість товару. Визначення якості товару в контракті купівлі-продажу передбачає встановлення якісної характеристики, тобто сукупності властивостей, що визначають придатність товару для використання за призначенням. Вибір способу визначення якості залежить від характеру товару, практики, що склалася в міжнародній торгівлі цим товаром, та інших умов. Основними методами визначення якості товару є такі:

- *за стандартом.* Цей спосіб передбачає постачання товару, якість якого точно відповідає певному стандарту, з видачею відповідного сертифіката. *Стандарт* — це документ, у якому дається якісна характеристика товару. В зарубіжних країнах стандарти розробляються різними урядовими організаціями (національні стандарти), спілками підприємців, науково-технічними асоціаціями й інститутами, страховими компаніями та ін. Іноді в практиці торгівлі використовують стандарти, розроблені великими промисловими фірмами;

- *за технічними умовами.* Цей спосіб застосовується в тому разі, коли на певний товар відсутні стандарти і коли через особливі умови виробництва й експлуатації товару необхідно встановити спеціальні вимоги до його якості. Технічні умови містять докладну технічну характеристику товару, опис матеріалів, з яких він має вироблятися, правила і методи перевірки й випробувань. Технічні умови зазвичай визначають якість товарів, вироблених на основі індивідуальних замовлень, зокрема унікального або складного промислового устаткування, апаратури, судна тощо;

- *за специфікацією, зазначеною в договорі.* Специфікація містить, як правило, необхідні технічні параметри, що характеризують товар. Вона може складатися експортерами, імпортерами, різними асоціаціями й іншими організаціями — як національними, так і міжнародними. У контракті в цьому разі потрібно зазначити організацію, що склала специфікацію, і навести основні показники цієї специфікації;

- *за зразком.* Цей спосіб передбачає встановлення якості товару в контракті відповідно до визначеного зразка, погодженого і підтверженого сторонами, а також до існуючого еталона. У контракті, як правило, зазначається кількість відібраних зразків і порядок звіряння постаченого товару зі зразком. Зазвичай відбирають три зразки: один зберігається в покупця, другий — у продавця, третій — в якійсь нейтральній організації, зазначеній в договорі (наприклад, у Торговельній палаті). Контрактом передбачається зберігання сторонами зразків протягом визначеного терміну з дати надходження останньої партії товару;

- *за попереднім оглядом.* У контракті цей спосіб позначається словами “оглянуте — схвалене”. Покупцеві надається право оглянути

всю партію товару у встановлений термін. Продавець гарантує якість товару як таку, що її схвалив покупець, оглянувши товар. У цьому разі продавець за якість фактично поставленого товару не відповідає, якщо в ньому не було прихованих недоліків, які покупець під час огляду товару встановити не міг і про які йому не було повідомлено до укладення угоди. За попереднім оглядом зазвичай продають товари на аукціонах і зі складів;

- *за вмістом окремих речовин у товарі.* Цей спосіб визначення якості передбачає встановлення в контракті мінімально допустимого вмісту корисних речовин і максимально допустимого вмісту небажаних елементів або домішок (у відсотках);

- *за виходом готового продукту.* При цьому способі в контракті встановлюється показник, який визначає кількість кінцевого продукту, що має бути отриманий із сировини. Цей показник може бути встановлений як у відсотках, так і в абсолютних величинах;

- *за справедливою середньою якістю.* Цей спосіб застосовується здебільшого в контрактах на зернові. У контракті зазначається, що якість товару повинна відповідати справедливій середній якості зерна у визначений період та у встановленому місці відвантаження;

- *за натуральною вагою.* Таким способом визначається якість зернових. Натуральна вага — це виражена в кілограмах вага одного гектолітра (об'ємної одиниці) зерна. Вона відображає фізичні властивості зерна (форму, величину, наповненість, питому вагу) і дає уявлення про кількісний вихід борошна і крупи з нього. Показники натуральної ваги звичайно застосовуються разом з іншими показниками, наприклад, зі вмістом сторонніх домішок у зерні;

- *спосіб “тель-кель”.* Він означає постачання товару “таким, який він є”. У цьому разі продавець не несе відповідальності за якість товару, що постачається, тобто покупець зобов'язаний прийняти товар незалежно від якості, якщо він відповідає найменуванню (виду, сорту), зазначеному в договорі.

Крім перелічених способів визначення якості товару, в контракті можуть застосовуватися й інші, наприклад, показники розмірів окремих частинок товару (вугілля, насіння, солі), забарвлення товару (бавовни, цукру, каучуку), запаху тощо. Досить часто якість товару в контракті визначається із застосуванням двох або більше способів. За відсутності в договорі зазначень щодо якості, як правило, вва-

жається, що якість товару, що постачається, повинна відповідати середньому, яке в країні продавця або в країні походження товару є звичайним для певного виду товарів.

Термін і дата постачання. Під терміном постачання товару розуміють момент, коли продавець зобов'язаний передати товар у власність покупцеві або за його дорученням особі, яка діє від імені покупця.

Обумовлена в контракті кількість товару може бути поставлена одноразово або частинами. При одноразовому постачанні встановлюється один термін постачання, при постачанні частинами у контракті зазначаються проміжні терміни постачання. Термін постачання в контракті купівлі-продажу може бути встановлений за допомогою одного з перелічених способів:

- визначається *календарний день постачання*;
- визначається *період*, протягом якого має бути поставлений товар, тобто календарний місяць, квартал або рік, період місяця або кварталу, проміжок між визначеними датами. Якщо термін постачання — календарний місяць, квартал або рік, додають слова “протягом” або “не пізніше”. При періодичних постачаннях термін може позначатися словом “щомісяця”. У довгострокових контрактах зазвичай встановлюються загальний термін дії контракту і проміжні терміни, що можуть бути визначені або відразу на весь термін дії угоди, або наприкінці кожного календарного року на наступний рік. Установлення терміну постачання шляхом визначення періоду є найпоширенішим у комерційних справах іноземних фірм;

- *на основі торговельних звичаїв*, наприклад, “негайне постачання, “швидке постачання”, “без затримки”, “постачання товару, який є на місці”, “зі складу”. Інколи контрагенти взагалі не встановлюють точного терміну постачання або прийняття товару. При цьому термін визначається за погодженими умовами, наприклад, “після збирання врожаю”, “після відкриття навігації”;

- *обумовлюється зв'язана дата постачання*. В цьому разі термін поставки вираховується не від дати підписання контракту, а від дати виконання зобов'язань покупцем (наприклад, перерахування авансу, схвалення замовником кошторису, креслень тощо);

- *на вимогу покупця*, коли покупець має право висловити бажання отримати товар у будь-який час протягом визначеного періоду,

попередньо попередивши подавця про свої наміри прийняти товар. Цей спосіб не вигідний продавцеві і вигідний покупцеві, тому зустрічається в практиці торгівлі порівняно рідко.

Упакування та маркування. Продавець повинен упакувати товар у такий спосіб, щоб той дійшов до покупця неушкодженим. Вантажовідправник має право самостійно вибрати вид і рід упаковки, що відповідає характеру товару, коли товар постачається на умовах “вільно від витрат на упаковку”, але повинен виконати всі побажання покупця, якщо упаковка оплачується окремо. Визначення виду упаковки залежить від особливостей товару, що підлягає упакуванню. Зазвичай у контракті розрізняють зовнішню упаковку — тару (ящики, картонні коробки, бочки, контейнери тощо) і внутрішню упаковку, невіддільну від товару. Якість як зовнішньої, так і внутрішньої упаковки найчастіше встановлюється зазначенням вимог, які вона повинна задовольняти. У більшості випадків не лише внутрішня упаковка невіддільна від товару, а й зовнішня тара переходить у власність покупця одночасно з товаром. При переході упаковки у власність покупця він сплачує її ціну продавцеві. Способи оплати упаковки визначаються сторонами в контракті і можуть передбачати таке: включення ціни упаковки в ціну товару, визначення ціни упаковки у відсотках від ціни товару.

Порядок відвантаження товару. В контракті зазвичай передбачається зобов'язання продавця повідомити покупця про готовність товару до відвантаження і про здійснене відвантаження, а також устанавлюється порядок виконання цього зобов'язання. У контракті, як правило, визначається термін, що обчислюється у днях до початку терміну постачання, протягом якого продавець зобов'язаний повідомити покупця за відповідною формою про готовність товару до відвантаження. Повідомлення про готовність полягає у врученні покупцеві документів, що відповідають умовам контракту. Часто в цьому пункті контракту наводиться перелік відвантажувальних документів, які продавець зобов'язаний надати покупцеві у визначений термін.

Здавання-приймання. Під здаванням товару розуміють передачу продавцем товару у володіння покупцю відповідно до умов контракту купівлі-продажу. У результаті такої передачі покупець одержує можливість здійснювати повний контроль над товаром (вручення товаророзпорядчих документів або ключів від підприємства розгля-

дається як передача самого товару). Здавання товару перевізникові звичайно вважається передачею товару покупцеві, якщо воно супроводжується видачею документів, що виключають контроль продавця над товаром. Передача товару покупцеві, що називається постачанням, здійснюється за рахунок продавця. У витрати на здавання включаються вартість зважування, підрахунку, маркування, упакування, можливі митні збори. Під прийманням розуміють перевірку відповідності якості, кількості і комплектності товару його характеристик і технічним умовам, зазначеним у договорі. Види здавання-приймання такі:

- *попереднє приймання*. Звичайно має на меті огляд товару на підприємстві продавця для встановлення відповідності його кількості і якості умовам договору, а також для встановлення правильності упакування і маркування товару;
- *остаточне здавання-приймання* має на меті встановити фактичне виконання постачання у встановленому місці й у визначений термін. Результати такого приймання є обов'язковими для обох сторін і беруться за основу для розрахунків за угодою.

Місце фактичного здавання-приймання може бути позначене в такий спосіб: підприємство або склад продавця; погоджений порт відвантаження, залізнична станція відправлення або аеропорт; порт призначення, прикордонна або кінцева залізнична станція в країні призначення; склад покупця або кінцевий пункт реалізації товару.

Терміни здавання-приймання товару за кількістю і якістю, як правило, не збігаються. Приймання товару за якістю може здійснюватися двома способами: на основі документа, що підтверджує відповідність якості поставленого товару умовам контракту, і в результаті перевірки якості фактично поставленого товару в місці приймання. Перевірка якості фактично поставленого товару може здійснюватися за допомогою проведення якісного аналізу, звірення з раніше відібраними зразками, огляду товару, проведення інспектування й випробувань.

Методи здавання-приймання фактично поставленого товару. У практиці торгівлі використовуються два основні методи перевірки кількості та якості фактично поставленого товару: вибірковий і перевірка всього поставленого товару. Перший метод застосовується здебільшого до товарів, що поставляються в тарі й упаковці, другий

— до товарів, що поставляються навалом, але іноді (за бажанням покупця) і до упакованого товару. У разі застосування вибіркового методу в контракті визначається частка у відсотках від усієї партії товару, що підлягає перевірці, або мінімальна кількість одиниць, що підлягають перевірці, і спосіб їхнього відбору.

Рекламації. Претензії, які висуваються покупцем до продавця у зв'язку з невідповідністю якості і кількості поставленого товару умовам контракту, називають рекламаціями. Рекламації можуть пред'являтися покупцем тільки з тих питань, що не були предметом приймання товару, здійсненого відповідно до умов контракту, а також у тих випадках, коли виявлено, що надані продавцем документи не відповідають фактичним даним щодо виконання поставки товару. Сторони в контракті встановлюють: порядок пред'явлення рекламації; терміни, протягом яких рекламація може бути заявлена; права та обов'язки сторін у зв'язку з пред'явленням рекламації; способи врегулювання рекламації. Рекламацію зазвичай надсилають листом з додаванням усіх необхідних доказових документів: актів експертизи, рекламаційних актів, складених за участю представника незацікавленої компетентної організації, актів аварійних комісарів, а також коносаментів, специфікацій, сертифікатів про якість, а в разі внутрішарних нестач — пакувальних листів. Датою пред'явлення рекламації вважається дата на штампелі поштового відправлення.

Терміни пред'явлення рекламації, обумовлені в контракті, залежать насамперед від характеру товару, а також від співвідношення сил контрагентів. Часто в контрактах визначаються різні терміни для пред'явлення рекламацій за якістю і кількістю. Продавець зобов'язаний розглянути рекламацію і повідомити своє рішення (підтвердити згоду або відмовитися від задоволення) без зволікань, але не пізніше терміну, встановленого в контракті. Якщо протягом цього терміну він не дає відповіді на претензії, то рекламація вважається визнаною продавцем, і покупець має право звернутися до арбітражу, з віднесенням витрат за арбітражною справою на рахунок продавця.

Врегулювання рекламації можливе одним з перелічених способів:

- поповнення недовантаження окремою партією або при наступних поставках;

- повернення товару, до якого пред'явлені претензії, або сплата його вартості готівкою;
- виправлення дефектів у товарі, до якого пред'явлені претензії, за рахунок продавця;
- заміна рекламаційного товару іншим, що відповідає умовам контракту. Всі транспортні й інші витрати, пов'язані з поверненням рекламаційного товару і його заміною, оплачуються продавцем;
- надання знижки з ціни рекламаційного товару або уцінка всієї партії товару пропорційно до відсотка дефектного товару;
- зобов'язання зарахувати визначену суму за товар, до якого пред'явлені претензії, при розрахунках за наступні постачання за тим самим контрактом або наступною угодою.

Гарантії. У цьому розділі визначаються: обсяг наданих продавцем гарантій; гарантійний термін; обов'язки продавця у разі виявлення дефектності товару або невідповідності його контракту. Обсяг наданої гарантії залежить від характеру товару і технічних умов контракту. Гарантійний період може обчислюватися: з дати постачання товару; з дати передачі товару першому споживачеві; з моменту одержання покупцем від продавця повідомлення в письмовій формі про те, що устаткування готове до відправлення; з дати введення устаткування в експлуатацію. В цьому розділі зазвичай перелічуються також усі випадки, на які гарантія не поширюється.

Застереження про обставини нездоланної сили (“форс-мажор”).

Майже всі контракти купівлі-продажу містять умову, що дає змогу переносити термін виконання договору або взагалі звільняє сторону від повного або часткового виконання зобов'язань за договором у разі настання після укладення контракту незалежних від сторін обставин, що перешкоджають виконанню договору. Такі обставини називаються в контракті непередбаченими, форс-мажорними або обставинами нездоланної сили. Обставини нездоланної сили можна поділити на дві категорії: тривалої дії та тимчасові. До обставин тривалої дії належать насамперед заборони експорту (іноді й імпорту), війна, блокада, валютні обмеження або інші заходи уряду й урядових органів. До тимчасових обставин можна віднести пожежі, повені, стихійні лиха, замерзання моря або порту, закриття морських проток, що лежать на звичайному

морському шляху між портами завантаження і вивантаження, відхилення від шляху транспортування, викликані воєнними діями, та ін.

Обидві сторони мають бути зацікавлені в тому, аби заздалегідь точно визначити, які обставини належать до форс-мажорних, бо в іншому разі такі обставини можуть бути витлумачені відповідно до торговельних звичаїв країни виконання договору. При настанні обставин нездоланної сили термін виконання договору відсувається на такий самий час, протягом якого діятимуть ці обставини або їхні наслідки. Якщо такі обставини триватимуть довше погодженого в контракті терміну, то кожна зі сторін має право відмовитися від подальшого виконання своїх зобов'язань за контрактом, і в цьому разі жодна зі сторін не матиме права на відшкодування їй іншою стороною можливих збитків.

Сторона, яка не має можливості виконати зобов'язання за договором через настання непередбачених обставин, повинна негайно в письмовій формі повідомити іншу сторону як про настання, так і про припинення дії цих обставин. У контракті сторони визначають також назву організації (звичайно торговельної палати), що засвідчить настання і тривалість дії непередбачених обставин за допомогою видачі про це довідки.

Арбітраж. У цьому пункті контракту визначається порядок розв'язання суперечок, які можуть виникнути між сторонами контракту і які сторони не можуть урегулювати мирним шляхом. Арбітраж, як правило, складається з двох арбітрів і одного супер-арбітра. Найчастіше для арбітражу обирається одна з постійних арбітражних комісій, створюваних при товарних біржах, торговельних палатах, спілках підприємців, або спеціалізована арбітражна асоціація. Сторони можуть передбачити в контракті розгляд можливих суперечок в арбітражному суді при Міжнародній торговельній палаті (МТП). Термін звертання до арбітражу визначається кількістю робочих днів після встановлення факту незгоди сторін або їхніх представників або ж кількістю місяців після закінчення встановленого в договорі терміну для відвантаження. При звертанні до арбітражу покупець не має права ні припиняти платежі, що він має робити відповідно до договору, ні відмовлятися від прийняття інших партій товару, що становлять предмет того самого договору.

Транспортні умови. Транспортування вантажу може здійснюватися морським шляхом, залізницею, автомобільним транспортом (впорядкованими дорогами) до місця призначення.

У транспортних умовах передбачається таке:

- визначення портів завантаження (вивантаження) товару, пунктів перевалки, передачі вантажу;
- розподіл витрат із завантаження (вивантаження) товару між продавцем і покупцем;
- вибір проформ чартеру або коносаменту для оформлення договору перевезення;
- порядок інформування про прихід судна в порт завантаження (вивантаження) і визначення готовності судна до виконання вантажних операцій;
- норми завантаження (вивантаження) і порядок розрахунку сталійного часу;
- умови призначення стивідорів і агентів;
- ставки, умови і порядок оплати перевізникові демареджу і диспачу.

Експортні й імпорتنі ліцензії. Порядок одержання вивізних і ввізних дозволів (ліцензій) може бути або коротко викладений у тексті контракту купівлі-продажу, або докладно сформульований у загальних умовах постачання, що становлять невіддільну частину контракту. Зокрема, у загальних умовах може бути визначений такий порядок одержання ліцензій: якщо для виконання договору потрібна експортна або імпортна ліцензія, то сторона, яка повинна одержати відповідну ліцензію, має прямо зазначити це в договорі, а також вчасно вжити для цього всіх необхідних заходів. Якщо сторона не одержить ліцензію в зазначений у договорі термін, то такий договір вважається таким, що втратив свою силу.

4.3

Фінансові умови міжнародних контрактів купівлі-продажу

Розглянемо фінансові умови міжнародних контрактів купівлі-продажу.

Ціна товару. При встановленні ціни товару в контракті купівлі-продажу визначаються такі показники.

Одиниця виміру, за якою визначається ціна за одиницю. Ціна може бути встановлена:

- за визначену кількісну одиницю товару або за визначену кількість товару, загальноприйнятую одиницю виміру при торгівлі певним товаром або в розрахункових одиницях (сотня, дюжина);
- за вагову одиницю виходячи з базисного вмісту основної речовини в товарі (для таких товарів, як руди, концентрати, хімікати та ін.);
- за вагову одиницю залежно від коливань натуральної ваги, вмісту сторонніх домішок і вологості.

Базис ціни. При фіксації в контракті ціни товару велике значення має визначення її базису відносно місця постачання. Базис ціни встановлює, чи входять транспортні, страхові, складські й інші витрати з доставки товару в його ціну. Звичайно він визначається застосуванням відповідного терміна “Інкотермс”. У табл. 4 наведені терміни “Інкотермс”, які використовуються на практиці.

Таблиця 4

Терміни “Інкотермсу-2000”

Група термінів	Термін англійською мовою	Переклад терміна
Група E Відправлення	<i>EXW (Ex works)</i>	Із заводу
Група F Перевезення несплачене	<i>FCA (Free carrier)</i> <i>FAS (Free alongside ship)</i> <i>FOB (Free on board)</i>	Франко-перевізник Франко — вздовж борту судна Франко — борт судна
Група C Перевезення сплачене	<i>CFR (Cost and freight)</i> <i>CIF (Cost, insurance and freight)</i> <i>CPT (Carriage paid to)</i> <i>CIP (Carriage and insurance paid to)</i>	Вартість і фрахт Вартість, страхування і фрахт Доставка оплачена до ... Доставка та страхування оплачені до ...
Група D Прибуття	<i>DAF (Delivered at frontier)</i> <i>DES (Delivered ex ship)</i> <i>DEQ (Delivered ex quay)</i> <i>DDU (Delivered duty unpaid)</i> <i>DDP (Delivered duty paid)</i>	Поставлено на кордон Поставлено з борту судна Поставлено з пристані Поставлено без сплати мита Поставлено зі сплатою мита

Таблиця “Інкотермс” побудована у такий спосіб, що зобов'язання експортера збільшуються від групи *E* до групи *D*, відповідно зростає і ціна товару.

Валюта ціни. Ціна, встановлювана в контракті, може бути виражена у валюті країни експортера чи імпортера або у валюті третьої країни. При виборі валюти ціни на масові товари велике значення мають торговельні звичаї, що склалися у міжнародній торгівлі такими товарами. Наприклад, у контрактах на ліс і лісоматеріали, вовну, какао, каучук, кольорові метали зазвичай зазначають ціни у фунтах стерлінгів, у контрактах на нафтопродукти, бавовну, цукор, дорогоцінні метали, хутро – в доларах США. Експортер прагне зафіксувати ціну у відносно стійкішій валюті, а імпортер, навпаки, зацікавлений у фіксації ціни товару у слабкішій валюті.

З метою зниження валютних ризиків, які приймають на себе контрагенти, в контракті передбачені такі способи їх зниження:

- фіксація контрактної ціни у найстійкішій валюті;
- застосування застереження про перегляд контрактної ціни у разі зміни курсу валюти ціни, що перевищує встановлений коефіцієнт коливань, встановлення так званого валютного застереження.

Спосіб фіксації ціни. Залежно від способу фіксації розрізняють такі види цін:

- *тверда*, що встановлюється в момент підписання контракту і не підлягає зміні протягом терміну його дії;
- *змінна*, яка зафіксована при підписанні контракту і може бути переглянута надалі, якщо ринкова ціна певного товару до моменту його постачання зміниться. В контракті передбачені граничні межі коливання ринкової ціни, у разі виходу за які буде переглянута ціну контракту, а також межі зміни контрактної ціни;
- *ковзна*, яка обчислена в момент виконання контракту шляхом перегляду договірної (початкової) ціни з урахуванням змін у витратах виробництва, що відбулися в період виконання контракту. Якщо контрактом передбачено часткові постачання, ковзна ціна розраховується окремо на кожне постачання. Під час підписання контракту в цьому разі фіксується так звана базисна ціна й обумовлюється її структура, тобто частка у відсотках постійних витрат (прибуток, накладні витрати, амортизаційні відрахування

тощо), витрат на сировину і матеріали та витрат на заробітну плату, а також наводиться метод розрахунку ковзної ціни, яким сторони будуть користуватися. На практиці іноді застосовується змішаний спосіб фіксації ціни, коли частина ціни фіксується твердо при підписанні контракту, а інша частина — у вигляді ковзної ціни;

- *ціна з фіксацією у майбутньому.* У контракті в цьому разі обумовлюються умови фіксації і принцип визначення рівня ціни. Покупцеві може бути надане право вибрати момент фіксації ціни протягом терміну виконання угоди із застереженням, якими джерелами інформації про ціни йому варто користуватися для визначення рівня ціни. При визначенні рівня ціни контрагенти зазвичай орієнтуються на два види цін: оприлюднені і розрахункові. *Оприлюднені ціни* — це ціни, що повідомляються в спеціальних і фірмових джерелах інформації. Вони, як правило, відображають рівень світових цін. Під *світовою ціною* розуміють ціну, за якою здійснюються великі комерційні експортні й імпорتنі операції з оплатою у вільно конвертованій валюті. Практично світові ціни в таких умовах — це експортні ціни основних постачальників певного товару й імпорتنі ціни в найважливіших центрах імпорту цього товару. До оприлюднених цін належать довідкові ціни, біржові котирування, ціни аукціонів, ціни, що наводяться в загальних статистичних довідниках, ціни фактичних угод, ціни пропозицій великих фірм. *Розрахункові ціни постачальника* застосовуються в контрактах на нестандартне устаткування, вироблене, як правило, за індивідуальними замовленнями. Адже відмінності такого устаткування за конструкцією, експлуатаційними властивостями, характером виконання, якістю, вагою тощо такі значні, що неможливо порівнювати його з іншим аналогічним устаткуванням такого самого призначення.

Знижки з ціни. В практиці міжнародної торгівлі використовується близько 20 різних видів знижок. Найпоширенішими є такі види знижок:

- *загальна* (проста), що надається з преїскурантної або довідкової ціни товару. Знижка з преїскурантної ціни звичайно становить 20–30 %, а в окремих випадках сягає 30–40 %;
- *сконто*, яке надається продавцем у тих випадках, коли довідкова ціна передбачає короткостроковий кредит, а покупець погод-

жується на готівковий розрахунок. Ця знижка звичайно становить 2–3 % довідкової ціни або дорівнює величині позикового відсотка, що існує на грошовому ринку;

- *знижка за оборот* (бонусна), що надається постійним покупцям на основі спеціальної домовленості. У контракті в цьому разі встановлюється шкала знижок залежно від досягнутого обороту протягом визначеного терміну (зазвичай року), а також порядок виплати сум згідно з цими знижками;

- *знижка за кількість або серійність* (прогресивна), яка надається покупцеві за умови купівлі ним товару у кількості, що збільшується;

- *дилерська*, що її надає виробник своїм постійним представникам або посередникам зі збуту, у тому числі і за кордоном;

- *спеціальні*, тобто для привілейованих покупців, у замовленнях яких особливо зацікавлені продавці;

- *експортні*, які надаються продавцями при продажу товарів іноземним покупцям понад ті знижки, що діють для покупців внутрішнього ринку. Їх мета полягає в підвищенні конкурентоспроможності того або іншого товару на зовнішньому ринку;

- *сезонні*, що надаються за купівлю товару не в сезон;

- *приховані*, які надаються покупцеві у вигляді знижок на фрахт, пільгових або безпроцентних кредитів, шляхом надання безплатних послуг, надання безкоштовно зразків, кількість яких досягає товарного характеру;

- *знижки за повернення раніше купленого товару* у розмірі 20–30 % прейскурантної ціни надаються покупцеві при поверненні ним раніше купленого в цієї фірми товару застарілої моделі;

- *знижки при продажу старого устаткування*, що становлять іноді до 50 % початкової ціни товару.

Умови оплати. При визначенні умови платежу в контракті встановлюються: валюта платежу; термін платежу; спосіб платежу і форма розрахунку; застереження, спрямовані на зменшення або усунення валютного ризику.

Валюта платежу. У контракті встановлюється, в якій валюті буде оплачено товар: у валюті країни експортера, у валюті країни імпортера або у валюті третьої країни. Іноді в контракті передбачається право імпортера зробити за своїм вибором платіж у різних валютах. Валюта, в якій оплачується товар, називається валютою платежу або валютою розрахунку.

Валюта платежу може збігатися з валютою ціни товару, а може і не збігатися. В останньому випадку в контракті зазначається курс, за яким валюту ціни буде переведено у валюту платежу, зокрема, курс якого грошового ринку (країни експортера, імпортера або третьої країни) і курс якого виду платіжних засобів (телеграфного або поштового переказу) буде використано для оплати; курс продавців, покупців або середній між ними.

Термін платежу. Сторони зазвичай встановлюють у контракті конкретні терміни платежу.

Способи платежу визначають, коли здійснюється оплата товару відносно його фактичного постачання. Основні способи платежу: готівковий, авансовий і платіж у кредит. При постачаннях складного устаткування з тривалим терміном виготовлення, як правило, поєднуються всі три способи. *Готівковий платіж* здійснюється через банк (тобто в безготівковій формі) до або проти передачі експортером товаророзпорядчих документів або самого товару в розпорядження покупця. Такий платіж передбачає оплату повної вартості товару в період від його готовності для експорту до переходу в розпорядження покупця. *Авансовий платіж* передбачає виплату покупцем-імпортером постачальникові-експортеру погоджених у контракті сум у рахунок належних за договором платежів до передачі товару в його розпорядження, а найчастіше — до початку виконання замовлення. Такий платіж виконує подвійну функцію: по-перше, є формою кредитування імпортером експортера; по-друге, є засобом забезпечення зобов'язань, прийнятих покупцем за контрактом. *Платіж у кредит* передбачає здійснення розрахунку за угодою на основі наданого експортером імпортерові фірмового (комерційного) кредиту.

Застереження. Страхування від валютних ризиків здійснюється за допомогою внесення до контракту різного роду захисних застережень. До них належать валютні застереження; мультивалютні застереження; застереження із застосуванням СДР (спеціальних прав за позичення) або євро. *Валютне застереження* передбачає прив'язку валюти ціни і валюти платежу (як правило, менш стійкої) до якоїсь однієї стійкішої валюти. Таке застереження передбачає, що сума платежу розраховуватиметься на основі курсу валюти платежу, встановленого в іншій, стійкішій валюті, вибраній сторонами. *Мультивалютне застереження* передбачає розрахунок суми платежу, вираженої в національній валюті за усередненим умовним курсом, що його

обчислюють на основі курсів кількох (трьох або п'яти) стійких валют, які називають “кошиком валют”. *Застереження із застосуванням СДР або євро* є свого роду стандартизацією мультивалютних застережень, оскільки в цьому разі набір валют у “кошику” суворо визначений. Слід зазначити, що для страхування валютних ризиків золоте застереження на базі ринкової ціни золота в Лондоні або Цюриху на дату підписання контракту застосовується вкрай обмежено.

Умови, що забезпечують виконання контракту, санкції. До цих умов можна віднести такі:

- утримувальні гарантії, достатні для захисту інтересів контрагентів у разі порушення умов договору однією зі сторін. Такі умови включають різного роду санкції у вигляді пені, неустойки, штрафів, що їх сплачує сторона, яка не виконала своїх зобов'язань щодо однієї з договірних умов. Найпоширенішим видом санкцій є *неустойка* — конвенціональний штраф за затримку постачання товару. Законодавство зарубіжних країн відносно неустойки відрізняється. За законами Великобританії і США, неустойка (*penalty*) не визнається, а визнається відшкодування збитків (*liquidated damages*), причому практика допускає встановлення в контракті можливих у майбутньому збитків у розмірі “розумно” і заздалегідь визначеного відсотка від вартості товару;
- утримувальне застереження про те, що жодна зі сторін не має права передавати свої права за контрактом третій стороні без письмової згоди іншої сторони;
- після підписання контракту все попереднє листування і переговори щодо контракту втрачають свою силу;
- умови, що визначають порядок зміни договору або його анулювання. Зазвичай обумовлюється, що на внесення змін до договору і на його анулювання необхідна письмова згода обох сторін, оформлена з дотриманням усіх правил про порядок підписання зовнішньоторговельних контрактів.

Питання для самоконтролю

1. У чому полягає сутність міжнародного контракту купівлі-продажу?
2. Що визначається Віденською конвенцією? В якому році її було підписано?

3. Чи існує загальноприйнята міжнародна структура торговельного контракту?
4. Як у контракті можуть визначитися розміри та терміни поставки?
5. Що таке обставини нездоланної сили? Чи однаковий перелік цих обставин для всіх контрактів і чи визначається він особливостями предмета торгівлі?
6. Назвіть основні види цін, які застосовуються в міжнародних контрактах купівлі-продажу.
7. У який спосіб валютні застереження дають змогу знижувати валютний ризик контрагентів?
8. Які види знижок ви знаєте?

МАУП

Виконання міжнародних контрактів купівлі-продажу

5.1 Підготовка товару до відвантаження

Виконання контракту купівлі-продажу передбачає виконання взятих на себе зобов'язань: продавець повинен передати товар, який є предметом контракту, а покупець — оплатити цей товар. З метою виконання своїх зобов'язань продавець повинен підготувати товар до відвантаження а також оформити всю необхідну документацію для відправки і транспортування товару та отримання відповідних платежів.

Підготовка товару до відвантаження передбачає низку операцій, які забезпечили б отримання покупцем товару неушкодженим. Продавець повинен відсортувати товар, сформувати відповідні партії, виконати вимоги до упакування та маркування товару з урахуванням умов транспортування, кліматичних особливостей, специфіки митного режиму країни-імпортера.

Товар буде упаковано у відповідний спосіб лише тоді, коли точно відомі вимоги до упаковки в процесі транспортування. Водночас необхідно враховувати і такі чинники, як властивості товару (його фізичний стан, зовнішній вигляд, колір, вага, реакція на фізичний і хімічний вплив та ін.). Основні вимоги до упаковки такі:

- її вид повинен відповідати властивостям товару;
- відповідність кліматичним умовам;
- відповідність митному режиму та законодавству;
- можливість використання в рекламних цілях;
- врахування способу, відстані та тривалості транспортування.

При *морських перевезеннях* потрібно враховувати тиск на вантаж інших вантажів, а також боковий тиск під дією крену корабля, гли-

бину трюмів та їхні розміри, розміри вантажних люків, можливість проникнення сторонніх запахів і забруднюючих речовин.

При *залізничних перевезеннях* необхідно враховувати можливість частих перевалок, поштовхів у результаті маневрування на залізничних станціях, розміри мостів, тунелів, а також габарити, вагу та зовнішню форму вантажного місця. При перевезенні на відкритих залізничних платформах вантажів, які чутливі до вологи, упаковка повинна бути вологостійкою.

При *авіаперевезеннях* тара має бути передусім максимально легкою, оскільки ставка тарифів на авіаперевезення дуже висока. Особливі умови висуваються до легкозаймистих вантажів (їх пакують у вогнестійку, щільно закриту тару). Майже повна відсутність поштовхів, обережність та увага при вантажно-розвантажувальних роботах дає змогу використовувати менш міцну тару, ніж у разі перевезення іншими видами транспорту.

При *автомобільних перевезеннях* характер упаковки залежить від виду товару, вантажопідйомності машини, стану доріг та інших умов.

Особливі вимоги висуваються до упакування товарів, які постачаються у країни із спекотним кліматом і високою вологістю повітря. В цьому разі упакування повинно бути особливо міцним (просоченим спеціальними сумішами, виготовленими із спеціального матеріалу). Часто для упакування використовують запаяні або щільно закриті ящики, а також металеві контейнери.

Основні вимоги до упаковки, які висуваються митним режимом, полягають у тому, що вона повинна максимально відповідати вказівкам, які містяться у митному тарифі. Особливо це має значення при стягненні мита з ваги брутто (упаковка повинна бути якомога легшою, особливо для тих товарів, в яких вага тари є великою відносно ваги самого товару). Коли стягується мито з ваги нетто, то у розрахунках зазвичай використовують легальну вагу нетто, яка визначається за допомогою віднімання від ваги брутто ваги упаковки згідно з установленою в митному тарифі шкалою знижок на окремі види упаковки (бочки, ящики, барабани та ін.), що називається тарним тарифом. При використанні упаковки, яка не згадується у тарному тарифі, при розрахунках мита береться вага нетто, яка зазначена у митних документах країни відправлення. Зазвичай у тих країнах, де мито стягується з ваги нетто, вимагають позначення країни походження і на безпосередній упаковці товару. У тих випад-

ках, коли упаковка сама по собі має цінність або зроблена з цінних матеріалів, вона обкладається особливим митом, додатково до обкладання митом товару.

В окремих країнах законодавством заборонено ввезення товарів у певній упаковці або запроваджено імпорتنі мита на окремі види пакувальних матеріалів, наприклад, скляний посуд або металеві листи.

Маркуванням називають необхідні написи, зображення, які містяться на упаковці, бирках або самому товарі і необхідні для відповідного перевезення та здавання вантажу отримувачу, а також для полегшення транспортування і перевантажень, кількісного відбору окремих одиниць, уникнення непорозумінь при видачі товару.

Кожен вид маркування містить певну інформацію:

- *товарне* — позначення, необхідні для отримувача вантажу (назва вантажовідправника та отримувача або знаки, які їх замінюють), вагу нетто та брутто, номери контракту і наряду, номер місця;
- *вантажне* — відомості для транспортної організації: назви країн і пунктів відправлення та призначення, маршрут при перевантаженнях;
- *транспортне* — позначення, необхідні під час перевезення: номери вагонів і люків, назву корабля та ін. Їх робить не вантажовідправник, а транспортна компанія;
- *спеціальне* — вказівки, як слід поводитися з товаром під час перевезення, вантажно-розвантажувальних робіт, зберігання на шляху слідування.

Маркування повинно містити назву країни походження товару та відповідати вимогам митних органів щодо розміщення та нанесення написів.

5.2

Зовнішньоторговельна документація, якою оформлюється виконання комерційної угоди

Зовнішньоторговельна документація — це документи, які підтверджують виконання зовнішньоторговельної угоди, тобто постачання товару, його транспортування, страхування, зберігання на складах, проходження через митницю. Ці документи поділяють на такі групи:

1. Документи із забезпечення виробництва експортного товару:

- доручення на купівлю. Видається на підприємстві для купівлі виробів і матеріалів, необхідних при виробництві товарів, які потрібно поставити покупцю;
- інструкція з виготовлення. Видається на підприємстві і необхідна при виробництві товарів, які потрібно поставити покупцю;
- наряд на вивезення зі складу. Видається на підприємстві і містить вказівку на відпускання товарів, що їх замовив клієнт;
- таблиця фактурування. Видається на підприємстві, містить відомості про продані товари та використовується як основа для виписування комерційного рахунка;
- інструкція з пакування. Видається на підприємстві, містить інформацію щодо того, як необхідно пакувати товар;
- наряд на внутрішнє транспортування — це інструкції на транспортування товару територією підприємства;
- статистичні та інші внутрішні адміністративні документи.

2. Документи з підготовки товару до відвантаження:

- замовлення на фрахт — документ, в якому постачальник просить перевізника зарезервувати місце для певної відправки і зазначає бажаний вид транспорту, час відправлення тощо;
- інструкція з відправлення, що містить детальні відомості про вантаж і вимоги експортера щодо його перевезення;
- доручення на відвантаження (повітряні перевезення). Видається вантажовідправником, який детально інформує про партію товару, що дає змогу авіалінії або її агенту підготувати авіавантажну накладну;
- повідомлення про готовність до відправлення. Цей документ видає постачальник, інформуючи покупця про те, що вантаж готовий до відправлення;
- ордер на відправлення — документ, що його видає постачальник, який відправляє товари покупцю;
- повідомлення про відправлення — документ, за допомогою якого вантажовідправник повідомляє отримувача вантажу про відправлення товару;
- повідомлення про розподіл документів, в якому сторона, відповідальна за виписування комплексу зовнішньоторговельних документів, зазначає різних отримувачів оригіналів та копій цих документів, а також кількість екземплярів, що відіслані кожному з них;

- дозвіл на поставку — документ, що його видає покупець, який дозволяє відправлення товарів після отримання від продавця повідомлення про готовність товару до відправлення.

3. Комерційні документи. Вони дають вартісну, якісну та кількісну характеристику товарів. Такі документи оформляє на своєму бланку продавець, покупець проти них здійснює оплату. Для вартісної оцінки товарів використовується **комерційний рахунок** — основний розрахунковий документ. У ньому містяться вимоги продавця до покупця сплатити зазначену суму за поставлений товар, а також зазначається таке: ціна за одиницю та загальна сума рахунка; базисні умови поставки, спосіб платежу та форми розрахунку; назва банку, де потрібно здійснити платіж; відомості про оплату вартості перевезення, про страхування та розмір страхової премії (на умовах CIF). Випишується багато екземплярів рахунків, що пов'язано з виконанням різних функцій та великої кількості місць, де необхідно подавати рахунок. За виконуваними функціями рахунки можна поділити на такі:

- рахунок-фактура (*invoice, final invoice, account*), який випишують після приймання товару покупцем. Крім основного призначення, може бути використаний як накладна при товарі. За вимогою митних органів у багатьох країнах повинен виписуватися на спеціальних бланках, у цьому разі може бути ще й сертифікатом про походження або доповнюватись ним;
- рахунок-специфікація (*invoice-specification*), що поєднує реквізити рахунка та специфікації. У ньому зазначається ціна за одиницю відповідно до видів і сортів, а також загальна вартість всієї партії товару. Випишують, коли партія містить різні за асортиментом товари;
- попередній рахунок (*preliminary, provisional invoice*), який випишується, коли приймання товару відбувається в країні призначення або при часткових поставках. Містить інформацію про кількість і вартість тієї партії товару, яка підлягає оплаті. Після приймання всієї партії продавець випишує рахунок-фактуру, за яким здійснюється остаточний розрахунок;
- проформа-рахунок (*proforma invoice*), як і рахунок, містить відомості про ціну та вартість партії, але не є розрахунковим документом, оскільки не містить вимоги сплатити зазначену суму. Може бути виписаний на відвантажений, але не проданий товар або навпаки.

Найчастіше виписується при поставці товарів на консигнацію, на виставки, ярмарки, аукціони. У ньому може бути зазначено суму, яку власник товару (консигнатор) розраховує отримати, та його витрати з відправлення;

Документи, які дають кількісну характеристику товару, такі:

- специфікація — перелік видів і сортів товарів, які входять до певної партії, з визначенням для кожного місця кількості і роду товарів. Специфікація доповнює рахунок на поставлені товари різних сортів і найменувань;

- технічна документація, яку вимагають при поставках обладнання і технічних споживчих товарів. До неї належать: паспорт, формуляри та опис виробів, інструкції з монтажу та експлуатації, схеми, креслення, інформація про запчастини. Інший перелік необхідної технічної документації міститься в стандартах або технічних умовах, що є невіддільною складовою контракту;

- пакувальний лист, що містить перелік усіх сортів і видів товару, який є у кожному товарному місці (ящику, коробці тощо). Використовується як доповнення до рахунка-фактури, коли постачається велика кількість найменувань товарів або коли вміст кожного місця відрізняється.

Документи, які свідчать про якість товару, такі:

- сертифікат якості, який засвідчує якість фактично поставленого товару і його відповідність умовам контракту. Тобто у ньому наводиться характеристика товару або засвідчується відповідність стандартам і технічним умовам замовлення. Цей документ видають відповідні компетентні організації, державні органи, торговельні палати, спеціальні лабораторії як у країні експортера, так і в країні імпортера. Сертифікат якості може видати і фірма-виробник;

- гарантійне зобов'язання, яке підтверджує, що поставлений товар відповідає умовам контракту, і може містити також гарантію постачальника відносно безперебійної роботи товару;

- протокол випробувань. Складається після спільних з представником покупця повних випробувань у заздалегідь встановлений термін на підприємстві продавця, висилається замовнику негайно після таких випробувань;

- дозвіл на відвантаження, що видається представником покупця після проведення випробувань. Містить дані про дату поставки за контрактом, дату готовності та дату проведених випробувань і є свід-

ченням того, що певний товар може бути відправлений за призначенням.

4. Документи за платіжно-банківськими операціями:

- інструкція щодо банківського переказу;
- заявка на банківську тратту;
- повідомлення про інкасовий платіж;
- повідомлення про платіж за товарним акредитивом;
- повідомлення про прийняття товарного акредитива;
- повідомлення про прийняття документів до оплати за товарним акредитивом;
- заявка на банківську гарантію;
- банківська гарантія;
- гарантійний лист за товарним акредитивом;
- інкасове доручення;
- форма подання документів;
- заявка на товарний акредитив;
- товарний акредитив;
- повідомлення про відкриття товарного акредитива;
- повідомлення про переказ товарного акредитива;
- повідомлення про зміни товарного акредитива;
- банківська тратта;
- переказний вексель;
- простий вексель;
- боргове зобов'язання.

5. Страхові документи:

• страховий поліс — документ, що його видає страховик, який підтверджує договір страхування, в якому страховик зобов'язується за конкретну плату відшкодувати страхувальнику збитки, пов'язані з ризиками та нещасними випадками, зазначеними в договорі. Видається після сплати страхової премії. Виокремлюють такі види страхових полісів:

- рейсовий поліс, коли об'єкт страхування страхується на визначений період часу. Оформлюється на бланках страхової компанії та підписується страховиком і страхувальником або його експедитором у порту відвантаження товару;
- генеральний поліс, тобто договір тривалого характеру;
- змішаний поліс, при цьому об'єкт страхується як на певний рейс, так і на визначений строк;

- страховий сертифікат, який засвідчує, що страхування відбулося, і використовується в тому разі, коли товари застраховані на умовах генерального або невалютованого полісу. Його можна обміняти на страховий поліс (визнається в більшості країн);

- страхова об'ява (бордеро), коли страхувальник повідомляє страховику детальну інформацію щодо окремих відправлень, на які поширюється договір страхування;

- рахунок страховика, який він видає із зазначенням суми страхування та вимогою сплатити цю суму;

- ковернот, який видає страховик для повідомлення страхувальника, що його інструкції зі страхування виконано, або для засвідчення здійсненого агентом страхування на користь страхувальника.

6. Транспортні документи виписує вантажоперевізник для підтвердження перевезення. Види цих документів різняться залежно від транспорту, що був використаний.

При морських перевезеннях:

- коносамент, що його видає судновласник вантажовідправнику. Зазвичай укладається у трьох або більше екземплярах: один — для вантажовідправника або експедитора, другий — для вантажоотримувача, третій — для судновласника. Всі екземпляри мають статус оригіналу, про що ставиться відповідний штамп. Обов'язково визначається кількість оригіналів, а копій може бути багато і вони не мають юридичної сили. Розрізняють такі види коносаментів:

- іменний, коли товар повинен бути доставлений конкретному отримувачу із зазначенням його назви та адреси;

- ордерний, тобто вантажовідправник має право передати свої права третій особі, індосувавши коносамент (використовується, коли платіж здійснюється проти пред'явлення документів банку);

- на пред'явника, при цьому товар може бути переданий будь-якій особі — держателю коносамента;

- прямий або наскрізний коносамент, що підтверджує договір перевезення із одного місця в інше окремими етапами, з яких принаймні один — морський (застосовується у разі необхідності перевантаження у проміжному порту);

- делівері-ордер або пайовий коносамент, коли вантажоотримувач хоче продати всю партію кільком покупцям або продає лише частину партії;

— оборотний коносамент комбінованого перевезення, тобто оборотний або необоротний транспортний документ перевізника, за яким він приймає на себе всі зобов'язання перед власником вантажу за здійснення перевезення. Видається експедитором і не є коносаментом з юридичної точки зору;

— морська накладна — документ, аналогічний іменному або необоротному коносаменту, який використовується в окремих країнах, наприклад, у США та Канаді;

— штурманська розписка, що виписується помічником капітана про прийняття товару на борт і видається вантажовідправнику, поки ще не готовий коносамент або у разі поставки товару на умовах *FAS*. Не є товаророзпорядчим документом;

- докова розписка, яку видає керівництво порту про прийняття товару на склад.

При залізничних перевезеннях:

- залізнична накладна або накладна міжнародних сполучень — договір перевезення між вантажовідправником та адміністрацією залізниці. Широко використовується форма накладної, яка розроблена згідно з Міжнародною конвенцією МГК та Конвенцією СМГС щодо вантажних перевезень. У вантажовідправника залишається дублікат, а оригінал рухається разом з вантажем. До кожної накладної додається і товаросупровідна документація (відвантажувальна специфікація, сертифікат якості, пакувальний лист та ін.);

- дорожня відомість яка є обліковим документом і складається для кожної накладної.

При авіаперевезеннях:

- авіавантажна накладна, яку заповнює вантажовідправник у трьох екземплярах і видає перевізнику разом з товаром (на кожному з них робиться примітка, для кого призначено цей екземпляр). Не є товаророзпорядчим чи передавальним документом і часто використовується як митна декларація, в якій міститься детальний опис вантажу.

При автодорожніх перевезеннях:

- накладна автодорожнього перевезення, що повинна містити відомості, які передбачаються Конвенцією про договір міжнародного дорожнього перевезення вантажів (КДПД);

- бордеро, тобто перелік вантажів, які перевозяться вантажними автомобілями. Додається до накладної і може містити посилання на неї.

При внутрішніх перевезеннях:

- універсальний транспортний документ, що підтверджує перевезення вантажу одним або кількома видами транспорту територією однієї або кількох країн відповідно до будь-якої міжнародної конвенції, яка може бути застосована;

- документ змішаного або комбінованого перевезення, що відповідає вимогам Конвенції про міжнародні змішані перевезення вантажів.

Крім транспортних документів, необхідно також оформлювати й інші документи, які забезпечують перевезення, зокрема такі:

- розписка в отриманні вантажу;
- гарантійний лист;
- експедиторське свідоцтво про транспортування;
- підтвердження фрахту тоннажу;
- заява-вимога про відправлення;
- фрахтовий рахунок;
- повідомлення про прибуття вантажу;
- повідомлення про виникнення перешкод у поставці вантажу;
- повідомлення про поставку;
- вантажний маніфест;
- фрахтовий маніфест;
- контейнерний маніфест.

7. Транспортно-експедиторські документи, за допомогою яких оформлюють виконання експортером різних операцій з експедиції, обробки вантажу, складування, організації перевезення тощо. Викоремлюють такі види транспортно-експедиторських документів:

- доручення на відвантаження, що виписується або вантажовідправником, або вантажоотримувачем на бланку транспортно-експедиторської фірми і містить перелік операцій, що їх доручають виконати експедитору. До нього зазвичай додають копії товарних рахунків, імпоротної ліцензії або валютного дозволу;

- експедиторські інструкції;
- повідомлення експедитором агента-імпортера;
- повідомлення експедитором експортера;
- рахунок експедитора, в якому зазначаються надані послуги та їхня вартість;
- експедиторське свідоцтво про отримання вантажу (ФІАТА), тобто необоротний документ, що підтверджує прийняття відповідальності за конкретну партію вантажу;

- повідомлення про відправлення;
- складська розписка експедитора;
- розписка в отриманні товарів (складська квитанція);
- товароскладська квитанція;
- ордер на видачу товару;
- ордер на обробку вантажу;
- пропуск на товар;
- документи на портові збори.

8. Митні документи:

- митна декларація. В окремих країнах допускається подання попередньої або тимчасової декларації (для імпортера у тому разі, коли на момент прибуття він не має точних відомостей про товар, для експортера — щодо тих товарів, за якими передбачено повернення раніше сплаченого мита);
 - експортні та імпортні ліцензії, які необхідно отримати за наявності в країні контролю за імпортом або експортом певного товару;
 - декларація валютного контролю, за допомогою якої контролюється надходження певної суми іноземної валюти (для експортера) або виділяється іноземна валюта згідно з умовами платежу (для імпортера);
 - валютна ліцензія — дозвіл на переказ певної суми іноземної валюти експортеру як оплати за поставлений товар;
 - вантажна декларація — це загальний термін для документів, які містять усю необхідну для митниці інформацію щодо вантажу (фрахту). Складається за зразком, прийнятим у Конвенції з полегшення міжнародного морського судноплавства (Лондон, 1965 р.);
 - декларація про товари для внутрішнього споживання, що містить відомості про товари з метою імпортного митного очищення;
 - декларація про негайне митне очищення, в якій імпортер повідомляє митні органи про вивантаження товару та просить здійснити процедури з митного очищення;
 - митне повідомлення про поставку (митне очищення), в якому митні власті дають дозвіл на вивезення товару з митниці;
 - декларація про небезпечні вантажі;
 - сертифікат (свідоцтво) про походження товару. Це загальний термін для документів, які видаються в країні експортера і засвідчують, що товар(и) походить із конкретної країни;

- сертифікат (ЮНКАД) — особливий сертифікат про походження товару, який охоплює товари, що підпадають під дію преференційного режиму в межах загальної системи преференцій;

- консульська фактура — документ, що його готує експортер у своїй країні і подає до дипломатичного представництва країни імпортера для підтвердження проти сплати консульського збору. Подання консульської фактури обов'язкове в тих країнах, де імпортні товари обкладаються адвалорними митами;

- свідоцтво про районне найменування, яке повідомляє, що зазначений товар відповідає конкретному найменуванню, прийнятому в цьому районі, наприклад, портвейн, шампанське, сир рокфор;

- свідоцтво про контроль якості;

- свідоцтво про огляд;

- статистичний документ (експорт, імпорт);

- ветеринарне свідоцтво, яке підтверджує, що живі тварини або птиця не заражені, а також надає інформацію щодо їх походження, вакцинації та інших видів обробки;

- санітарне свідоцтво, яке підтверджує, що харчові продукти та продукти тваринництва придатні до споживання людьми;

- фітосанітарне свідоцтво, що засвідчує незараженість рослин, плодів та овочів і придатність їх до споживання;

- карантинне свідоцтво, яке видається країною-експортером і підтверджує, що відповідні матеріали не заражені і походять з місцевостей, надійних у карантинному відношенні. Ветеринарне, санітарне, фітосанітарне та карантинне свідоцтва видаються в країні експортера і підтверджують, що товар не є зараженим;

- декларація про товари для митного транзиту;

- міжнародна митна декларація, тобто міжнародний документ митного транзиту згідно з положеннями Міжнародної конвенції 1952 р. про полегшення умов залізничних перевезень вантажів через кордони;

- книжка міжнародного дорожнього перевезення (МДП) є міжнародним документом транзиту, що його надає асоціація, яка уповноважена митними органами і яка надає гарантії. При цьому вантажі перевозять в автотранспортних засобах і контейнерах згідно з вимогами Митної конвенції про міжнародне перевезення вантажів із застосуванням книжки МДП;

- декларація ТМТ. Зразок цього документа наводиться у дод. 1 Митної конвенції про міжнародні транзитні перевезення вантажів,

яку було прийнято у Відні у 1971 році. Відповідним чином оформлений бланк декларації ТМТ із доданими маніфестами товарів, які транспортуються, охоплює перевезення цих товарів від митниці країни відправлення до митниці країни надходження;

- книжка АТА — це міжнародний митний документ, який видається згідно з Митною конвенцією 1961 р. про тимчасове ввезення вантажів із застосуванням книжки АТА. Містить міжнародну гарантію, може використовуватися замість національних митних документів і як гарантія стосовно імпортного мита та податків для забезпечення тимчасового ввезення товарів і за необхідності — транзиту;
- транзитне гарантійне свідоцтво — це національний митний документ, який дає можливість провозити вантажі митним транзитом.

5.3

Діяльність міжнародних організацій зі спрощення процедур міжнародної торгівлі

У зв'язку з великим обсягом документообігу при реалізації міжнародної комерційної діяльності постала нагальна потреба уніфікувати зовнішньоторговельні документи, що не лише полегшить процедури їх проходження, а й дасть змогу використовувати автоматичні методи обробки даних.

У рамках Європейської економічної комісії (ЄЕК) у 1960 р. було створено робочу групу зі спрощення та стандартизації зовнішньоторговельних документів. До її складу ввійшли 20 європейських країн, у тому числі і колишній СРСР. Ця комісія розробила велику кількість стандартних товаросупровідних документів, які згодом лягли в основу зразків документів, що їх розробили міжнародні організації. Міжнародна палата із судноплавства (МПС) була першою організацією, яка прийняла уніфіковані документи ЄЕК, зокрема коносаменти.

Застосування автоматичних методів зв'язку викликало необхідність у розробці стандартів кодування інформації у сфері міжнародної торгівлі. До 1972 р. завершився етап стандартизації документів міжнародної торгівлі і розпочався етап стандартизації

інформації, кодів та застосування автоматичної обробки даних у світовому масштабі.

Після завершення роботи зі спрощення процедур міжнародної торгівлі було залучено інші міжнародні організації і створено таку організаційну структуру:

- Європейська економічна комісія ООН (ЄЕК ООН), у складі якої:

- Комітет з розвитку зовнішньої торгівлі;

- Робоча група зі спрощення процедур міжнародної торгівлі;

- Конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), у тому числі:

- Рада з торгівлі та розвитку;

- Спеціальна програма зі спрощення торгівлі.

Міжнародні вимоги, які є обов'язковими до виконання на національному рівні, мають загальний характер і підлягають деталізації та конкретизації на рівні окремих країн, фірм, організацій, які є учасниками міжнародної торгівлі.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні етапи, які проходить товар до відвантаження.
2. Які основні види маркування товару ви знаєте?
3. Які основні вимоги висуваються до транспортування товару?
4. Назвіть основні види документів, які супроводжують виконання міжнародних контрактів купівлі-продажу.
5. У чому полягає діяльність міжнародних організацій з уніфікації міжнародного документообігу?

Організація міжнародної торгівлі і розвиток світових ринків сировинних товарів

6.1 Міжнародні товарні угоди

Незважаючи на те, що в товарній структурі світової торгівлі протягом останнього десятиріччя чітко простежується тенденція до скорочення обсягів торгівлі сировиною, матеріалами і продовольством, їхня частка становить чверть усієї вартості світового експорту і майже половину вартості експорту країн, що розвиваються. Одна з причин зменшення обсягів продажу сировини і зниження цін на нього — це скорочення попиту у зв'язку із упровадженням технологій ресурсозбереження і пошуком нових видів синтетичних замінників сировинної продукції тваринного і рослинного походження в розвинених країнах. У країнах, що розвиваються, навпаки, попит на паливо і сировину зростає, що пояснюється прискоренням темпів розвитку національної обробної промисловості.

Сировинні товари — поняття узагальнююче. Воно поєднує мінеральну сировину, продукти її збагачення і переробки (чорні і кольорові метали), сільськогосподарську сировину рослинного і тваринного походження і продукти її переробки, хімічну продукцію і продовольство. Торгівля сировиною відбувається в різних формах, як властивих тільки їй, так і характерних для торгівлі іншими видами продукції. Це міжнародні товарні угоди, аукціонна і біржова торгівля, оптові закупівлі.

Міжнародні товарні угоди (МТУ) щодо сировини являють собою аналогічні за змістом міжурядові договори імпортерів і експортерів

певного виду сировини. Мета цих угод — регулювання й обмеження сфери діяльності транснаціональних компаній (ТНК), уповільнення спекулятивних і демпінгових процесів. Залежно від цільового механізму міжнародних товарних угод вони поділяються на три групи — стабілізаційні, адміністративні і угоди щодо заходів сировинного розвитку.

Найпоширенішими є *стабілізаційні* угоди, які базуються на економічному механізмі, що може впливати на рівень світових цін на конкретні види сировини (нафти, олова, натурального каучуку, кави, какао та ін.) двома способами: створення стабілізаційного (буферного) запасу сировини (система стримування) і встановлення квот. Перший спосіб передбачає фіксування в рамках угоди максимального і мінімального рівнів цін, у межах яких коливання цін на сировинних ринках є припустимим. У разі зниження ціни нижче припустимого рівня учасники угоди на паритетних засадах тимчасово вилучають з ринку частину продукції (закуповують), створюючи буферний запас, який згодом (при підвищенні рівня цін) повертається у вигляді збільшення обсягу продажів. Система встановлення квот використовується у разі недостатнього впливу першого способу і полягає в зобов'язаннях найбільших експортерів обмежити постачання сировини. Механізм квот застосовується у вигляді кількісних обмежень постачання або для всіх експортерів-учасників (загальні квоти), або для окремих з них (індивідуальні квоти).

Адміністративні товарні угоди укладають з метою аналізу ситуації на сировинних ринках і вироблення загальних рекомендацій з її стабілізації. Зазвичай такі угоди є предметом обговорення.

Товарні *угоди щодо заходів сировинного розвитку* спрямовані на розширення і зміцнення експортного потенціалу країн — виробників сировини різних видів (деревина цінних порід, джут, рослинні олії). Досягається це за допомогою реалізації проектів підтримки необхідної інфраструктури і збереження навколишнього середовища, сприяння розширенню участі виробників сировини в переробці, а також в упорядкуванні торгівлі продуктами переробки.

Першу міжнародну товарну угоду було укладено в 1933 р. по пшениці, трохи пізніше (у 1937 р.) — по цукру, у 1956 р. — по олову, у 1959 р. — по маслиновій олії, у 1962 р. — по каві, а в 1973 р. — по какао, у 1979 р. — по натуральному каучуку. Майже всі вони базували-

ся на системі буферних запасів і використанні квот. До середини 90-х років XX ст. по кожному з названих видів сировини було укладено по кілька видів нових МТУ з урахуванням зміни ситуації і перегляду підходів до торгівлі на світових ринках.

6.2

Організація продажів через міжнародні товарні біржі

Однією з перших організаційних форм світової торгівлі сировиною є біржова торгівля. Міжнародні товарні біржі виникли в XVI–XVII ст. у Європі.

Міжнародні товарні біржі (МТБ) — це постійно діючі ринки, де здійснюється торгівля великими обсягами однорідних та взаємозамінних товарів, що мають стійкі і чіткі якісні параметри. На самих біржах товар зазвичай відсутній, а продається та купується без попереднього огляду та пред'явлення за встановленими стандартами і зразками. Продавець на біржі продає не сам товар, а лише документ, що підтверджує право власності на цей товар, проти якого покупець має право отримати товар з біржового складу.

Об'єктами міжнародної торгівлі є приблизно 70 товарів, частка яких у світовому товарообороті становить близько 30 %. Традиційно міжнародний біржовий оборот приблизно порівну розподіляється між двома групами товарів. Перша група — це сільськогосподарські та лісові товари, друга — промислова сировина і напівфабрикати.

Учасниками МТБ є члени бірж — фізичні особи та представники національних і іноземних фірм.

На біржах укладають угоди двох видів:

- угоди на реальний товар;
- строкові (ф'ючерсні) угоди.

Угоди на реальний товар закінчуються дійсним переходом товару від покупця до продавця. Продавець повинен мати цей товар до відповідного строку та поставити його на склади біржі. Натомість він отримує варант, який зберігає до строку виконання угоди, після чого, оплативши витрати на зберігання та страхування, передає цей варант покупцю. Угоди на реальний товар поділяються на такі:

- угоди з негайним постачанням (на товар, що є у наявності) – товар повинен розміщуватися на одному зі складів біржі та бути поставлений негайно (строк від 1 до 15 днів залежно від правил біржі);
- угоди з постачанням у майбутньому (угоди на строк, форвардні угоди) – ціна на товар і строки поставки фіксуються в контракті, тривалість термінів визначається правилами біржі (до 14 місяців). До угод з наступною поставкою належать угоди на товари в дорозі, а також угоди на товар з наступним прибуттям (через 10, 20, 30 або 60 днів).

Ф'ючерсні угоди, на відміну від угод на реальний товар, передбачають не зобов'язання сторін поставити чи прийняти реальний товар, а купівлю-продаж прав на товар. Результатом таких угод є сплата або отримання різниці між вартістю контракту на день укладення та день виконання. Вартість контракту змінюється внаслідок зміни ціни на товар.

Строк поставки за ф'ючерсним контрактом визначається тривалістю позиції. У середньому тривалість позицій коливається від 4 до 8 місяців, хоча може досягати і 48 місяців, наприклад, на нафту.

Контракти цілком уніфіковані. Вони передбачають можливість постачання суворо фіксованої кількості товару, кількох видів, якості або сортів товару відповідно до правил біржі, на встановлених біржею складах або на умовах жорстко регламентованого періоду часу. Завдання сторін, що беруть участь, полягає тільки у досягненні домовленості щодо ціни.

Важливою особливістю біржових угод є те, що основна їхня маса (98–99 %) завершується не постачанням за ф'ючерсним контрактом, а ліквідацією цих угод у результаті здійснення зустрічної операції – продажу (у разі купівлі), тобто обсяг постачань реального товару не перевищує 2 % укладеної кількості контрактів.

Основними завданнями міжнародних бірж є створення зручного для торгів місця; надання торгово-економічної інформації і зв'язку; розробка стандартів на товари і типові контракти, єдиних правил і норм, що забезпечують рівні і конкурентні умови всім учасникам у рамках законодавства в частині виконання зобов'язань кожної зі сторін; визначення біржових котирувань, якості товарів; виконання арбітражних функцій. Цим біржі сприяють розширенню торгівлі сировиною. Однак деякі функції, що їх МТБ виконували в минулому

монополю, нині реалізуються окремими міжурядовими організаціями. Наприклад, Міжнародною торговельною палатою — арбітражні функції; Міжнародною організацією зі стандартів і Європейською економічною комісією ООН — функції розробки стандартів і типових контрактів та ін.

Товарні біржі використовуються за трьома основними напрямками: купівля-продаж товару, спекулятивні угоди і страхування (хеджування). Біржі виконують і ряд допоміжних функцій, а саме:

- здійснюють котирування цін;
- формують і встановлюють стандарти товарів, розробляють типові контракти, фіксують торговельні порядки;
- виконують арбітражні функції. При більшості міжнародних бірж організовано постійні третейські суди (арбітражні комісії), рішення яких є обов'язковими і, як правило, набувають сили судового рішення;
- забезпечують розрахунки між членами біржі через ліквідаційні каси або розрахункові палати, а також займаються інформаційною діяльністю, надаючи різні послуги своїм клієнтам.

Діяльність товарних бірж має міжнародний характер. Насамперед це центри, призначені для обслуговування потреб усього світового ринку відповідного товару, ціни на який відображають коливання попиту та пропозиції. При цьому сам товар має бути предметом активної торгівлі.

За цільовим призначенням сучасні біржові операції умовно поділяють на чотири види: угоди на реальний товар (фактична купівля-продаж), спекулятивні, страхові та інвестиційні.

Номенклатура товарів, представлених на міжнародних біржах, як правило, обчислюється кількома десятками видів, за 45–50 позиціями яких угоди здійснюються постійно. Основу біржового обороту становить сільськогосподарська і мінеральна сировина та продукти її переробки — понад 50 % усіх угод. Велику частину (за кількістю і вартістю) становлять нафта, бензин, мазут, дизельне паливо, пропан, кольорові і дорогоцінні метали.

Міжнародні регіональні біржі орієнтовані на операції з вужчим колом учасників і обслуговують ринки кількох країн. Як приклад можна назвати біржу “*Baltic Exchange*” у Лондоні, операції з зерновими на якій здійснюються в рамках ЄЕС, а також Сіднейську, Сінгапурську біржі, Гамбурзьку біржу кави.

Для міжнародної біржової торгівлі характерна висока концентрація оборотів по країнах і біржах. Переважна частина біржового обороту дотепер зосереджена у провідних торговельних і фінансових центрах світу – США, Великобританії та Японії, на які припадає до 98 % обсягів біржових угод з товарами у вартісному вираженні. З них частка США становить 84 %, Великобританії – 8 %, Японії – 6 %.

Роль американських бірж стрімко зросла під час і після Другої світової війни, тоді на них відбувалося до 90 % світових операцій. Найбільшою товарною біржею світу є американська Чиказька товарна біржа (*Chicago Board of Trade*), на якій укладаються ф'ючерсні й опціонні угоди (до 46 %) із зерновими (пшениця, овес, соєві боби), олійними (соєва олія і соєвий шрот), дорогоцінними металами (золото і срібло).

Друга за величиною – Чиказька товарна біржа (*Chicago Mercantile Exchange*), де обсяг угод досягає 30 %, хоча власне товари становлять приблизно 10 % її обороту (жива велика рогата худоба, живі свині, бекон, пиломатеріали).

Нью-Йоркська товарна біржа (*New-York Mercantile Exchange*) є третьою за кількістю угод, що укладаються. Вона порівнянна з “*Chicago Board of Trade*”, де предметом угод є сира нафта, дизельне паливо, пропан і бензин, а також платина і паладій.

Деяко зменшила обсяги операцій біржа “Комекс” (*Commodity Exchange*) у Нью-Йорку, що здійснює операції з міддю, алюмінієм, золотом, сріблом, індексами акцій. У Нью-Йорку також розміщується біржа кави, цукру і какао (*Coffee, Sugar & Cocoa Exchange*), біржа бавовни і цитрусових (*Cotton & Citrus Exchange*), де укладаються контракти з бавовною, концентратом апельсинового соку, а також пропаном.

З провідних МТБ, розташованих у Великобританії, можна виокремити такі:

- Лондонська ф'ючерсна й опціонна біржа (*LIFFE*) (понад 75 % біржової торгівлі) здійснює торгівлю какао-бобами, кавою, цукром-сирцем, каучуком, мазутом, нафтою, рослинною олією, вовною, шкурами і шкірою;
- Лондонська біржа металів (*London Metall Exchange*) – центр торгівлі міддю, алюмінієм, свинцем, цинком, нікелем, оловом;
- Лондонська міжнародна нафтова біржа (*International Petroleum Exchange*), що торгує дизельним паливом, мазутом, ф'ючерсними й

опціонними контрактами на легку світлу нафту і північноморську нафту “брент”;

- “Болтик ф'ючерс ексчейнж” (*Baltic Futures Exchange*) здійснює незначні операції з зерновими, свининою, картоплею, соєвим шротом.

В Японії розташована найбільша в регіоні Токійська товарна біржа, де зосереджено операції з дорогоцінними металами (золото, срібло, платина), бавовняною, вовняною пряжею, цукром, каучуком.

Одна з найбільших МТБ Європи розташована у Франції — Паризька біржа МАТІФ, що посідає четверте місце за біржовим оборотом, а основна частка операцій припадає на контракти з державними облігаціями. Товарні операції представлені угодами на цукор, картоплю і какао-боби.

Незважаючи на те, що найважливішими центрами міжнародної біржової торгівлі є розвинені країни, окремі МТБ зосереджені в країнах, що розвиваються. Наприклад, у Сінгапурі, де здійснюється торгівля контрактами на паливо і золото, ф'ючерсами на каучук (Асоціація каучуку Сінгапурської товарної біржі). На Куала-Лумпурській товарній біржі відбувається торгівля непаливними сировинними товарами — пальмовою олією й олеїном, какао, оловом. У Бразилії зосереджена торгівля контрактами на каву, бавовну і яловичину з котируванням у доларах, а також у національній валюті, на Філіппінах (Манільська міжнародна ф'ючерсна біржа) — цукром, соєвими бобами, кавою і копрою. Є товарна біржа в Гонконгу (соєві боби і золото), але вона має тільки місцеве значення. Те саме можна сказати про товарну біржу в Аргентині (контракти на зернові).

Сучасні товарні біржі — це насамперед ф'ючерсні й опціонні ринки, що характеризуються такими критеріями: здійснення угод тільки з тими товарами, що є об'єктом активної міжнародної торгівлі; формування цін на основі попиту та пропозиції світового ринку з відображенням принципів його ціноутворення. І ще одна особливість — сторони у ф'ючерсних контрактах знеособлені і замінні, що стає можливим через стандартні умови контрактів, які не передбачають попередньої їхньої згоди про заміну одного покупця (продавця) іншим. При оформленні такого контракту протилежною стороною є розрахункова палата.

Опціон — це контрактне зобов'язання, що надає право купівлі або продажу (товару, ф'ючерсних контрактів) за ціною, встановленою в момент укладення угоди, протягом обумовленого в опціонному кон-

тракті періоду часу. На відміну від звичайних контрактів купівлі-продажу в опціонах права й обов'язки продавця і покупця не збалансовані, тобто покупець, уклавши угоду, здобуває тільки право на одержання товару, а у разі незадоволеності умовами ринку він може це право не реалізовувати. Одночасно продавець опціону зобов'язаний поставити товар або прийняти його, якщо покупець вирішив реалізувати своє право відмовитися, за що він сплачує продавцеві визначену суму – премію.

На міжнародних товарних біржах відбуваються також *угоди хеджування*, які доповнюють звичайні комерційні і є по суті своєрідними страховими операціями у разі несприятливих коливань цін на світовому ринку.

Основою угоди хеджування є (одночасно з укладенням контракту на постачання реального товару через визначений термін за ціною на день постачання) укладення фіктивної угоди про купівлю аналогічного товару на той же термін. Мета такої операції – уникнути втрат постачальника у разі підвищення цін на світовому ринку на момент постачання. Тоді в день виконання контракту при падінні цін вигоді постачальника товару за першою угодою протиставлятиметься такий самий збиток за другою. При підвищенні цін можливий збиток постачальника компенсується за рахунок вигоди від другої укладеної угоди – угоди хеджування.

За технікою операцій вирізняють два основні типи хеджування:

- коротке – продаж фірмою ф'ючерсних контрактів;
- довге – купівля ф'ючерсних контрактів.

Крім того, хеджування може здійснюватися за допомогою опціонів. Коротке хеджування звичайно використовується для забезпечення ціни продажу реального товару, що перебуває або буде перебувати у власності торговця або виробника, який переробляє чи видобуває сировину, фермера. Довге хеджування застосовується як засіб, що гарантує закупівельну ціну для торговців і фірм, які переробляють сировину.

Залежно від цільового призначення хеджування буває кількох видів: звичайне, або “чисте”, арбітражне, селективне, запобіжне.

Звичайне хеджування використовується, щоб уникнути цінових ризиків, і його зміст полягає у збалансованості за часом і кількістю протилежних за напрямком зобов'язань як на ринку реального товару, так і на ф'ючерсному.

Арбітражне хеджування, враховуючи витрати на зберігання, здійснюється винятково заради отримання вигоди від очікуваної сприятливої зміни співвідношення цін на реальний товар (з різними термінами постачання) і біржових котирувань, за рахунок чого і фінансуються витрати на зберігання. Воно застосовується здебільшого торговельними фірмами.

Селективне хеджування вирізняється тим, що угода на ф'ючерсному ринку здійснюється не одночасно з укладанням такої ж угоди на реальний товар і не рівнозначна їй за кількістю. Множинне селективне хеджування здійснюється залежно від зміни рівня цін кілька разів протягом одного виробничого циклу або залежно від зменшення (збільшення) ступеня цінового ризику.

Запобіжне хеджування полягає в купівлі або продажу ф'ючерсного контракту до того, як таку саму операцію здійснено з товаром. Перелічені типи угод найчастіше використовуються в практиці різних фірм, незалежно від їхньої спеціалізації. Коригувальне хеджування передбачає відстрочення фіксації цін.

Переваги хеджування як страхових операцій на міжнародних товарних біржах полягають у такому: зниження ризиків можливих несприятливих коливань цін забезпечується через біржові контракти, які є невіддільною частиною портфеля продажів експортерів або портфеля покриття імпортерів, де фіксується тільки рівень ціни. Хеджування забезпечує велику маневреність при менших витратах, даючи змогу швидко ліквідувати контракти у разі несприятливих змін кон'юнктури на ринках сировини, а також поліпшити внутрішньофірмове планування.

Вихід на міжнародні біржі забезпечується в основному через великі торговельні фірми, якими є спеціалізовані брокерські фірми — комісійні дома, що надають комплекс послуг з біржових операцій. Угода з комісійними домами передбачає встановлення прав і обов'язків сторін і перерахування гарантійного завдатку під майбутні біржові угоди в розмірі 2–10 % вартості контракту. Завдання від експортера або імпортера у вигляді оперативної інформації із значенням товару, біржі, терміну постачання, кількості контрактів на купівлю або продаж за поточною ринковою або лімітованою ціною, за ціною конкретного періоду є наказом брокеру на виконання операцій, що підтверджується письмово після їхнього виконання.

Одним з різновидів організаційних форм міжнародної торгівлі є аукціонна торгівля — публічні торги з продажу аукціонної (попередньо оглянутої покупцем) продукції гласним або негласним способом із змагальним характером їхнього проведення, у результаті чого товари переходять у власність покупця, який запропонував найвищу ціну.

Міжнародні товарні аукціони (МТА) — це особливі ринки, що спеціально організовані в задалегідь обумовлених місцях і діють з визначеною періодичністю у встановлений час та на визначених умовах.

Розрізняють два основні типи товарних аукціонів: такі, що проведені добровільно, і ті, що влаштовують в обов'язковому порядку. У свою чергу, перший тип поділяється на регулярні аукціони, де укладаються оптові угоди зі звичайними ринковими товарами, і на нерегулярні, тобто угоди за роздрібними операціями як з ринковими, так і з неринковими (антикваріат, поштові марки, монети, твори мистецтва) товарами. Причому операції з ринковими товарами здійснюються в разі потреби термінового скорочення надмірних запасів або задоволення вимог кредиторів. У зв'язку з цим МТА варто відрізнити від аукціонів, проведених на внутрішньому ринку держав судовими органами, коли з публічних торгів відбувається примусовий продаж майна неплатоспроможних боржників з метою стягнення з них боргів. У такому ж порядку з публічних торгів продають товари, не затребувані вчасно власниками від транспортних і складських фірм, а також в деяких інших випадках (нерегулярні аукціони).

Таким чином, відповідно до наведеної класифікації, міжнародні аукціони належать до добровільних і регулярних форм організації торгівлі на зовнішньому ринку, що має публічний характер, з наданням можливості участі в торговельних операціях усім зацікавленим експортерам та імпортерам.

Об'єктом купівлі-продажу на міжнародних аукціонах є здебільшого продукція сільського і лісового господарства, а також рибальства. Торговельні операції відбуваються тільки з наявним товаром, що має яскраво виражені індивідуальні властивості (часто зі швидкопсувним товаром) і певну періодичність надходження на ринок та реалізується партіями.

Традиційними аукціонними товарами вважають овочі, фрукти, чай, тютюн, прянощі, хутряні вироби, тропічну деревину, рибу, художню, коштовне і напівкоштовне каміння. Для багатьох з них аукціонна форма організації міжнародної торгівлі є основною. Через їхні індивідуальні властивості й особливості (наприклад, для хутра — колір, відтінок, м'якість волосяного покриву, шовковистість, розмір шкурки тощо) виключається заміна іншими аукціонними товарами, однаковими за назвою. Саме з цією метою організовується їхній попередній огляд.

Незначну частину аукціонних товарів реалізують через контракти, що укладаються в міжаукціонний період, і зі складів. Сутність останнього полягає в одноразовій угоді на наявний товар, укладений між продавцем і покупцем на основі оцінки товару в результаті попереднього огляду. Продаж як зі складу, так і за контрактами здійснюється в межах визначеного періоду, як правило, на базі і з урахуванням цін, зафіксованих на попередньому аукціоні.

Переваги міжнародних аукціонів виявляються в тому, що вони дають змогу створити відкриту конкуренцію, встановити ціну на товар, допомагають швидко його реалізувати у великому обсязі тим експортерам, які мають сильніші фінансові позиції та високоякісніший товар.

З урахуванням цього на МТА переважає пропозиція товарів з боку великої кількості виробників із сильніших представників західних держав. Великі торговельні фірми виступають у ролі брокерів із продажу. Покупцями ж є обмежена кількість компаній, в основному роздрібною й оптовою торгівлі і переробною промисловістю, що використовують надлишкову пропозицію і зацікавлені в заниженні цін.

Основне значення аукціонів полягає в тому, що для учасників зовнішньоторговельних операцій встановлені на торгах ціни служать як світові ціни. Організація проведення товарних аукціонів має свою специфіку, що залежить від характеру й особливостей аукціонного товару і практики його реалізації на міжнародному ринку. Кожному аукціонові властиві свої визначені терміни і періодичність проведення, а також індивідуальні умови продажу. Організаторами аукціонів є здебільшого аукціонні компанії — монополісти, союзи або асоціації продавців, а також спеціалізовані брокерські фірми, що організовують і забезпечують продаж на комісійних засадах.

Окремі аукціонні товари (хутряні, тютюн, чай, вовна та ін.) реалізують винятково через аукціонні брокерські фірми і компанії. До обов'язків цих фірм належить продаж визначеної кількості товару у межах повноважень власника товару, переданих комісіонеру (посереднику) і встановлених договором комісії. Після цього всі взаємні права й обов'язки виникають між покупцем і брокерською компанією. Власник товару не набуває безпосередньо жодних прав і не має жодних обов'язків у відносинах з покупцем.

У договорах між комітентом і комісіонером обумовлюються: права й обов'язки брокерських фірм зі зберігання і реалізації товару, його ціна продажу, розмір комісійної винагороди, стягнутої з комітента і покупця, умови страхування товару, гарантія банку, порядок розрахунку та ін. Основними вимогами при виборі аукціонної брокерської фірми повинні бути: надійна комерційна і фінансова репутація і присутність на міжнародному ринку тільки як посередника, власника складських приміщень, холодильного та іншого устаткування, наявність кваліфікованих фахівців за профілем аукціонного товару.

Регулювання цін на аукціонах здійснюється двома шляхами:

- за допомогою ухвалення рішення про продаж або припинення продажу чергової партії представником комітента (аукціонником);
- у результаті фіксації в аукціонному каталозі припустимої межі ліміту цін на кожну партію.

Процедура міжнародного аукціону складається з чотирьох стадій: підготовка аукціону; огляд товару; проведення аукціонних торгів; оформлення аукціонних угод, розрахунки з покупцями і відвантаження товару.

Підготовка, наприклад, аукціону хутра складається з підбору колекцій, складання каталогів і реалізації реклами. Підбір колекції починається задовго до аукціону з метою формування різноманітного асортименту хутра для залучення найбільшої кількості потенційних покупців. Наступна процедура — розбивання підібраних партій на дрібніші — лоти, що забезпечує відбір зразків, виставлених у демонстраційних залах. Причому лот формується на основі однорідності товару за якістю і прийнятою кількістю, яка визначає звичайну партію в експортному сортуванні.

У каталозі часто однакові за якісними показниками лоти йдуть один за іншим, утворюючи ряди — стринги. З кожного лота або стрингу береться зразок, що цілком відповідає всім якісним параме-

трам товару, який є на його складі. На основі порядкових номерів лота складають аукціонні каталоги, у порядку нумерації яких відбувається продаж на аукціонних торгах.

Аукціонний каталог складається зі змісту з позначенням кількості того або іншого виду товару, призначеного до продажу. Потім викладаються аукціонні умови продажу із зазначенням порядку огляду товару (дата і час), терміну проведення торгів, порядку фіксації цін і підписання контрактів, прав організаторів аукціону зі зняття товару з торгів, умов платежу за куплені товари із зазначенням терміну платежу і банку-кореспондента. Іншими умовами аукціонного продажу можуть бути порядок і умови страхування, відповідальність за повну або часткову втрату товару, принципи митних платежів та ін.

Підготовка реклами аукціону передбачає не лише заздалегідь вжиті заходи щодо оголошення його початку і термінів проведення, а й рекламування пропонованого до торгів товару через загальні і спеціальні видання, поширення рекламних проспектів і запрошень.

Аукціонним торгам передують *огляд товару*, що передбачає вивчення його характеристик і встановлення відповідності фактичних характеристик даним каталогу з метою оцінки товару, запропонованого до майбутнього продажу. Це виключає наступне пред'явлення претензій при виявленні дефекту в купленому товарі. Техніка проведення самих аукціонних торгів включає ряд послідовних дій аукціонника (президії аукціону, що здійснює торг) і його помічників. Ці дії спрямовані на уточнення ціни продажу стосовно вихідної мінімальної (або максимальної) ціни.

Оформлення аукціонних угод включає складання контракту, розрахунки з покупцем і відвантаження проданих товарів. Воно також включає одержання покупцем у день продажу товару контракту, що є документом, який підтверджує укладену в аукціонному залі угоду. У цьому документі зазначаються: покупець і найменування товару, номер лота, найменування і кількість представлених у ньому позицій, ціна і сума. Покупець, що купив товар за дорученням, може переоформити контракт на ім'я фірми-замовника. На підставі контракту виписується рахунок на оплату, що передбачає внесення покупцем на рахунок організаторів аукціону авансу, який становить щонайменше 30 % вартості товару, а решта суми сплачується з безвідкличного підтверженого акредитива.

Усі витрати з переказування авансу, відкриття акредитива і банківської комісії оплачує покупець. У разі несплати за товар (протягом 21 дня з моменту укладення угоди) фірма, яка організувала аукціон, може вважати угоду порушеною і розпорядитися товаром на свій розсуд. Усі збитки покриваються за рахунок авансу фірми-покупця. При несплаті авансу адміністрація аукціону також вважає угоду такою, що не відбулася, і пред'являє вимоги з відшкодування збитків.

Після купівлі аукціонного товару покупець зобов'язаний дати письмове доручення про відвантаження товару із зазначенням маркування, точної адреси, виду транспортування і форми страхування в інструкції про відвантаження.

6.4

Організація оптових закупівель

На світовому ринку певні особливості має продаж коштовного каміння, зокрема алмазів і діамантів, що відбувається у вигляді оптових закупівель. Оптові закупівлі означають купівлю і продаж невеликими партіями з метою подальшого перепродажу або професійного використання алмазів і відбуваються під час “сайтів”, що організуються не менше 10 разів на рік. У ході їхнього проведення кожному з постійних оптових покупців вручається бокс із визначеною кількістю алмазів відомого асортименту, що підлягають оцінці. Вартість кожного боксу визначається заздалегідь і жорстко фіксується, не допускаючи торгів з цього приводу. Від оптовиків, яких серед постійних світових покупців налічується 150–170 (насамперед фірми США, Японії, Індії, Ізраїлю), алмази надходять на великі гранувальні підприємства, потім — до оптовиків, що торгують готовими діамантами, від останніх — до виробників ювелірних виробів і далі — у роздрібну торгівлю. Роздрібний продаж коштовностей здійснюється на найбільших світових ринках — на території США, Японії і Німеччини. Частка реалізації готових виробів (від загальної місткості світового ринку) становить 33, 31 і 7 % відповідно.

Ринок виробів з діамантами — один з наймісткіших у світі, його учасниками є понад 200 тис. роздрібних торговців і 130 тис. ювелірів, а обсяг продажів наприкінці 90-х років XX ст. перевищив 43 млрд дол. на рік.

Основний принцип міжнародної торгівлі алмазами — це продажі з єдиного джерела, яким є Центральна збутова організація (ЦЗО) зі збуту необроблених алмазів, що була заснована в 1934 р. (штаб-квартира розташована в Лондоні). Ініціатор створення ЦЗО — південноафриканська фірма “Де Бірс консолідейтед майнінг” та її відділення “Де Бірс сентинфі”, які є міжнародним алмазним картелем. ЦЗО контролює приблизно 80 % обсягу постачань на світовий ринок цієї сировини, обсяг продажів якого характеризується високими темпами зростання (7 % у 1996 р.) і досягає 5 млрд дол. на рік. ЦЗО являє собою своєрідний резервний склад для виробників Анголи, Австралії, Ботсвани, Намібії, Танзанії, Заїру, ПАР і Росії. Постачальниками є країни — найбільші виробники-видобувачі алмазів (Австралія — 36 млн каратів на рік, Заїр — 19,8, Ботсвана — 15,5, ПАР — 8,0 млн), що мають свою постійну, погоджену квоту. Для Росії вона становить 5 % обсягу всієї видобутої продукції на незалежний продаж алмазів поза картелем для “ринкової перевірки”, що залишається незмінною для постачальників ЦЗО з 1992 року. Завдяки дотриманню цього принципу продажів на світовому ринку вдалося домогтися стабільності цін на алмази, незважаючи на економічні кризи, що зачепили численні сировинні ринки.

Питання для самоконтролю

1. Які основні форми торгівлі сировинною продукцією?
2. Можливості міжнародних товарних угод у процесі здійснення торгів сировинними товарами.
3. Можливості використання міжнародних товарних бірж при організації міжнародної торгівлі сировинними продуктами.
4. Можливості та роль угод хеджування та процесу хеджування при організації торгівлі сировинними продуктами.
5. Основні функції міжнародних товарних бірж.
6. Сутність та особливості організації проведення міжнародних аукціонів.
7. Назвіть та охарактеризуйте основні етапи проведення міжнародних товарних аукціонів.
8. У торгівлі якими товарами використовують міжнародні оптові закупівлі?

Особливості організації міжнародної торгівлі готовою продукцією

7.1

Особливості укладення та реалізації контрактів на комплектне устаткування

Контракти купівлі-продажу на комплектне устаткування вирізняє таке:

- складний зміст;
- велика кількість різних умов і особливостей у формулюванні обов'язків продавця і покупця;
- широкий перелік обов'язків продавця, а також тісні зв'язки, які реалізуються і після постачання устаткування.

Важливою особливістю контрактів на комплектне устаткування є те, що в них установлюються зв'язки як між експортером і покупцем – імпортером устаткування, так і між спеціалізованими фірмами, що беруть участь у комплектації такої поставки, тобто субпідрядниками. При цьому генеральний підрядник організовує комплектацію поставки і несе відповідальність перед покупцем за її своєчасність та якість. З іншого боку, він здійснює безпосередні контакти із субпідрядниками, розміщуючи у них замовлення і контролюючи своєчасність їхнього виконання, а також відповідність вимогам специфікацій.

Між фірмами, які є учасниками угоди на постачання складного комплектного обладнання, встановлюються тісні і стійкі коопераційні зв'язки, що можуть початися ще на стадії науково-дослідних і проектних робіт. Така практика забезпечує тісніші контакти між експортером і імпортером у процесі створення об'єкта, погодженість і координацію їхніх дій із введення його в експлуатацію. Вона одержує

ла поширення в розвинених країнах, а останнім часом і при купівлі устаткування країнами, що розвиваються, насамперед такими, як Індія, Бразилія, Аргентина, Мексика та ін.

До обсягу поставки в контрактах на комплексне устаткування входить таке:

- проектна документація, технічна документація (інженерно-консультативні послуги);
- устаткування визначеної продуктивності із зазначенням витрат сировини і палива, а також виходу готового продукту;
- технологічне, допоміжне, контрольно-вимірювальне й інше устаткування;
- технічні послуги — відрядження фахівців до замовника для консультацій, монтажу, налагодження, введення устаткування в експлуатацію, навчання місцевого персоналу.

Розробка проекту (продукту) здійснюється з урахуванням вимог покупця, часто на основі його специфікацій і техніко-економічних умов. Це означає, що покупець або цілком встановлює параметри майбутнього продукту, або бере участь у його розробці. Проект базується на попередньо виконаних пошуках і дослідженнях, у яких бере участь покупець. До обсягу поставки входить також технологічне, допоміжне, контрольно-вимірювальне й інше устаткування.

Крім устаткування і матеріалів до предмета постачання включаються технічні послуги — участь фахівців у консультуванні замовника, здійсненні монтажу та налагодження, у введенні устаткування в експлуатацію, у навчанні місцевого персоналу.

Тісні зв'язки між постачальником і замовником здійснюються за такими основними напрямками:

- спільні розробки й обговорення проекту;
- затвердження замовником технічного проекту;
- приймання устаткування впроєкт, що відбувається паралельно з будівництвом цехів, де буде встановлене устаткування;
- відрядження фахівців постачальника на місце для авторського нагляду, а також фахівців-експлуатаційників і інженерів-будівельників;
- авторський нагляд за реалізацією проекту з боку постачальника і присутність на будівництві шефів-монтажників складного устаткування для оперативного узгодження змін, внесених до проекту;

- контроль за ходом будівництва з боку замовника;
- перевірка матеріалів, комплектації;
- технічне обслуговування постачальником устаткування (поставка запасних частин, змінного устаткування) для забезпечення його безперебійної роботи.

Таким чином, до обсягу поставки в контрактах купівлі-продажу на комплектне устаткування входять: проектування цього устаткування (підготовка технічної документації), постачання самого устаткування і надання технічних послуг у зв'язку з монтажем, налагодженням і введенням устаткування в експлуатацію.

В умові “якість” у контрактах на комплектне устаткування обов'язково зазначають визначені технічні параметри і порядок виконання наступних випробувань з метою досягнення розрахункових показників, а також загальні посилання на технічні умови або стандарти і порядок наступного приймання устаткування відповідно до кожної стадії його експлуатації на заводі-виробникові постачальника і здійснення наступних випробувань. В умові “термін постачання” обов'язково зазначаються конкретні терміни поставки, терміни часткових поставок відповідно до погодженого між сторонами графіка. Датою поставки вважається дата акта про приймання (приймально-здавального акта). З ускладненням предмета постачання ускладнюється і визначення вартості постачання. Особливістю контрактів на комплектне устаткування є застосування складних методів розрахунку цін, а саме:

- установлення цін на кожен частину поставки (часткова поставка) у момент підписання контракту (базисні ціни);
- коригування ціни з урахуванням змін цін на сировину і матеріали, а також заробітної плати (витрати виробництва) до терміну виконання контракту.

Для комплектного устаткування витрати виробництва оцінюються за трьома компонентами:

- вартість виробництва машин, устаткування і матеріалів;
- витрати на інженерно-консультаційні послуги;
- витрати на виконання будівельних робіт.

Розподіл вартості компонентів угоди всередині контракту виконує постачальник. Компанії розвинених країн в основному використовують метод калькуляції реальних витрат, що передбачає

узгодження вартості устаткування і наданих послуг із замовником до підписання остаточного контракту. При цьому постачальник знайомить покупця не тільки з розрахунками ціни на устаткування, а й із розцінками погодинної оплати праці спеціалістів, техніків, монтажників і всіх тих, хто бере участь у поставках устаткування.

Ціна, що змінюється залежно від зміни витрат виробництва в період виготовлення товару, одержала назву ковзної. Розраховується вона з використанням певних методів, посилення на які повинно обов'язково міститися в контракті. Найпоширенішим є метод розрахунку змінної ціни, що розроблений ЄЕК ООН і міститься в загальних умовах експортних поставок машинного устаткування. Ціни коригуються з урахуванням зміни валютних курсів.

У сучасних умовах способи платежу значно ускладнилися. Залежно від того, як оплачується товар у разі його фактичної поставки, виокремлюють такі основні способи платежу:

- готівковий платіж, що зазвичай здійснюється по частинах, тобто або за окремі частини поставки (техдокументацію, устаткування, гарантійна сума), або в міру готовності товару (наприклад, судна);
- авансовий платіж, який найчастіше виплачують до початку виконання замовлення. Аванс часто надається в товарній формі — шляхом постачання сировини або комплектуючих виробів для виготовлення замовленого устаткування. Аванс у грошовій формі встановлюється як визначений відсоток від загальної вартості замовлення (зазвичай 10–15 %). Зустрічається аванс у розмірі повної суми контракту, коли покупець цілком бере на себе фінансування розробки і виготовлення нового товару (наприклад, нової моделі літака);
- цільове кредитування. Тривалий період часу між укладенням контракту і початком функціонування імпортованого підприємства або установки та великі суми угод зумовлюють необхідність використання позикових коштів для фінансування поставок. Для поставок комплектного устаткування характерна висока частка кредитів постачальників. У західноєвропейських країнах кредити постачальників становлять 20–30 % усіх кредитів, в Японії — 70–75 %.

Інша форма кредитування експорту комплектного устаткування — банківські кредити, що, як правило, надаються на більш пільго-

вих умовах, а основне — мають державну гарантію. Останніми роками ця форма набуває дедалі більшого поширення, що пов'язано зі зростанням масштабів окремих угод, загостренням конкуренції на ринку, потребами країн, що розвиваються, у фінансуванні будівництва об'єктів. Постачання комплектного устаткування має підтримку з боку держави в розвинених країнах не тільки у сфері фінансування виробництва, й у сфері страхування, надання гарантій виконання експортерами своїх зобов'язань, організації всієї системи експорту.

Платіж у кредит найчастіше передбачає розрахунки за угодою на основі наданого постачальником замовникові фірмового (комерційного) кредиту. Набули поширення довгострокові кредити (на 10–15 років), що покривають до 80 % суми контракту. Початковий платіж за кредитами становить 10–20 % суми контракту. Протягом пільгового терміну відсотки за кредитом не нараховуються. Ставки по кредитах становлять 10–14 %.

Фірмові кредити надаються і погашаються в грошовій і товарній формах. Надання кредиту в товарній формі здійснюють за допомогою відстрочення (розстрочки) платежу або постачанням устаткування і матеріалів. Погашення кредиту в товарній формі набуло поширення в угодах про розподіл продукції, що передбачають оплату отриманого імпортером цільового кредиту поставками частини продукції, виробленої на побудованому підприємстві. У контракті на постачання комплектного устаткування може твердо обумовлюватися частка продукції, виробленої на побудованому підприємстві, що буде направлятися експортеріві (зазвичай у розмірі 20–40 %).

Для контрактів на комплектне устаткування характерно також поєднання в одному контракті різних форм розрахунків: інкасової, акредитивної, за допомогою телеграфних і поштових переказів, вексельної. Широко використовується оплата за подільним акредитивом (за кожен часткову поставку).

Особливості приймання-здавання в контрактах на машини і обладнання полягають у тому, що приймання здійснюється на заводі постачальника. У контракті докладно обумовлюється порядок приймання-здавання: його етапи (спостереження за перебігом виробництва і приймальні випробування), терміни, обов'язки інспектора з приймання. Продавець, як правило, бере на себе відповідальність за якість товару протягом певного терміну. Цей обов'язок вста-

новлюється в умові “гарантії”, в якій зазначаються обсяг гарантії, термін її дії, обов’язки продавця з гарантії. У контрактах на комплектне устаткування умова гарантії передбачає доведення постачальником у встановлений термін підприємства до розрахункових показників і тільки після цього виплату гарантійної суми, що становить 5–10 % вартості контракту.

7.2

Особливості реалізації довгострокових контрактів на сировину і напівфабрикати

Сучасний етап характеризується зростанням ролі тривалих договірних відносин, здійснюваних на основі довгострокових комерційних контрактів у сфері торгівлі сировиною та напівфабрикатами. Практика їхнього укладення має неоднакове значення на різних світових товарних ринках: більше значення — на ринках палива і промислової непереробленої сировини і менше — на ринках переробленої сировини та напівфабрикатів. Так, питома вага довгострокових комерційних контрактів у світовому експорті корисних копалин (без нафти, що реалізується за річними контрактами) становить 50–60 %, а в експорті переробленої сировини — 5–7 %.

Найбільшими об’єктами торгівлі за довгостроковими контрактами є товари, щодо яких частка довгострокових контрактів в експорті є такою: природний газ — 70–80 %; кам’яне вугілля — 75 %; залізна руда — 60–70 %; нафта — 10–15 %. На ці чотири товари припадає 85–90 % сукупної вартості сировини, що продається за довгостроковими контрактами. Решта 10–15 % припадають на такі товари, як уранові концентрати (частка довгострокових контрактів становить 80–90 % експорту), олов’яні концентрати (85–90 %), свинцеві і цинкові руди (55–60 %), платина і паладій (40–60 %), алмази (40–45 %), боксити і глинозем (30 %), целюлоза (30 %). За довгостроковими контрактами у ФРН постачається 70 % імпорту залізної руди, Великобританію — 50 %, Японію — 95 %.

На основі довгострокових контрактів поставляється спеціалізована продукція, у тому числі вузли, частини, деталі (компоненти для складання), що сприяє зростанню технічного рівня продукції.

Торгівля за довгостроковими контрактами має істотні переваги. По-перше, сировинні товари, на відміну від продукції обробної промисловості, не можуть морально застаріти, їхня якість залишається незмінною, що відповідає інтересам не тільки продавця, а й покупця. Більш того, якщо технологія підприємства, яке закуповує сировину, орієнтована на чітко визначений сорт сировини (наприклад, руду з незмінним вмістом металу), покупець не зацікавлений навіть у підвищенні якості сировини, що поставляється. По-друге, задовольняються потреби виробництва в стабільних джерелах сировини на тривалу перспективу, що дає можливість пристосовувати виробництво до певної сировини. По-третє, для ринків, на яких частка поставок за довгостроковими контрактами (преференційні зони) є досить великою, характерна більша стійкість попиту, пропозиції і цін, ніж на відкритих ринках.

Процес поглиблення міжнародного поділу праці, спеціалізація і кооперування господарської діяльності іноземних фірм, нестійкість економіки світового господарства сприяють розвитку тривалих договірних відносин між контрагентами. Через систему довгострокових контрактів усталюються зв'язки з торговельними партнерами, і компанії прагнуть по можливості згладити протиріччя між планованою діяльністю фірми і ринковою стихією.

Потреба у встановленні довгострокових договірних відносин зростає через значне підвищення капіталомісткості розробки нових родовищ корисних копалин. Видобувні компанії зацікавлені в одержанні надійних гарантій окупності інвестованих коштів (як правило, позикових) у визначений термін. Такого роду гарантії певною мірою можуть бути забезпечені при укладенні довгострокового контракту на реалізацію продукції, наприклад, споруджувано-го рудника.

Сьогодні для довгострокових контрактів характерне загальне скорочення термінів дії через значні коливання господарської кон'юнктури і внаслідок цього — через невизначеність перспектив розвитку (наприклад, на кам'яне вугілля терміни довгострокових контрактів зменшилися з 10 до 5 років). Найтриваліші терміни поставок застосовують на ринку газу, де середній термін контракту становить 20 років.

Ціни в довгострокових контрактах встановлюють або відразу на весь термін дії угоди, або на один рік чи півроку і надалі регулярно

переглядають. При встановленні ціни в довгострокових контрактах на сировину нині стали широко застосовувати поточні й обмежено змінні ціни замість фіксованих та мало змінних цін. Ще десять років тому в довгострокових контрактах на сировину передбачалися розрахунки за цінами, фіксованими на весь термін дії угоди, або такими, що змінюються в дуже вузькому (кілька процентів) інтервалі. Сьогодні такого роду умови становлять виняток і зустрічаються здебільшого в контрактах, що укладаються на термін щонайбільше три роки. Довгострокові контракти, як правило, передбачають застосування методів установаження цін з помірними обмеженнями коливань або взагалі без обмежень. Використання останнього методу, або методу поточної ціни, передбачає оплату кожної партії товару не за заздалегідь обумовленою ціною, а за ціною відкритого ринку (або якоюсь іншою, вибраною як орієнтир) на момент поставки.

Обмежено змінні ціни змінюються у результаті періодичних переглядів з дотриманням обумовлених у контракті принципів або за формулою ескалації. Ступінь еластичності визначається вибором орієнтирів, взятих до уваги при її перегляді (або закладених у формулу, або за допомогою зазначення конкретних обмежень відхилень у відсотках від установленної бази). Такі ціни є компромісом між фіксованими і поточними цінами.

Для вирахування ступеня рухливості ціни береться визначений набір показників, наприклад, заробітна плата, витрати на транспортування. В останні роки до розрахунків стали включати витрати на устаткування й інші витрати виробництва, а також податки і роялті (плата за користування землею). Характерно також, що базові ціни, які коригуються за формулою, стали переглядати значно частіше (наприклад, на кам'яне вугілля базову ціну переглядають щороку).

Іншою важливою особливістю встановлення цін на сировину є застосування усереднених цін, тобто цін за більш-менш тривалий період, узятих за котируваннями товарних бірж та інших оптових ринків, а також за досить представницькими довідковими цінами компаній — лідерів на цьому ринку. Останнім часом принцип усереднених цін став переважати в практиці укладення довгострокових контрактів на сировину.

Питання для самоконтролю

1. У чому полягає особливість укладання контрактів на комплектне устаткування порівняно зі звичайним контрактом купівлі-продажу?
2. Які особливості здавання-приймання при реалізації контрактів на комплектне обладнання?
3. У чому полягають особливості фінансових умов контрактів на комплектне обладнання?
4. Які основні види довгострокових угод при торгівлі сировиною та напівфабрикатами ви знаєте?
5. Порівняйте процес ціноутворення при реалізації довгострокових контрактів на комплектне обладнання та сировину.

МАУП

Транспортування вантажів у міжнародній діяльності

8.1

Сутність міжнародних перевезень та основні фактори, що визначають вибір виду транспортування

Один з найважливіших етапів виконання міжнародної торговельної угоди — це здійснення міжнародних перевезень вантажів. Від того, наскільки ретельно відповідальна за транспортування сторона контракту підійде до планування перевезення, вибору виду транспорту та перевізника, залежить вчасність доставки і безпека вантажу, а отже, безперебійна діяльність покупця. Загалом у міжнародних перевезеннях використовують усі види транспорту, зокрема морський, річковий, залізничний, автомобільний, авіаційний і трубопровідний.

Розрізняють такі види перевезень:

- прями, тобто здійснювані одним видом транспорту;
- змішані, або комбіновані, здійснювані кількома видами транспорту.

За договором перевезення транспортна організація (перевізник) зобов'язується доставити пасажирів, вантаж (багаж) до пункту призначення і видати вантаж (багаж) уповноваженій особі (одержувачу). Відправник або пасажир зобов'язані оплатити таку послугу. Міжнародним вважається перевезення, здійснюване між двома або більшою кількістю держав. Особливістю договору міжнародного перевезення є застосування матеріальних норм права на основі колізійних принципів, передбачених міжнародними договорами, національним законодавством або транспортним документом, виданим перевізником. Колізійними принципами, що їх переважно застосовують для вибору матеріального законодавства при відправленні вантажу, є закон країни відправлення, при його видачі в кінце-

вому пункті — закон країни призначення. Застосовують також закон перевізника та закон країни суду.

Вибір виду транспортування визначають такі фактори:

- вид вантажу, тобто такі його характеристики, як швидкість псування, небезпечність, вага і стан. Наприклад, товари, які швидко псуються або вартість яких є великою, швидше за все перевозитимуть авіатранспортом. Тоді як перевезення легкозаймистих товарів і вибухових речовин авіатранспортом неприпустиме. При цьому важко собі уявити, що такі товари, як руди металів, нафтові продукти, інші навалочні вантажі, будуть перевозити автомобільним або авіатранспортом. Найпопулярнішим видом транспорту для таких вантажів є морський;

- відстань і маршрут перевезення;
- фактор часу;
- вартість перевезення;
- безпека і надійність транспортування.

Правове регулювання відносин, які виникають із здійснення міжнародних перевезень, має свою специфіку. По-перше, їхні найважливіші умови визначено у міжнародних угодах — транспортних конвенціях, що є основним джерелом регулювання у цій сфері відносин. Угоди містять уніфіковані матеріально-правові норми, необхідні для врегулювання колізій, що найчастіше виникають при морських та автомобільних міжнародних перевезеннях. Як правило, уніфіковані норми міжнародних договорів регулюють вимоги до перевізної документації, порядку приймання вантажу до перевезення та його видачі у пункті призначення, умови відповідальності перевізника, процедуру подання претензій і позовів.

Слід зазначити важливе місце та особливе становище України в здійсненні міжнародних перевезень. Великий потенціал України та її місце у міжнародних перевезеннях визначається тим, що на Критській конференції, яка відбулася у березні 1994 р., було вирішено, що з дев'яти перших міжнародних транспортних коридорів (МТК) через територію України пройдуть чотири. Саме після проведення Другої пан'європейської конференції на Криті у 1994 р. термін “міжнародний транспортний коридор” став широко використовуватися.

Міжнародний транспортний коридор, відповідно до документів Європейського співтовариства, визначається як цілий комплекс на-

земних і водних транспортних магістралей на певному напрямку з відповідною інфраструктурою, куди входять допоміжні споруди, під'їзні шляхи, прикордонні переходи, сервісні пункти, вантажні й пасажирські термінали, устаткування для управління рухом. Цей комплекс діє відповідно до законодавчих і нормативних актів, що забезпечують можливість перевезення вантажів і пасажирів на рівні вимог ЄС, які є дуже високими. Наприклад, інтенсивність автомобільного потоку в МТК повинна становити не менше 20 тис. машин на добу за мінімальної швидкості 120 км/год. Для залізничного транспорту цей норматив дорівнює 100 км/год. Норми для перетину державного кордону такі: для автобусів і легкових автомобілів — 15 хв, потягів — 20 хв, вантажних автомобілів — 60 хв. Зрозуміло, що в Україні поки що жодна з умов ЄС не виконується, але роботу зі створення МТК заплановано завершити до 2015 року.

8.2

Особливості перевезення вантажів морським транспортом

Перевезення вантажів морським видом транспорту має свої особливості. Транспортування можна здійснити так:

- на попередньо зафрахтованому у судновласника судні, причому судно можна зафрахтувати або на певну кількість рейсів (один, два та більше), або на певний період часу, тобто це так зване трампове судноплавство, за якого судна не здійснюють регулярних рейсів у заданому напрямку відповідно до існуючого розкладу;
- на лінійному судні, яке перевозить вантажі регулярно між портами відповідно до існуючого графіка.

Морський транспорт забезпечує перевезення 4/5 обсягу всіх вантажів у світі. У міжнародних морських перевезеннях беруть участь не тільки морські держави, а й “сухопутні”, які намагаються мати свій флот. Серед країн, де морські перевезення становлять значну статтю доходу, є зокрема Греція, Норвегія, Японія. Україна також прагне стати такою державою. Сприяти цьому повинна затверджена Кабінетом міністрів Програма створення і функціонування національної мережі міжнародних транспортних коридорів в Україні. В ній, наприклад, щодо морського транспорту передбачено об-

лаштування поромної переправи Іллічівськ — Поті, яка почала працювати з грудня 1996 року.

Сьогодні в Україні перевезенням наливних і сухих вантажів великої номенклатури, а також пасажирів займаються сім державних, орендних і акціонерних компаній: Українське, Чорноморське та Азовське морські пароплавства, компанії — Дунайська, “Укрфері”, “Укртанкер”, “Укррифер”, а також Керченська поромна переправа. Вісімнадцять морських портів України забезпечують перевалку сухих і наливних вантажів, обслуговують пасажирів, виконують інші функції.

Специфікою регулювання міжнародних морських перевезень є використання, крім норм конвенцій та внутрішнього законодавства, ще й морських звичаїв (національних і міжнародних). Відносини, що виникають у сфері міжнародних морських перевезень, можна поділити на три основні групи. По-перше, це відносини, пов'язані зі здійсненням майнових прав на морські судна та виконанням стосовно них різних угод. По-друге, це відносини, що впливають з власне транспортування (договори перевезення вантажів і пасажирів, буксирування, тайм-чартеру). По-третє, це відносини, пов'язані з ризиком у мореплаванні, тобто такі, що виникають із зіткнення суден, рятування на морі, загальної аварії, морського страхування, обмеженої відповідальності судновласника.

При морських перевезеннях наявність договору морського перевезення підтверджується чартером. *Чартер* — це договір, який підтверджує оренду судна (або вантажного відсіку на судні) продавцем для перевезення вантажу за його рахунок. Розрізняють *тайм-чартер*, якщо судно орендується на певний час, і рейсовий чартер, коли судно орендується на один або кілька рейсів.

Сталійний час — максимальний період, протягом якого фрахтувальники мають право за умовами чартеру або іншого договору морського перевезення тримати судно під навантаженням і розвантаженням, не оплачуючи нічого, крім обумовленого фрахту.

Стивідори — призначувані фрахтувальником особи, що відповідають за навантаження, розміщення (або тримінг) у трюмах і розвантаження вантажів у портах зарубіжних країн.

Агенти — призначувані фрахтувальником особи, які обслуговують судно (у тому числі щодо митних формальностей) і виконують вимоги капітана.

Демередж — заздалегідь обумовлена компенсація (штраф), що її судновласник вправі одержати від фрахтувальника за перевищення визначеної норми обробки судна (сталійний час).

Диспач — виплачувана судновласником фрахтувальникові винагорода (премія) за дострокове навантаження або розвантаження судна.

Однією з найпрогресивніших форм доставки вантажів морем є регулярні, або лінійні, перевезення. Зазвичай вони здійснюються на основі угод про організацію постійних морських ліній. Такі угоди укладають переважно зацікавлені судновласники і рідше держави. У них урегульовано умови експлуатації відповідних ліній. Умови морських лінійних перевезень визначаються у лінійних коносамен-тах, правилах і тарифах судновласників і мають певні особливості. Проте специфічних колізійних питань у цій сфері, як правило, не виникає.

Значну частину морських ліній експлуатують на умовах угод, укладених судновласниками, які утворюють групи перевізників, що отримали назву лінійних конференцій. Великий вплив на здійснення морських перевезень мають компанії держав з високим рівнем економічного розвитку, вони встановлюють високі фрахтові ставки та пільгові умови перевезень. З метою уникнення дискримінації у діяльності лінійних конференцій 1 липня 1974 р. у рамках ООН за ініціативою держав, що розвиваються, прийнято *Конвенцію про Кодекс поведінки лінійних конференцій*. Цей документ повинен сприяти розширенню світової морської торгівлі, розвитку регулярних і ефективних лінійних послуг.

Пасажирські перевезення морем регулює, зокрема, *Афінська конвенція про перевезення морем пасажирів та їх багажу* від 13 грудня 1974 р. та Протокол 1976 р. до неї. Україна приєдналася до зазначених актів у 1994 році. У Конвенції зафіксовано більшість правил, що діяли до її прийняття: принцип відповідальності за вину, максимальний розмір відповідальності перевізника, наприклад, за шкоду, заподіяну здоров'ю пасажирів, — 700 тис. франків, дворічний строк позовної давності та ін.

Морські перевезення можуть здійснюватися за чартером. При чартері для перевезення вантажу надається все судно, його частини або окремі приміщення. Зазвичай на практиці застосовують проформи чартерів, розроблені міжнародними морськими організаціями

або національними об'єднаннями судновласників. Розрізняють, зокрема, такі види чартеру: вугільний, лісовий, нафтовий. Це дає змогу враховувати специфіку перевезення окремих вантажів. За своїм змістом морський чартер є складним договором, який охоплює до шести десятків різних умов (порядок надання вантажу, розрахунки за фрахт тощо). Умови проформ чартеру можуть змінюватися та доповнюватися сторонами, які, зокрема, використовують застереження. Питання відповідальності вирішують, звертаючись до норм Конвенції про уніфікацію деяких правил про коносамент.

Основним документом, що його використовують при здійсненні морських перевезень, є коносамент, який містить умови договору морського перевезення, видається морським перевізником відправнику в момент приймання вантажу на судно і засвідчує прийняття товару до морського перевезення. На відміну від морської накладної, яка може видаватися відправнику тимчасово до моменту виписування коносаменту, останній є товаророзпорядчим документом. Це означає, що лише особа, яку зазначено в коносаменті, або власник коносаменту на пред'явника може вимагати від перевізника видати товар, зазначений у коносаменті. Традиційно оформлюють 2–3 оригінали коносаменту, які передають відповідно відправнику та отримувачу вантажу, а один — капітану судна.

Існує кілька видів коносаментів залежно від умов оформлення:

- *іменний*, у цьому разі отримати вантаж від перевізника зможе лише особа, що її зазначено як отримувача у коносаменті;
- *коносамент на пред'явника*, тобто вантаж може отримати та особа, яка його пред'являє;
- *ордерний*, коли вантажовідправник може передати свої права, індосувавши коносамент третій особі. Причому кількість передавальних написів не обмежується. Такий вид коносаменту доцільний у тому разі, якщо оплата здійснюється проти пред'явлення документів до банку;
- *наскрізний*, який видається при доставці вантажу з перевалкою, тобто коли вантаж доставляють до місця призначення кількома транспортними засобами, перевантажують з одного транспортного засобу на інший;
- *прямий*, що видається перевізником у тому разі, коли пунктів перевалки або перевантаження вантажу на шляху транспортування не передбачається;

- *чистий*, в якому перевізник не робить жодних зауважень щодо стану та зовнішнього вигляду товару;
- *коносамент у частках*, що його вантажовідправник випишує покупцю у тому випадку, коли останній купує частину партії товару за коносаментом.

8.3

Міжнародні залізничні перевезення

Транспортування залізницею висуває такі вимоги до організації транспортування вантажу:

- вимоги до пакування вантажу. Вантажні місця повинні мати ярлики з найменуванням та адресою вантажовідправника та вантажодержувача, датою відвантаження, маршрутом перевезення, а також відомості про оплату перевезення;
- вимоги до маркування. Зовнішня упаковка вантажу повинна мати відповідні написи згідно з характером вантажу, міжнародними вимогами, вимогами країни відправника та країни одержувача;
- у накладній, яка супроводжує вантажне відправлення, зазначаються дані про станцію відправлення та призначення, а також вага вантажу, кількість, найменування та маркування вантажних місць, оплата перевезення;
- передачу відповідно оформленого вантажу перевізнику.

При визначенні провізних платежів враховується відстань перевезення, вага, обсяг, природа вантажу, вартість, характер можливих ушкоджень, ступінь ризику.

Після прибуття вантажу на станцію покупець отримує повідомлення про його прибуття, в якому зазначається термін, протягом якого необхідно вивезти товар зі станції. Після того, як покупець забрав товар зі станції, він робить так званий чистий підпис у вантажній квитанції, що підтверджує прибуття товару. Якщо були виявлені пошкодження або недоліки товару на станції, то про це необхідно зазначити і пред'явити претензії перевізнику.

Основним документом при здійсненні міжнародних залізничних перевезень є залізнична накладна, яка виконує функції договору про перевезення, товаророзпорядчого документа, підтвердження вантажу до перевезення.

Внаслідок існування різних систем залізничних сполучень, які відрізняються шириною залізничної колії, розмірами локомотивів та вагонів, умовами перевезень, у світі прийнято кілька регулюючих конвенцій. Більшість європейських країн, а також ряд країн Азії та Африки регулюють міжнародні залізничні перевезення за допомогою *Угоди про міжнародні залізничні перевезення* (КОТІФ). Україна та інші держави СНД не беруть участі у цій угоді. Проте її норми, а також службові інструкції та інші документи, що розроблені на засадах КОТІФ, застосовуються в окремих державах, незважаючи на те, що вони не підписали цієї угоди. Зазначена угода набрала чинності 1 травня 1985 року. У зв'язку з необхідністю правового регулювання залізничних перевезень після Другої світової війни було укладено двосторонні договори між СРСР та іншими державами Європи й Азії. У 1950 р. їх замінили багатосторонні угоди: *Угода про міжнародне вантажне сполучення* (УМВС) та *Угода про міжнародне пасажирське сполучення* (УМПС).

Відповідно до УМВС укладення договору міжнародного перевезення вантажів оформляється складанням залізничної вантажної накладної на залізниці відправлення. Цей документ визначає строки доставки вантажу і засвідчує прийняття вантажу до перевезення. Товар передається вантажоодержувачу, який подає документ, що засвідчує його особу. Форма накладної, встановлена УМВС, відрізняється від тієї, що встановлена КОТІФ. Вона складається з п'яти листів. Перший лист є оригіналом накладної, що супроводжує вантаж до станції призначення і видається одержувачу разом з п'ятим листом і вантажем. Другий — це дорожня відомість, яка супроводжує вантаж до станції призначення і залишається на залізниці призначення. Кількість дорожніх відомостей повинна відповідати кількості залізниць, які беруть участь у перевезенні. Третій лист є дублікатом накладної і видається відправнику після укладення договору перевезення. Дублікат не є товаророзпорядчим документом, але має юридичне значення у разі зміни договору перевезення й пред'явлення до залізниці претензій про повну втрату вантажу. Четвертий — лист передачі вантажу, що супроводжує вантаж до станції призначення і залишається на залізниці призначення. П'ятий — лист-повідомлення про прибуття вантажу, що супроводжує вантаж до станції призначення і видається одержувачу разом з оригіналом і вантажем. Крім наклад-

ної, з вантажем відправляють відповідні товаросупровідні документи.

Оскільки існує дві форми накладної, передбачені нормами КОТІФ та УМВС, при оформленні вантажів з країн СНД, які переміщуються територією інших європейських країн, накладна, складена відповідно до вимог УМВС, оформляється до прикордонної станції залізниці країни, що межує з СНД. На цій станції вона переоформляється у накладну, вимоги до якої містяться у КОТІФ. Переоформлення накладної відбувається й на прикордонних станціях при відправленні товарів до країн СНД.

8.4

Автомобільні й авіаперевезення міжнародних вантажів

Перевезення вантажу автомобільним транспортом має істотні переваги: гнучкість в організації доставки; відсутність прив'язки до вантажних терміналів, що дає змогу доставляти вантаж від “дверей до дверей” без перевантажень; можливість перевезення дрібних партій; швидкість; збереження вантажу.

Умови договору міжнародного автомобільного перевезення вантажів між європейськими державами визначає *Конвенція про договір міжнародного перевезення вантажів (КДПВ або ЦМР)*, підписана у Женеві 19 травня 1956 року. Вона набула чинності 2 липня 1961 р., а нині діє у редакції від 5 липня 1978 року.

Для здійснення автотранспортного перевезення укладається єдиний договір навіть у разі його реалізації кількома перевізниками. Послідовні перевізники мають право укласти угоди між собою, але умови цих угод не повинні відхилятися від положень єдиного договору та зазначеної конвенції. В іншому разі такі угоди вважатимуться недійсними, наприклад, недійсною вважається зміна умов страхування на користь перевізника.

Договір перевезення вантажу автотранспортом підтверджують накладною на перевезення вантажу, яка засвідчує прийняття вантажу перевізником, однак не вважається оборотним чи товаророзпорядчим документом. Відсутність накладної чи її дефект не повинні впливати на дійсність договору. Накладна складається у трьох ек-

земплярах: перший вручається відправнику, другий додається до товару, третій залишається у перевізника. Іноді накладну складають у чотирьох екземплярах, два з яких залишаються у перевізника. Накладну підписують відправник і перевізник. При доставці для розвантаження покупцю перевізник зазначає час прибуття автомашини для розвантаження і вибуття після розвантаження, підписує накладну і засвідчує підпис печаткою. Вантаж видається зазначеному в ній одержувачу.

Якщо потрібно перевезти різноманітний або поділений на партії вантаж, чи перевезення здійснюється різними транспортними засобами, як продавець, так і перевізник мають право вимагати окрему накладну на кожний транспортний засіб, кожен вид або партію вантажу. У накладній на міжнародне перевезення зокрема зазначають: місце і дату її складання; назву та адресу відправника й перевізника; місце і дату прийняття вантажу до перевезення; місце його передачі одержувачу; назву та адресу одержувача; прийняте позначення характеру вантажу і спосіб його упакування, а у разі перевезення небезпечних вантажів — їх загальноприйняте позначення; кількість вантажних місць, їх маркування та номери; вагу вантажу брутто або кількість вантажу, виражену в інших одиницях виміру; витрати, пов'язані з перевезенням (провізна плата, митні збори, додаткові та інші витрати, що мали місце з моменту укладення договору і до здавання вантажу); відомості, необхідні для виконання митних та інших формальностей.

Особливості міжнародних автоперевезень певною мірою регулюють міжнародні договори, основний зміст яких спрямований на регламентацію митного проходження вантажів. Наприклад, митний режим при перетинанні кордонів європейських держав автотранспортом регулює *Митна конвенція про міжнародне перевезення вантажів із застосуванням книжки МДП* від 14 листопада 1975 року. Вона є обов'язковою для України як однієї з правонаступниць колишнього СРСР, що було підтверджено у 1994 році. Відповідно до норм цієї конвенції міжнародним документом, який застосовують для автомобільних перевезень вантажів через митні кордони кількох держав без їх перевантаження, є книжка міжнародного дорожнього перевезення. Зазначений документ видає Асоціація перевізників, яка входить до складу Міжнародного

Союзу автомобільного транспорту, а в Україні — уповноважені на це митні органи. Книжка МДП оформляється на кожен транспортний засіб або контейнер і є дійсною для виконання одного перевезення.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні фактори, які впливають на вибір виду транспортування вантажу.
2. Що таке чартер і які види морських чартерів ви знаєте?
3. Назвіть основні функції та види коносаментів.
4. Назвіть основні види документів, які оформлюються при здійсненні морських перевезень.
5. у чому особливості здійснення перевезень залізничним транспортом?
6. Назвіть основні документи, якими необхідно керуватися при здійсненні міжнародних залізничних товарних перевезень.
7. Основні переваги та недоліки перевезення вантажів автомобільним та авіаційним видами транспорту.

МАУП

Розрахунки у міжнародних торговельних операціях

9.1 Сутність міжнародних розрахунків

Міжнародні розрахунки включають платежі за грошовими вимогами та зобов'язаннями, що виникають у процесі здійснення зовнішньоторговельних угод та реалізації інших економічних відносин, які встановлюються між іноземними та національними господарськими суб'єктами. В свою чергу, це потребує вибору відповідних умов платежу (готівковий розрахунок або кредит), форм розрахунків (інкасова, акредитивна та ін.), засобів платежу (платіжні документи), фінансових гарантій (банківські зобов'язання), а також каналів забезпечення платежу (банки, фінансові установи).

Принциповою відмінністю міжнародних розрахунків є те, що вони пов'язані з обміном національних валют через валютні операції.

Особливістю міжнародних розрахунків є те, що в платіжному обороті іноземна валюта виступає не як готівкові грошові знаки, а у вигляді банківських і кредитних платіжних засобів, таких, як телеграфні та поштові перекази, чеки і векселі.

Платіжні засоби в іноземній валюті, які спрямовуються на міжнародні розрахунки, називають *девiзами*. Вони реалізуються у формі розрахунково-платіжних документів, які обертаються між банками-кореспондентами експортерів та імпортерів. У міжнародному платіжному обороті використовують і готівкові кошти (туристи, відрядження), але і в цьому разі перевага надається спеціальним розрахунковим та туристичним чекам, грошовим акредитивам.

Традиційно *механізм розрахунків за зовнішньоторговельними операціями* складається із зустрічних потоків — товарного та платіжного, що виникають між продавцями та покупцями. Його сутність полягає у тому, що імпортери, отримавши товарні документи від екс-

портерів, відправляють останнім платіжні документи, які мають бути оплачені в іноземній валюті. З цією метою експортери продають своїм національним банкам свою національну валюту в обмін на валюту, необхідну для продовження та завершення операцій. У свою чергу, банки надсилають своїм банкам-кореспондентам за кордоном ці платіжні засоби, за якими стягуються суми з боржників і зараховуються на кореспондентські рахунки банків, які відправили раніше платіжні засоби.

Практично всі зовнішньоторговельні розрахунки здійснюються через банки шляхом зарахування зобов'язань, без сплати готівкової валюти. *Розрахункова операція* полягає в тому, що суми коштів переносяться з рахунку банку, який видав платіжне доручення, на рахунок банку, що виконує це доручення, а потім ці суми зараховуються на рахунки тих фірм, на користь яких вони переказані.

Розрахунки за експортно-імпортними операціями та іншими комерційними угодами мають найчастіше документарний характер, тобто здійснюються на основі комерційних документів, перелік і характеристика яких визначаються насамперед умовами зовнішньоторговельних контрактів.

Учасниками міжнародних розрахунків є не тільки безпосередньо представники сторін товарних та фінансових зобов'язань, а й посередники в особі банків (уповноважених і кореспондентів) і маклерів (валютних і банківських).

У міжбанківському обороті для здійснення міжнародних розрахунків використовуються рахунки лоро та ностро. Рахунок лоро — це кореспондентський рахунок іноземного банку в національному. Відповідно рахунок ностро — це кореспондентський рахунок національного банку в іноземному.

Для задоволення потреб своїх клієнтів у здійсненні міжнародних платежів в іноземній валюті банки формують валютні позиції.

Валютна позиція — це співвідношення вимог і зобов'язань за конкретною валютою у визначений час. Валютні позиції поділяються на такі:

- відкриті та закриті. Відкрита позиція — це незбігання обсягів купівлі та продажу іноземної валюти у визначений період часу, а закрити позиція — це коли обсяги вимог і зобов'язань банку щодо конкретної валюти збігаються у часі;

- довгі та короткі. Довга позиція — це ситуація, коли обсяги купівлі іноземної валюти банком перевищують обсяги її продажу протягом визначеного періоду часу, а коротка позиція — це ситуація, за якої обсяги продажу іноземної валюти банком перевищують обсяги її купівлі.

Конкретні умови розрахунків між експортером та імпортером вибирають у процесі узгодження та з урахуванням забезпечення гарантій для кожної зі сторін і фіксують у контракті. Наприклад, для експортерів найвигіднішою формою розрахунків є авансовий переказ, а також акредитив, коли оплата за товар надходить до його відвантаження. Тоді як для імпортера переказ та інкасо з попереднім акцептом вигідніші, ніж акредитивна форма. Необхідно зауважити, що банк експортера отримує комісію за акредитивом, але сплачує за інкасо, тоді як для імпортера все відбувається навпаки.

Оплата може здійснюватися одноразово та частинами залежно від обсягів поставок. Готівковий одноразовий платіж передбачає оплату повної вартості товару за однією з перелічених умов: після одержання телеграфного повідомлення експортера про готовність товару до відвантаження; після одержання телеграфного повідомлення капітана судна про закінчення навантаження товару на борт судна в порту відправлення; проти передачі імпортеріві комплекту товарних документів, зазначених у контракті; проти передачі комплекту товарних документів з наданням для оплати кількох пільгових днів і годин. У останньому випадку експортер зазвичай вимагає від імпортера надання банківської гарантії проти приймання товару імпортером у порту призначення. Зазначені умови наведені у тій послідовності, яка враховує інтереси експортера: для експортера найвигіднішою буде перша умова, для імпортера — остання.

Готівковий платіж частинами передбачає здійснення платежів кількома внесками відповідно до умов, визначених у контракті, і може бути розбитий на частини за умовами постачання і в міру готовності товару. Такий платіж залежно від умов постачання передбачає сплату його основної частини (80–95 %) після відвантаження товару або вручення товарних документів, а решти — після приймання товару імпортером або після закінчення гарантійного терміну. При поставках комплектного устаткування гарантійну суму (5–10 % загальної суми платежу), як правило, виплачують після введення облад-

нання в експлуатацію і досягнення всіх обумовлених у договорі кількісних, якісних і розрахункових показників.

Готівковий платіж, здійснюваний частинами у міру готовності товару, передбачає виплату визначених, погоджених у контракті сум після виконання окремих частин замовлення. Такі суми зазвичай встановлюються у вигляді визначеного відсотка від загальної суми належного платежу.

Готівковий платіж частинами найчастіше застосовується при постачаннях великого за обсягом і дорогого устаткування з тривалим терміном виготовлення, а також морських суден. У контрактах на комплектне устаткування платіж найчастіше розбивають на такі частини: за передану технічну документацію, за устаткування (окремо за кожен комплектуючу частину) і гарантійна сума. У контрактах на судна платіж поділяють на визначені внески, що їх послідовно сплачують, наприклад, 15 % вартості замовлення сплачується після підписання контракту, 25 % – після спуску судна на воду, 55 % – після повної готовності судна і його приймання, 5 % – після закінчення гарантійного терміну.

Аванс може бути наданий у грошовій і товарній формах. Аванс у товарній формі – це надання замовником-імпортером експортеру сировинних матеріалів або комплектуючих, необхідних для виготовлення замовленого устаткування. Аванс у грошовій формі визначається у відсотках від загальної вартості розміщеного замовлення. Розміри авансу коливаються залежно від цілей авансу, характеру і новизни товару, його вартості, терміну виготовлення та інших умов. Найчастіше це 5–10 % вартості замовлення, що сплачується після підписання контракту в забезпечення (виконання) замовлення. Іноді в контракті передбачається сплата авансу кількома внесками, наприклад, 10–20 % вартості замовлення під час підписання контракту і 15 % – після надання техдокументації. Це метод поступових платежів. Зустрічаються випадки, коли аванс сплачується в розмірі повної суми контракту.

Погашається аванс зазвичай у результаті заліку при постачанні товару у визначених відсотках від кожної поставки товару. Аванс може також зберігатися до останньої поставки і зараховуватися при остаточному розрахунку. За видані аванси нараховуються відсотки на користь імпортера за період із дня видачі авансу до поставки товару. Як правило, аванс забезпечується гарантією банку

експортера або застереженням у контракті, що у разі невиконання експортером умов договору його повертають імпортеріві в повному обсязі.

У практиці міжнародної торгівлі аванси найчастіше видають солідним фірмам, які добре зарекомендували себе при постачаннях товарів, що мають тривалі терміни виготовлення або виконуються за індивідуальними специфікаціями, а також при постачаннях дефіцитних товарів.

9.2

Основні форми здійснення розрахунків у міжнародних торговельних операціях

У зарубіжних країнах існують досить різноманітні форми розрахунків, що пов'язано з використанням різних видів банківських і кредитних засобів платежу. Готівкові грошові знаки в міжнародних комерційних справах не застосовуються.

Основними формами розрахунків є такі: інкасова, акредитивна, за відкритим рахунком, за допомогою телеграфних і поштових переказів, чекова, вексельна. Переважна частина розрахунків у міжнародних торговельних операціях здійснюється в інкасовій і акредитивній формах. Втім, усі перелічені форми розрахунків взаємозалежні і взаємопов'язані.

Інкасова форма розрахунку, або інкасо товарних документів (англ. — *collection of payment*, фр. — *encaissement*; нім. — *Inkasso*), передбачає передачу експортером доручення своєму банкові на одержання від імпортера визначеної суми платежу проти пред'явлення йому відповідних товарних документів, а також векселів, чеків та інших документів, що підлягають оплаті. Інкасова операція відбувається у чотири етапи. Експортер, який видає доручення на інкасо, передає своєму банку інкасове доручення і додані до нього товарні документи. Банк експортера, що прийняв інкасове доручення, надсилає його разом з товарними документами банку-кореспонденту в країні імпортера. Після цього банк-кореспондент у країні імпортера пред'являє товарні документи імпортеру-платнику, які передають останньому проти зазначеної в інкасовому дорученні суми платежу.

Отриману від імпортера суму платежу банк імпортера переказує за рахунок банку експортера, а цей банк зараховує її на рахунок експортера.

При продажу товару в кредит до інкасового доручення експортер додає термінову тратту (переказний вексель), виписану на ім'я імпортера або на банк, який погодився її акцептувати. Товарні документи видаються імпортеру проти акцепту тратти. Акцептовану тратту пересилають експортеру через його банк. На практиці можливі випадки, коли банк імпортера видає імпортерові товарні документи до їхньої оплати (аби він міг одержати товар, що прибув), беручи на себе ризик несплати. За це банк стягує визначену плату з імпортера.

Інкасова форма розрахунку зручна для експортера, тому що дає йому гарантію в тому, що товар не перейде в розпорядження покупця доти, доки останній його не оплатить. Разом з тим вона має для експортера два істотні недоліки. По-перше, відстрочення одержання платежу експортером (інтервал між відвантаженням товару і пред'явленням банкові документів і одержанням валюти), а по-друге, імпортер може відмовитися від оплати (від викупу товарних документів) або виявиться неплатоспроможним до моменту одержання банком імпортера товарних документів.

Для усунення цих недоліків і прискорення інкасової операції на практиці застосовуються певні умови, що змінюють її звичайну форму, а саме:

- оплата імпортером товару здійснюється проти телеграфного повідомлення банку експортера про прийняття ним на інкасо товарних документів і про відсилання їх банку імпортера;
- оплату здійснює третя особа (як правило, банк) за рахунок коштів імпортера, що є в нього на депозиті; ця особа бере перед експортером відповідальність за своєчасну і відповідну оплату поданих ним товарних документів;
- надання імпортером гарантії банку про оплату в межах визначеної суми або відправлення експортером товару на адресу банку.

Акредитивна форма розрахунку (англ. — *letter of credit*; фр. — *lettre de crudit*; нім. — *Akkreditiv*) являє собою зобов'язання банку здійснити за вказівкою і за рахунок покупця-імпортера платіж експортеру на суму вартості поставленого товару проти пред'явлених експортером документів.

Операція з акредитивом, як і інкасова операція, відбувається у чотири етапи. Імпортер за погоджену кількість днів до початку постачання або після одержання повідомлення експортера про готовність товару до відвантаження дає доручення своєму банку відкрити в банку експортера (або в іншому погодженому банку) акредитив на визначену суму і на обумовлений термін на користь постачальника-експортера. У дорученні про відкриття акредитива імпортер повідомляє банку перелік документів, після пред'явлення яких експортерові можуть бути виплачені суми з акредитива. Банк імпортера відкриває в банку експортера (або в іншому погодженому банку) акредитив, після чого банк експортера повідомляє експортера про його відкриття й у разі потреби підтверджує акредитив. Якщо протягом терміну дії акредитив не буде використано, то за згодою покупця або за умовами контракту він може бути продовжений (продлонгований) на визначений термін або відкликаний покупцем.

Експортер, відвантаживши товар, пред'являє банку, в якому відкрито акредитив, документи, що засвідчують постачання товару, перелік яких визначається в контракті, і одержує проти цих документів належну йому суму платежу (як правило, вона перераховується на його рахунок). Банк експортера пересилає товарні документи банку імпортера, а той вручає їх імпортеру, який відшкодовує йому суму акредитива.

Залежно від умов розрізняють такі види акредитивів: підтверджений і непідтверджений, відкликаний і безвідкликаний, подільний і неподільний, поновлюваний.

Підтверджений акредитив містить зобов'язання банку, в якому його відкрито, виплатити експортеру належну суму платежу незалежно від того, чи одержить він відшкодування від банку імпортера, що відкрив акредитив. Непідтверджений акредитив не містить зазначеного вище зобов'язання. У цьому разі банк експортера обмежується тільки повідомленням експортера про відкриття акредитива і платить тільки тоді, коли банк імпортера перерахує йому відповідну суму.

Відкликаний акредитив може бути анульований (відкликаний) достроково і не тільки за вказівкою імпортера, а й самостійно банком, який його відкрив, у разі погіршення фінансового становища імпортера і побоювань щодо неоплати ним товарних документів. Відкликаний акредитив не забезпечує інтереси експортера і на практиці зустрічається дуже рідко. Безвідкликаний акредитив не може бути

анульований (відкликаний) або змінений банком імпортера до настання терміну без згоди експортера, на користь якого він відкритий. Безвідкличний акредитив є зобов'язанням банку, що його відкрив, і гарантує експортерові оплату належних йому сум.

Подільний акредитив передбачає виплату експортерові визначених і погоджених у контракті сум після кожної часткової поставки. Неподільний акредитив передбачає, що всю належну експортерові суму буде виплачено після завершення всіх поставок або після останньої часткової поставки. Такий акредитив використовується зазвичай при постачаннях окремими партіями устаткування, що технологічно тісно пов'язані, коли непостачання однієї або кількох партій унеможливує використання раніше поставленого устаткування. Неподільний акредитив захищає інтереси покупця.

Для експортера найбільший інтерес становить акредитив безвідкличний, підтверджений, подільний.

Поновлюваний (револьверний) акредитив передбачає, що протягом загального терміну використання можливе автоматичне його поновлення в межах визначеної суми, як тільки імпортер відшкодує банку, що відкрив його, здійснені за ним платежі експортеру. Такий акредитив, як правило, використовується тоді, коли імпортер регулярно закупає товари у певного експортера або коли здійснюється періодичне постачання визначених партій товарів через погоджені проміжки часу.

Переказний акредитив передбачає можливість платежу на повну суму акредитива або на її частину на користь не власне експортера, а іншої або інших зазначених у контракті осіб (інших бенефіціарів). Для відкриття переказного акредитива банк, його що виставляє, повинен у відповідній заяві однозначно визначити його як переказний.

Акредитивна форма розрахунку має певні переваги порівняно з інкасовою. Для експортера вони полягають у такому:

- у гарантії оплати відвантаженого товару банком, що відкрив акредитив, а при підтвердженому акредитиві — також банком, що його підтвердив;
- в одержанні платежу відразу ж після поставки товару і пред'явлення банкові документів, що засвідчують цю поставку.

Імпортер, у свою чергу, має гарантію, що платіж буде зроблено на користь експортера тільки після пред'явлення останнім товарних документів, що засвідчують відвантаження товару.

Розрахунок за відкритим рахунком (англ. — *open account*; фр. — *compte ouvert*; нім. — *offenes Konto*) передбачає подання експортером імпортерів товаророзпорядчих документів, оминаючи банк, і зарахування імпортером належних експортеру сум платежу на відкритий рахунок у терміни, встановлювані за згодою сторін (щомісяця, щокварталу, кожне півріччя). Розрахунок за відкритим рахунком являє собою одну з форм комерційного кредиту. Застосовується він зазвичай між фірмами, що перебувають у тривалих ділових відносинах та здійснюють постачання систематично і, як правило, дрібними партіями; між основною фірмою та її іноземними дочірніми компаніями; між посередницькими фірмами, що здійснюють комісійні і консигнаційні операції.

Розрахунок за допомогою телеграфних і поштових банківських переказів (англ. — *remittance*; фр. — *remise*; нім. — *Geldanweisung*) передбачає передачу особою, яка бажає здійснити переказ, розпорядження банкові переказати визначену суму платежу на користь отримувача переказу. Банк, що прийняв таке доручення, виконує його через свого кореспондента, який розміщується в країні отримувача переказу. Розрахунок за переказом вважається таким, що відбувся, після видачі валюти одержувачу або при зарахуванні її на його рахунок. Він застосовується в основному в тих випадках, коли надання валюти в розпорядження отримувача переказу не пов'язується з якимись умовами (передачею банку товарних документів та ін.). Найчастіше ця форма використовується при сплаті боргів за позиками і кредитами, при наданні авансів, врегулюванні рекламацій, поверненні переплачених сум і при інших операціях.

Чекова форма розрахунку (англ. — *check* або *cheque*) здійснюється за допомогою видачі чекодавцем розпорядження своєму банку виплатити з готівкових коштів чекодавця визначену суму чекотримачу або перерахувати цю суму на його рахунок. Чек може передаватися однією особою іншій за допомогою внесення в нього передатного напису (індосаменту). Розрізняють такі види чеків: іменні, що виписані на користь певної особи і не підлягають передачі за індосаментом; ордерні, виписані за індосаментом; на пред'явника, передані шляхом простої передачі або за індосаментом. Чек може бути виданий в іноземній валюті, якщо чекодавець має рахунок у банку в цій валюті або його банк має рахунок в іноземній валюті у своїх кореспондентів за кордоном.

Вексельна форма розрахунку здійснюється у результаті використання простого або переказного векселя. Простий вексель — це зобов'язання однієї особи (векселедавця) сплатити визначену суму іншій особі (векселедержателю) у визначений термін і у визначеному місці.

У практиці міжнародної торгівлі найчастіше використовується переказний вексель, або тратта (англ. — *draft, bill of exchange*; фр. — *lettre de change*; нім. — *Wechsel*). Переказний вексель — це розпорядження однієї особи (трасанта), адресоване іншій особі (трасату), сплатити у визначений термін визначену суму третій особі (ремітенту). Трасант при цьому є одночасно кредитором стосовно трасата і боржником стосовно ремітента. Видача переказного векселя має на меті врегулювати обидві боргові вимоги.

Питання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняття міжнародних розрахунків. У чому полягає відмінність таких розрахунків і внутрішніх?
2. Що таке валютна позиція та які її види ви знаєте?
3. Що таке готівковий розрахунок у міжнародному платіжному обороті? Його основні характеристики.
4. Які форми міжнародних розрахунків є вигіднішим для експортерів продукції і чому?
5. Які форми міжнародних розрахунків є вигіднішим для імпортерів продукції і чому?
6. Які основні види акредитивної форми розрахунків ви знаєте?
7. У чому полягає привабливість інкасової форми розрахунку?

Організація виходу на зарубіжний ринок через торговельно-посередницьку ланку

10.1

Поняття і види торговельно-посередницьких операцій

Під торговельно-посередницькими розуміють операції, які пов'язані з купівлею-продажем товарів і виконуються за дорученням виробника-експортера незалежним від нього торговельним посередником на основі угоди, що укладається між ними, або окремого доручення. Торговельне посередництво в економічному сенсі — це досить широке поняття. Воно включає чимало послуг, зокрема з пошуку іноземного контрагента, підготовки і реалізації угоди, кредитування сторін і надання гарантій оплати товару покупцем, здійснення транспортно-експедиторських операцій і страхування товарів при транспортуванні, виконання митних формальностей, здійснення рекламних та інших заходів щодо просування товарів на зарубіжні ринки, здійснення технічного обслуговування і виконання інших операцій.

До торговельно-посередницьких належать фірми, які в юридичному і господарському відношенні незалежні від виробника і споживача товарів. Торговельно-посередницькі фірми діють з метою отримання прибутку або у вигляді різниці між цінами закупівлі товарів в експортерів і цінами, за якими ці товари продаються покупцям, або у вигляді винагороди за надані послуги із просування товарів на зовнішні ринки. Вони займаються в основному комерційною діяльністю, хоча найбільші з них іноді виконують і виробничі операції (пов'язані здебільшого з обробкою заку-

повуваних і реалізованих ними товарів). Торговельно-посередницькі фірми мають, як правило, власну матеріально-технічну базу — склади, демонстраційні зали, роздрібні магазини. Роль торговельних посередників виконують також державні організації і торговельні компанії країн, що розвиваються, здійснюючи операції із закупівлі та експорту товарів. У сучасних умовах значно розширюються функції, виконувані торговельними посередниками, що пов'язано зі зміною структури торговельно-посередницької ланки.

Основні види посередницьких послуг такі:

- операції з організації збуту;
- транспортно-експедиторські операції;
- фінансування торговельних операцій;
- технічні послуги і післяпродажне технічне обслуговування;
- збирання і надання інформації про ринки.

Розширення функцій торговельно-посередницьких фірм здійснюється також за допомогою упродовження їх у виробничу сферу, тобто створення дочірніх підприємств, у тому числі і за кордоном, з переробки і складання продукції, купівлею-продажем якої вони займаються.

Важливою сферою діяльності торговельних фірм стала участь у міжнародних консорціумах для здійснення великих будівельних проєктів. Торговельним посередникам — учасникам консорціумів — надається можливість виконувати для таких підприємств закупівельно-збутові операції.

Якісні зрушення в торговельно-посередницькій ланці характеризуються зосередженням більшої частини торговельно-посередницьких операцій у руках невеликої кількості найбільших торговельних компаній, що здійснюють увесь комплекс операцій. Через торговельних посередників проходить від 1/2 до 2/3 товарів, що беруть участь у міжнародному товарообороті. Торговельні посередники все ще порівняно широко використовуються в зовнішній торгівлі США, Великобританії, Нідерландів, Скандинавських країн, Японії. У Швеції й Англії, наприклад, через них здійснюється близько 50 % зовнішньоторговельного обороту.

Використання торговельних посередників створює для іноземних фірм певні переваги, що й зумовлює їхню важливу роль у міжнародній торговельній практиці. Ці переваги такі:

- фірма-експортер не вкладає якихось значних коштів в організацію збутової мережі на території країни імпортера;
- експортер звільняється від багатьох турбот, пов'язаних з реалізацією товару;
- капітал торговельно-посередницьких фірм використовується для фінансування угод на основі як короткострокового, так і середньострокового кредитування;
- ринки окремих товарів цілком монополізовані торговельними посередниками (наприклад, брокерами в Англії) і недоступні для встановлення прямих контактів зі споживачами.

Збут через торговельно-посередницькі фірми має і певні недоліки. Зокрема, експортер позбавляється безпосередніх контактів з ринками збуту і цілком залежить від сумлінності й активності торговельного посередника. Тому до його вибору фірми ставляться дуже серйозно.

Залежно від характеру відносин між виробником-експортером і торговельним посередником, а також від функцій, виконуваних торговельним посередником, можна виокремити кілька видів торговельно-посередницьких операцій:

- операції з перепродажу;
- комісійні;
- агентські;
- брокерські.

Операції з перепродажу здійснюються торговельним посередником від свого імені і своїм коштом. Це означає, що торговельний посередник є стороною договору як з експортером (тут і далі мається на увазі експортер-виробник), так і з кінцевим покупцем і стає власником товару після його оплати. Розрізняють два види операцій з перепродажу. До першого належать операції, в яких торговельний посередник стає власником товарів і може реалізувати їх на свій розсуд на будь-якому ринку і за будь-якою ціною.

Назви такого типу посередників досить різноманітні, найчастіше їх називають купцями: в Англії та США — *merchant*, у Німеччині — *Handler*, у Швеції — *handlande*. На ринку чорних металів в Англії таких посередників називають стокхолдерами (*stockholder*). Торговців цукром на свої кошти на Нью-йоркській біржі називають операторами (*operator*), торговців какао на Лондонській біржі — диле-

рами (*dealer*), торговців кольоровими металами — принципалами (*principal*).

До другого виду належать операції, в яких експортер надає торговельному посередникові, що його називають торговцем за договором, право продажу своїх товарів на визначеній території протягом погодженого терміну на основі договору про надання права на продаж.

Угоди купівлі-продажу між торговцем за договором і покупцем укладають відповідно до умов договору про надання права на продаж між експортером і торговцем за договором. Торговця за договором у різних країнах називають по-різному. Наприклад, у США й Англії це дистриб'ютор (*distributor*), у Німеччині — торговець за договором (*Vertragsrmdler*) або торговець на свої кошти (*Eigenwidler*), у Бельгії і Греції — концесіонер (*concessionaire*), у Франції — комерсант (*concession commerciale*) або концесіонер (*concession de vente*). Іноді особу, якій надається право на продаж, називаються грантом (*grantee*). Виробник-експортер, що надає право на продаж, — грантор (*grantor*), але частіше в договорах його називають виробником (*manufacturer*), постачальником (*supplier*), експортером (*exporter*).

У міжнародній комерційній практиці найбільшого поширення набули термін “дистриб'ютор” для позначення торговця за договором і термін “постачальник” для позначення виробника-експортера. Посередництво дистриб'ютора полягає в сприянні просуванню товару від виробника-експортера до кінцевого споживача на визначеній території. За необхідності воно включає організацію технічного обслуговування проданих товарів, забезпечення покупців запасними частинами тощо. При цьому дистриб'ютор повинен дотримуватися інтересів експортера і при продажу виконувати встановлені договором умови.

Відмітними ознаками діяльності дистриб'ютора є такі:

- придбання і перепродаж товарів від свого імені і на свої кошти;
- тісні і довірчі зв'язки з виробником;
- взяття зобов'язань з просування і/або організації збуту на закріпленій за ним визначеній території;
- надання дистриб'ютору (досить часто) права збуту, коли виробник утрачає привілейоване становище на території дистриб'ютора;

- установлення відносин з виробником на погоджений період часу. В цьому разі їхня співпраця не має епізодичного характеру;
- обмеження свободи дій дистриб'ютора зобов'язанням утримуватися від конкуренції;
- здійснення збуту маркірованих товарів під товарним знаком виробника.

Агентські операції в торгівлі полягають у дорученні однією стороною, що її називають принципалом (довіритель), незалежній від неї іншій стороні, яку називають агентом (торговельний, комерційний), здійснювати фактичні та юридичні дії, пов'язані із продажем або купівлею товару на визначеній території на кошти і від імені принципала. Агентські операції відбуваються на основі більш-менш тривалої (здебільшого багаторічної) угоди, яка називається агентською. Термін “агентська угода” має свій правовий зміст, використовувати його можна тільки щодо певного виду угод. Необґрунтоване використання цього терміна (наприклад, агент-дистриб'ютор) може дати підстави для застосування положень про агентський договір до угод, що агентськими не є (зокрема, до договору про надання права на продаж), що, у свою чергу, може спричинити серйозні непорозуміння.

Правове регулювання агентських операцій має істотні розбіжності у різних країнах. У державах континентальної Європи, Скандинавських країнах, а також у Японії й окремих країнах, що розвиваються, є спеціальні норми, що регулюють правовідносини з агентами. Вони зазвичай містяться або в цивільних і торговельних кодексах, або в законах про торговельних агентів і застосовуються тоді, коли учасники договору не погодили інше.

Комісійні операції полягають у здійсненні однією стороною, що називається комісіонером, за дорученням іншої сторони, яку називають комітентом, угод від свого імені, але на кошти комітента. Відносини між комітентом і комісіонером регулюються договором комісії (комісійним договором). Цей особливий вид договору спеціально регулюється цивільним і торговельним правом Німеччини, Франції, Швейцарії, Японії, Італії. Тоді як праву Великобританії та США він невідомий, і відповідні положення підпадають під дію агентського договору.

Відповідно до договору комісії комісіонер не купує товари комітента, а лише укладає угоди з купівлі-продажу товарів на кошти

комітента. Це означає, що комітент залишається власником товару до його передачі в розпорядження кінцевого покупця.

Слід зазначити, що продаж товарів через комісіонерів нерідко пов'язаний з передачею товарів комітента у володіння комісіонера, який при цьому не стає їхнім власником. Товари, що перебувають у розпорядженні комісіонера — як надіслані йому комітентом для продажу, так і куплені комісіонером для комітента — визнаються власністю комітента.

Комісіонер за своє посередництво одержує від комітента комісійну винагороду. Це може бути певний відсоток від суми угоди (у середньому до 10 %) або різниця між ціною, призначеною комітентом, і ціною реалізації комісіонера. Комісіонер, як правило, не відповідає перед комітентом за виконання договору купівлі-продажу третьою особою. Однак іноді до комісійного договору включають умову про додаткові гарантії виконання угоди, що їх надає третя особа, з якою комісіонер уклав договір на кошти комітента. З огляду на цю умову комісіонер за додаткову винагороду зобов'язується гарантувати комітента від будь-яких збитків, яких комітент може зазнати внаслідок несплати ціни купівлі покупцем у разі його неплатоспроможності. Така умова називається делькредере (*del credere*).

Комісійні доручення іноземних покупців можуть набувати форму так званих індентів (*indent*). Індент — це разове комісійне доручення імпортера однієї країни комісіонеру іншої країни на купівлю визначеної партії товару. Індент, що надає комісіонерові право вибору виробника і не містить точної інформації про товар, який замовляють, називається відкритим. Один і той самий індент може охоплювати кілька партій різних товарів, що замовляються в різних підприємств і збираються в одне відправлення.

Різновидом комісійних операцій є операції консигнації. Вони полягають у дорученні однією стороною, що її називають консигнантом, іншій стороні, яка називається консигнатором, продажу товару зі складу від свого імені і на кошти консигнанта. Консигнаційні операції здійснюються на основі договору консигнації, до якого застосовуються норми законодавства про договір комісії. Під договором консигнації розуміють договір, відповідно до якого одна сторона (консигнатор) зобов'язується за дорученням іншої сторони (консигнанта) протягом визначеного часу (терміну договору консигнації) за

обумовлену винагороду продавати від свого імені і на кошти консигнанта поставлені на склад у країні консигнатора товари. Ці товари залишаються власністю консигнанта до моменту їхнього продажу третім особам.

Брокерські операції полягають у встановленні через посередника-брокера (англ. — *broker*, фр. — *courtier*, нім. — *Makler*) контакту між продавцем і покупцем (а також між страховиком і страхувальником, судовласником і фрахтувальником). Брокер ніколи не є стороною в договорі, а діє винятково з метою звести сторони, які беруть на себе зобов'язання щодо угоди, укладеної за допомогою брокера. На відміну від агента, брокер не є представником, він не перебуває в договірних відносинах з жодною зі сторін і діє на основі угоди з клієнтом, яка називається клієнтською угодою.

До функцій брокерів належать участь у біржовій торгівлі і виконання доручень нечленів біржі. Це зумовлено тим, що правила всіх бірж приватно-правового характеру дають змогу укладати угоди тільки членам біржі, і брокери виконують роль з'єднувальної ланки між біржею й учасниками біржових операцій. За свої послуги брокер одержує обумовлену (нерідко встановлювану торговельним порядком) винагороду, яка англійською називається брокеридж (*brokerage*), французькою — куртаж (*courtage*), німецькою — провізіон (*Provision*). Розмір винагороди при товарних операціях коливається від 0,25 до 2–3 % від вартості угоди. Брокер не має права представляти інтереси іншої сторони в угоді і приймати від іншої сторони комісію або винагороду, за винятком тих випадків, коли на це є згода клієнта. Іноді як посередники діють два брокери: один за дорученням покупця, інший — продавця. Зазвичай брокери спеціалізуються на здійсненні посередницьких операцій з купівлі-продажу одного-двох певних видів товарів. Як правило, це біржові й аукціонні товари.

10.2

Особливості укладання договорів з торговельними посередниками

Дистриб'юторські й агентські угоди є найпоширенішими видами угод, застосовуваних у міжнародній комерційній практиці. Для

уніфікації умов цих угод, полегшення ведення переговорів і складання індивідуальних дистриб'юторських і агентських угод Міжнародна торговельна палата (МТП, *International Chamber of Commerce (ICC)*) у рамках Комісії МТП з комерційної практики підготувала й опублікувала такі документи:

- Посібник зі складання комерційних агентських контрактів 1983 р. (переглянутий Типовий контракт 1961 року.);
- Типовий комерційний агентський контракт МТП 1991 року;
- Посібник зі складання міжнародних дистриб'юторських угод 1988 року;
- Типовий дистриб'юторський контракт МТП (монопольний імпортер-дистриб'ютор) 1993 року.

Розроблені Міжнародною торговельною палатою дистриб'юторська й агентська типові угоди застосовуються тільки у міжнародній практиці і не використовуються у внутрішній торгівлі (оптовій і роздрібній), де сторони угоди є резидентами однієї країни. Вони не стосуються також відносин між материнською і дочірньою компаніями. Ці угоди використовуються при здійсненні представництва щодо збуту товарів у матеріальній (речовинній) формі, а не у вигляді послуг, при виконанні міжнародних експортних, а не імпорتنих операцій і не стосуються здійснення одиничних угод випадковими посередниками. Агентські операції з надання послуг, туризму, реклами типовою агентською угодою МТП не охоплені.

Загальна дистриб'юторська угода має таку структуру:

1. *Найменування угоди.* Якщо угодою передбачається надання посереднику-дистриб'ютору права на продаж, її найменування може бути таким:

- дистриб'юторська угода (*Distributorship Agreement*);
- дистриб'юторський контракт (*Distributorship Contract*);
- договір про надання права на продаж;
- міжнародний дистриб'юторський контракт (*International Distributorship Agreement*);
- угода про збут.

2. *Сторони угоди.* У цьому пункті зазначаються фірмові найменування сторін, адреси (zareєстрований офіс) і юридичний статус, а також їхні подальші позначення в контракті. У типовому контракті МТП їх називають постачальником (*supplier*) і дистриб'ютором (*distributor*). Досить часто в контракті вживається позначення “вироб-

ник” (*manufacturer*), і в тексті угоди зберігається його фірмове найменування, а дистриб'ютора вказують як “фірма”.

Характер відносин між сторонами в договорі визначається в такий спосіб: формулюється зобов'язання постачальника поставляти товар і зобов'язання дистриб'ютора купувати товар на основі окремих контрактів купівлі-продажу, що укладаються з метою виконання дистриб'юторської угоди. Угода не повинна залишати жодних сумнівів з приводу того, що дистриб'ютор діє як покупець, а не як агент продавця.

3. *Визначення товару.* Товари, право продажу яких надається дистриб'ютору, на практиці, як правило, визначаються в додатку, що містить специфікацію із зазначенням моделей і марок, або позначаються номерами згідно з каталогом продавця.

4. *Визначення території.* Територія, на якій дистриб'ютору надається право продажу товарів постачальника, позначається або як політична одиниця (держава), або як її адміністративні райони. Така територія називається договірною.

5. *Характер права на продаж.* Надане дистриб'ютору право на продаж може бути простим, виключним і виключним з обмеженнями. При наданні простого права постачальник може продавати товари на договірній території самостійно і через інших посередників. При наданні виключного (*exclusive*) права постачальник зобов'язується на договірній території продавати визначені товари тільки через певного дистриб'ютора. Такого дистриб'ютора, який одержав виключне право, зазвичай називають монопольним дистриб'ютором (*sole importer-distributor*). Виключне право з обмеженнями, або іноді його називають напіввиключне (*semiexclusive*), передбачає, що постачальник в окремих випадках зберігає за собою право продажу товарів на договірній території безпосередньо третім особам.

6. *Зобов'язання дистриб'ютора у зв'язку з реалізацією товару.* В угоді зазвичай містяться ряд умов, що визначають обов'язки дистриб'ютора, пов'язані з реалізацією товару і спрямовані на активізацію його діяльності на користь постачальника. Оскільки постачальник зацікавлений у тому, щоб дистриб'ютор максимально використовував усі свої можливості, до угоди часто включається застереження про те, що останній не має права ні прямо, ні непрямо виробляти, розміщувати або продавати на договірній території будь-яку продукцію, що конкурує з товарами постачальника.

Дистриб'ютор створює і підтримує відповідну мережу для продажів, а в ряді випадків — для технічного обслуговування всіх товарів на договірній території. В договорі може визначатися, що дистриб'ютор зобов'язаний здійснювати рекламну кампанію. Витрати на ці цілі можуть покладатися або цілком на дистриб'ютора, або частково на постачальника. Для того щоб стимулювати закупівлі товарів дистриб'ютором, до угоди зазвичай вноситься застереження про мінімальний оборот (гарантований мінімум продажів). Згідно з цим застереженням або передбачається мінімальна сума, на яку дистриб'ютор зобов'язується закупити товари протягом обумовленого терміну, або визначається кількість товарів з розбивкою по термінах постачання, або ж зазначається, що дистриб'ютор повинен здійснювати продаж на таку суму або в такій кількості, за якої його частка на ринку не буде нижчою за визначений відсоток. Дистриб'ютору надається право призначати *субдистриб'юторів* або *агентів* для продажу товарів на договірній території за попередньою згодою постачальника.

Перевірка дотримання договірних умов про ціни здійснюється за допомогою передбаченого в угоді обов'язку дистриб'ютора інформувати постачальника про стан кон'юнктури ринку, хід реалізації товарів, діяльність конкурентів стосовно цін і умов, на яких вони продають аналогічні вироби. Інформація надається регулярно (щомісяця або щокварталу).

Дистриб'ютор використовує товарні знаки, фірмові найменування й інші позначення постачальника для підтвердження дійсності продукції та можливості рекламування товарів, передбачених угодою, і тільки в інтересах постачальника.

7. *Умова ціни і способи винагороди.* В угоді обумовлюється, що ціни, за якими дистриб'ютор купує товари в постачальника, встановлюються постачальником і фіксуються в контрактах купівлі-продажу, які укладають сторони. Зазвичай це преїскурантні або експортні ціни. Як правило, постачальник не встановлює ціни, за якими дистриб'ютор продає товар місцевим споживачам.

Способи винагороди дистриб'ютора визначаються залежно від методу встановлення цін реалізації. Розмір винагороди дистриб'ютора залежить від обсягу послуг, які він надає, від виду товарів, їхньої конкурентоспроможності, ступеня освоєння ринку, гостроти конкурентної боротьби, репутації та кваліфікації фірми, а також від бага-

тьох інших чинників. З огляду на перелічене, розмір знижок із преїскурантної ціни, наданих дистриб'ютору, може коливатися в межах від 2 до 45 %. Відхилення розрахункової ціни від ціни продажу може становити від 50 до 100 %.

8. *Продаж товару зі складу.* За дорученням постачальника дистриб'ютор може взяти на себе зобов'язання за винагороду протягом визначеного часу (терміну консигнації) продавати товар зі складу третім особам від свого імені і на свої кошти. Оскільки в торговельній практиці існує спеціальний вид договору — договір консигнації, що передбачає комісійний продаж товарів зі складу, то необхідно точно визначити умови, на яких дистриб'ютор має право продавати товари зі складу третім особам. Тому з дистриб'ютором (як додаток до угоди про надання йому права на продаж) укладають спеціальну угоду про консигнаційний склад.

9. *Права й обов'язки постачальника.* Постачальник має право укладати угоди на договірній території безпосередньо з визначеними покупцями, виплачуючи дистриб'ютору погоджену комісійну винагороду. Постачальник зобов'язується поставляти всі замовлені дистриб'ютором товари за їхньої наявності і умов належних гарантій платежу за них. Постачальник не може безпідставно відмовитися від замовлень, отриманих від дистриб'ютора. Продаж товарів дистриб'ютору регулюється стандартними умовами продажу, встановленими постачальником, і Конвенцією ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів 1980 року. За умовами угоди постачальник бере на себе також низку зобов'язань, що сприяють успішній діяльності дистриб'ютора, особливо при постачаннях устаткування.

Зазвичай дистриб'ютор відповідає перед покупцем за якість товару і недоліки виробу, тому що він виступає перед ним як продавець, крім випадків, коли постачальник узяв на себе самостійне зобов'язання перед покупцем, видавши йому гарантії від свого імені. Іноді постачальник укладає з дистриб'ютором окрему угоду про технічне обслуговування, що містить такі умови: про направлення фахівців для роботи в майстернях торговця за договором; про інструменти, що мають бути в наявності; про право постачальника здійснювати контроль; про подання постачальником допомоги майстерням шляхом передачі інформаційних матеріалів, технічної документації, умов постачання і платежів за запасні частини.

В угоді визначається, як саме постачальник організовує контроль за діяльністю дистриб'ютора. Здебільшого це відбувається за допомогою направлення постійних або тимчасових представників постачальника до країни дистриб'ютора з правом прийняття на місці самостійних рішень.

10. Термін дії і порядок розірвання договору. Договір з дистриб'ютором може бути укладений на визначений або невизначений термін, однак в обох випадках мається на увазі тривалий характер відносин між сторонами. У договорі, укладеному на певний строк, точно зазначається термін його дії (один-три роки). Після закінчення терміну дії угоди дистриб'ютор повертає постачальникові всі рекламні матеріали, а також інші документи і зразки, що були надані йому постачальником. За бажанням дистриб'ютора постачальник може купити в нього всі запаси товарів за тією ціною, за якою їх купив дистриб'ютор, якщо на цей момент постачальник продовжує продавати такі товари. Але за умови, що вони нові, і упаковка залишилася непошкодженою.

11. Арбітраж. Право, яке застосовується у контракті. За загальним правилом сторони зазвичай зацікавлені включати до угоди арбітражне застереження, що передбачає арбітраж відповідно до Правил примирення і Регламенту Арбітражного суду при Міжнародній торговельній палаті або іншому аналогічному органі, визначеному в угоді.

10.3

Особливості діяльності торговельно-посередницьких фірм у сучасних умовах

Залежно від характеру здійснюваних операцій розрізняють такі види торговельно-посередницьких фірм: торговельні, комісійні, агентські, брокерські, фактори.

Торговельні фірми здійснюють операції на свої кошти і від свого імені, працюють в основному з постійними постачальниками і підтримують з ними тривалі відносини. За характером операцій вони поділяються на торгові дома, експортні, імпортні, оптові, роздрібні фірми, дистриб'юторів, стокістів.

Торгові дому (merchant houses, merchants, trading merchants) закупають товари у виробників або оптовиків своєї країни і перепродують їх за кордоном, купують іноземні товари за кордоном і перепродують їх місцевим оптовикам або роздрібним торговцям, а також промисловим споживачам (операції здійснюють здебільшого на свої кошти). Вони виконують окремі комісійні доручення, надають послуги вітчизняним виробникам-експортерам та іноземним покупцям. Торгові доми або працюють з широкою номенклатурою товарів, або спеціалізуються на одному з них чи групі товарів.

Експортні фірми (export merchants, export firms) — це торговельні підприємства, що закупають на свої кошти товари на внутрішньому ринку і потім перепродують них від свого імені за кордоном. В окремих випадках вони виконують і комісійні доручення, виступаючи як комісіонери іноземних фірм, а не як підприємства своєї країни.

Залежно від виконуваних функцій і номенклатури товарів експортні фірми поділяються на спеціалізовані, універсальні і фірми, які заготовляють сільськогосподарські товари в країнах, що розвиваються. Спеціалізовані експортні фірми торгують якимось одним товаром або товарами, подібними за номенклатурою (спеціалізованими вважають фірми, в яких на угоди щодо якоїсь однієї групи товарів припадає понад 50 % продажів). Універсальні експортні фірми торгують різноманітним асортиментом в основному масових споживчих товарів і зазвичай вивозять продукцію кількох галузей. Вони закупають товари в багатьох підприємств, не обмежуючись навіть одним районом, і продають їх у кілька країн. Фірми, які експортують сільськогосподарські товари з країн, що розвиваються, закупають бавовну, чай, каучук, каву, шовк, індіго й ін. Для цього вони співпрацюють з посередниками-заготівельниками, що зв'язують їх з безпосередніми виробниками: фермерами, дрібними плантаторами. У руках посередників-заготівельників, як правило, зосереджена чимала товарозаготівельна мережа: від скупників, що закупають товари безпосередньо в окремих виробників на місцевих базисах, до торговців-пакувальників, які перепродують їх експортним фірмам.

Імпортні фірми (import merchants) закупають на свої кошти за кордоном товари і продають їх потім на внутрішньому ринку промисловцям, оптовим і роздрібним торговцям. Вони мають на складах

товарні запаси і на вимогу негайно постачають їх на внутрішній ринок. У розвинених країнах переважають імпортні фірми, що спеціалізуються на закупівлях і реалізації обмеженої кількості однотипних сировинних і продовольчих товарів. Вони, як правило, займаються не лише імпортом, а й сортуванням, складанням необхідного внутрішньому ринку асортименту, фасуванням, пакуванням. Це стосується насамперед таких товарів, як кава, чай, тютюн, цукор, текстильна сировина, прянощі. Наявність певного досвіду в здійсненні зазначених операцій є одним з найважливіших чинників конкурентоспроможності цих фірм.

Оптові фірми (*wholesaler, wholesale merchants*) є посередниками між промисловими або заготівельними підприємствами і роздрібними торговельними фірмами. Вони закуповують на свої кошти товари за кордоном великими партіями і реалізують їх на місцевому ринку окремим споживачам дрібнішими партіями, одержуючи при цьому прибуток за рахунок різниці в ціні. Провести межу між оптовою й імпоротною фірмами досить важко. Основна відмінність полягає в тому, що імпортна фірма займається переважно закупівлею товарів безпосередньо в експортерів, тоді як оптова закуповує не лише імпортні, а й товари вітчизняного виробництва і просуває їх через власну мережу значно далі, ніж імпортна фірма. Найчастіше оптові фірми купують іноземні товари на ринках сусідніх країн.

Роздрібні фірми (*retailers*) часто самі здійснюють операції з імпорту й експорту товарів, не вдаючись до послуг імпортних та оптових фірм. Великі роздрібні фірми мають широку мережу своїх філій, дочірніх компаній і закупівельних контор за кордоном. Посилкові роздрібні фірми приймають замовлення від іноземців і громадян, які проживають за межами своєї країни.

Комісійні фірми виконують разові доручення комітентів і діють від свого імені, але коштом комітента. Залежно від виду здійснюваних операцій і характеру відносин з комітентом розрізняють експортні й імпортні комісійні фірми.

Комісійні експортні фірми (*export commission houses*) можуть бути представником продавця або покупця. Представник продавця (*selling merchant*) виконує доручення вітчизняного виробника-експортера з продажу його товарів на зарубіжному ринку й одержує від нього комісійну винагороду. При цьому фірма зазвичай бере на себе також відповідальність за своєчасність поставки товару покупцеві,

транспортування, фінансування і документальне оформлення угоди, виконання всіх формальностей у країні покупця й у ряді випадків здійснює гарантійне технічне обслуговування. За дорученням комітента вона також може організовувати зберігання товарів у своїй країні або за кордоном.

Представник покупця (*buying indent house*) виконує доручення іноземного покупця із закупівлі товарів на ринку своєї країни. У цьому разі комісійна фірма розміщує замовлення (індент) іноземних імпортерів у виробників своєї країни. До обов'язків представника належать також транспортування і страхування вантажів, підписання контракту і здійснення розрахунків від імені покупця. Комісійну винагороду такому представникові виплачує покупець. Найважливішими серед комісійних експортних фірм – представників покупця є конфірмаційні дома (*confirming houses*). Для них характерне взяття на себе ризику по кредитах, що їх від імені виробника-експортера вони надають покупцям. Конфірмаційні дома зазвичай беруть на себе ризик на повну вартість постачання і на всю суму експортних кредитів і не вимагають від покупців доказів їхньої кредитоспроможності (хоча непрямим шляхом переконуються в міцному становищі покупця). Вони забезпечують також фрахтування і страхування та кредитують імпортера, коли він цього потребує, здійснюючи платіж готівкою за поставлені експортером товари.

Комісійні імпортні фірми (*import commission houses*) є представниками покупців своєї країни. Вони розміщують замовлення в іноземних виробників від свого імені на кошти вітчизняних комітентів. Крім цього, вони можуть надавати своїм комітентам різні послуги, у тому числі складати огляди кон'юнктури товарних ринків, контролювати відвантаження товарів.

Агентські фірми діють від імені і на кошти принципала. Залежно від умов договору агентська фірма або сама укладає угоди від імені і на кошти принципала, або є лише посередником при укладанні угод. Для агентських фірм характерне представництво на тривалий термін і тісний контакт із принципалом. Юридично вони завжди зберігають повну незалежність від останнього. За місцем розташування агентські фірми поділяються на агентів у країні принципала (експортний агент і агент-резидент, або імпортний агент) і агентів в іноземній державі (іноземний збутовий агент і іноземний закупівельний агент).

Експортним агентом (export agent, manufacturers export agent) називають торговельну фірму, яка діє за дорученням однієї або невеликої кількості промислових фірм своєї країни згідно з агентським договором, що укладається між ними. Вона отримує від промислових фірм колекції зразків товарів, каталоги, прейскуранти, на основі яких шукає покупців. Великі експортні агентські фірми для одержання замовлень з-за кордону використовують власний апарат у вигляді відділень і збутових агентств, розташований у зарубіжних країнах. Усі транспортні витрати, яких зазнала агентська фірма, відшкодовує промислове підприємство.

Імпортний агент, або агент-резидент (resident agent), який перебуває в країні принципала, — це фірма, що здійснює імпортні операції на кошти останнього. Окремі агентські фірми надають також послуги із зберігання товарів іноземних постачальників на складах, які в них є, в очікуванні надходження замовлень і здійснюють певну діяльність із просування товарів на ринку, зокрема рекламу.

Іноземний збутовий агент (sales agent) — це фірма, якій компанія іншої країни надає право здійснювати діяльність від її імені та на її кошти на визначеній території в іноземній державі за встановленою номенклатурою товарів. Зазвичай такі фірми беруть на себе широке коло зобов'язань з організації збуту товарів принципала на ринку і з технічного обслуговування машин і устаткування. Нерідко збутові агенти створюють у себе демонстраційні зали або майданчики для показу устаткування, організовують рекламні акції, створюють склади запасних частин тощо. Великі агентські фірми, як правило, мають у своєму розпорядженні широку мережу власних відділень, філій і контор на території своєї країни. Якщо така мережа недостатня для охоплення всіх економічно важливих районів, фірмі-агенту надається право призначення субагентів.

Іноземна закупівельна агентська фірма (buying agent) виконує операції із закупівлі товарів за кордоном для своїх принципалів. До її послуг зазвичай вдаються ті імпортери, які не мають за кордоном власних філій і не направляють туди своїх представників.

Представник фірми (*firms representative*) — це особа або компанія, призначена експортером з метою пошуку агентів, дистриб'юторів і стокістів експортної компанії на визначених ринках і для спостереження за їхньою діяльністю. Представник фірми у торговельних пе-

реговорах участі не бере і угоди не укладає. Він не є службовцем експортної компанії і тому одержує не заробітну плату, а комісійну винагороду (або йому встановлюється визначений фіксований гонорар і на додаток до нього виплачуються комісійні). Представник фірми може бути резидентом в іноземній державі або здійснювати свою діяльність шляхом регулярних поїздок за кордон.

Брокерські фірми (brokers) — це особливий вид посередницьких фірм, до обов'язків яких належить сприяти встановленню ділових контактів між контрагентами. За законами окремих країн брокери не можуть бути продавцями або покупцями товарів, які їм доручено продати або купити.

Інститут брокерів найбільше розвинувся в Англії, де вони є обов'язковими посередниками у торгівлі біржовими товарами. Англійські брокерські фірми являють собою великі компанії, що володіють чималими фінансовими коштами. У багатьох з них, крім контор на території Англії, є мережа дочірніх товариств і відділень за кордоном.

Імпорт за посередництва брокерських фірм дає сторонам, що вступають в угоду, певні переваги. Фахівці цих фірм мають, як правило, високу кваліфікацію, добре знають товар і стан ринку, достатньо інформовані щодо запитів покупців і можливостей постачальників. Брокерські фірми підтримують регулярні і міцні зв'язки з великими банками, що у ряді випадків дає їм змогу фінансувати угоди і видавати поручительства за кредитоспроможність покупців (делькредере). Вони є джерелом кваліфікованої інформації про ринки, величину і характер попиту, ціни на біржові товари.

Фактори (factors) — торговельні посередники, які виконують широке коло посередницьких зобов'язань від імені експортера. Вони не лише експортують продукцію свого принципала, а й фінансують експортні операції (надання делькредере, оплата авансу виробникові, видача кредитів покупцям), страхують експортні кредити та інкасацію платежів у країні збуту, а також сприяють підбору іноземних агентів. Їхні численні контори, розташовані в країнах збуту, беруть на себе операції з приймання товарів у портах призначення. Найбільшого поширення фактори одержали в торгівлі текстильними товарами, шкірою, лісом. До їхньої допомоги вдаються, як правило, дрібні та середні промислові компанії для просування товарів на ринки США та інших країн західної півкулі.

Розвиток торговельно-посередницьких операцій у сучасних умовах

Якісні зрушення, що відбулися в торгово-посередницькій ланці, характеризуються розширенням напрямків і сфери цієї діяльності.

Диверсифікація діяльності здійснюється щодо такого:

- окремих товарів (номенклатури);
- видів діяльності (оптова, роздрібна, посилкова);
- здійснюваних операцій (експортні, імпортні);
- наданих послуг (постачання запчастин, торгівля технікою і послугами);
- характеру угод і функцій (дистриб'ютори, стокисти).

У результаті розширення сфер діяльності за кордоном з'явилися найбільші фірми – транснаціональні торговельні корпорації (ТТК), які є лідерами на світових товарних ринках окремих товарів. До них належать такі: “Чілевіч” – на ринку шкірсировини (60 % міжнародної торгівлі), “Луїс Дрейфус”, “Континентал Грейн”, “Каргілл” – на ринку зерна, “Андерсон, Клейтон” – на ринку бавовни, “Гудзон бей – Аннінг Чадвік” – на ринку хутряних товарів, “Іствуд енд Холт” – на ринках килимів і щетини, “МЕН” – на ринках тропічних товарів. Ці торговельні корпорації являють собою величезні господарські комплекси, до сфери діяльності яких належать не тільки комерційні операції, а й виробничі, а також транспортування продукції та фінансування угод. Особливо велику роль відіграють торговельні корпорації у збуті сільськогосподарської продукції. Вони володіють не лише відповідною інфраструктурою (у тому числі сучасними транспортними засобами, потужностями з обробки і зберігання вантажів у портах), а й збутовою мережею у внутрішній торгівлі ряду країн. Наприклад, 80 % імпорту і роздрібних продажів кави в США контролюють чотири компанії, близько 50 % імпорту какао в США припадає на фірму “Херши фудз”, 70 % імпорту какао у Великобританію контролюють три компанії, весь імпорт какао у Швейцарію здійснюють дві фірми – “Нестле” і “Інтерфудз”.

Високим є ступінь монополізації в торгівлі цукром. Ключові позиції займають чотири компанії: “Колоніел шугер рифайнінг” (Австралія), “Тейд енд Лайл” (Великобританія), “Америкен шугер” і “Грейт Уестерн шугер” (США). 60 % світової торгівлі бананами кон-

тролюють три міжнародні торговельні корпорації — “Юнайтед брендз”, “Касл енд Кук”, “Дель Монте”.

Торговельні корпорації визначають умови торгівлі щодо великої кількості сільськогосподарських товарів, оскільки займають панівне становище на світовому ринку. Так, чотири ТТК закупають для продажу 70 % світового виробництва какао-бобів, шість торговельних корпорацій контролюють 90 % експорту тютюнового листа, 15 ТТК закупають і продають 90 % бавовни. Транснаціональні торговельні корпорації мають широку мережу іноземних дочірніх компаній, які здійснюють заготівлю, сортування, переробку товарів для експорту.

Важливою особливістю є перетворення найбільших роздрібних фірм на міжнародні за сферою діяльності. Ці фірми відіграють велику роль у міжнародному товарообороті окремих країн. Через них на внутрішньому ринку у величезних масштабах реалізується знеособлена продукція іноземних постачальників (іншими словами, вона продається у фірмових магазинах найбільших компаній під маркою останніх).

Найбільшими американськими ТТК, які здійснюють роздрібну торгівлю, є “Сірс, Робек”, “Сейруей сторз”, “Пенні”, “Вулворс”. На підприємствах найбільшої у світі американської компанії “Сірс, Робек” працює понад 500 тис. чол. Тільки в США їй належать більш як 300 роздрібних магазинів, де під єдиною торговельною маркою реалізують як американські, так і імпортні товари. Також вона володіє 40 магазинами у Канаді та десятками магазинів у Латинській Америці і Західній Європі. Крім торгівлі, компанія здійснює в широких масштабах виробничу діяльність. На підприємствах, які належать цій компанії, випускають фото- і радіоапаратуру, музичні інструменти.

Серед спеціалізованих фірм поширення набули так звані торговці технікою, які виступають як дистриб'ютори. Вони реалізують товари промислового призначення, укладаючи річні контракти з постачальниками, в яких зазначається ціна продажу. Ці фірми продають продукцію за тими самими цінами, що і виробники, одержуючи прибуток за рахунок знижки з експортної ціни постачальника. Такі посередники прив'язані до постачальника, який забороняє їм продавати конкуруючі товари та контролює їхню діяльність аж до подання фірмою рахунків. “Торговці технікою” надають технічні

послуги, здійснюють випробування нових товарів, дають консультації з їх використання. Вони постачають дрібним покупцям стандартні товари, що включаються до каталогів. Наприклад, у Франції понад 500 спеціалізованих фірм — “торговців технікою”, які імпортують до 25 % обороту, на їхню частку припадає близько 15 % експорту машин і устаткування. У США спеціалізовані торговельні фірми — “торговців технікою” стали поглинати промислові компанії.

До спеціалізованих комісійних фірм належать індентні фірми, що беруть на себе розміщення замовлень за дорученням іноземних контрагентів, а також конфірмаційні фірми, які здійснюють посередництво з надання кредиту покупцеві, беруть на себе ризик за кредитами, фрахт, страхування. Іноді вони самі кредитують покупця, здійснюючи платіж готівкою за поставлені експортером товари.

Важливими особливостями діяльності торговельно-посередницьких фірм у сучасних умовах є такі:

- прив'язування агентських фірм до промислових монополій, які координують їхню діяльність за допомогою розподілу ринків збуту;
- прив'язування торговельних посередників (усіх видів) до виробників машин і устаткування.

Специфіка торговельних монополій Японії полягає в тому, що вони за рівнем потужності, ступенем панування в товарному обороті, характером діяльності виходять за рамки звичайних уявлень про торгово-посередницькі фірми. За масштабами операцій вони не мають собі рівних серед торговельних компаній в усьому світі. У провідної торговельної корпорації США “Сірс, Робек” оборот удвічі менший, ніж у першої японської — “Міцубісі седзі”.

На частку 10 найбільших торговельних монополій Японії припадає чверть оптової і більш як половина експортно-імпоротної торгівлі країни, у тому числі на перші шість компаній — 20 % оптової торгівлі і понад 40 % експорту й імпорту. Такого ступеня монополізації немає в жодній з інших розвинених країн. Сума продажів 10 торговельних компаній становить 30 % ВВП Японії. Номенклатура товарів у їхньому обороті налічує близько 20 тис. найменувань, що свідчить про універсальний характер діяльності цих компаній. Лідерами серед них є “Міцубісі”, “Міцубіс буссан”, “Марубені”, “МГО”, “Сумітомо”. Вони є міжнародними за сферою діяльності і займаються оптовими угодами на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Торговельні компанії Японії мають тісні зв'язки з приватними і державними банками, які фінансують їхню діяльність і надають фірмам різні послуги, а саме:

- сприяють у створенні за кордоном виробничих підприємств;
- є генеральними підрядниками при виконанні замовлень з-за кордону на будівництво різних об'єктів;
- є посередниками у пошуках нової техніки й організації технічних і виробничих зв'язків між японськими й іноземними фірмами;
- виявляють джерела сировини за кордоном і допомагають у їхній розробці.

Іншою важливою особливістю діяльності посередників є підпорядкування торговельним монополіям дрібних і середніх фірм — експортерів і виробників у країнах, що розвиваються. Через них вони купують сировину, яку самі переробляють і реалізують через власні роздрібні магазини.

Для сучасних умов характерна широка участь у міжнародній торгівлі державних і приватних торговельних компаній країн, що розвиваються.

Нині одержали широкий розвиток нові форми роздрібно́ї торгівлі, що максимально наближають продавців до кінцевих споживачів, а саме: універсальна торгівля через супермаркети й універмаги, поштова торгівля, пересувна торгівля, торговельні автомати. Фірмова структура роздрібно́ї торгівлі в розвинених країнах у 90-х роках ХХ ст. істотно змінилася. Переважний розвиток одержали великі торговельні транснаціональні корпорації, кооперативні й інші оптово-роздрібні об'єднання. Великі роздрібні корпорації, що володіють величезними фінансовими ресурсами, сприяють централізації закупівельної діяльності, здійснюваної як через оптові фірми, так і безпосередньо у виробників.

Для супермаркетів характерний дедалі більший зсув асортименту у бік непродовольчих товарів, які сьогодні займають 15–30 % торговельної площі. Супермаркети, де непродовольчі товари займають понад 30 % площі, одержали назву “суперстори”. Особливо швидко суперстори розвиваються в Англії, Франції, ФРН.

Роздрібні корпорації постійно шукають нові способи залучення покупців, підтримують з ними постійні контакти, проводячи опитування й анкетування, вивчають купівельний попит і впливають на

його формування. Вони надають широке коло супутніх послуг: доставку товарів додому, розпакування, монтаж (меблів), установку і введення в експлуатацію (холодильників, пральних машин, теле- і відеоприймачів), післяпродажне обслуговування і ремонт.

Для сучасних умов характерне створення торгово-промислових комплексів, найчастіше в результаті поглинання великими торговельними корпораціями виробничих фірм.

Маркетинг продукції споживчого призначення стає дедалі важливішою функцією торговельних корпорацій, оскільки вони перебувають у тісному контакті з безпосередніми кінцевими споживачами і постійно виконують маркетингові дослідження, тестування товарів і орієнтують промислові фірми, що входять до їхнього складу, на випуск різноманітних моделей і видів товарів, пристосованих до конкретних запитів споживачів. Великі торговельні корпорації широко використовують і таку форму відносин з виробниками, як укладення довгострокових контрактів на продовольчі і промислові товари тривалого користування (це не стосується автомобілів). Ці корпорації також закупають товари у промислових фірм своєї країни та у виробників за кордоном.

Процес інтеграції промислових і торговельних фірм може бути ще глибшим при використанні системи участі, перехресному володінні акціями, участі в одному й тому самому фінансовому угрупованні (характерно насамперед для фірм Японії). У таких випадках торговельна і промислова фірми здійснюють маркетингову діяльність спільно. Новим у сучасних умовах стало те, що торговельна фірма продає товари навіть досить великих і відомих виробників під власною торговельною маркою (товарним знаком).

Нині важливого значення набувають кооперативні й інші оптовороздрібні об'єднання, які закупають товари безпосередньо у виробників великими партіями за оптовими цінами, а потім реалізують їх через власні магазини стандартних цін, що пропонують практично всю номенклатуру товарів повсякденного попиту.

Великого поширення в сучасних умовах набула посилкова торгівля, коли споживач за каталогом фірми вибирає потрібний йому товар, надсилає оплачене замовлення фірмі й одержує товар поштою. Посилкову торгівлю здійснюють великі роздрібні корпорації та спеціалізовані посилкові фірми, такі, як "Квелле" і "Неккерман" у Німеччині та ін.

Торгові центри залучають до торгівлі на своїй території дрібних торговців спеціалізованими виробами (відеотехнікою, радіо- і телеапаратурою, комп'ютерами, ювелірними виробами), розміщуючи магазини дрібних фірм на площі торгового центру. На території торгових центрів розташовуються і численні точки швидкого обслуговування (кафе-закусочні, ятки), що належать як великим фірмам, які виробляють продукцію масового харчування (заморожені, розфасовані, високого ступеня готовності, дрібносерійні), так і дрібним підприємцям. Зручність і висока якість їжі залучає покупців, і не тільки тих, хто користується послугами торгового центру, а й усіх, хто бажає попоїсти поза домівкою. Закусочні швидкого обслуговування, розташовані в районах масової забудови або в місцях розміщення підприємств, здебільшого мають своїх постійних клієнтів, запиту яких вони ретельно вивчають і прагнуть задовольнити.

Великі роздрібні фірми й оптово-роздрібні об'єднання також мають широку мережу незалежних дрібних торговців, які на особливих контрактних умовах, що їх називають "франчайзинг", реалізують товари під їхнім товарним знаком і з використанням їхнього найменування на вивісці магазину. Дрібний торговець виплачує великій компанії від 2 до 10 % вартості продажів. У США на основі системи франчайзингу здійснюється до 30 % роздрібного товарообороту.

Дехто з дрібних торговців згодом може стати великими компаніями із широкою мережею своїх магазинів швидкого обслуговування і кафе. Наприклад, на такого великого торговця перетворилася фірма "Макдональдс", яка, досягши чималих оборотів у США, відкрила в Англії на умовах франчайзингу 165 закусочних і кафе швидкого обслуговування. Широкому розвитку таких форм роздрібної торгівлі сприяла фінансова підтримка великих банків, які видавали кредити фірмам, що працюють на умовах франчайзингу.

Великі промислові фірми — виробники товарів споживчого призначення широко практикують укладання угод з незалежними дрібними і середніми спеціалізованими торговцями. При стійких тривалих зв'язках промислова компанія фінансує торговельну фірму, надаючи їй комерційні кредити, бере участь у будівництві нових магазинів і супермаркетів, в обладнанні їх сучасними технічни-

ми засобами і торговельним устаткуванням, оплачує витрати на рекламу і стимулювання продажів. Це наближає промислові фірми до ринку, дає змогу глибше вивчати споживчий попит, не вкладаючи значних коштів у сферу обігу.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні види торговельно-посередницьких операцій.
2. У чому полягають особливості здійснення операцій з дистрибуції товарів?
3. Спільне та відмінне агентських і дистриб'юторських операцій.
4. Які основні фактори впливають на вибір виду торговельно-посередницької угоди?
5. Які основні види торговельно-посередницьких фірм ви знаєте?
6. Які сучасні форми здійснення посередницької діяльності ви можете назвати? В чому полягає секрет їх успіху на ринку?
7. Назвіть основні напрями розвитку сучасних посередницьких операцій.
8. Чи можна стверджувати, що у майбутньому обсяги посередницьких операцій зростатимуть не меншими темпами, ніж упродовж останніх десятиліть?

МАУП

Організація та виконання міжнародних компенсаційних угод

11.1

Поняття, сутність, зміст і види міжнародних компенсаційних угод

Одним із напрямів розвитку міжнародних торговельних угод є інтенсифікація експортно-імпортних операцій, що доповнюються взяттям партнерами зустрічних зобов'язань: експортером — із закупівлі певних товарів і послуг у імпортера, а імпортером — із постачання погоджених товарів і послуг експортерів. Такі операції одержали назву міжнародних зустрічних операцій. Зустрічна торгівля перетворилася на один з інструментів регулювання міжнародного товарообміну, сприяння розвитку економічного і виробничо-технічного співробітництва між країнами, стабілізації й упорядкування міжнародних розрахунків.

Регулююча роль зустрічної торгівлі виявляється в тому, що завдяки двостороннім і багатостороннім міжурядовим угодам про товарообмінні операції, а також угодам про економічне і виробниче співробітництво на компенсаційній основі можна заздалегідь, на кілька років наперед визначити види й обсяги товарів взаємної поставки, їхню загальну вартість і порядок розрахунків, характер і вартість супутніх або окремо наданих технічних (інжинірингових) послуг і науково-технічних знань і досвіду (ліцензій, ноу-хау та ін.).

Специфіка міжнародних зустрічних операцій визначається здебільшого особливостями торгово-політичних режимів, що існують у різних країнах або групах країн, об'єднаних в економічні угруповання; станом платіжних і торговельних балансів конкретних

держав; браком або відсутністю в ряду країн конвертованої валюти; існуванням у більшості країн системи державного регулювання і контролю за зовнішньоторговельними операціями, у тому числі на основі державної монополії на зовнішню торгівлю і державної валютної монополії. На зустрічну торгівлю впливають також інфляційні процеси, що відбуваються в багатьох країнах світу, нестабільність міжнародної валютно-кредитної системи і системи міжнародних розрахунків.

Важливою особливістю зустрічної торгівлі є її гнучкість, що допомагає контрагентам пристосовуватися до мінливих умов на світових товарних ринках, дає змогу окремим країнам цілеспрямовано диверсифікувати свій експорт, виходити на нетрадиційні ринки збуту. Це створює умови для економії валюти, прискорення процесу міжнародного обміну товарами і послугами.

Особливу роль у розвитку міжнародної зустрічної торгівлі відіграло впровадження внутрішньофірмової комп'ютеризації, що дало можливість не тільки якісно змінити технологію і процедури міжнародних комерційних операцій, полегшити взаємні розрахунки між контрагентами, а й заздалегідь визначати ефективність угод, розраховувати тенденції розвитку кон'юнктури ринку і динаміку цін, формувати структуру товарообороту конкретної країни. На практиці комп'ютеризація операцій зустрічної торгівлі стала необхідним чинником розвитку цього виду міжнародного товарообміну, підняла на якісно новий рівень вирішення комерційних питань. Можна обґрунтовано зробити висновок про те, що з розвитком зустрічної торгівлі з'явився новий економічний механізм міжнародного товарообміну, що включає в себе нові форми, методи, технології здійснення міжнародних комерційних операцій.

Основу цього механізму становлять угоди, які набули поширення в комерційній практиці між розвиненими країнами і країнами, що розвиваються. Зокрема це угоди про розподіл продукції, “розвиток — імпорт”, про будівництво промислових об'єктів “під ключ” з цільовим кредитуванням, а також угоди, укладені з метою реалізації договорів про спеціалізацію і кооперацію виробництва, про будівництво промислових об'єктів, про виробничу співпрацю між фірмами розвинених країн і відповідних організацій інших держав. Особливістю міжнародних

зустрічних операцій усіх форм є ув'язування експорту із зустрічними закупівлями товарів у фірми, що їх імпортує, або в країні імпортера, і навпаки.

Експерти ООН виокремлюють три основні види міжнародних зустрічних операцій: *бартерні угоди*, *торговельні компенсаційні угоди* і *промислові компенсаційні угоди*. При цьому під промисловою компенсаційною угодою вони розуміють угоду, в якій одна сторона поставляє (найчастіше погоджуючи також необхідне фінансування) другій стороні товари, послуги і/або технології, що використовуються останньою для створення нових виробничих потужностей. Ці поставки згодом відшкодовуються за допомогою поставок товарів, вироблених на створених у такий спосіб підприємствах (або іноді за рахунок поставок аналогічних товарів, вироблених третьою стороною в цій країні). У торговельній компенсаційній угоді, як правило, відсутні такі відносини між взаємними конкретними діями обох сторін.

Фахівці Організації економічного співробітництва і розвитку (ОЕСР) поділяють усі міжнародні зустрічні операції на дві категорії – торговельна компенсація і промислова компенсація. В документах ОЕСР торговельна компенсація визначається так: “...це одна коротка операція на невелику або помірну суму, що включає обмін украй різнорідними товарами, які зазвичай органічно не пов'язані між собою. Ця угода реалізується в межах 36 місяців”.

Під промисловою компенсацією розуміють такі угоди, які укладаються на більшу суму, ніж зазвичай при продажу.

З точки зору організаційно-правових засад і принципу компенсації міжнародні зустрічні операції можна поділити на такі:

- товарообмінні і компенсаційні угоди на безвалютній основі;
- компенсаційні угоди на комерційній основі;
- компенсаційні угоди на основі договорів про виробничу співпрацю.

Можна приблизно оцінити частку різних видів угод у міжнародній зустрічній торгівлі: на товарообмінні і компенсаційні угоди припадає 4–5 %, компенсаційні на комерційній основі – 9–10 %, компенсаційні угоди на основі договорів про виробничу співпрацю – 55–60 %, інші види угод – 25–32 %.

Міжнародні зустрічні операції на безвалютній основі

Товарообмінні і компенсаційні угоди на безвалютній основі передбачають оплату поставок у товарній формі, коли продаж одного або кількох товарів одночасно погоджується з купівлею іншого товару, і розрахунки в іноземній валюті не здійснюються. Залежно від характеру поставок і термінів дії розрізняють угоди з одноразовою поставкою і угоди з тривалими термінами виконання.

Угоди з одноразовою поставкою бувають двох типів: бартерні і з прямою компенсацією.

Бартерні угоди передбачають обмін погодженої кількості одного товару на погоджену кількість іншого. У такій угоді або встановлюються кількості товарів, які взаємно постачаються, або обумовлюється сума, на яку сторони зобов'язуються поставити товари. При визначенні вартості товарів, які взаємно поставляються, оцінка робиться на основі світових цін з урахуванням витрат на рух товарів. Бартерні угоди передбачають, як правило, практично одночасну поставку встановлених у контракті купівлі-продажу, що укладається між сторонами, кількостей товарів у погоджені пункти призначення.

Прямі компенсаційні угоди, як і бартерні, передбачають взаємні поставки товарів на однакову суму без розрахунків у валюті. Однак на відміну від бартерної угоди, сторони узгоджують ціни товарів, що є предметом поставки. У такій угоді, як правило, фігурують не два товари, а значна кількість запропонованих до обміну товарів. Зазвичай сторони направляють одна одній списки товарів: один — з переліком товарів, які одна сторона хотіла б одержати, із зазначенням їхньої кількості і ціни, інший — з переліком запропонованих як компенсація товарів. На відміну від бартерних угод, у прямих компенсаційних угодах може передбачатися неконвертоване грошове сальдо, яке має бути витрачене в країні кредитора. За термінами взаємні поставки практично збігаються.

Товарообмінні угоди з тривалими термінами виконання здійснюються на безвалютній основі на рівні фірми й одержали назву загальних (глобальних) угод. Такі угоди укладаються між великими транснаціональними компаніями, з одного боку, і державними організаціями, міністерствами, зовнішньоторговельними органі-

заціями зарубіжних країн, що мають право виходу на зовнішні ринки, – з іншого. Угоди можуть підписуватися у формі загальних протоколів, що містять списки товарів взаємного постачання, технологій, послуг. На основі загальних протоколів згодом укладають серії окремих контрактів. В окремих глобальних угодах увесь товарообмін визначається в загальному вигляді.

Основні переваги глобальних угод такі:

- експортери в особі ТНК одержують можливість стабільного і, як правило, зростаючого збуту своєї продукції на конкретному ринку;
- замість зобов'язання зустрічної закупівлі за кожною угодою в глобальній угоді визначаються категорії товарів для обміну, їхній загальний обсяг або мінове співвідношення за вартістю.

Формами глобальних угод є базові угоди і угоди про товарообмін на основі листів-зобов'язань.

Базові угоди використовують великі ТНК, виробничі підрозділи яких самостійно здійснюють експортні операції на певному ринку, маючи досить багато різних контрагентів. Щоб уникнути необхідності укладати багато окремих угод про зустрічну закупівлю різними підрозділами, ТНК укладає базову угоду з якоюсь однією організацією в країні імпортера, що дає їй змогу згрупувати всі зустрічні закупівлі ТНК у цій країні.

Угоди про товарообмін на основі листів-зобов'язань передбачають, що партнери передають одне одному списки (переліки) експортних та імпортних товарів, в обміні якими упродовж певного періоду часу (3–5 років) вони взаємно зацікавлені. Після визначення номенклатури товарів, які становлять інтерес для обох сторін, останні обмінюються листами-зобов'язаннями, в яких установлюється загальна кількість включених до списків товарів, що підлягають обміну протягом кількох років. Лист-зобов'язання не містить умов про ціни на окремі товари і не створює якихось прав або зобов'язань для кожного партнера. Товарообмін здійснюється на основі офіційної довгострокової домовленості, що юридично не є обов'язковою, оскільки не передбачає конкретних санкцій.

У сучасних умовах почали застосовувати й інші аналогічні види домовленостей, що забезпечують взаємний товарообмін протягом п'яти і більше років, зокрема протоколи про торгівлю конкретними товарами. *Протоколи про товарообмін* для сторін, що їх підписали,

є основою для досягнення збалансованого рівня взаємного товарообміну протягом певного встановленого періоду, передбачаючи водночас послідовне розширення асортименту продажів і закупівель.

11.3

Компенсаційні угоди на комерційній основі

Компенсаційні угоди на комерційній основі — це угоди, в яких поставка і відповідна зустрічна поставка товарів здійснюються протягом визначеного періоду на основі або тільки контракту купівлі-продажу, або контракту купівлі-продажу і доданих до нього угод про зустрічні чи авансові закупівлі. Такі угоди мають погоджений механізм фінансових розрахунків, що передбачає наявність товарних і фінансових потоків у кожному напрямку. При цьому фінансові розрахунки між учасниками угод можуть здійснюватися як у результаті переказу іноземної валюти, так і за допомогою клірингових розрахунків. На практиці основним стимулом укладення більшості компенсаційних угод є прагнення уникнути переказу іноземної валюти. Для цього використовується клірингова форма розрахунків, за якої після відправки товару експортером його платіжні вимоги вносяться на кліринговий рахунок у країні імпортера, а потім задовольняються за допомогою відповідної зустрічної поставки.

Договори купівлі-продажу, що використовуються у міжнародних компенсаційних угодах, не відрізняються від звичайних договорів міжнародної купівлі-продажу, причому застосовується один і той самий механізм розрахунків.

Компенсаційні угоди на комерційній основі бувають коротко- або середньостроковими і поділяються на три види:

- короткострокові компенсаційні угоди;
- зустрічні закупівлі;
- авансові закупівлі.

Кожен конкретний вид угоди базується на конкретній договірній формі.

Короткострокові компенсаційні угоди поділяються на угоди з частковою компенсацією, угоди з повною компенсацією, тристоронні компенсаційні угоди.

Угода з частковою компенсацією передбачає, що визначена і погоджена частка експорту повинна компенсуватися закупівлею товарів у країні імпорту, а залишок має оплачуватися у грошовій формі.

Угода з повною компенсацією передбачає узгодження компенсаційної закупівлі, що дорівнює або перевищує за вартістю поставки експортера.

Згідно з *тристоронньою компенсаційною угодою* у ній бере участь посередник і третя сторона. Зустрічна поставка у цьому разі здійснюється в третю країну, а належну експортеру суму сплачує одержувач товару, причому, якщо це передбачено в угоді, у конвертованій валюті. При тристоронній компенсаційній угоді відповідні платіжні операції, як правило, здійснюються методом переказу платежів за участю посередника, що має необхідні ділові контакти і досвід. Визначальною умовою таких угод є можливість посередника використовувати клірингові платежі і кредити для власних закупівель у третіх країнах або можливість продати клірингові валюти.

Угоди на основі угод про зустрічні закупівлі. Під зустрічними закупівлями розуміють торговельні угоди, що їх, як правило, укладають у вигляді кількох зв'язаних контрактів. Відповідно до цих контрактів експортер погоджується в межах своїх договірних зобов'язань купувати товари і послуги в імпортера в обсягах, що відповідають погодженій частці поставок. Основною ознакою угоди про зустрічну закупівлю є те, що вона завжди базується на двох або кількох контрактах, у яких міститься зобов'язання кожного партнера оплатити готівкою отримані поставки. Найчастіше ці зобов'язання включаються в три пов'язані контракти, що супроводжують будь-яку угоду про зустрічну закупівлю:

- контракт купівлі-продажу, підписаний експортером і імпортером, що охоплює всі умови експортної угоди, включаючи умови платежу;
- базовий контракт, що є додатком до контракту купівлі-продажу, відповідно до якого експортер зобов'язується закупити товари або послуги в імпортера (або в призначеній ним стороні) на суму, яка цілком або частково еквівалентна вартості експортованих товарів;

- контракти індивідуальної закупівлі, підписані експортером у виконання зобов'язань зустрічної закупівлі, включених до базового контракту.

Іншими видами компенсаційних угод на комерційній основі є такі:

- *паралельна угода*, що ґрунтується на підписанні двох окремих контрактів: одного — на первинний експорт і другого — на зустрічну закупівлю. Іноді два окремі контракти за однією й тією самою угодою можуть бути зв'язані базовим контрактом;

- *джентльменська угода*, що не містить зобов'язання експортера щодо зустрічної закупівлі, яке має законну силу, хоча передбачається, що експортер погоджується закупити товари в імпортера у будь-якій кількості. На практиці такі угоди укладають фірми розвинених країн. Як правило, вони пов'язані з урядовими програмами закупівель військової техніки, літаків, устаткування для атомних станцій;

- *угоди з передачею фінансових зобов'язань* передбачають передачу експортером своїх зобов'язань щодо зустрічної закупівлі третій стороні. Вони допомагають експортерам уникнути реалізації товарів по зустрічній закупівлі, якщо вони не мають у них потреби.

Дострокові авансові закупівлі ще називають “попередня компенсація”, “зв'язані попередні закупівлі” або угоди “юнктім” (*junk-tim*). Цей тип угод являє собою паралельну зустрічну операцію, але в зворотному порядку. Експортер зобов'язується придбати товари у фірми-імпортера в обмін на її зобов'язання закупити згодом еквівалентний обсяг товарів експортера. Відповідно до існуючої практики експортер, який готовий закупити товари в імпортера, підписує з ним контракт про закупівлю, в якому є положення про те, що експортний контракт буде підписано пізніше, або про те, що ця угода розглядатиметься як компенсаційний кредит щодо майбутньої угоди. У цьому разі при передачі права на продаж експортер, виступаючи як посередник, стягує з фірми, що отримує це право, комісійну винагороду.

Транснаціональні компанії використовують авансові закупівлі як один з елементів загальної стратегії, спрямованої на розширення ринків збуту. З іншого боку, ТНК, закупивши товари за зв'язаною угодою, можуть одержати в імпортера право на передачу імпортованих товарів третій стороні, наприклад, торговельній фірмі або

кінцевому споживачеві. Передача товару передбачає надання знижки з ціни, яку сплачує торговельна компанія або кінцевий споживач експортеру. Ця знижка становить так звану премію зустрічної торгівлі.

Здійснюючи авансові закупівлі, експортер оплачує поставку через внутрішню клірингову систему, видаючи імпортеріві гарантійні зобов'язання, які випускаються банком і забезпечують наступну поставку товарів експортером. Однак експортер може придбати товари за зв'язаною угодою, а потім отримали згоду свого партнера на звільнення від зобов'язань щодо зустрічного експорту.

11.4

Компенсаційні угоди на основі договорів про виробничу співпрацю

Компенсаційні угоди на основі договорів про виробничу співпрацю передбачають, що поставки промислового устаткування оплачуватимуться зустрічними поставками товарів, вироблених за допомогою закупленого устаткування. Основними їх видами є великомасштабні довгострокові компенсаційні угоди із зустрічною закупівлею, угоди про розподіл продукції, угоди “розвиток — імпорт”.

Великомасштабні довгострокові компенсаційні угоди із зустрічною закупівлею товарів передбачають поставки на основі договорів про виробничу співпрацю з наданням довгострокових позик і кредитів у формі комплектного устаткування виробничих комплексів, промислового устаткування, технологічних установок з оплатою за допомогою наступних компенсаційних зустрічних поставок чи зворотних закупівель кінцевої або зв'язаної продукції, сировини, матеріалів, готової продукції або інших товарів, вироблених на побудованому і введеному в експлуатацію підприємстві.

Проекти, що базуються на компенсаційних угодах, як правило, вирізняються великими масштабами (вартість поставок устаткування і зустрічних поставок досягає значних розмірів), використанням самостійних договірних і складних фінансових, платіжних і організаційних механізмів. Великомасштабні довгострокові компенсаційні угоди можна поділити на такі:

- угоди, в яких зобов'язання за компенсаційними закупівлями перевищує вартість устаткування, що поставляється;

- угоди, в яких зобов'язання щодо компенсаційних закупівель дорівнюють або менше вартості устаткування, яке поставляється.

Угоди, в яких зобов'язання за компенсаційними закупівлями перевищує вартість устаткування, що поставляється, укладаються на основі трьох груп взаємозалежних контрактів: на постачання устаткування і надання пов'язаних з ним технічних послуг; на постачання кінцевої продукції на основі довгострокових контрактів; банківська угода (або кілька угод), на підставі якої надаються позики на фінансування поставок устаткування і технології або урядові кредити у рамках міждержавного кредитування, а також комерційні банківські кредити. Найчастіше фінансування здійснюється або на основі суто комерційних кредитів, або при поєднанні державних і комерційних кредитів. У багатьох випадках фінансування здійснюється шляхом створення банківських консорціумів або підписання відповідних угод. Ціни на зустрічні поставки встановлюються на базі цін світового ринку, причому обов'язково передбачається їхній регулярний перегляд (щороку або щокварталу). За відсутності світових цін (наприклад, на газ) ціни встановлюються на основі взаємопогодженої формули, що відображає практику торгівлі на відповідному ринку. До компенсаційної угоди може бути внесена умова про те, що імпортер устаткування платить безпосередньо експортеру поставками кінцевої продукції. Після постачання устаткування експортер одержує банківську гарантію, в якій міститься зобов'язання банку виплатити експортеру відшкодування в іноземній валюті у разі, якщо імпортер не зможе поставити обумовлене в договорі устаткування.

Угоди, в яких зобов'язання щодо компенсаційних закупівель дорівнюють або менші вартості устаткування, що поставляється, мають специфічні особливості залежно від галузей промисловості, яких вони стосуються, і продукції, що надходить у формі компенсації за поставлене устаткування і технології. Так, у галузях видобувної промисловості та у галузях, де виробляється проміжна продукція, таких, як лісова і целюлозно-паперова промисловість, чорна і кольорова металургія, виробництво хімікатів, можна виокремити такі особливості компенсаційних угод:

- велика частина кредитів надається на закупівлю устаткування комплектних підприємств, на поставки відповідних технічних по-

слуг і будівництво об'єктів інфраструктури. При поставках виробничих комплексів типовими є такі умови фінансування: 15–20 % припадає на початкові платежі, у тому числі 5 % — під час підписання контракту, 5 % — при поставках устаткування, 5 % — після закінчення монтажу і введення підприємства в експлуатацію; 80–85 %, що залишилися, виплачуються протягом 5–10 років, причому перший платіж вноситься через 6 місяців після приймання готового підприємства;

- зустрічні поставки можуть включати як кінцеву, так і проміжну продукцію. Особливо часто ця умова зустрічається в угодах щодо підприємств хімічної промисловості;

- з метою полегшення освоєння кінцевої продукції допускається передача зобов'язань за компенсаційними закупівлями третій стороні, для цього відповідну умову включають до контракту купівлі-продажу.

Ціни на продукцію, отриману на вищому ступені технологічного процесу, зазвичай встановлюють з використанням складної формули розрахунку. Залежно від галузевої промислової належності і виду продукції ціни можуть розраховуватися на базі цін, установлених місцевими конкуруючими фірмами, а в ряді випадків — на базі витрат виробництва в підприємств-постачальників. Незалежно від вибраної формули розрахунку базових цін передбачається коригування цін, установлених на певний строк — на один квартал або на один рік. У тих випадках, коли постачальником комплектного устаткування є ТНК, зобов'язання за зустрічними поставками включаються до загальних (глобальних) угод.

У галузях обробної промисловості можна виокремити такі особливості великомасштабних довгострокових компенсаційних угод:

- переважне значення мають угоди, що передбачають часткову компенсацію. Це зумовлено виникненням труднощів у фірми-постачальника з використанням або збутом продукції, яку вона одержує у вигляді компенсації;

- у багатьох угодах замість готової кінцевої продукції передбачаються компенсаційні поставки проміжної продукції або поєднання цих двох видів постачання.

Угоди про розподіл продукції укладають на основі угод про будівництво промислових об'єктів переважно “під ключ”. Ці угоди передбачають оплату будівництва підприємства поставками вироб-

леної на ньому продукції у встановленій заздалегідь пропорції до всієї продукції, що випускається. Ця частка зазвичай становить від 20 до 40 %.

Угоди про розподіл продукції стали найпоширенішою формою угод про зустрічні поставки сировини, яка видобувається на підприємствах, побудованих у країнах, що розвиваються, на основі угод про співробітництво в будівництві промислових об'єктів з розробки природних ресурсів цих країн. Такі угоди укладаються переважно між державними органами й організаціями країн, що розвиваються, з одного боку, та іноземною фірмою або об'єднанням фірм — з іншого. Витрати іноземної фірми оплачуються за допомогою поставок продукції, що видобувається, в її початковому вигляді або після переробки в країні видобутку. Одержання такої продукції є зазвичай основною метою цих угод.

На практиці найчастіше зустрічаються угоди про співробітництво в розробці природних ресурсів, у яких стороні, що поставляє устаткування для розробки ресурсів і технологію та подає технічну допомогу, надається право вибору: продовження угоди на зустрічну поставку сировинних товарів, що видобуваються на побудованому підприємстві, або її припинення. В угоді про розподіл продукції докладно обумовлюються обсяги зустрічних поставок і методи визначення і зміни ціни продукції, що поставляється. Ціни в таких угодах, як правило, встановлюються на базі світових з більш-менш значною знижкою, що може становити частину винагороди за внесок іноземної фірми-учасника на стадії розвідки і розробки ресурсів. Крім того, в угоді може міститися застереження про порядок перегляду цін, причому ціни на зустрічну продукцію можуть застосовуватися залежно від того, йде мова про поставки товарів, одержуваних у результаті розробки ресурсів, до закінчення дії договору про виробниче співробітництво чи після закінчення терміну дії такого договору.

Угоди “розвиток — імпорт” в основному стосуються співробітництва в сфері будівництва підприємств здебільшого в обробних галузях промисловості або поставок комплектного устаткування для таких підприємств на основі довгострокового кредитування. Здійснення угод “розвиток — імпорт” (вони ще називаються проектами розвитку для імпорту) передбачає, що зустрічні поставки продукції з побудованих і введених в експлуатацію підприємств покри-

ватимуть витрати іноземної фірми-постачальника на комплектне устаткування, а також компенсуватимуть надані нею будівельні послуги і необхідні фінансові ресурси.

Країни, що розвиваються, досить широко застосовують такі угоди і, як правило, наполягають на зустрічних закупівлях товарів їхнього традиційного експорту, не пов'язаних з поставками продукції з побудованих підприємств. У таких випадках зазвичай укладають двосторонні міжурядові угоди, де визначаються обсяги і ціни на продукцію, яка поставляється в рамках угод “розвиток – імпорт”.

У міжнародній практиці будівництво підприємств на базі імпортного комплектного устаткування узгоджується із зустрічними поставками товарів, які для експортера устаткування можуть мати примусовий характер. Не маючи потреби у такій продукції, експортер змушений або сам займатися її реалізацією, або перепродувати її в третій країні через торговельних посередників чи власну збутову мережу. Наприклад, японські фірми, які побудували нафтохімічні комбінати в країнах Близького Сходу, половину продукції, що випускається цими комбінатами, одержують у формі компенсаційних поставок з метою наступної реалізації на світовому ринку через власну збутову мережу.

Досить часто введення в експлуатацію імпортованих комплектних підприємств призводить до того, що продукція, яку вони випускають, поставляється на світовий ринок, де вона починає конкурувати з продукцією постачальника устаткування. Так, японські фірми, що поставили свого часу комплектне устаткування для багатьох текстильних підприємств у країнах Південно-Східної Азії, нині дедалі частіше зазнають гостру конкуренцію з боку дешевшої продукції, що випускається на цих підприємствах, у тих випадках, коли експортер сам реалізує на світовому ринку аналогічну продукцію, одержувану у вигляді зустрічних поставок.

У сучасних умовах, коли зустрічні закупівлі дедалі частіше набувають примусового характеру, стало звичайною практикою включати в договір про зустрічну закупівлю умови стосовно переуступки експортером третій стороні зобов'язань щодо зустрічної закупівлі (коли остання виражає згоду стати покупцем товарів, згадуваних у компенсаційній угоді). Така переуступка називається *цесією*, а третя сторона, що бере на себе зобов'язання із зустрічної закупівлі, – цесіонарієм. Експортер може переуступити свої зобов'язання част-

ково або цілком (частину товарів він може використати для власних потреб або самостійно перепродати), може сам вибрати цесіонарія. Експортер укладає з цесіонарієм договір цесії, в якому узгоджуються зобов'язання, взяті цесіонарієм відносно переуступленої частини продукції. Цесіонарій, у свою чергу, укладає індивідуальний договір (або договори) на закупівлю товарів з відповідним покупцем (покупцями), приймає товари і використовує їх сам або перепродує. Цесіонарій бере на себе зобов'язання про зустрічну закупівлю стосовно переуступленої частини зобов'язань.

Дедалі частіше експортери, зацікавлені в збуті власної продукції, беруть зобов'язання із зустрічної закупівлі таких товарів, у яких самі не мають потреби, але розраховують або реалізувати ці товари на внутрішньому ринку, або перепродати торговельно-посередницьким фірмам. Цим пояснюється те, що експортери найчастіше беруть на себе зобов'язання із зустрічної закупівлі товарів, не обумовлюючи їхній перелік і обсяги. Особливо це стосується компенсаційних угод, які укладають з державними торговельними організаціями країн, що розвиваються. Ці організації пропонують як компенсацію за імпортовані машини й устаткування будь-які товари традиційного експорту своєї країни.

Зростання масштабів міжнародної зустрічної торгівлі і регулярності товарних потоків, посилення регулюючих засад на національному рівні привели до появи великих торговельних фірм, що спеціалізуються на здійсненні міжнародних зустрічних операцій. Обороти за такими операціями у цих фірм досягають величезних розмірів завдяки створенню ними спеціальних комп'ютеризованих банків даних з інформацією про наявність товарів, що можуть бути поставлені за зустрічними зобов'язаннями, про їхні ціни, про потреби в конкретних товарах у промислових фірм або в різних торговців у різних країнах. Важливу роль у цьому механізмі відіграють різні організаційно-правові і торгово-політичні умови, які регулюють зустрічну торгівлю в країнах, що розвиваються.

Як зазначається в доповіді комітету ООН по торгівлі і розвитку (ЮНКТАД) “Зустрічна торгівля: політика і практика деяких країн Африки і Латинської Америки”, країни, що розвиваються, розглядають зустрічну торгівлю як “механізм підтримки регіонального співробітництва й економічного розвитку на двосторонній і багатосторонній основі”.

Особливого значення набувають також різні форми сприяння розвитку міжнародної зустрічної торгівлі в розвинених країнах з боку урядових організацій, спілок підприємців, спеціалізованих дослідних і консультаційних фірм.

Питання для самоконтролю

1. У чому сутність міжнародних компенсаційних угод?
2. Назвіть основні види міжнародних компенсаційних угод.
3. Чим відрізняються бартерні угоди від компенсаційних угод на комерційній основі?
4. Переваги та недоліки компенсаційних угод на безвалютній основі.
5. Охарактеризуйте основні види компенсаційних угод у сфері виробничої співпраці.
6. В яких сферах компенсаційні угоди набувають найбільшого поширення?
7. У чому особливості зв'язаної компенсації?

МАУП

Здійснення міжнародних операцій з передачі технологій

12.1

Значення міжнародної торгівлі науково-технічними знаннями

У практиці міжнародної торгівлі використовують різні терміни стосовно обміну науково-технічними знаннями. Значного поширення набули терміни “міжнародний технологічний обмін”, “обмін промисловою технологією”, “міжнародний обмін результатами науково-технічної діяльності”, “передача технології”. Ці поняття тотожні і стосуються обміну науково-технічними знаннями на комерційній основі між контрагентами різних країн, включаючи внутрішньо-фірмовий обмін, тобто обмін між материнськими компаніями транснаціональних компаній та їх іноземними дочірніми компаніями.

Науково-технічні знання як результати науково-технічної діяльності, що передбачає здійснення наукових досліджень і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), можуть або відчужуватися у власника (особи або фірми) внаслідок укладення торговельної угоди (угоди про купівлю-продаж), або надаватися як послуги за допомогою укладення угод на їхнє використання протягом певного строку за визначену винагороду.

Зміст операцій з торгівлі науково-технічними знаннями полягає в наданні на комерційній основі іноземному контрагенту результатів науково-технічної діяльності, що мають не лише наукову, а й практичну цінність. Комерційна основа передбачає оплатну передачу технології. У зв'язку з цим варто зупинитися на суті внутрішньокорпоративного обміну технологією. За своєю формою він здійснюється з дотриманням атрибутів зовнішньоторговельних операцій і перед-

бачає передачу технології на оплатній основі. Власне кажучи, постачання технології в рамках однієї ТНК не є товарними, тому що в цьому разі не відбувається реальної зміни власника, немає незалежних самостійних сторін, передана технологія не є товаром (не має суспільної вартості).

Заслуговує на увагу також визначення змісту терміна “науково-технічні зв'язки” (співробітництво). Науково-технічні зв'язки відображають сукупність відносин науково-технічного, виробничого, валютно-фінансового і правового характеру, в основі яких лежить обмін результатами наукових досліджень, дослідно-конструкторських і технологічних розробок, передовим виробничим досвідом при здійсненні міжнародних торговельних операцій. Будучи органічною складовою системи світогосподарських зв'язків і відіграючи в ній одну з найважливіших ролей, науково-технічні зв'язки сприяють швидкому використанню світових досягнень у сфері науки і техніки.

Виокремлюють такі види технології, яку можна продати:

- знання і досвід, втілені у форму винаходів, корисних моделей, промислових зразків, товарних знаків та інших об'єктів промислової власності, що охороняється законом. Слід зазначити, що корисні моделі захищаються не в усіх країнах і, власне кажучи, є малими винаходами. Промислові зразки характеризують естетичне оформлення промислових виробів. Товарні знаки вказують на те, яке підприємство, фірма виробляє продукцію або надає певні послуги, і служать насамперед рекламним і престижним цілям;

- знання і досвід науково-технічного, виробничого, управлінського, комерційного, фінансового або іншого характеру, застосовувані в процесі науково-дослідних розробок, виготовлення, реалізації й експлуатації конкурентоспроможної продукції, які не захищені охоронними документами і не опубліковані цілком або частково. Вони є об'єктом купівлі-продажу в міжнародних торговельних угодах і поєднуються поняттям “ноу-хау” (буквально “знаю як”).

Залежно від змісту ноу-хау може бути конструкторське, технологічне, виробниче, управлінське, комерційне, фінансове. Характерними ознаками ноу-хау є такі: науково-технічна й економічна цінність, практична застосовність, відсутність прямого захисту як промислової власності, повна або часткова конфіденційність.

Ноу-хау надається у формі або документації (креслень, схем, керівництва, інструкцій, специфікацій), або безпосереднього вироб-

ничого досвіду фахівців внаслідок “передачі людей” (направлення на роботу фахівців, які володіють досвідом у певній сфері і здатні застосувати його).

Знання і досвід фахівців, так само, як і їхній винахід, привласнюються фірми. Приймаючи фахівців на роботу, фірма укладає з ними договір про передачу їй усіх прав на майбутні винаходи, створювані в процесі роботи у фірмі. Фахівці, як правило, зобов'язуються не розголошувати і не публікувати без дозволу фірми будь-яку інформацію про науково-технічні досягнення, розробки, технологію, виробничий процес тощо, до яких вони мають відношення або про які знають, працюючи у цій фірмі. Національне законодавство забезпечує ефективний захист інтересів підприємців, передбачаючи сувору відповідальність (аж до кримінальної) фахівців і фірм за розголошення фірмових секретів.

Характерні ознаки міжнародного обміну технологічними знаннями в сучасних умовах такі:

- об'єктивний характер розвитку міжнародного обміну науково-технічними знаннями;
- монополізація технологічних знань (витрати на НДДКР у загальній сумі продажів на одного зайнятого в транснаціональній компанії в США становлять 3–5 %, у тому числі в “ІВМ” і “Істмен Кодак” – 6 %, “Боїнг” і “Ханіуелл” – 5 %, “Дюпон де Немур” і “Ксерокс” – 4 %, “Дженерал моторс”, “Форд моторс”, “Катерпіллар” – 3 %);
- здійснення фірмами цілеспрямованої політики у сфері передачі технологій;
- використання фірмами внутрішньокорпоративного обміну технологією як одного із засобів зовнішньоекономічної експансії;
- активна участь у міжнародному технологічному обміні дрібних і середніх фірм;
- прагнення ТНК до створення нових форм економічної залежності країн, що розвиваються;
- боротьба країн, що розвиваються, за встановлення певного порядку в передачі технологій.

Зацікавленість венчурних компаній в участі в міжнародному технологічному обміні зумовлена такими чинниками: недостатньою фінансовою й економічною потужністю; необхідністю максимального наближення терміну одержання віддачі від успішно виконаних науково-дослідних робіт; наявністю сильних суперників; підвищен-

ним ризиком, пов'язаним із широким експортом нової продукції; продажем ліцензій для них як найменш ризикованим методом торгівлі технологічними знаннями. Надаючи ліцензії незалежним фірмам за кордоном, малі фірми самі прагнуть одержати доступ до технології своїх контрагентів за допомогою укладення угод про взаємний обмін ліцензіями і перехресного ліцензування. У США діє понад 1,5 млн венчурних компаній, і тільки менше 1 % з них здійснює наукові дослідження і розробки. Питома вага витрат цих фірм у загальних витратах на НДДКР у США становить 4–5 %.

Основні напрямки діяльності ТНК у науково-технічній сфері:

- інтенсивне вдосконалення традиційних видів виробів з метою їхнього якнайкращого пристосування до вимог світового ринку щодо матеріаломісткості, економії енергії, безпеки, надійності, зручності ремонту тощо;
- концентрація зусиль і науково-дослідної діяльності на принципово нових видах товарів і на ринках, де можна очікувати високих прибутків;
- удосконалення існуючої і створення нової технології виробництва з метою підвищення продуктивності праці.

12.2

Особливості міжнародної торгівлі патентами і ліцензіями

Міжнародна торгівля науково-технічними знаннями — це застосування системи різних форм і методів, об'єднаних поняттям “операції з торгівлі науково-технічними знаннями”. Залежно від характеру предмета і правової основи міжнародні операції з торгівлі науково-технічними знаннями поділяють на два види:

- операції з торгівлі патентами і ліцензіями;
- операції з торгівлі технічними послугами.

Міжнародні операції з торгівлі патентами і ліцензіями — це реалізація винаходів, передової виробничої технології, технічних знань і досвіду. В основі цих операцій — охорона винаходів за допомогою патентного законодавства, яке надає власнику патенту монопольне (виключне) право на використання винаходу, тобто протягом терміну дії патенту тільки він має право на виготовлення, застосу-

вання і продаж товарів, що втілюють цей винахід, або на використання певних методів і способів виробництва цієї продукції. Такі самі монопольні права національне патентне законодавство надає власникам і інших видів промислової власності (товарний знак, промислові зразки, корисні моделі, фірмове найменування й ін.).

Патент на винахід — це свідоцтво, яке видається компетентним органом винахіднику і його правонаступнику і яке засвідчує наявність у власника монопольного права на використання цього винаходу. Патент дає власникові право власності на винахід, що зазвичай підкріплюється реєстрацією товарного знака і промислового зразка. Патентним захистом користуються лише принципово нові технічні винаходи, що застосовуються у виробництві і дають змогу досягати якісно нового технічного результату. Різноманітні поліпшення й удосконалення, а також технічні знання і досвід патентному захисту не підлягають, і контроль над ними зберігається за допомогою засекречування. Наявність патенту виключає вільний доступ конкуруючих фірм до запатентованої новинки і дає можливість власнику патенту створити кращі умови виробництва, підвищити продуктивність праці й одержувати прибутки вище середніх доти, доки нова техніка не стане надбанням більшості підприємств галузі. У сучасних умовах практично усі винаходи патентуються, тому всі нові товари, що випускаються на ринок, запатентовані.

Термін володіння патентом визначається законодавством кожної країни і становить у середньому 15–20 років. Однак сьогодні реальний термін дії патенту в сучасних умовах значно менший (6–9 років).

Відповідно до патентного законодавства патент діє тільки на території тієї країни, де він виданий. Тому для забезпечення патентного захисту винаходу в інших країнах необхідно запатентувати там цей винахід. Патент захищає його власника не тільки від місцевих, а й від іноземних конкурентів. Якщо імпортні товари не мають патентної чистоти, то їхнє ввезення, як правило, забороняється. Це перетворює патенти на один із засобів протекціонізму.

Власник патенту за певну винагороду може цілком передати іншій особі власність на винахід, тобто всі права, що випливають з патенту, на використання його винаходу. В цьому разі мова йде про продаж патенту, що відбувається на основі патентної угоди, тобто має місце продаж винаходу як товару. Патенти продають, як прави-

ло, дрібні і середні фірми, винахідники-одинаки, що не мають достатніх фінансових можливостей для самостійного використання винаходу. Скуповують патенти в основному великі фірми, блокуючи в такий спосіб проникнення аутсайдерів у сферу їхнього панування. Якщо власник патенту зберігає право власності на винахід і лише дозволяє на визначений час за встановлену винагороду використовувати права, що випливають з патенту, мова йде про купівлю-продаж ліцензії на використання винаходу, здійснювану на основі ліцензійної угоди.

Ліцензія (патентна) — це дозвіл, що надається власником патенту (ліцензіаром) іншій особі або фірмі (ліцензіату) на промислове і комерційне використання винаходу, який користується патентним захистом, протягом обумовленого терміну за визначену винагороду. Надання за кордон ліцензій на використання винаходу, технічних знань і досвіду, а також товарних знаків називають міжнародним ліцензуванням.

Продаж патентів і ліцензій за кордон — це специфічна комерційна операція, об'єктом якої є “невидимий” товар, а саме — право на використання запатентованого винаходу, технічних знань і досвіду, товарного знаку. Продаж ліцензій економічно тотожний оренді винаходу як товару, оскільки власник науково-технічних знань передає права на користування ними на певний строк, зберігаючи за собою право власності на них.

Відмінність міжнародних ліцензійних операцій від операцій купівлі-продажу товарів полягає в такому:

- об'єкти ліцензійних операцій — винахід, передовий технологічний досвід — з'являються без прямої орієнтації на ринок. Часто вони виникають у процесі вдосконалення власного виробництва в межах компаній. Тому реалізація винаходів і технологічних нововведень на комерційній основі не є єдиною та кінцевою метою виконаних наукових досліджень і розробок. Цим об'єкт ліцензії відрізняється від об'єкта договору купівлі-продажу товару, спеціально виробленого для задоволення конкретних потреб покупців;
- на відміну від угод купівлі-продажу, зацікавленість ліцензіара в наданні ліцензії нерідко зумовлена не суто комерційним розрахунком, а прагненням до завоювання міцних позицій на зарубіжному ринку на основі встановлення довгострокових зв'язків з партнером.

У цьому разі відшкодування витрат на НДДКР, тобто одержання еквівалента їхньої вартості (хоча б частково) може відсуватися на другий план;

- якщо при виконанні угоди купівлі-продажу товар остаточно відчужується від свого виробника, то в ліцензійних операціях повного відчуження, як правило, не відбувається, оскільки за ліцензіаром зберігається як право власності на винахід, так і здебільшого право самостійного виробництва об'єкта ліцензії та його продажів третім особам на умовах, що не порушують укладену угоду;

- у ліцензійних операціях відбувається передача ліцензіату прав на спосіб господарювання. Економічним результатом при продажу ліцензії є “технологічна” рента — плата за доступ до господарського використання науково-технічних рішень, що перебувають у приватній власності.

Реалізована у вигляді ренти монополія на науково-технічні досягнення — одна зі складових ціни ліцензії. Іншою важливою складовою ціни ліцензії є частина витрат на відтворення об'єкта ліцензії. Кількісна міра цих витрат — не їхня фактична величина в ліцензіара, а ті можливі витрати, яких ліцензіат мав би зазнати з урахуванням фактора часу для створення таких самих або аналогічних науково-технічних рішень.

Міжнародна торгівля ліцензіями — основна форма науково-технічного обміну між країнами. Торгівля патентами на світовому ринку відіграє незначну роль, оскільки через ускладнення наукових досліджень і зростання потреби у якнайшвидшому впровадженні їхніх результатів у виробництво придбання тільки патенту не може забезпечити ефективного використання науково-технічних знань, що містяться в ньому. Виробництво запатентованої продукції практично стало можливим лише при одночасній передачі прав власника патенту на секрети виробництва і подання ним технічної допомоги в освоєнні запатентованого винаходу. Це привело до того, що міжнародна торгівля патентами в сучасних умовах поступилася місцем торгівлі ліцензіями.

Важливим способом проникнення на важкодоступні ринки є продаж ліцензій з метою розширення інвестицій і придбання частки у створюваних або вже діючих іноземних підприємствах, особливо в тих країнах, де через політику уряду неможливо створити суто іноземні компанії. З огляду на це багато фірм обов'язковою умовою

продажу ліцензії висувають участь у капіталі підприємства, де вироблятимуть товари за проданою ліцензією. У фінансовому відношенні така участь оформляється або за допомогою купівлі акцій підприємства, або в результаті постачання технологічного устаткування для налагодження виробництва товарів за ліцензією, або внаслідок одержання акцій як винагороди за ліцензію.

Міжнародне ліцензування є засобом подолання торгово-політичних бар'єрів в іноземних державах, оскільки продукція, що випускається за ліцензією в іншій країні, на ринку цієї країни більш конкурентоспроможна, ніж іноземні товари, причому місцевий виробник завжди краще може врахувати специфіку ринку. Продаж ліцензій також дає можливість великим компаніям обмежувати конкуренцію на світових ринках і домагатися монопольного становища за допомогою внесення в ліцензійну угоду територіального застереження, що забороняє фірмі-ліцензіату збувати продукцію, вироблену за ліцензією, поза межами визначеної території. Міжнародне ліцензування широко застосовується з метою сприяння розширенню прямого товарного експорту. Досить часто надання ліцензії передувє згода покупця ліцензії придбати в ліцензіара устаткування, необхідне для налагодження виробництва за ліцензією, а також окремі частини і вузли для складання продукції, що виробляється за ліцензією, або сировину для її виробництва. Іноді фірма продає ліцензії за кордон з метою забезпечити собі дешеву продукцію або напівфабрикати з підприємств ліцензіата.

Важливим чинником розвитку міжнародної торгівлі ліцензіями є комерційна зацікавленість у здійсненні цих операцій з боку як ліцензіара, так і ліцензіата. Ліцензіар, продаючи за кордон ліцензію, має можливість у найкоротший термін окупити витрати на науково-дослідні роботи, на розробку винаходу. Крім того, ліцензіар одержує додаткові прибутки за рахунок швидкого освоєння винаходу і випуску на його основі нових видів продукції, що мають попит на ринку, за рахунок використання місцевої, дешевшої робочої сили і близькості до джерел сировини, подолання валютних і митних обмежень тощо. При цьому він має можливість одержати прибуток, не інвестуючи додатковий капітал у налагодження виробництва й освоєння ринку.

Для ліцензіата купівля ліцензії дає можливість насамперед заощаджувати на науково-дослідних роботах, одночасно одержуючи до-

ступ до передових науково-технічних досягнень. Як правило, сума виплачених ліцензіатом ліцензійних винагород у кілька разів менша за суми, що потрібні на розробку нового технологічного процесу. Придбання іноземних ліцензій використовується також фірмами для здійснення процесу диверсифікації, тобто організації в рамках однієї компанії нових видів різнорідних виробництв з метою збільшення прибутків. Придбання ліцензій дає змогу зекономити час, що особливо важливо в сучасних умовах з огляду на скорочення термінів морального старіння товарів, і одержати доступ до новітніх технічних досягнень.

Значну роль у розширенні міжнародної торгівлі ліцензіями відіграють також політичні чинники, насамперед побоювання націоналізації прямих капіталовкладень, зокрема в країнах, що розвиваються, вжиття заходів щодо обмеження панування іноземного капіталу і зміцнення державної власності. Оскільки дедалі міцніші міжнародні ліцензійні зв'язки виникають між пов'язаними фірмами – материнськими і дочірніми компаніями, що розташовані в різних країнах, їхній зміст і напрями значною мірою визначають інтереси найбільших транснаціональних компаній.

12.3

Види і зміст угод про міжнародне ліцензування

Операції з міжнародного ліцензування можуть здійснюватися на основі таких договорів і угод:

- міжнародна ліцензійна угода, об'єктом якої можуть бути ліцензія на винахід, а також ноу-хау і товарний знак;
- міжнародний договір купівлі-продажу, що включає поставку устаткування. У договорі можуть бути передбачена супутня ліцензія з наданням додаткової інформації про технологічний процес, у якому бере участь це устаткування, а також частина конструкторської документації для можливого виготовлення запасних частин, ремонту устаткування;
- комбіновані міжнародні договори про продаж ліцензій і поставки устаткування. При купівлі ліцензії на виробництво складних машин ліцензіат, крім придбання технічної документації і навчання

фахівців, для якіснішого освоєння виробництва висуває умову про поставку ряду складних вузлів спочатку в готовому вигляді, аби згодом поступово перейти на їхнє самостійне виготовлення;

- міжнародні договори про проектування і будівництво промислових об'єктів. При проектуванні та будівництві промислових об'єктів за кордоном складовою загального договору (контракту) або доповненням до нього може бути ліцензійна частина, яка стосується передачі патентних прав і ноу-хау проекту, об'єкта будівництва, технології й обладнання цього промислового підприємства (супутня ліцензія) і виконання проектних робіт типу інжинірингу;

- міжнародні договори про науково-технічне співробітництво. Таке співробітництво, як правило, передбачає обмін інформацією про науково-технічні досягнення, винаходи, науково-технічні знання тощо, тому в цих договорах часто обумовлюються супутні ліцензії. Якщо відбувається взаємний обмін цими матеріалами, ліцензії можуть бути у формі перехресних, тобто взаємних ліцензій. При перехресних ліцензіях не обов'язково відбуваються взаємні грошові розрахунки, адже у ряді випадків сторони зацікавлені одержати рівнозначну інформацію;

- міжнародні договори про промислове співробітництво, в які можуть включатися умови про надання ліцензій, поставки товарів або надання послуг у різних поєднаннях. Часто основу промислового співробітництва становлять ліцензійні договори, розширені договорами про виробниче кооперування.

Міжнародна торговельна практика сприяла розробці численних варіантів типових ліцензійних угод, що використовуються як основа для складання конкретних угод між сторонами. Типові ліцензійні угоди розробляють різні організації, зокрема комісії ООН, галузеві асоціації промислових фірм, окремі фірми, що здійснюють ліцензійну діяльність у міжнародному масштабі. Великі фірми, які розробили власні типові угоди, вельми неохоче погоджуються на зміну умов цих угод і в такий спосіб диктують свої умови контрагентам.

Міжнародні ліцензійні угоди можуть включати такі основні умови: **Сторони угоди.** Текст ліцензійної угоди починається із зазначення фірмового найменування, юридичної форми і місцезнаходження сторін, що її уклали.

Преамбула. У преамбулі обов'язково зазначаються номери і дати видачі патентів, що лежать в основі угоди, обумовлюються право власності на них ліцензіара і намір ліцензіата використовувати права, які визначаються патентом, за ліцензією. Якщо угода базується на секреті виробництва, то в преамбулі наголошується на праві власності на нього ліцензіара. Якщо патенти ще не отримано, можна зазначити номери і дати подачі патентних заявок до патентних відомств відповідних країн або номери і дати сертифікатів бюро патентів про прийом заявок до розгляду.

Предмет угоди. Предметом міжнародної ліцензійної угоди можуть бути запатентований винахід або технологічний процес, технічні знання і досвід, товарний знак.

Найважливішим об'єктом ліцензійних угод є запатентований винахід. Ліцензіат протягом усього терміну дії угоди зобов'язаний визнавати і захищати дійсність прав патентовласника на цей винахід і не може їх заперечувати. Щоб виключити можливість використання ліцензіатом запатентованого винаходу в непередбачених цілях і точно визначити межі своєї відповідальності за технічну ефективність винаходу, ліцензіар, як правило, включає в угоду або додаток до неї докладний опис винаходу з гарантією визначених технічних характеристик. Оскільки ноу-хау не мають установленого законом статусу охорони від недозволеного використання, у ліцензійній угоді наводяться умови їхньої передачі, а саме: ноу-хау визнаються такими, що є цілковитою власністю ліцензіара як на весь термін дії угоди, так і після його закінчення і пов'язані з певним патентом або торговельним знаком. В угоді в цей пункт зазвичай вносять застереження про повну конфіденційність переданих матеріалів і про порядок ознайомлення з ними персоналу фірми-ліцензіата.

Предметом міжнародної ліцензійної угоди може бути і товарний знак. Право на використання товарного знаку передається ліцензіату разом із правом на використання запатентованого винаходу і ноу-хау. Однак товарний знак може бути предметом окремого ліцензування. В усіх випадках товарний знак, що лежить в основі угоди, залишається власністю ліцензіара.

У сучасних умовах дедалі типовішими стають угоди, що надають ліцензіату право на запатентований винахід або технологічний процес разом з технічними знаннями, досвідом, ноу-хау, а також із правом використання товарного знаку.

Важливою умовою міжнародної ліцензійної угоди є визначення виду ліцензії. При продажу *невиключної (простой)* ліцензії ліцензіар дозволяє ліцензіату на визначених умовах використовувати винахід або секрет виробництва, залишаючи при цьому за собою право як їхнього самостійного використання, так і передачі аналогічних за умовами ліцензій будь-яким іншим зацікавленим особам (фірмам).

У разі продажу *виключної* ліцензії ліцензіар надає ліцензіату виключне, або монопольне, право на використання винаходу або секрету виробництва в межах, обумовлених у ліцензійному договорі, і на певній географічній території, зазначеній в угоді. При цьому ліцензіар відмовляється від самостійного використання цього винаходу, а також від продажу аналогічних ліцензій третім особам на тих самих умовах і на тій самій території. Однак це не позбавляє ліцензіара права на самостійне використання цього винаходу і на видачу ліцензій іншим особам на відмінних умовах і поза визначеною територією. При наданні виключної ліцензії ліцензіар дуже часто додає до угоди різного роду застереження, що обмежують права ліцензіата. Така ліцензія називається *обмеженою виключною*. Найпоширенішими є такі обмеження: позбавлення права ліцензіата на самостійну реалізацію ліцензованої продукції (у цьому разі її продають через збутові органи ліцензіара або якоїсь іншої фірми, призначеної ліцензіаром або вибраної за згодою сторін); заборона експорту продукції або обмеження його визначеною територією (як правило, групою суміжних країн); обмеження використання предмета угоди суворо визначеною сферою (наприклад, використання двигунів внутрішнього згорання тільки в автотракторній або тільки в авіаційній промисловості); обмеження кількості продукції, що випускається за ліцензією, або встановлення максимального рівня її виробництва; обмеження терміну використання ліцензії порівняно з терміном дії патенту; встановлення ліміту цін на виготовлені за ліцензією товари; застереження, що зобов'язує ліцензіата купувати в ліцензіара протягом усього терміну дії угоди сировину, матеріали, деталі, окремі вузли й устаткування, необхідні для виробництва продукції за ліцензією, а також зразки товарів тощо; застереження про мінімальний оборот (якщо протягом обумовленого терміну обсяги виробленої за ліцензією продукції, проданої в якусь країну "території", не перевищують у лі-

цензіата мінімальної суми, то ліцензіар має право вилучити відповідну країну зі сфери дії угоди і надати ліцензію будь-якій іншій фірмі на власний розсуд).

При продажу *повної* ліцензії ліцензіату надаються виключні права на її використання протягом усього терміну дії угоди. На цей період ліцензіар позбавляється права як самостійно використовувати винахід або секрет виробництва, так і видавати ліцензії іншим особам (фірмам). Отже, надання повної ліцензії нагадує повне передання (продаж) патенту. Відмінність цієї угоди від продажу патенту полягає в тому, що ліцензіар залишає за собою право власника патенту і може розірвати ліцензійну угоду при настанні визначених умов або після закінчення її терміну на власний розсуд використовувати предмет ліцензії.

При наданні виключної і повної ліцензій ліцензіат, якщо це передбачено в угоді, може надавати з письмового дозволу ліцензіара сублицензії іншим особам від свого імені в межах наданого йому виключного права.

Платежі. Як відшкодування за надання прав на використання предмета угоди ліцензіат сплачує ліцензіару визначену винагороду.

Форми ліцензійних винагород можуть бути такими:

- винагороди, розмір яких розраховується на базі фактичного економічного результату використання ліцензії (періодичні відсоткові відрахування й участь у прибутку ліцензіата);
- винагороди, розмір яких безпосередньо не пов'язаний з фактичним використанням ліцензії, а заздалегідь встановлюється і зазначається в договорі виходячи з оцінок можливого економічного ефекту й очікуваних прибутків ліцензіата від використання ліцензії (паушальний платіж, передача цінних паперів ліцензіата, передача зустрічної технічної документації).

Періодичні відсоткові відрахування, або поточні відрахування (роялті), встановлюються у вигляді певних фіксованих ставок (у відсотках) і виплачуються ліцензіатом через певні погоджені проміжки часу (щороку, щокварталу, щомісяця або до визначеної дати). Вони обчислюються різними способами: з вартості виробленої за ліцензією продукції; із суми продажів продукції, що ліцензується; з одиниці продукції, що випускається або реалізується, у вигляді відсотка до ціни або собівартості; на спеціально обумовленій базі (з установленної потужності запатентованого устаткування, з кількості перероб-

леної запатентованим способом сировини, виходячи з вартості переробки продукту, вартості або кількості окремих компонентів, спожитих у процесі виробництва, тощо).

Іноді до ліцензійної угоди включається застереження про мінімальну суму винагороди, яку у будь-якому разі повинен виплатити ліцензіат протягом терміну дії угоди. Цей мінімум встановлюється, як правило, у розмірі 50–75 % очікуваних надходжень у другому або третьому році дії угоди, помножених на період (у роках), для якого розраховується винагорода.

Участь у прибутку ліцензіата як форма ліцензійної винагороди означає відрахування на користь ліцензіара визначеної частини (відсотка) прибутку, отриманого ним завдяки використанню цієї ліцензії. Ця частка зазвичай коливається від 20 до 30 % при наданні виключної ліцензії і до 10 % — при невиключній ліцензії. Однак на практиці ця форма винагороди зустрічається дуже рідко.

Паушальний платіж — це певна, твердо зафіксована в угоді сума ліцензійної винагороди. Паушальний платіж практикується зазвичай у таких випадках: при передачі ліцензії разом з поставками устаткування, коли одноразовий характер угоди потребує й одноразового визначення її вартості; при продажу ліцензії маловідомій фірмі; при видачі ліцензії на основі секрету виробництва (як гарантія від збитків у разі його розголошення); коли ліцензіат не хоче допустити контролю ліцензіара за використанням ліцензії; коли в країні ліцензіата існують складнощі з переказом прибутків.

Паушальний платіж може вноситися як одноразово, так і у кілька строків, тобто частинами (наприклад, 50 % — після підписання угоди, 40 % — після поставки устаткування і передачі технічної документації та 10 % — після пуску устаткування). Іноді паушальну суму в абсолютному вираженні розбивають по роках. Перевага паушального платежу — одержання ліцензіаром усієї суми винагороди у відносно короткий термін без комерційних та інших ризиків, що можуть виникнути в період дії угоди.

Початковий платіж готівкою передбачає оплату ліцензіатом певної, встановленої в угоді суми у вигляді одноразового внеску протягом визначеного в угоді терміну або після виконання певних умов (наприклад, через визначену кількість днів після підписання ліцензійної угоди або вступу її в силу; після надання ліцензіаром

технічної документації). Цей вид розрахунку зазвичай застосовується як доповнення до основної форми ліцензійних винагород і використовується в більшості ліцензійних угод, що передбачають виплату винагороди у формі поточних відрахувань. Приблизно 50–60 % ліцензійних угод, що укладаються між фірмами розвинених країн, передбачають початковий платіж як частину ліцензійної винагороди, причому ця практика має тенденцію до розширення.

Передача цінних паперів ліцензіата – акцій і облігацій – як форма винагороди за ліцензійною угодою зустрічається в чистому вигляді або в комбінації з іншими формами приблизно в 15 % ліцензійних угод. Ліцензіар одержує найчастіше від 5 до 20 % акцій ліцензіата, хоча в окремих випадках ця частка може досягати 40 %.

Передача технічної документації як форма платежу набула поширення в японських компаніях. Вона передбачає взаємне надання ліцензій і здебільшого застосовується разом з іншими формами винагороди. В умовах платежу докладно визначається порядок сплати ліцензійної винагороди, а саме: валюта платежу із включенням залежно від обставин валютного застереження; форма розрахунку (порядок і умови відкриття акредитива, терміни переказу платежів); база для вирахування вартості продукції, що випускається, або вартості продажів (у разі винагороди у формі поточних відрахувань) і порядок їхнього обчислення. Умовами угоди детально визначаються обсяг, порядок і форми надання ліцензіаром наукової і технічної допомоги ліцензіату протягом усього терміну дії угоди. Ліцензіар зобов'язаний передати ліцензіату безоплатно або за погоджену сторонами винагороду всі технічні вдосконалення, внесені у винахід, на базі якого надано ліцензію, протягом терміну дії ліцензійної угоди.

Обов'язки ліцензіата за ліцензійною угодою. Основний обов'язок ліцензіата полягає у своєчасній і правильній сплаті винагороди. У забезпечення платежів, що сплачуються ліцензіару, ліцензіат зобов'язаний надати ліцензіару протягом обумовленого терміну гарантію першокласного банку. Банківська гарантія може поширюватися як на всі платежі і на весь термін дії угоди, так і на окремі платежі, на певний строк, після закінчення якого вона або поновлюється, або втрачає силу. Несплата ліцензіатом платежу в

терміни, зазначені в угоді, може бути підставою для дострокового розірвання угоди.

Крім того, ліцензійна угода накладає на ліцензіата велику кількість інших обов'язків, найважливішим з яких є використання ліцензіатом предмета ліцензійної угоди. Для цього в угоді точно визначається дата початку комерційного виробництва продукції за ліцензією. Встановлюється спеціальна умова: якщо ліцензіат протягом визначеного терміну не почне комерційного виробництва продукції за ліцензією, він буде позбавлений права на її використання, і ліцензіар може продати її будь-якій третій стороні. Ця умова включається в угоду з метою спонукати ліцензіата до використання ліцензії і позбавити його можливості покласти винахід “під сукно”. Умова про використання ліцензіатом отриманої ліцензії має принципове значення як з погляду одержання ліцензіаром належних платежів (у разі платежу у формі поточних відрахувань і участі в прибутку), так і з інших мотивів (зокрема, якщо він зацікавлений у проникненні на ринок ліцензіата, а цьому заважають торгово-політичні бар'єри, а також коли ліцензіат скуповує ліцензії на передові винаходи з метою їхнього заморожування).

Ліцензіат зобов'язаний дотримуватися технічних і якісних стандартів, передбачених у технічній документації, для забезпечення відповідної якості продукції, що випускається за ліцензією. Через недотримання ліцензіатом технічних вказівок часто стає неможливим практичне використання винаходу, що зрештою може призвести до розірвання угоди. Тому в ряді випадків в угоді обумовлюється обов'язок ліцензіата застосовувати відповідну сировину, матеріали тощо. В угоду може бути включене застереження про те, що ліцензіат зобов'язаний випускати товари такої самої якості, як на підприємствах ліцензіара, аби не зашкодити комерційній репутації останнього. Це особливо важливо, коли ліцензіат використовує торговельний знак ліцензіара.

Протягом терміну дії угоди ліцензіат не може займатися прямо або непрямо виробництвом продукції, що аналогічна тій, яка випускається за ліцензією, і могла б конкурувати з нею. Спеціальною умовою угоди ліцензіат, як правило, зобов'язується зазначати на продукції, що її випускають за ліцензією, назву фірми-ліцензіара.

Ліцензіар зобов'язаний організувати відповідну рекламу продукції, виробленої за ліцензією. Характер і обсяг реклами в кожному окремому випадку визначається звичаями, що існують у відповідній галузі промисловості. Конкретні питання вибору рекламних засобів спеціально обумовлюються в угоді. В усіх проспектах та інших рекламних матеріалах, якщо про це сказано в угоді, повинна бути зазначена назва фірми-ліцензіара.

Термін дії ліцензії та умови припинення дії ліцензійної угоди.

Ліцензійні угоди зазвичай укладають на точно визначений термін, однак у них можуть міститися застереження, що передбачають можливість автоматичного чи іншого продовження чи поновлення угоди або ж, навпаки, її дострокового розірвання. Тривалість терміну дії ліцензійної угоди залежить насамперед від терміну, протягом якого експлуатація предмета ліцензії дає певні вигоди сторонам. Так, якщо освоєння ліцензії потребує значних капіталовкладень, великих витрат часу на впровадження у виробництво, і лише після цього настає період експлуатації предмета ліцензії, а значить, економічна віддача, то термін дії такої угоди буде тривалішим.

12.4

Обмежувальна ділова практика в сфері обміну технологіями

Обмеження конкуренції в сфері передачі технології — нормальна ділова практика, що впливає з використання патентовласником монопольних прав на винахід у рамках, установлених відповідним законодавством.

Методи і засоби, використовувані ТНК для обмеження ділової практики, можна охарактеризувати в такий спосіб:

- свідоме обмеження поширення технічних нововведень.

Фірма сама може вирішити, як використовувати патент — лише у країні його видачі чи самостійно, відмовляючись надавати на нього ліцензії іншим зацікавленим фірмам. Створюючи патентні фонди, великі компанії можуть штучно блокувати ринкові операції конкурентів або навіть певні напрямки науково-дослідних робіт;

- обмеження операцій ліцензіата як конкурента. Права ліцензіата обмежуються в такий спосіб: заборона використовувати технологію після закінчення терміну дії відповідного патенту, заборона на здійснення ліцензіатом самостійної технічної політики, тобто виконання НДДКР за певними напрямками, заборона на придбання конкуруючої технології;

- обмеження свободи комерційної діяльності ліцензіата в результаті зазначення рівня виробництва, допустимої частки ринку, допустимих цін (ліміт цін); заборони займатися виробництвом і збутом конкуруючої продукції; установлення лімітів на експорт ліцензованої продукції; вимоги оплати ліцензії акціями ліцензіата; участі в управлінні підприємством ліцензіата; встановлення режиму платежів (вимога платежів за незареєстровані патенти або патенти, які з тих або інших причин втратили чинність); багаторазового стягування платежів; обумовлення гарантованих сум платежів;

- утворення союзів монополістів на суто патентній базі. Як правило, це двосторонні союзи, в основі яких — перехресне ліцензування прав на промислову власність. Ці союзи виникають у тому разі, коли фірми здійснюють науково-технічне співробітництво або володіють залежними патентами, без об'єднання яких у спільну структуру жодна з фірм не зможе розпочати виробництво. Такий технологічний обмін (що є звичайною комерційною практикою) доповнюється розподілом ринків, дискримінацією конкурентів і посиленням контролю над ринком, тому що перехресне ліцензування дає змогу організувати діяльність, використовуючи не тільки власні патенти, а й патенти партнера. Наприклад, англійська фірма “Бічем” і американська “Бристол-Майерз” розподілили ринки Великобританії та США за номенклатурою медикаментів, які вони виробляють, “Дюпон” за умовами обміну патентами з “ІКІ” тривалий час залишався монополістом на ринку США з виробництва поліетилену і териліну;

- утворення патентних пулів на основі об'єднання ліцензій, виданих на свої патенти, в єдиний блок, відкритий для аутсайдерів. У результаті захищеними від зовнішньої конкуренції виявляються цілі галузі промисловості, усередині якої члени пулу одержують свободу як щодо розподілу ринку і ціноутворення, так і щодо скуповування новинок техніки. Так, у США діяли національні патентні пули в скляній і тютюновій промисловості, ви-

робництві антибіотиків, санітарного устаткування, радіотехніки, машин для взуттєвої промисловості. Нерідко учасники пулів групуються навколо патенту або блоку патентів і утворюють міжнародні картелі (наприклад, електроламповий картель, патенти якого були зосереджені в адміністративному центрі картелю – товаристві “Фебус” зі Швейцарії). “Дженерал електрик” і “Вестингауз” брали участь у міжнародному електротехнічному картелі, куди входило ще 40 фірм різних країн, і мали налагоджені патентно-ліцензійні зв'язки з усіма найбільшими західноєвропейськими фірмами.

Ці засоби обмеження конкуренції дають змогу ТНК перерозподіляти на свою користь так звану технологічну ренту, що її дає приватна власність на результати науково-дослідних робіт, посилювати свої позиції на ринку на шкоду немонополізованим галузям.

Країни, що розвиваються, ведуть боротьбу з транснаціональними компаніями, і часто успішно, за наведення порядку у сфері передачі технології за такими напрямками: використання заходів національної держави для захисту своїх інтересів, тобто державне регулювання питань, пов'язаних із придбанням іноземної технології; об'єднання зусиль окремих країн на регіональній основі; розробка принципів одержання технології; залучення міжнародних організацій з метою усунення обмежувальних умов, пов'язаних з передачею технології; розробка Міжнародного кодексу поведінки в сфері передачі технології. Рішення про необхідність вироблення такого кодексу було прийнято Генеральною Асамблеєю ООН у 1974 році. У 1978 р. під егідою ЮНКТАД був підготовлений проект цього документа. Мета кодексу – сформулювати міжнародні норми, здатні забезпечити країнам, що розвиваються, доступ на рівноправних і недискримінаційних умовах до передової технології, якою монополюють ТНК.

Було прийнято рішення розглядати проект кодексу як рекомендаційний документ, а також досягнуто згоди щодо визначення об'єктів і сфери застосування нормативного акта. Його об'єктами можуть бути: технологічні угоди; проекти “під ключ”; продаж або надання за ліцензією прав на об'єкти промислової власності; технологічний зміст угод про подання технічної допомоги, а також з виробничого кооперування.

12.5 Міжнародний франчайзинг

Договір франчайзингу — це контракт на передачу товарної марки, технології надання послуг або продажу товарів. Угоду укладають дві сторони:

- франчайзер (продавець) — транснаціональна компанія, що володіє певною товарною маркою, технологією надання послуг або продажу товарів, технологією організації торгівлі або дистрибуції товарів, які є предметом франчайзингових угод;
- франчайзі (покупець) — місцева компанія, яка використовує надані франчайзером за угодою торгові марки, технології тощо.

Продавець не тільки передає покупцю право на використання товарної марки, а й подає йому допомогу в організації та веденні бізнесу у вигляді надання технічних послуг, реклами, підготовки кадрів та підвищення їх кваліфікації, поставок та ін. Франчайзі за ці послуги вносить одноразову плату при організації бізнесу і здійснює періодичні платежі, а також зобов'язується вкласти в цю компанію частину свого капіталу та надавати послуги в сфері маркетингу і менеджменту. Франчайзер бере участь в управлінні та контролі за послугами, що надаються франчайзі.

Усі франчайзингові системи є транснаціональними. Франчайзі не володіє компанією, бо отримує її лише на умовах лізингу. Він також одержує фіксовану плату незалежно від прибутку компанії, всю іншу частину прибутку отримує франчайзер.

Франчайзингову угоду укладають на 3–5 років, що дає можливість у подальшому поновлювати або не поновлювати угоду. Така угода сприяє поширенню міжнародних стандартів якості та технологій.

У чинній франчайзинговій угоді мають виконуватися три умови:

- стандартизація продукції та якості, що забезпечується за допомогою технічного контролю з боку франчайзера, за допустимої адаптації до місцевих умов;
- компанія повинна мати високу репутацію у споживача, щоб її товарна марка стала предметом купівлі-продажу;
- у всіх франчайзингових операціях мають бути забезпечені технологія і якість.

Франчайзинг зародився у США в XIX ст. і нині охоплює 35–50 % обороту роздрібною торгівлі. Сфера діяльності франчайзингових фірм — ресторанний бізнес, продаж автомобілів, бензоколонки, роз-

лив безалкогольних напоїв, продукти харчування та ін. Найвищими темпами франчайзинг розвивається у сферах професійних послуг, швидкого харчування, оренди автомобілів, обслуговування офісів і останнім часом поширився по всьому світу. Найчастіше використовується такий спосіб проникнення франчайзера в іншу країну: як основного франчайзі вибирають місцеву фірму, якій передають права на використання товарної марки і яка може передавати це право іншим місцевим фірмам. У ряді випадків за кордоном відкривається кілька торгових точок, які виконують рекламні функції, приваблюючи місцевих потенційних покупців. Яскравим прикладом застосування франчайзингу є компанія “Макдональдс”, яка функціонує в 109 країнах світу. Лише протягом 1997 р. ця компанія відкрила 2110 нових ресторанів, отримала чистий дохід в розмірі 1642,5 млн дол., що на 8 % більше, ніж попереднього року, досягла обсягу продажу на суму 33638,3 млн дол. (Овчинников Г. П. Международная экономика. — СПб., 1999. — С. 242).

Загалом за останні десять років масштаби використання франчайзингових систем значно зросли, нині вони існують майже в усіх сферах бізнесу. У США близько 540 тис. фірм працюють на умовах франчайзингу. Інформацію про поширення франчайзингу в ряді європейських країн наведено в табл. 5 (Франчайзинг // Бизнес и Политика. — 2000, № 18/99. — С. 18).

Таблиця 5

Франчайзинг у країнах ЄС у 1999 році

Країна	Кількість франчайзерів	Кількість франчайзі
Бельгія	82	4100
Данія	10	30
Франція	700	30300
Італія	210	12500
Нідерланди	255	8800
Іспанія	100	9000
Великобританія	295	16600
Німеччина	190	9100

В Україні франчайзинг існує, проте розвивається повільними темпами, оскільки існуюча правова база не врегульовує цих відносин. Підприємці та споживачі не звикли платити за такі нематеріальні цінності, як товарна марка або передача досвіду. Не сприяє розвитку франчайзингу і недовіра до іноземних компаній, якщо вони пропонують щось більше, ніж проста операція купівлі-продажу. Разом з тим франчайзинг може стати альтернативою традиційним сферам вкладення капіталу, тому що із загостренням конкуренції прибутковість останніх зменшується. Крім того, практика показала, що франчайзингові угоди знижують ризик на початку комерційної діяльності і в подальшому є стабільним видом бізнесу. Так, у США протягом перших трьох років зазнають невдачі менше 2 % франчайзі, тоді як у сфері підприємництва загалом цей показник досягає 50–70 %. Дослідження, виконане міжнародною франчайзинговою асоціацією, виявило, що серед її членів кількість банкрутств не перевищує 1 %. В Україні інтенсивно розвивається мережа ресторанів компанії “Макдональдс”. Отже, слід зазначити початок і високу перспективність розвитку франчайзингу в Україні.

Переваги франчайзингу:

- орієнтація на успіх для його учасників, що відрізняє його від інших концепцій бізнесу. Характерною ознакою франшизи (ліцензії великої та відомої фірми дрібному підприємцю на продаж продукції чи надання послуг під її маркою) є не продукт або послуга сама по собі, а якість системи;
- значні можливості для бізнесменів, адже ця система дає змогу здійснювати успішний бізнес, навіть якщо він і невеликий, дає йому можливості для розвитку;
- збереження права власності;
- широке і швидке розширення свого бізнесу, для чого не потрібно брати кредити і серйозні фінансові зобов'язання;
- ефективніший контроль з боку виробників над реалізацією своєї продукції порівняно з іншими способами;
- мінімізація ризиків, що пов'язані із започаткуванням нової справи;
- використання чужого досвіду, що набутий методом спроб і помилок;
- економія на рекламі;
- запозичення управлінського досвіду, можливість мінімізації податків тощо.

Питання для самоконтролю

1. У чому полягають особливості здійснення операцій з передачі технологій?
2. Назвіть основні види технологій, які можуть бути предметами міжнародної торгівлі.
3. Поясніть роль транснаціональних компаній у міжнародній торгівлі технологіями та назвіть основні напрями їх діяльності у цій сфері.
4. Порівняйте операції купівлі-продажу готової продукції та ліцензій. Що у них є спільного і відмінного?
5. Охарактеризуйте основні види угод, які передбачають продаж ліцензій.
6. Які є види ліцензій та в чому полягають їх відмінності?
7. Назвіть особливості оплати ліцензійних угод.
8. Чи можна розглядати міжнародну торгівлю ліцензіями як інструмент обмеження ділової практики?
9. Особливості міжнародних угод франчайзингу.

МАУП

Реалізація міжнародного співробітництва між корпораціями

13.1

Основні напрями розвитку науково-технічних зв'язків

Міжнародне виробничо-технічне співробітництво, що складається безпосередньо в матеріальному виробництві, стало важливою формою зовнішньоекономічної діяльності іноземних фірм і охоплює такі види діяльності компаній різних країн:

- *спільна організація виробництва* кінцевої продукції на основі міжнародної спеціалізації і кооперування виробництва;
- *розробка і виконання спільних виробничих програм* з випуску новітніх видів продукції;
- *спільна участь у спорудженні великих промислових об'єктів*, що потребує об'єднання спеціалізованих видів діяльності, науково-технічного співробітництва та ін.

Найглибшою формою виробничого співробітництва в сучасних умовах є виробниче кооперування, в основі якого лежить розвиток спеціалізації виробництва. Основними причинами поглиблення міжнародної виробничої кооперації є посилення процесів спеціалізації і диверсифікації виробництва, а також зростання темпів і масштабів науково-технічної революції, що втілюється у швидкій змінюваності асортименту продукції та зростанні обсягів витрат на наукові дослідження і розробки в сфері як удосконалення технології, так і створення нових продуктів із заздалегідь заданими властивостями.

Під *міжнародними виробничо-технічними зв'язками* розуміють відносини між самостійними виробниками різних країн (як об'єднаними, так і не об'єднаними єдиним титулом власності) у сфері ви-

робництва, науки і техніки, зумовлені єдністю конкретного цільового призначення із застосуванням організаційних і правових форм здійснення цього співробітництва. Розкриваючи окремі компоненти цього поняття, слід пояснити, що під міжнародними розуміють як внутрішньофірмові, так і міжфірмові зв'язки ТНК. Виробничо-технічні зв'язки ТНК мають такий складний характер, що формальне укладання угоди про виробниче співробітництво між двома або кількома міжнародними фірмами однієї національної належності не означає, що в створенні кінцевого продукту беруть участь господарські одиниці тільки цих країн.

Під виробничо-технічними зв'язками розуміють сфери і характер взаємодії між окремими самостійними виробниками, що виявляються у формі обміну матеріально-речовинними результатами їхньої діяльності. Виробничо-технічні зв'язки варто відрізнити від операцій з обміну науково-технічними знаннями й іншими послугами, в основі яких лежить обмін товарами, що виступають у формі послуг і не мають матеріально-речовинного змісту (у вигляді продукту праці). Під словом “зв'язки” розуміють відносини між виробниками, які виникають у результаті застосування організаційних форм, що передбачають узгодження, координацію, взаємодію між різними суб'єктами. У вітчизняній економічній літературі використовують різні поняття, що охоплюють такі види взаємодії суб'єктів, як, наприклад, кооперація, виробнича кооперація, співробітництво й ін. На наш погляд, у цих поняттях змішується не лише форма співробітництва, а й вид міжнародної економічної діяльності як результат цього співробітництва. Отже, можна говорити, що виробниче кооперування – це один з видів виробничих зв'язків. Крім нього, слід виокремити такий вид, як спільне спорудження промислових об'єктів, спільне виконання науково-дослідних робіт (програм).

Розвиток міжнародних виробничо-технічних зв'язків безпосередньо викликаний і зумовлений загостренням конкурентної боротьби на світовому ринку. Це підштовхує ТНК до розподілу сфер впливу у виробничій сфері, що означає переміщення конкурентної боротьби зі сфери збуту в сферу безпосереднього виробництва. Нині сфери панування найбільших компаній розподіляються заздалегідь, до початку виробництва тих або інших продуктів (це стосується насамперед машин і устаткування), що, зокрема, виявляється у реалізації міжнародних виробничо-технічних зв'язків.

Відповідно до викладеного вище уявлення про поняття “міжнародні виробничо-технічні зв'язки”, можна класифікувати ці зв'язки залежно від об'єкта (сфери) співробітництва й організаційних форм його здійснення. У свою чергу, об'єкти (сфери) співробітництва можна класифікувати, виходячи з принципу єдності конкретного цільового призначення і характеру діяльності компаній, що співпрацюють. Об'єктами (сферами) виробничо-технічних зв'язків є виробниче кооперування і спільне спорудження промислових об'єктів.

Конкуренція між найбільшими ТНК на світовому ринку дедалі більше переміщується в сферу регулювання номенклатури і масштабів їхньої виробничої діяльності, а також ступеня участі в міжнародному поділі праці.

Виробнича кооперація застосовується дедалі ширше, у тому числі за допомогою розмежування виробничих програм між фірмами одного профілю, підвищення їхньої конкурентоспроможності в результаті передачі і впровадження на підприємствах передових науково-технічних досягнень.

Визначальну роль у розвитку міжнародних виробничих зв'язків відіграло прагнення компаній до забезпечення свого виробництва стабільними і дешевими джерелами сировини, які розміщені в країнах, що розвиваються, з метою зниження собівартості виробленої продукції і, отже, підвищення рентабельності виробництва. З цією ж метою ТНК розширюють економічний і політичний вплив у світі, що заохочувалося різними заходами фінансового й організаційного сприяння з боку держав. Ці й інші чинники зумовили стрімкий розвиток такої форми співробітництва фірм, як спільне спорудження виробничих підприємств у країнах, що розвиваються.

Основну увагу транснаціональні компанії приділили створенню спільних підприємств для здійснення виробничо-технічного співробітництва, у тому числі спільного використання патентів і ліцензій та реалізації угод про кооперацію і спеціалізацію виробництва. Створення спільних підприємств широко використовується ТНК для будівництва промислових підприємств, що потребують особливо складного і дорогого устаткування, значних капіталовкладень, що окупаються лише при виробництві у великих масштабах. За допомогою цих підприємств можна налагодити виробництво нових видів продукції, що пов'язано з певним ризиком і великими витратами на освоєння нових технологічних методів.

Характерною ознакою застосовуваних міжнародними компаніями форм організації такої діяльності є те, що в їхній основі зазвичай лежить змова або погоджена політика фірм стосовно як питань визначення цін і обсягів виробництва, так і розподілу ринків збуту, джерел сировини, сфер впливу.

13.2

Організаційні форми міжнародного виробничо-технічного співробітництва

Для реалізації конкретних цілей виробничо-технічних зв'язків застосовуються певні організаційні форми і методи. До цих організаційно-правових форм належать:

- угоди про промислове співробітництво, які відрізняються залежно від об'єкта (сфери) співробітництва та інших умов, що визначають їхній характер;
- об'єднання фірм у формі промислових консорціумів, асоціацій;
- створення спеціалізованих органів з координації, узгодження діяльності, консультування фірм, що співпрацюють.

Угоди про промислове співробітництво укладають з метою передачі технічних знань або обміну ними, пошуку кращих умов виробництва і використання робочої сили, розширення серійного виробництва, спеціалізації виробництва, пошуку нових ринків, скорочення витрат виробництва тощо. Здебільшого у цих угодах передбачається обмін послугами або товарами між зацікавленими сторонами. В окремих випадках продукція, одержувана в результаті промислового співробітництва, використовується для оплати інших поставок або послуг, що є частиною договору.

Характер договорів про промислове співробітництво визначає тривалість терміну його дії. Коли договори про промислове співробітництво пов'язані зі спорудженням великого промислового об'єкта, вони повинні обов'язково діяти протягом кількох років після остаточного приймання промислового об'єкта, аби міг виявитися результат співробітництва. Період дії цих договорів, термін їхнього вступу в силу, а також способи продовження або розірвання завжди чітко обумовлюються.

Перш ніж укласти договір про промислове співробітництво, фірми, як правило, здійснюють попередні дослідження щодо можливостей і рентабельності планованої операції. Зазвичай ці дослідження охоплюють такі питання:

- національне законодавство й економічне становище країн;
- міжурядові угоди, що можуть впливати на договір про промислове співробітництво, який планують укласти;
- вивчення ринку і можливостей збуту продукції, що може бути отримана в результаті промислового співробітництва;
- можливі сфери промислового співробітництва.

Іноді до прийняття остаточного тексту договору про промислове співробітництво сторони укладають попередню угоду (договір), якою, зокрема, передбачаються: період планованого співробітництва; основні напрями (сфери) співробітництва; положення про технічні і комерційні секрети, що розкриваються в ході попередніх переговорів; попередні заходи, необхідні для здійснення співробітництва, і договірні положення, що їх треба прийняти з огляду на ці заходи; умови вступу в силу остаточного договору; можливість подальшого поглиблення співробітництва.

Об'єднання фірм. Залежно від організаційно-правової форми фірми поділяються на спільні підприємства (товариства), що мають форму юридичної особи, і договірні об'єднання — консорціуми, асоціації та інші, які не є юридичною особою.

Спільні підприємства створюються у результаті об'єднання капіталів, що належать підприємцям двох або кількох країн, для здійснення ними спільної діяльності. Спільне підприємство (фірму) реєструють у країні одного із засновників на основі чинного у цій країні законодавства, що визначає місцезнаходження її штаб-квартири, отже, і національність. Існує широке коло форм створення спільних компаній: обмін акціями між фірмами, що зберігають свою господарську самостійність; розподіл акціонерного капіталу між засновниками на паритетних умовах або у визначених співвідношеннях, встановлених законодавством країни реєстрації; придбання іноземною компанією частки пакета акцій національної фірми, який не дає їй права контролю, та ін.

Цілі створення спільних підприємств — реалізація угод про спеціалізацію і кооперування виробництва; спорудження великих промислових та інших об'єктів, що окупаються лише при вироб-

ництві у великих масштабах; угоди про налагодження виробництва нових видів продукції, що пов'язано з відомим ризиком і великими витратами на освоєння нових технологічних методів. Спільне підприємство широко застосовується для здійснення науково-технічного співробітництва, у тому числі спільного використання патентів і ліцензій, технологічного досвіду і знань.

Створення спільних компаній зазвичай служить якимось конкретним цілям і має певні спонукальні мотиви. Найчастіше спонукальними мотивами є такі: усунення прямої конкуренції між засновниками; об'єднання зусиль у певній сфері господарської діяльності; одержання певних пільг і привілеїв (при оподатковуванні, видачі підрядів) у країні місцезнаходження та ін. Спільні підприємства дають змогу здійснювати науково-дослідні роботи в нових сферах у ширших обсягах, поєднувати засоби кількох компаній, коли кожна з них окремо не має достатніх ресурсів для виконання власних робіт; розподіляти ризик, пов'язаний з освоєнням нового продукту, між усіма учасниками.

Консорціум — це тимчасове об'єднання на договірній основі обмеженої кількості незалежних у юридичному і господарському відношенні фірм, створюване на певний строк з метою координації їхніх дій для досягнення кінцевого результату, визначеного його учасниками. Консорціуми створюють найчастіше для реалізації великомасштабних проектів, які з фінансових, технічних та інших причин потребують об'єднання зусиль кількох партнерів. Відносини між учасниками консорціуму будуються на основі договору про консорціум, у якому розподіляються зобов'язання і відповідальність партнерів у зв'язку з будівництвом об'єкта, а також управлінські функції в період і після його створення. Консорціум не є юридичною особою, і фірми, що належать до нього, повною мірою зберігають свою самостійність. Перед замовником консорціум може бути представлений одним з його членів, що його призначають з цією метою і називають головною фірмою, провідною фірмою або лідером.

Зазвичай головною у консорціумі стає фірма, яка є найпотужнішою економічно і фінансово, а також має технологічний та організаційно-управлінський пріоритет. При цьому враховується і наявність стійких ділових зв'язків із приватними фірмами і банками в країні замовника.

Консорціум бере на себе загальну відповідальність перед замовником за виконання всього обсягу робіт, одночасно розподіляючи кон-

кретну відповідальність між усіма учасниками. Учасники консорціуму — це, як правило, не тільки виробничі, а й інжинірингові, торговельні, фінансові та страхові компанії.

Міжнародна практика організації консорціумів одержала в сучасних умовах широкий розвиток, тому що має значні переваги перед іншими формами об'єднання фірм. По-перше, це проста і зручна форма об'єднання, що дає змогу використовувати спеціалізацію, практичний досвід і знання всіх його учасників. По-друге, це найгнучкіша форма організації міжнародних договірних зв'язків, оскільки договір може бути розірваний у разі невиконання сторонами своїх зобов'язань. Однак слід мати на увазі, що в міжнародних консорціумах, де сторони договору є суб'єктами різних систем національного права, необхідно узгодити між його учасниками питання про право, яке застосовується до договору.

Асоціація являє собою об'єднання в результаті укладення договору між двома або кількома фірмами з метою виконання певних угод. Суть її полягає в тому, що договірні сторони вносять частину необхідного капіталу і пропорційно своєму внескові користуються результатами угод (якими можуть бути як прибутки, так і збитки).

Необхідною умовою договору про утворення асоціації є те, що відповідальність за укладеними угодами несуть учасники асоціації, а не сама асоціація. Створення асоціації підпорядковується національному праву країни — учасниці угоди. При цьому у країнах, що розвиваються, державні організації, які беруть участь у такого роду об'єднаннях, не виступають як органи державної влади, часто їх представляють відповідні господарські організації.

Спеціалізовані органи здійснюють координаційну діяльність між фірмами-партнерами в міжнародному виробничо-технічному співробітництві. Це комітети, створювані на паритетних засадах, або групи, статус яких передбачається відповідними юридичними нормами однієї з країн або третьої країни. Такі групи можуть оформлюватися лише як асоціації, що не є самостійними юридичними особами, або можуть набувати статусу товариства, яке розпоряджається фінансовими коштами, необхідними для здійснення співробітництва. Однією з організаційних форм, що їх використовують для узгодження діяльності фірми-партнери, можуть бути наради компетентних органів відповідних фірм.

Вибір організаційної форми залежить від різних обставин.

Організація науково-технічного міжфірмового кооперування

Здійснення спільних наукових досліджень — одна з важливих сфер співробітництва в міжнародному виробничому кооперуванні іноземних фірм.

Основні напрями міжнародного науково-технічного кооперування, що визначають його зміст, можуть бути такими:

- фундаментальні дослідження;
- прикладні дослідження;
- технічні розробки (дослідно-конструкторські, технологічні, проектні, організаційні) і дослідне виробництво;
- освоєння нововведень (технічне й економічне);
- поширення нововведень.

Науково-технічне кооперування завершується створенням дослідного зразка виробу і його дослідним виробництвом. Учасники коопераційної угоди можуть реалізовувати результати науково-технічного кооперування як товар або на їхній основі продовжити свої відносини у виробничому кооперуванні. Таким чином, якщо науково-технічне співробітництво має на меті розробку, створення й освоєння нових видів продукції, то виробничо-технічне кооперування спрямоване на матеріально-технічну підготовку й організацію самого виробництва: проектування, будівництво, оснащення підприємства устаткуванням, надання технічних послуг (інжинірингових та інших).

У сучасних умовах міжнародне міжфірмове науково-технічне кооперування дедалі частіше є невіддільною складовою і передумовою міжнародного виробничого кооперування.

Види науково-технічного кооперування визначають залежно від цілей і завдань співробітництва і поділяють на такі:

- спільна розробка і створення нових видів виробів і технологічних процесів;
- спільне вирішення технологічних проблем у сфері вдосконалення традиційних виробів, що випускають фірми, або їхніх компонентів;
- спільна розробка великих науково-технічних програм, фінансованих частково або в повному обсязі на кошти держав, фірми яких беруть участь у кооперуванні;

- обмін науково-технічними знаннями і передовою науковою інформацією.

Фірми прагнуть об'єднати зусилля при створенні нової продукції, розробці нової, досконалішої технології і впровадженні нововведень у виробництво. Особливістю науково-технічного кооперування є те, що воно охоплює здебільшого сферу прикладних досліджень, яка тісно пов'язана з комерційним впровадженням у виробництво отриманих наукових результатів, що можуть набувати форми товару. Нині значно поширилося науково-технічне кооперування, спрямоване на вирішення вузьких технічних проблем у сфері розробки принципово нових видів компонентів і частин спеціалізованої продукції компаній — учасників кооперації, а також на удосконалення традиційних видів наукоємної продукції, що її випускають ці компанії. Характерно, що саме вузька проблематика конкретних видів науково-дослідних робіт дедалі більше переважає в міжнародному науково-технічному кооперуванні. Це зумовлено значною мірою прагненням фірм, по-перше, доповнити власні дослідження за основними напрямками своєї науково-дослідної і виробничої діяльності і, по-друге, встановити зв'язки з конкурентами, щоб у процесі розробки нової продукції визначити умови або її впровадження у виробництво, або, навпаки, заморожування нововведень за допомогою перекресного патентування.

Важлива мета науково-технічного кооперування — уточнення фірмами напрямів власних наукових пошуків. Це особливо актуально для виробників автомобілів — як японських, так і європейських та американських компаній. Характерно, що в такому кооперуванні беруть участь найбільші ТНК однієї галузевої належності, які на світовому ринку є конкурентами щодо кінцевої продукції.

У 80-х роках ХХ ст. американські фірми істотно розширили свою участь у міжнародних науково-технічних зв'язках переважно в електронній та авіаційній галузях промисловості. У 90-х роках ХХ ст. питома вага цих двох галузей становила близько 2/3 загальної суми контрактів про міжнародне міжфірмове науково-технічне співробітництво. Японські фірми найактивніше розвивають міжнародне науково-технічне співробітництво в тих галузях і підгалузях, де вони мають значні досягнення, а саме: побутова електроніка, виробництво напівпровідників, ЕОМ, атомна енергетика, автомобілебудування, суднобудування, чорна металургія. На сучасному етапі помітно по-

силилися міжнародні науково-технічні зв'язки західноєвропейських компаній, що дало їм змогу за відносно нетривалий період часу скоротити своє відставання в таких галузях, як авіаційна промисловість, атомна енергетика.

Обмін результатами наукових досліджень і розробок, новітнім технологічним досвідом, науково-технічними знаннями і передовою науковою інформацією як вид міжнародного науково-технічного кооперування одержав найбільшого поширення між фірмами, що здійснюють розробки за аналогічними або близькими напрямками досліджень. Причому фірми прагнуть укласти угоди про обмін науково-технічними знаннями й інформацією з фірмами приблизно такого самого науково-технічного потенціалу, що може забезпечити відносно адекватність переданих одне одному знань.

Державні організації, крім прямого субсидування і сприяння у виконанні наукових досліджень, дедалі частіше виступають як організатори координаційних центрів з реалізації довгострокових науково-технічних програм у наукоємних галузях промисловості. У зв'язку з цим розвивається тісна кооперація багатьох промислових фірм і державних організацій у здійсненні великих науково-технічних проектів. У міжнародній практиці стало звичайним, коли держава бере на себе значну частину витрат за великими проектами на перших етапах організації робіт, особливо в тих випадках, коли саме держава пропонує проект і визначає його ефективність.

Ефективність міжнародного кооперування багато в чому залежить від правильності вибору напрямів співробітництва, масштабів і завдань намічених кінцевих результатів, а також джерел і умов фінансування. Зростання ролі науково-технічного кооперування зумовлено здебільшого тим, що науково-технічний процес потребує такої величезної концентрації фінансових і матеріально-технічних ресурсів, що жодна фірма, хоч би якою великою вона була, не в змозі здійснювати наукові дослідження в усіх галузях знань. Звідси прагнення навіть найбільших і найпотужніших у фінансовому сенсі компаній до міжнародного кооперування в цій сфері.

Форми науково-технічного співробітництва надзвичайно різноманітні: від обміну науково-технічною інформацією до виконання партнерами спільних науково-технічних програм. Останні передбачають об'єднання фінансових ресурсів, наукових сил, лабораторного обладнання, експериментальних установок, накопиченого досвіду і

знань, включаючи патенти і ліцензії, для спільної роботи над комплексною науковою програмою або науковим проектом. Такі програми виконують на основі угод про науково-технічне співробітництво, в яких визначається механізм зв'язків між партнерами: форми взаємних контактів і контролю, здійснюваного у результаті регулярної звітності; порядок передачі інформації; проведення спільних нарад і конференцій.

Для виконання спільних науково-дослідних робіт можуть створюватися наукові консорціуми, що мають спільний капітал, який розподілений на паї або передбачає внесення платежів до спільного бюджету, а також об'єднані матеріально-технічні засоби, необхідні для наукових досліджень. У тих випадках, коли науково-технічне співробітництво передбачає розподіл між партнерами частин або фаз єдиної програми, з метою координації діяльності партнерів може створюватися координаційний, консультативний або дорадчий орган. Організаційною формою науково-технічного співробітництва можуть бути також спільні науково-дослідні установи (лабораторії, інститути, центри) у вигляді акціонерних товариств із капіталом, розподіленим на паритетних засадах (наприклад, об'єднання 50 західноєвропейських фірм з розробки проблем космічної техніки). Важливе значення має інтенсивний обмін фахівцями, відрядження фахівців до наукових підрозділів партнерів (дослідні центри, лабораторії), а також до державних або університетських науково-дослідних центрів.

Міжнародні консорціуми — найпоширеніша форма реалізації науково-технічного кооперування фірм різних країн, здебільшого за участю державних організацій. Шляхом утворення консорціумів здійснювалися такі широковідомі проекти, як “Аеробус” (за участю фірм і державних організацій Франції, Німеччини, Великобританії, Іспанії) і “Конкорд” (за участю фірм Великобританії, Франції та інших країн). Формально науково-технічні консорціуми є тимчасовими об'єднаннями, однак у їхніх рамках нерідко реалізується тривале (протягом 10–15 років) співробітництво, що включає комплексне кооперування у сфері науково-технічної діяльності. Державні організації брали, зокрема, участь у таких консорціумах, як “Ейрбас індастріз”, “Аріанспейс” та низці інших. Міжнародні консорціуми за допомогою купівлі акцій промислових фірм можуть перетворюватися на спільні підприємства.

У сфері науково-технічного співробітництва міжнародні консорціуми найчастіше утворюють у високотехнологічних галузях, зокрема в авіакосмічній сфері, авіабудуванні тощо, де, як правило, беруть участь державні організації. Для такого консорціуму типовою є двоярусна централізована форма керування. Консорціум зазвичай очолює керуючий комітет, куди входять представники організацій-учасниць. На цьому рівні приймаються принципові рішення з питань фінансування, розподілу робіт між учасниками, щодо загальних напрямів технічної політики. У фірмах — учасниках консорціумів створюють свої органи керування — координаційні комітети, що займаються узгодженням технічних, технологічних, організаційних та інших питань. Залежно від важливості і складності розроблюваних науково-технічних проектів змінюється ступінь участі і розподіл обов'язків між державними організаціями і приватними фірмами. Найчастіше державна організація висуває ідею співробітництва, займається координацією діяльності учасників консорціуму, частковим фінансуванням і забезпеченням сприятливих умов співробітництва.

Міжфірмові науково-дослідні об'єднання, створення спільних дослідних центрів — це також форми реалізації науково-технічного кооперування. Наприклад, в електронній промисловості США організовано центр мікроелектронної й обчислювальної техніки (м. Остін), центр комплексних систем при Стенфордському університеті, лабораторію мікротехніки в м. Берклі, дослідну корпорацію з напівпровідникових приладів у Північній Кароліні та ін. Промислові фірми виявляють велику зацікавленість в участі в роботі таких центрів, оскільки це забезпечує їм не лише одержання новітніх технологій, а й набуття практичного досвіду в здійсненні фундаментальних досліджень.

Важливу роль у науково-технічному співробітництві відіграють також створювані на спільній основі науково-дослідні лабораторії, проектні групи, групи дослідників за участю представників фірм різних країн.

В одержанні інформації, обміні результатами наукових досліджень і розробок, одержанні замовлень і запрошень на участь у міжнародному науково-технічному співробітництві промисловим фірмам сприяють державні організації, союзи й асоціації підприємців та інші організації. Наприклад, у Японії на базі федерації машинобудівних ком-

паній було створено спеціальну дослідну групу з експертів десяти найбільших корпорацій, завданням якої є вивчення всіх планованих за кордоном проектів з метою інформування і можливої участі національних компаній у їхній реалізації.

Питання для самоконтролю

1. Назвіть основні види міжнародної виробничої кооперації між фірмами.
2. Охарактеризуйте основні форми реалізації міжнародної виробничої кооперації.
3. Які форми міжнародної виробничої кооперації є найперспективнішими для українських підприємств? Поясніть, чому.
4. Які напрями міжнародного науково-технічного кооперування можуть бути з успіхом реалізовані українськими виробниками?
5. У чому привабливість створення міжнародних консорціумів при реалізації коопераційних зв'язків?

МАУП

Основні види регламентації міжнародної торгівлі

14.1 Принципи регламентації в міжнародній торгівлі

Успіх міжнародної торговельної діяльності залежить не тільки від рівня конкурентоспроможності національної продукції, а й від знання обставин і можливостей її збуту на міжнародному ринку, а також від додержання принципів, які регламентують роботу на міжнародних ринках.

Регламентація зовнішньої торгівлі нині має ознаки, які зумовлені насамперед основними тенденціями розвитку світової торгівлі 90-х років ХХ ст.: інтенсивним процесом формування єдиних інституціональних форм, правових та інформаційно-технічних норм, а також системи міждержавних угод. На сьогодні вже уніфіковано форми та засоби забезпечення регулювання зовнішньої торгівлі, розрахункові і платіжні операції та документообіг щодо зовнішньоторговельних угод більшості держав, гармонізовано однакові системи, що використовуються у міжнародній торгівлі.

Національним системам регулювання зовнішньої торгівлі властивий високий рівень законодавчого забезпечення, що визначає не тільки права та обов'язки учасників міжнародної торгівлі, а й межі можливостей виконавчої влади. Особливістю сучасного механізму регламентування є високий рівень оснащення інформаційно-технічної бази зовнішньоторговельної діяльності, а також комплексний підхід до використання великої кількості методів і важелів впливу на зовнішню торгівлю.

Основні рівні регламентації міжнародної торгівлі — це національні та міждержавний. *Міждержавне регулювання* забезпечується

через двосторонні та багатосторонні угоди (ГАТТ, ГАТС, ТРИМС, міждержавні торгово-економічні та платіжні угоди, кодекси і конвенції), діяльність міжнародних організацій (СОТ, МВФ, Світовий банк та ін.), інструменти регулювання валютних ринків, системи кредитування експортно-імпорتنих операцій та страхування ризиків, а також типові умови “Інкотермс”.

Основа *національної системи регулювання* становлять методи обмеження експорту та імпорту за допомогою нетарифних методів або тарифних важелів, валютно-кредитні заходи, заходи стимулювання експортного виробництва, а також технічні норми, стандарти та вимоги до товарів, які ввозяться.

Регулювання міжнародної торгівлі здійснюється як державними, так і недержавними органами управління економікою (товарними, фондовими та валютними біржами, торговельними палатами, асоціаціями, спілками та іншими організаціями координаційного типу), а також самими суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності на основі координаційних угод, що діють між ними.

Встановлюються такі правові режими для іноземних суб'єктів господарської діяльності:

- національний;
- режим найбільшого сприяння;
- спеціальний режим, який застосовується до спеціальних економічних зон, а також митних союзів та у разі встановлення будь-якого спеціального режиму.

14.2

Основні види державного регулювання міжнародної торгівлі

Нетарифні методи обмеження зовнішньоторговельних операцій. Нетарифні обмеження — це комплекс заходів обмежувально-заборонного характеру, які перешкоджають проникненню іноземних товарів на внутрішній ринок. *Заходи фінансового впливу* забезпечуються системою різних митних і цільових зборів, податків, мита (крім прикордонних податків), які стягуються при ввезенні товару. Заходи фінансового впливу називають паратарифними заходами, які істотно впливають на динаміку імпорتنих потоків. Фіксовані збори, податки

та мита мають як специфічний, так і комбінований характер, підвищуючи в основному внутрішню ціну товару (спеціальні мита на імпорт, антидемпінгові та компенсаційні мита, ін.).

Методи адміністративного регулювання — це кількісні та вартісні обмеження, які спрямовані або на скорочення обсягів імпорتنих поставок загалом або на обмеження поставок від конкретного постачальника чи країни. До цих методів належать такі:

- різні види заборон, що є вимушеним заходом. Мають відкриту форму, коли торгівля повністю заборонена, що зазвичай ґрунтується на рішеннях ООН (різновидом є заборона безумовного характеру — ембарго), а також завуальовану форму, якщо обмежується заходження іноземних кораблів у внутрішні води або продаж окремих товарів у роздрібній торгівлі;

- квотування, тобто лімітування обсягів імпорту за допомогою так званих глобальних, індивідуальних, сезонних, тарифних та інших видів процентних обмежень. *Глобальна* квота встановлює загальний обсяг імпорту без розподілу за країнами. *Індивідуальна* квота визначає обсяг імпорту стосовно конкретних країн або конкретних товарів. *Двостороння* квота — це взаємне встановлення кількісних обмежень між країнами — торговельними партнерами. *Сезонна* квота встановлює обмеження імпорту сільськогосподарської продукції протягом певного часу. *Неконкретизовані* квоти — це обмеження імпорту без встановлення часового періоду. Крім того, ще є *групові, індивідуальні, антидемпінгові, компенсаційні, спеціальні* квоти;

- ліцензування, або обмеження у вигляді отримання права чи дозволу від уповноважених органів на ввезення певного обсягу товару. Основними видами ліцензій є *генеральна* — постійно діючий дозвіл на право імпорту певних товарів, *індивідуальна* (разова) — одноразовий дозвіл, *відкрита індивідуальна* — ввезення необмеженого обсягу товару, а також *антидемпінгова індивідуальна, компенсаційна індивідуальна, спеціальна індивідуальна* ліцензії. Передбачається також практика видачі *автоматичних* ліцензій — отримання дозволу на імпорт після подачі заяви та *неавтоматичних* — встановлюються попередні умови;

- контингентування, що є складовою ліцензування, тобто встановлення державою централізованого контролю за ввезенням і вивезенням товарів через обмеження їхньої номенклатури в межах вста-

новлених квот на фіксований період часу. Заборонено ГАТТ/СОТ. Необхідно відрізнити контингенти від митних контингентів, які дозволяють ввезення певного товару за зниженими митами або безмитно, тому не є заходом нетарифного обмеження;

- накази митних органів, що пов'язані з дотриманням формальностей і процедур щодо товарів, які перетинають митні кордони;
- технічні норми та правила безпеки, які включають заборону або обмеження імпорту товарів та матеріалів, що забруднюють навколишнє середовище; протекціоністські заходи щодо промислового обладнання, транспортних засобів та інших видів продукції, експлуатація яких спричиняє забруднення навколишнього середовища; норми, пов'язані з якістю товарів; специфічні санітарно-ветеринарні норми;
- добровільне самообмеження поставок, тобто неофіційна домовленість між експортером та імпортером про ввезення окремих товарів на ринок імпортера у вигляді скорочення обсягів, щорічного приросту або зниження цін. Такі дії мають назву “сіра зона”, в середині 90-х років ХХ ст. діяло 75 заходів “сірої зони” стосовно експорту спортивнентарю, електрообладнання, взуття, телеапаратури та ін.;
- антидемпінгові заходи. Основним критерієм демпінгу є порівняння фактичних цін ввезених товарів з цінами внутрішнього ринку в країні експортера та встановлення факту продажу товару за штучно заниженою ціною. *Антидемпінгові заходи* передбачають стягнення з експортера компенсації за шкоду, завдану національній промисловості та виробнику, часто на користь останнього, у вигляді додаткового мита. Ставка антидемпінгового мита встановлюється індивідуально, є тимчасовою та постійною.

Митно-тарифне регулювання міжнародної торгівлі. Під митним кордоном розуміють кордони митної території держави. Як правило, митний кордон збігається з державним кордоном, виняток можуть становити території вільних економічних зон (ВЕЗ), які створені у державі і територія яких є складовою митних кордонів. Митна територія — це державний простір, в межах якого діє єдине митне законодавство, єдині митні тарифи та ін.

Митно-тарифне регулювання — це вартісний вплив на експортно-імпорتنі потоки в процесі перетинання ними державних кордонів. СОТ розглядає його як основний механізм регламентування зовнішньоторговельних операцій.

Важливе місце серед заходів митно-тарифного регулювання посідає *мито* — це обов'язковий податок, що його стягують митні органи при ввезенні товару на митну територію країни або при вивезенні товару. Поняття “мита” часто вживається у значенні митного тарифу, однак *митний тариф* — це систематизований перелік ставок, який визначає розмір оподаткування експортних та імпорتنих товарів. Основними завданнями митного тарифу є протекціонізм і поповнення державного бюджету.

Мито — це грошовий збір чи податок, який стягується державою з товарів, майна та цінностей при перетинанні ними митного кордону. Мито може бути *імпортним* та *експортним*. Також є *просте* мито, яке передбачає єдиний розмір ставки для кожного товару без урахування країни походження, та *складне* — дві або більше ставок для одного й того самого товару залежно від країни походження. Найвища ставка в такому разі називається генеральною, а найнижча — конвенціональною, або мінімальною.

У системі митно-тарифного регулювання існує такий елемент, як *тарифні преференції*. Це складні митні тарифи, що передбачають наявність особливо пільгових ставок мита для конкретних країн. Складні ставки мита можуть передбачати запровадження додаткових антидемпінгових і компенсаційних мит, рівень яких може значно перевищувати максимальні ставки тарифу.

Важливим організаційним принципом побудови митних тарифів є класифікація товарів, яка описана у Гармонізованій системі опису та кодування товарів, що набула чинності у 1988 році.

За порядком встановлення мита поділяють на такі:

- *адвалорне*, тобто визначається процент від ціни товару;
- *специфічне*, коли розмір мита становить фіксовану грошову величину і стягується з фізичного обсягу товару;
- *змішане*, тобто одночасно застосовуються адвалорні та специфічні ставки мита.

Залежно від країни походження мита поділяють на *максимальні*, *мінімальні* та *преференційні*.

Залежно від характеру походження виокремлюють такі види мита:

- *автономні (ввізні)*, що встановлюються в односторонньому порядку, без урахування існуючих домовленостей між країнами;
- *конвенційні (імпорتنі)*, які встановлюються в процесі переговорів і фіксуються сторонами-учасниками.

Податкове регулювання тісно пов'язане з тарифним, але відрізняється за процесом стягнення та дії. Його основу їх становлять прикордонні податки, які стягують у момент перетинання імпортом товаром кордону і які сплачує пред'явник митної декларації. Спеціальний імпортерський податок за суттю не відрізняється від імпортерського мита. Ковзним називають податок, ставка якого не фіксована і може змінюватися залежно від співвідношення внутрішніх і світових цін. Компенсаційні імпортерські стягнення — варіант ковзного податку. Він компенсує різницю між світовими та внутрішніми цінами, передусім у аграрному секторі.

Заходи сприяння експортерам. Основними заходами є субсидування, кредитування та страхування експортерських операцій, податкові пільги та стимулювання вивезення і ввезення капіталу, активна участь держави в розробці, виробництві та збуті товарів, довгострокові капіталовкладення в експортерське виробництво. Одним із засобів субсидування експорту є підтримка заниженого курсу національної валюти.

Валютно-кредитне регулювання міжнародної торгівлі. Цей вид регулювання в основному визначається політикою центрального банку країни щодо валютного курсу. Зокрема, при зацікавленості у збільшенні обсягів експорту та обмеженні імпорту центробанк може вдаватися до політики підтримки заниженого курсу національної валюти, бо в такому разі відносна вартість імпортерських товарів зростає, а відносна вартість товарів, що їх виробляють усередині країни, зменшуватиметься. І навпаки, якщо країна зацікавлена у збільшенні імпортерських поставок та обмеженні експорту, то підвищення курсу національної валюти може відіграти значно істотнішу роль, ніж інші види державного регулювання.

Основні інструменти для реалізації політики регулювання курсу національної валюти є такими:

- валютні інтервенції — це зміна обсягів попиту та пропозиції на відкритому ринку національної валюти. Якщо центральний банк країни зацікавлений у підвищенні курсу національної валюти, то він збільшуватиме обсяги пропозиції іноземної валюти на валютному ринку та скуповуватиме національну. І навпаки, якщо центробанк намагається знизити курс національної валюти, то він збільшуватиме обсяг пропозиції національної валюти за рахунок збільшення своїх валютних резервів. Так, широковідома в світі політика підтри-

мання заниженого курсу юаня, яку здійснює Банк Китаю (він, у свою чергу, володіє одними з найбільших у світі золотовалютними запасами);

- операції на відкритому ринку, які передбачають маніпуляції з відсотковими ставками та обсягами державних боргових зобов'язань.

Питання для самоконтролю

1. У чому особливості здійснення міжнародного регулювання зовнішньої торгівлі?
2. Назвіть основні міжнародні організації, які регулюють міжнародні товаропотоки? Охарактеризуйте їх.
3. Назвіть основні методи державного нетарифного регулювання.
4. Що таке митний кордон і митна територія держави?
5. Назвіть основні види та функції мита.
6. Чому митно-тарифне регулювання вважається ринковим інструментом регулювання, а паратарифне – ні?
7. Охарактеризуйте інші види та інструменти державного регулювання зовнішньої торгівлі.

МАУП

Офшорні операції

15.1

Зміст, можливості та напрями використання операцій з податкового планування

Податкове планування означає використання різноманітних факторів (географічних, правових, економічних) з метою зниження податкових втрат. Податкове планування являє собою вибір оптимального поєднання правових форм взаємовідносин і можливих варіантів їх інтерпретації в межах чинного податкового законодавства. Тобто це вибір між різними варіантами методів здійснення діяльності та розміщення активів, який спрямований на досягнення найнижчого рівня податкових платежів.

Процес податкового планування охоплює чотири стадії:

I. Вирішення питання про найвигідніше (з точки зору податкових платежів) місце розташування (реєстрації) організації, її керівних органів, основних виробничих та комерційних підрозділів.

II. Вибір правової форми організації та її структури з урахуванням характеру і мети її діяльності.

III. Правильне та повне використання можливостей податкового законодавства і податкових пільг при визначенні оподатковуваного доходу та розрахунку податкових платежів, а також прив'язування їх до правових форм оформлення угод.

IV. Раціональне (з точки зору податків) розміщення отриманих прибутків та інших грошових накопичень, використання оборотних коштів.

Усі країни світу можна умовно поділити на три великі групи, які різняться за рівнем оподаткування і державного контролю за комерційною діяльністю, за розміром витрат на створення дочірніх фірм.

До *першої групи* належать найрозвиненіші країни: США, ФРН, Франція, Японія, Великобританія. У країнах цієї групи податок на

прибуток може становити 40–60 % чистого прибутку компанії. Діяльність господарських суб'єктів суворо регламентовано, діють спеціальні правові норми, які обмежують внутрішньофірмові операції та використання іноземних філій з метою зниження оподаткування.

До *другої групи* включають зони податкових пільг. Це такі юрисдикції, де за порівняно високих ставок прибуткового податку застосовується спеціальна система податкових пільг щодо такого:

- діяльності компаній певних видів (холдингових, фінансових, торговельних);
- механізму переведення доходу та репатріації прибутку.

Податки, які стягують у країнах цієї групи при вивезенні та репатріації дивідендів, банківського процента, роялті та деяких інших видів доходу, значно знижені. Ці країни вирізняються ліберальними валютним і митним режимами, що визначає характер операцій, які здійснюють дочірні фірми (транзит капіталу та доходів від нього). Прикладами є Австрія, Нідерланди, Ірландія, Люксембург, Ліхтенштейн, Швейцарія (окремі кантони).

До *третьої групи* належать адміністративні території та держави, в яких діє максимально спрощений порядок реєстрації юридичних осіб та значно знижені (або відсутні) податки на прибуток. Їх зазвичай називають “податковим раєм”, “податковою гаванню”, “податковим оазисом”. Як правило, це карликові держави, колишні колоніальні володіння або відокремлені від розвинених країн адміністративні території. Прикладами є: в Європі – Гібралтар, о. Мен, “острови каналу” – Джерсі, Горнсі, Оарк (Великобританія), карликові держави – Ліхтенштейн, Мальта, Андорра, Монако; серед країн третього світу – Панама, Коста-Рика, Аруба, Кайманові острови, Бермудські, Віргінські Острови, Ліберія, о. Маврикій, Науру та ін. До основних переваг організації діяльності компанії на зазначених територіях можна віднести простоту та дешевизну реєстрації. Нині в Панамі зареєстровано понад 120 тис. фірм, у Гібралтарі – 22 тис.

Країни, де реєструють офшорні компанії, умовно можна поділити на кілька категорій:

1. Невеликі держави, острови з невисоким рівнем розвитку власної економіки, але з досить високою політичною стабільністю (Ба-

гамські Острови, Британські Віргінські Острови, Вануату, Сейшельські Острови та ін.). Як правило, ці держави не висувають жодних вимог до звітності, єдина вимога до зареєстрованої компанії — внести щорічний, як правило, фіксований збір до скарбниці. Зазвичай у таких країнах не ведеться реєстр акціонерів і директорів, конфіденційність володіння такою компанією дуже висока. Найчастіше такі компанії використовують як сейф і для фінансових транзакцій.

2. Держави, де крім офшорних компаній, існують звичайні, або оншорні (*onshore*), що можуть належати нерезидентам. Однак у разі ведення господарської діяльності всередині цієї країни вони можуть втратити пільговий безподатковий статус. Для того, аби довести, що компанія не здійснювала такої діяльності, в таких країнах слід щороку проходити аудит і подавати звіти. З боку урядів цих держав контроль значно сильніший, ніж у попередньому випадку, ведеться реєстр директорів і акціонерів, втім, і престиж компаній набагато вищий. Прикладами таких країн можуть бути Кіпр, Ірландія, Гібралтар, Люксембург, Швейцарія, о. Мен та ін.

3. До цієї категорії належать країни, які не є офшорними, однак за умов правильної організації діяльності там можна значно мінімізувати сплачувані податки. Це США, Великобританія, Канада та ряд інших. У цих країнах потрібно сплачувати податки і збори, ведуться реєстри директорів і акціонерів. Однак є організаційно-правові форми, що дають змогу спокійно існувати, сплачуючи тільки фіксовані збори. Такі компанії використовують як для ведення великого бізнесу, так і для простого збереження грошей.

Незважаючи на переваги, які мають “податкові гавані”, не завжди є можливість розмістити дочірню компанію саме на таких територіях, оскільки на це впливають й інші чинники — наявність дешевої робочої сили, наближеність основних ринків збуту, транспортні умови тощо. В такому разі пріоритет повинен надаватися таким методам, які знижують податкові витрати при вивезенні та репатріації капіталу. Одним із методів зниження податкових втрат на етапі вивезення та реінвестування капіталу є створення холдингових і фінансових компаній у пільгових юрисдикціях, що дасть змогу знизити витрати при переказуванні капіталу з однієї країни до іншої.

Можливості включення офшорних компаній у систему міжнародного бізнесу материнської компанії

Термін “офшор” (*offshore* – поза берегом) уперше з’явився в одній з газет, що видається на східному узбережжі США, наприкінці 50-х років ХХ ст. Мова йшла про фінансову організацію, що уникла урядового контролю шляхом географічної вибірконості. Іншими словами, компанія перемістила діяльність, яка була предметом контролю і регулювання уряду США, на територію зі сприятливим податковим кліматом. Таким чином, термін “офшор” – поняття не юридичне, а економіко-географічне.

Офшорна компанія – це компанія, що не здійснює господарської діяльності в країні своєї реєстрації, а власниками таких компаній є нерезиденти цієї країни. Це вимога тих країн, де дозволена реєстрація таких компаній, і, як правило, у них дуже низьке або взагалі відсутнє оподаткування офшорних компаній (лише фіксований щорічний збір).

Найчастіше офшорні компанії використовуються підприємцями з метою податкового планування, тобто легальної оптимізації податкових платежів. Податкове планування пов’язане з виконанням угод, що мають податкове мотивування, але відповідають букві і духу закону. Іншою важливою причиною застосування офшорних схем є захист активів бізнесу і мінімізація ризику їхньої експропріації при здійсненні підприємницької діяльності в політично або економічно нестабільній країні. Існують причини використання “податкових гаваней”, не пов’язані з бізнесом. Наприклад, таємність офшорних юрисдикцій може бути корисна для сторони в цивільному судовому розгляді, наприклад, при розлученні.

Хоча є законні підстави використання офшорних територій, разом з тим існування таких зон створює і полегшує можливості для зловживань і злочинів. В обох випадках принципові схеми застосування офшорного режиму близькі або тотожні. Найважливішим чинником, що полегшує скоєння злочинів, є режим фінансової таємності. Він створює сприятливі умови для ефективного маскуванню злочинних дій. У розпорядженні злочинців з’являються ефективні інструменти протидії діяльності правоохоронних органів з документування фактів приховування доходів, аналізу грошових потоків і вияв-

лення джерел фінансових фондів. Офшорні юрисдикції використовуються для генерування фіктивної фінансової документації, для створення видимості законності незаконної економічної діяльності. У структурі мотивів кримінального використання офшорних зон можна умовно виокремити дві групи: вчинення або приховування податкових злочинів; вчинення і приховування інших економічних злочинів.

Мотиви кримінального використання офшорних зон з метою вчинення або приховування податкових злочинів.

Використання офшорних зон для полегшення ухиляння від податків. Офшорні юрисдикції відкривають можливості для великої кількості схем ухиляння від податків. Розглянемо окремі офшорні схеми, використовувані для вчинення і приховування податкових злочинів. Більшість із них використовують різні типи компаній, зокрема офшорні трасти, офшорні банки, офшорні страхові компанії та інші спеціалізовані компанії. Найпростіша схема офшорних операцій, що має податкові мотиви, ґрунтується на використанні універсального принципу податкового законодавства, відповідно до якого обов'язковому оподатковуванню підлягають ті доходи, джерело яких розміщується на території даної держави. У тих випадках, коли джерело доходу розташоване за кордоном або локалізоване недостатньо виразно, воно може виключатися зі сфери податкової відповідальності в цій юрисдикції. Така ситуація виникає, наприклад, при наданні послуг у зовнішній торгівлі, посередницьких послуг, послуг у консультативному бізнесі тощо. Отримані у такий спосіб доходи можуть надходити на рахунки офшорних фірм.

Здійснення бартерних операцій за посередництва офшорної фірми. Суть цієї схеми полягає в тому, що офшорна компанія є посередником між двома фірмами, які здійснюють бартерний обмін товарами. При цьому основний дохід від угод формується в офшорній компанії, отже, виводиться з-під оподаткування при міжнародних операціях. В окремих випадках це можливо і при діяльності в межах кордонів однієї країни.

Операції з борговими зобов'язаннями. Використовуючи цю схему, офшорна компанія купує боргові зобов'язання з дисконтом з подальшим їхнім погашенням за номінальною вартістю. Результатом є одержання фірмою доходу, що звільнений від оподаткування або обкладається за мінімальною ставкою.

Операції з цінними паперами. Суть схеми полягає в придбанні офшорною компанією цінних паперів з подальшим перепродажем їх іншій особі за вищою ціною. Такі операції застосовуються здебільшого на зарубіжному ринку цінних паперів. Якщо це українські цінні папери (або іншої держави СНД), то компанія відкриває рахунок в українському банку, переказує на нього гроші, а потім купує і продає цінні папери, використовуючи довірену особу з України, яка діє від імені і на кошти свого “іноземного партнера”.

Торговельні операції за посередництва офшорної фірми. Стосовно України можливі два варіанти цієї схеми. Згідно з першим варіантом офіційне представництво офшорної компанії в Україні не реєструється. Офшорна компанія відкриває рахунок у банку однієї з країн Балтії, оплачує з нього товари українських постачальників за гривні за низькими цінами, продає їх своїй українській фірмі (наприклад, сировину і комплектуючі для власного промислового виробництва) або своїм звичайним покупцям дорожче. Прибуток української фірми зменшується чи узагалі всі обороти проходять не через неї, а через офшорну компанію.

За другим варіантом офшорна компанія стає на податковий облік в Україні, відкриває рахунок в українському банку та укладає через свого представника договір з українською фірмою про спільну діяльність. Потім одержує довідку з податкової служби Кіпру про запобігання подвійному оподатковуванню в Україні. При цьому кіпрська компанія передає українському партнерові ноу-хау на продукцію, яку виготовлятиме українська фірма, і технологію виробництва; закупає устаткування для виробництва і розміщує його на площах українського партнера; закупає комплектуючі і сировину для виробництва і поставляє їх українській фірмі вже за вищими цінами, але не продає їх; здійснює контроль за виробництвом продукції. Українська компанія робить таке: надає виробничі площі і трудові ресурси; передає управління виробництвом; зазнає поточних витрат; веде облік спільної діяльності; одержує виторг від продажу продукції і перераховує частину доходів (дохід іноземного партнера) на його гривневий рахунок. В Україні кіпрська фірма не платить податків з доходу від такої діяльності, а також податків на майно від його використання (діяльність кіпрської компанії не виходить за рамки Угоди про запобігання подвійному оподатковуванню).

Самофінансування. Згідно з цією схемою офшорна компанія надає кредит компаніям-партнерам, що не розміщуються в офшорній зоні. Можна повернути офшорній компанії кредит з погодженим відсотком. Відсоток, сплачуваний іноземній компанії, знижує оподаткування в країні, де він був отриманий, але не підлягає оподаткуванню або підлягає мінімальному оподаткуванню в офшорній зоні.

Серед **мотивів, пов'язаних зі вчиненням або приховуванням економічних неподаткових злочинів**, можна виокремити такі:

Контрабанда наркотиків, накопичення і відмивання нелегальних доходів. Офшорні юрисдикції стали сьогодні важливим компонентом процесу відмивання грошей. Це зумовлено здебільшого двома причинами. Перша причина полягає в тому, що правоохоронні органи розвинених країн (насамперед США) накопичили величезний досвід виявлення і переслідування тих, хто втягнутий у процес внутрішнього відмивання грошей. Друга причина така: по мірі виникнення дедалі більшої кількості юрисдикцій фінансової таємності переваги від ведення з ними справ стали широковідомими. У результаті відмивання грошей через офшорні банківські установи, трасти і корпорації злочинний прибуток конвертується у легальні долари. Мільйони наркодоларів і доходи від іншої незаконної діяльності відмивають через офшорні організації, а потім переказують через трасти, фіктивних осіб тощо для придбання нерухомості і здійснення законного бізнесу.

Використання банків, створених в офшорних юрисдикціях, для здійснення шахрайських операцій проти банків і бізнес-структур інших країн. Значного поширення набув випуск фіктивних або незабезпечених векселів, депозитних сертифікатів та інших фінансових інструментів. До цього призводять такі особливості офшорного режиму діяльності банків та інших компаній, як фактична анонімність власника, мінімальні витрати для банківської установи, відсутність законодавчих вимог до розміру статутного капіталу або неефективний контроль за дотриманням законодавства, можливість створення фірм із назвами, що вводять в оману.

Для дотримання конфіденційності володіння компанією і розпорядження її власністю дуже часто як акціонери діють так звані довірчі (номінальні) акціонери, які на практиці нотаріально або

іншим офіційним способом відмовляються від прав на акції, що вони тримають у довірчому зберіганні за дорученням реального акціонера, котрий залишається при цьому в тіні. Аналогічний інститут довірених осіб існує і для директорів, які можуть створити видимість резидентної компанії в офшорній зоні, що іноді вигідніше для клієнтів-нерезидентів країни реєстрації. Як правило, ці послуги пропонують директори компанії, які професійно обслуговують клієнтів в усьому світі, знають місцеві закони і застерігають своїх клієнтів від неправомірних кроків, що можуть завдати якогось збитку керованим ними компаніям. Процедура призначення і звільнення директорів компанії також визначена засновницьким договором компанії.

У кожній компанії повинен бути тільки один секретар, призначений на зборах директорів, але його функції можуть виконувати кілька осіб (наприклад, адвокатська або спеціалізована секретарська компанія). Крім зв'язку з офіційними органами країни реєстрації і певних обов'язків під час організації і розпуску компанії, на секретаря покладають, як правило, ведення юридичної документації, випуск сертифікатів акцій за дорученням директорів компанії, а також підписання щорічного звіту в тих країнах, де необхідні його складання і подання. Секретар несе відповідальність за дотримання висунутих до компаній вимог, за невиконання яких накладається штраф. До них належать ведення реєстру директорів і акціонерів, підготовка протоколів загальних зборів, подання до офіційних органів копій звіту про фінансове становище компанії, звітів директорів і аудиторів.

15.3 Види офшорних компаній

Основними видами офшорних компаній є інвестиційні, холдингові, торговельні, страхові, ліцензійні, а також компанії з управління нерухомістю, компанії, що надають професійні послуги, пароплавства, міжнародні. Розглянемо їх детальніше.

Інвестиційні компанії. Капітал, акумульований інвестиційними компаніями, що їх засновано на офшорних територіях, може бути поміщений у неоподатковувані облігації або на банківський де-

позит в офшорних банках. Отримані при цьому відсотки також не підлягають оподатковуванню. Але це не єдиний і не найвигідніший шлях одержання прибутку шляхом інвестування в міжнародні фонди.

Як альтернативу інвестиційної компанії варто розглянути *офшорний інвестиційний фонд*, тобто об'єднаний інвестиційний капітал. Це може бути фонд відкритого типу, який вкладає кошти в портфелі інших інвестиційних структур, або спеціалізований фонд, що вкладає капітал у якийсь один або кілька видів діяльності. Організатору фонду не забороняється використовувати об'єднаний капітал, нагромаджений від продажу акцій, для позик третім сторонам, для приватних капіталовкладень, а також для вкладення коштів у нерухомість або діяльність компаній. Як правило, офшорні інвестиційні фонди реєструють на Британських Віргінських, Нідерландських Антильських, Кайманових, Багамських, Бермудських островах, у Гонконгу і Сінгапурі. Кожен рік до них приєднуються нові країни.

Основними перевагами офшорних інвестиційних фондів є такі:

- податкові, адже офшорні фонди звичайно не платять податку на приріст капіталу і надмірних організаційних та юридичних стягнень. Крім того, дивіденди і відсотки обкладаються тільки скороченим податком або зовсім звільняються від податків. Це дуже важливо, тому що такі податки і мита фактично скорочують прибуток, який фонди можуть заробляти для акціонерів, а також об'єднаний капітал, зменшуючи тим самим ефективність капіталовкладень;
- мінімальне регулювання. Засновникові фонду не потрібно пред'являти велику кількість банківських або інвестиційних менеджерських вірчих грамот. Як правило, достатньою кваліфікацією вважають попередній діловий досвід;
- інвестиційна гнучкість. При виборі інвестицій офшорні фонди мають більшу кількість варіантів, що дає їм змогу зосереджуватися на особливих проектах або вибирати зони, що пропонують потенційно високі доходи, а також варіювати вміст портфелів і регулювати свої активи;
- диверсифікованість ризиків. За рахунок географічного розосередження активів офшорний фонд зменшує ступінь ризику;
- таємність. Суворі закони про конфіденційність охороняють інформацію фінансових організацій від несанкціонованого вивчення

урядовими органами, працівниками податкових служб, офіційними кредиторами й агресивними конкурентами;

- збільшення прибутку. Можливість діяти вільно, без надмірних і обтяжливих правил і дуже гнучко допомагає засновникам фонду та його інвесторам одержувати вищі доходи.

Зазначені переваги і привели до того, що багато найбільших корпорацій, банки й інвестиційні компанії, зареєстровані в країнах із твердим оподаткуванням, здійснюють офшорну фінансову діяльність, адже вона приносить їм високий прибуток. Хоч би якими були фінансові переваги тієї або іншої людини, офшорний фонд може запропонувати розумну і вигідну стратегію для фінансових угод. Переваги, які можуть забезпечити засновники офшорних інвестиційних фондів і керуючі ними, значно переважають вигоди, що їх пропонують у більшості інших інвестиційних структур. Фінансова діяльність, що є прерогативою тільки банків і великих фінансових організацій, несподівано стає доступною приватній особі на посаді менеджера фонду.

Холдингові компанії. При виборі оптимального варіанта розміщення холдингової компанії необхідно проаналізувати такі фактори:

- умови двосторонніх податкових угод про уникнення подвійного оподаткування;
- систему компенсації іноземних податків у всіх юрисдикціях, де працює компанія;
- пільги, які надають тільки холдинговим компаніям при здійсненні певних ділових операцій.

Основні цілі створення офшорних холдингових компаній такі:

- значне скорочення додаткових податків на репатріацію дивідендів, банківського процента, платежів роялті;
- управління і розпорядження нерухомістю та іншою власністю за кордоном;
- акумуляція доходів за кордоном у сприятливих податкових умовах, зниження негативного впливу коливання валютних курсів і валютних обмежень у країнах розташування материнської та дочірньої компаній;
- зниження рівня оподаткування іноземних доходів на основі усереднення високих і низьких ставок податків у різних підрозділах (цей ефект має місце у системі податкового кредиту на іноземні доходи).

Багато країн, в яких розташовані посередницькі холдингові компанії, уклали та підтримують широку мережу двосторонніх міжнародних угод про усунення подвійного оподаткування. В податкових угодах обумовлюється і процедура усунення подвійного оподаткування доходів, які ввозяться з-за кордону.

Існують холдингові юрисдикції двох основних типів. До першого типу належать держави, де холдингові фірми сплачують місцевий податок на прибуток, однак мають можливість користуватися перевагами угод про усунення подвійного оподаткування. Серед них Швейцарія, Нідерланди, Кіпр. Другим типом холдингових юрисдикцій є “податкові гавані”. Розміщені тут холдингові компанії з офшорним режимом звільнені від податків на прибуток. Однак “податкові гавані” звичайно не мають угод про уникнення подвійного оподаткування з іншими країнами. Тому холдингові фірми позбавлені можливості скористатися відповідними пільгами. Більшість холдингових юрисдикцій, що належать до другого типу (за винятком Люксембургу), зосереджено в офшорних зонах.

До юрисдикцій змішаного характеру можна віднести Нідерландські Антилські острови, Мадейру, Маврикій (значення двох останніх поки що невелике). На цих територіях наявність деякої кількості податкових угод поєднується з можливістю одержання компанією офшорного статусу.

Холдингові фірми можуть використовуватися в комбінації з фінансовими компаніями, офшорними банками, торгово-посередницькими фірмами та іншими видами офшорних фірм.

Торговельні компанії мають найбільшу популярність і попит на міжнародному ринку послуг з планування податків. Експортно-імпорتنі операції за схемою, коли офшорна компанія приймає замовлення від клієнтів і поставляє товар безпосередньо від виробника, дають можливість планувати виплати необхідних мит і акцизів, акумулюючи прибуток від реалізації без оподаткування. “Гра” з вартістю товару, що поставляється, — ключова ланка в експортно-імпорتنих операціях, виконаних за допомогою офшорної компанії. При цьому немає необхідності змінювати схеми доставки товарів споживачеві, достатньо надати транспортній компанії, що доставляє товар, відвантажувальні документи, оформлені офшорною компанією.

Торговельну компанію можна зареєструвати практично в будь-якій офшорній зоні. При виборі “податкової гавані” для реєстрації безподаткової торговельної компанії потрібно взяти до уваги розмір мита і податків, які слід виплачувати щороку, і розглянути можливість збереження анонімності акціонерів. Але найважливіше створити ілюзію респектабельної компанії за допомогою секретарської компанії і рахунка в банку, розташованому в одній із країн, що традиційно не є безподатковими.

Страхові компанії. Для страхування ризику своїх філій багато великих підприємств створюють власні страхові відділення. І для цього є причини як податкового, так і неподаткового характеру. Більшість відділень відкривають на Бермудських, Багамських, Кайманових островах, в Уругваї і на острові Гернсі. Велика податкова компанія, філії якої щороку виплачують значні страхові премії, може на них заощадити, відкривши власне страхове відділення, що перестраховує більшість ризиків у великих перестраховувальних компаніях.

Міжнародні компанії зазвичай самі виступають як страховальники певних ризиків. Наприклад, група компаній, що володіють сотнями будівель у різних країнах, може страхувати сама себе від пожежі. Однак закони багатьох країн про прибутковий податок не дозволяють відкладати деяку суму як резерви для самострахування. Крім того, у країнах, де існують обмеження, що накладаються валютним контролем, як правило, не дозволяється перевести резерв самострахування за межі країни. Ці проблеми легко вирішити за допомогою страхового відділення. За законами окремих країн страхові виплати можна віднімати від суми прибутку, що підлягає оподатковуванню. Більш того, виплату розумних страховок звільняють від обмежень, які накладаються валютним контролем, що вигідно при переказуванні коштів із країни. Страхове відділення також дає можливість компаніям одержувати страховку від ризиків, що звичайно не охоплюються комерційними страховими компаніями, наприклад, від страйків, повеней, вибухів, експропріації та інших спеціальних ризиків. На практиці такі ризики можуть бути застраховані швидше промисловим відділенням, відкритим групою компаній, ніж одиночною компанією. Страхове відділення, зареєстроване на Бермудських Островах або в іншій “податковій гавані”, часто користується страховими внесками протягом року чи довше до того, як сплачує якусь їхню частину для перестрахування.

Традиційно страхові внески платить страхувальник у вигляді авансу, а перестраховальні внески не сплачують до кінця періоду, що обумовлюється. Страхова компанія може на цей період внести всю суму перестраховального внеску на свій рахунок, що принесе великому відділенню чималий прибуток.

Мінімальний оплачений статутний капітал бермудської страхової компанії повинен становити принаймні 120 тис. дол. США. Щорічне урядове мито дорівнює 1500 дол. США. На Бермудських Островах працюють кілька менеджерських компаній, що спеціалізуються на наданні повного комплексу менеджерських послуг для відкритих там страхових відділень. Загальна вартість утримання такої компанії, включаючи гонорари менеджерів, становить щонайменше 15 тис. дол. США на рік.

На Бермудських Островах прийнято ліберальні закони, що регулюють діяльність страхових компаній, і страхові відділення не зіштовхуються з обтяжливими положеннями. З 1969 р. тут діє досить суворе страхове законодавство, що передбачає для відділень такі самі правила, що і для звичайних страхових компаній. За законом Багамських Островів від 1976 р. від страхових компаній вимагають сплати податку в розмірі 1 % від загальної суми страхових внесків. Офшорні страхові компанії, що страхують ризики багамців, звільнені від цього податку і повинні заповнювати щорічні аудиторські звіти, але не зобов'язані їх публікувати. Уряд цієї держави сподівається, що це дасть змогу країні сприяти появі нових страхових відділень.

На Кайманових островах у 1979 р. було ухвалене страхове законодавство, яке створило умови для відкриття згодом кількох сотень страхових відділень, що можуть діяти на основі обмеженої або необмеженої ліцензії. Для останньої потрібні принаймні 120 тис. дол. для підтримки поточної діяльності. Урядові мита досить високі, але загальна вартість діяльності на Кайманових островах становить тільки дві третини її вартості на Бермудських Островах. На островах Гернсі і Мен також створено сприятливі умови для діяльності страхових відділень. На Гернсі їх понад 100, а на острові Мен — близько 50.

Нещодавно на ринку реєстрації страхових відділень з'явилася країна, яка надає чимало податкових пільг, — це Люксембург. Люксембурзьке відділення теоретично має сплачувати повний корпора-

тивний прибутковий податок. Але, швидше за все, воно не платитиме жодних податків протягом багатьох років, якщо зможе сформува-ти вільний від податків резерв на випадок виникнення можливих претензій, який в 20 разів перевищує її щорічний чистий страховий дохід. Для багатьох компаній, імовірно, є більш прийнятною діяльність майже без сплати податків у юрисдикції з високими податками, ніж в очевидній “податковій гавані”.

Однак останнім часом найцікавішою територією став Уругвай, де законом про страхові компанії від 1993 р. приватним компаніям надане право на здійснення страхових операцій, хоча до прийняття цього закону центральний банк країни був монополістом у цій сфері.

Основна сфера діяльності *ліцензійних компаній* — забезпечення комерційного використання і розпорядження патентами, програмами для ЕОМ, іншою творчою продукцією, що належить материнській фірмі. Ліцензійні компанії для ефективного управління інтелектуальною власністю створюють, наприклад, в Ірландії та Люксембурзі. Ірландські компанії звільнені від включення до оподаткованого доходу платежів роялті за використання винаходів, створених (хоча б формально) в Ірландії. Холдингові компанії в Люксембурзі звільнені від податків на доходи типу роялті за використання інтелектуальної продукції.

У міжнародній практиці цей інструмент був пристосований для здійснення різноманітних інтернаціональних трансферних (внутрішньофірмових) операцій, зокрема з метою податкового планування. Для цього дочірня фірма одержує ліцензії материнської компанії на використання її інтелектуальної власності і ноу-хау. Доходи на адресу материнської фірми надходять у вигляді роялті — платежів за використання технології та іншої інтелектуальної продукції.

Побудова холдингової структури за участю ліцензійної компанії зазвичай включає два основні етапи. Спочатку материнська компанія передає інтелектуальні цінності в розпорядження ліцензійній дочірній фірмі через внесок до її статутного капіталу або на підставі ліцензійної угоди. На другому етапі дочірня компанія надає субліцензію на інтелектуальну продукцію третій стороні або іншій дочірній фірмі. Прибуток посередницької ліцензійної компанії утворюється за рахунок різниці між платежами, отриманими за використання технології третіми особами, і виплатами на адресу материнського підприємства.

З метою зниження податків дочірні ліцензійні компанії створюють у країнах, що належать до зон податкових пільг. Загальна схема створення ліцензійних фірм аналогічна тій, що використовується підприємцями при утворенні фінансових і холдингових компаній: платежі роялті за використання об'єктів інтелектуальної власності проходять через проміжну інстанцію – ліцензійні фірми в Нідерландах, Швейцарії, Ірландії, Люксембурзі. Іноді створюють ще одну проміжну ланку: ліцензійну компанію в “податковій гавані”, де нагромаджуються отримані доходи. Усе це забезпечує зниження податкових платежів.

Компанії з управління нерухомістю. Приватні особи, що володіють офшорною компанією, купуючи нерухоме майно через неї, можуть одержати значні податкові переваги, а саме:

- не стягується податок на прибуток від реалізації нерухомості у подальшому;
- реєстрація нерухомості на офшорну компанію значно полегшить продаж цієї нерухомості;
- податковий тариф на спадщину в різних країнах досить високий і залежить від ступеня споріднення між власником нерухомості й особою, що набуває її в подальше управління. Оскільки юридична особа ніколи, так би мовити, “не умирає”, наявність власності у володінні компанії скасовує як податок на спадщину, так і примусові правила спадкування, дозволяючи власникові нерухомості заповідати її будь-якій особі шляхом передачі пакета акцій компанії;
- при переоформленні права власності зменшуються сума податку на продаж і вартість нотаріальних послуг, причому ці види мита варіюються залежно від вартості нерухомості;
- можливе фінансування власності за допомогою одержання банківської позики;
- досягається конфіденційність, юридичний захист і можливість пайового володіння власністю.

Компанії, що надають професійні послуги. Спортсмени, дизайнери, артисти, художники, консультанти та інші особи можуть підписувати контракти на право одержання своїх гонорарів з офшорними компаніями. При цьому виплати гонорарів можна структурувати у такий спосіб, щоб мінімізувати податкові зобов'язання приватних осіб.

Використання офшорних *паропластв* може цілком виключити пряме і непряме оподаткування перевезень. Історично “податковим раєм” у цьому відношенні є Панама, Ліберія і Кіпр. Дуже престижним вважають приписку судна до британського порту, наприклад, на острові Мен або в Гібралтарі. Що передбачає одержання прапора Великобританії.

Зручний прапор — це відкрита реєстрація морських суден з метою отримання додаткових пільг при оподаткуванні, класифікації суден судновласниками-нерезидентами. Основним критерієм при визначенні реєстру зручного прапора є відмінність національної належності компанії судновласників і національності флоту країни, де зареєстроване судно. Іншими словами, коли право на володіння та контроль над судном належить особі, громадянство якої відрізняється від національного прапора, під яким ходить це судно. Нині 30 % торговельного флоту ходить під зручним прапором. Зручний прапор підвищує ризик збитків у зв'язку з договором морського страхування. Багато суден, що ходять під зручним прапором, перебувають в аварійному стані. Більшість країн, які надають зручний прапор, не приєдналися до міжнародної Конвенції по охороні людського життя на морі.

Міжнародні трасти. Траст, або довірча власність, є поширеною і разом з тим своєрідною формою власності. Зміст цієї форми власності полягає в тому, що одна особа, яка є засновником, передає іншій особі — довірчому власникові — майно для управління в інтересах третьої особи (однієї або кількох), що називається бенефіціантом.

Широкі можливості, що їх при юридичному оформленні господарської діяльності дає інститут довірчої власності, зумовили його запозичення рядом країн, які не належать до англо-американської системи права. Серед них, наприклад, Ліхтенштейн, де відомий видавець Роберт Максвелл розмістив велику частину власних активів на користь членів своєї родини.

У створенні трасту беруть участь, як правило, три сторони: засновник, довірчий власник і бенефіціат. Довірчим власником може бути приватна особа або трастова компанія. Основний обов'язок довірчого власника полягає в управлінні майном у точній відповідності з положеннями установчого акта і вказівками засновника трасту. Довірчий власник зобов'язаний передати бенефіціанту усі вигоди і доходи, отримані від управління.

Відносини з управління довірчою власністю припиняються після досягнення мети, для якої вона створювалася: після закінчення заздалегідь обумовленого терміну; через певні обставини, настання яких за умовами установчого акта має припинити її існування; у разі смерті бенефіціанта. Засновник може в односторонньому порядку припинити відносини з управління довірчою власністю, якщо таку можливість було прямо передбачено в установчому акті.

Відмінною ознакою трасту є відокремлення власності на капітал від управління ним. Одна частина повноважень власника — управління і розпорядження майном — належить довірчому власникові, а інша — одержання вигод від експлуатації — одному або кільком бенефіціантам. У такій ситуації важко визначити, яка зі сторін повинна підлягати оподатковуванню, що дає змогу протягом тривалого часу акумулювати активи, уникаючи їхнього оподаткування.

Оскільки траст — винахід англійського загального права, то в ряді країн його або не визнають, або мало використовують як законну угоду. Отже, у таких країнах відсутні положення про скасування податків відносно трастів, і ця прогалина іноді дає можливість для законного і вигідного податкового планування особам, які проживають у цих країнах. Податкові переваги використання трасту зростають, якщо, наприклад, його засновник і довірчий власник перебувають у різних юрисдикціях.

Нині податкові влади в країнах, що юридично визнають трасти, мають право вивчати трастові угоди. Якщо бенефіціант уповноважений одержувати дохід від трастового майна, податкові влади оподатковують його навіть у разі невиплати суми винагороди цій особі. З цієї причини на практиці довірена власність закріплюється за довірчими власниками для вигоди кількох бенефіціантів у співвідношеннях, що визначають самі довірчі власники. При цьому не можна точно сказати, що якась особа отримує з трасту той або інший дохід, тому що довірчі власники можуть на власний розсуд позбавити цю особу її частки доходу на користь інших бенефіціантів. Однак у такій ситуації важливо, щоб засновник трасту цілком довіряв довірчому власникові. Саме тому як довірчих власників, як правило, використовують визнані трастові компанії, що мають гарну репутацію.

Питання для самоконтролю

1. Що таке податкове планування та на які етапи поділяють цей процес?
2. Як класифікують країни відповідно до рівня податкового тиску?
3. Що таке офшорна компанія? Де створюють офшорні компанії?
4. Назвіть основні цілі створення офшорних компаній.
5. У який спосіб виробники різних країн можуть включити офшорні компанії до структури свого бізнесу?
6. Які види офшорних компаній ви знаєте? Охарактеризуйте їх.
7. У чому полягають основні проблеми, які пов'язані з використанням офшорних компаній з метою податкового планування?

МАУП

Сучасні форми кредитування міжнародної торговельної діяльності

16.1

Сутність і зміст операцій міжнародного факторингу

Факторинг — це посередницькі операції при здійсненні фінансових розрахунків між учасниками комерційних угод на основі договору про факторинг. Економічним змістом факторингу є купівля посередником — фактором у постачальника комерційних рахунків з їх негайною оплатою постачальнику. Договір про факторингове обслуговування має рамочний характер, є основою для виконання доручень експортера фактору та визначає загальні умови відносин сторін як щодо обсягу операцій, так і за механізмом їх реалізації. Договір містить такі умови: про переведення вимог експортера до імпортера на фактора, порядок прийняття фактором конкретних доручень або їхнє відхилення, про відкриття рахунка для перерахунку фактором коштів. До договору про факторинг застосовуватиметься право тієї країни, де фактор здійснює свою діяльність.

Оскільки фактор приймає на себе фінансовий ризик (ризик щодо несплати вимог імпортером) без права регресу, то за це він отримує винагороду. Така винагорода складатиметься з двох частин: перша частина — 0,25–2,5 % від загальної суми комерційного рахунка, друга — вартість кредитування експортера, розмір якого залежить від рівня облікових ставок і становить приблизно 6–13 %. З метою скорочення розміру ризику фактора обмежується загальна сума угод, а також визначаються терміни дії угоди.

Перед укладанням договору факторингу фактор детально вивчає експортера як можливого контрагента. Після укладення договору фактор має виключне право на здійснення операцій з клієнтами, тобто експортер не має права звернутися до іншого фактора, який діє на цій території, а передає вибраному фактору всі комерційні рахунки за укладеними угодами зі своїми контрагентам.

Договори про факторинг поділяються на відкриті, закриті, оборотні, необоротні, прямі, непрямі.

Відкритий факторинг полягає у тому, що імпортера повідомляють про угоду з фінансування, яка ґрунтується на переуступці фактору права вимагати від імпортера оплати. На практиці повідомлення часто роблять на рахунку-фактурі. Послуги з отримання купівельної ціни у відкритому факторингу надається у такий спосіб. Фактор зобов'язується придбати в експортера короткострокові підтвержені борги іноземних покупців. Коли експортер поставив товар за кордон, то вимоги з отримання купівельної ціни передаються фактору, якому на прохання експортера платитиме іноземний покупець. При цьому покупця повідомляють про те, що купівельну ціну не слід сплачувати експортеру. Борги, які підлягають оплаті, але є непідтвердженими, викупує фактор з правом регресу. Згідно з договором про факторинг комісійна винагорода розраховується на основі загального обороту. За таким договором експортер повинен запропонувати фактору всі борги на суму, яка зазначена у договорі. Крім стягнення боргів, фактор-компанія може виконувати додаткові функції з управління кредитними операціями експортера, зокрема контроль за внутрішнім кредитуванням на основі рахунків експортера; облік продажів (леджеринг) на основі рахунків, що надаються експортером; внесення оплати експортеру у розрахований середній строк платежу (факторинг усередненого строку платежу); фінансування угоди фактором на додаток до послуг отримання купівельної ціни та/або управління кредитуванням. В останньому випадку фактор негайно виплачує експортеру 80 % вартості поставки за підтвердженими рахунками і одночасно надає кредит іноземному покупцю (приймаються вимоги на необоротній основі).

Закритий факторинг передбачає, що договір про факторинг між експортером та фактором має конфіденційний характер. Більша частина форм закритого факторингу — це фактична пере-

уступка прав продавця-експортера фактору. Форма закритого факторингу не відповідає юридичним вимогам, також в окремих країнах не визнають фактичної передачі прав, тому фактор-компанії не завжди погоджуються на таку форму факторингу. Найпоширеніший вид закритого факторингу — це дисконтування рахунків. У договорі факторингу в такому разі передбачається, що експортер отримує ціну як довірений власник фактора і повинен зарахувати отримані кошти на окремий рахунок, що його зазначив фактор. Рахунок зазвичай дисконтується зі збереженням права на регресійну вимогу. Однією з форм закритого факторингу є договір, який передбачає продаж товару експортером безпосередньо фактору за готівку, а потім уповноважує експортера на перепродаж товару іноземному покупцю як його нерозкритий агент. Перепродаж іноземному покупцю може здійснюватися на умовах кредитування. В цьому разі експортер отримує купівельну ціну від іноземного покупця як агент фінансової компанії і повинен звітувати перед нею.

Оборотний факторинг полягає в тому, що фактор має право регресу до експортера, якщо іноземний покупець не оплатить рахунок. Питання регресу визначається на основі договору про факторинг.

Необоротний факторинг передбачає, що фактор несе всі кредитні ризики і не має права на відшкодування збитків у разі відмови від виконання своїх зобов'язань покупцем. При необоротному факторингу фактор зазвичай має право пред'явити претензії продавцю, коли з відома продавця поставлені товари, які не відповідають умовам договору, або коли експортер порушує умови договору і відмова імпортера від наступної оплати є правомірною. Сутністю необоротного фінансування часто є передача підтвердженої заборгованості.

При *прямому факторингу* існує лише один фактор — в країні експортера, з яким укладено угоду про факторингове обслуговування. В такому разі при прийнятті прав на вимогу купівельної ціни експортер вступатиме у договірні відносини з іноземним покупцем.

Непрямий факторинг передбачає існування двох факторів: з експорту та з імпорту (в країні імпортера). В цьому разі імпортер оплачує вимоги фактора у своїй країні. Фактор з імпорту платить факто-

ру з експорту, а останній передає кошти експортеру. Між експортером та фактором з імпорту не існує договірних відносин. Перевагами цього договору факторингу є те, що кожна фактор-компанія має справу з фірмою в своїй країні, а перевірити кредитоспроможність такої фірми значно легше. Відносини між факторами будуються на принципах взаємності.

16.2

Особливості операцій з міжнародного факторингу

Механізм здійснення операцій з факторингу має ряд особливостей. Основна полягає в тому, що фактор не бере на себе твердого зобов'язання приймати до виконання всі доручення постачальника, він може прийняти або відхилити пропозицію щодо будь-якого конкретного рахунка, виставленого на ім'я клієнта. З метою запобігання або обмеження власних ризиків фактор після одержання запиту постачальника, надісланого після підписання комерційної справи, спочатку вивчає платоспроможність клієнта.

Прийняття фактором доручення означає не лише згоду на його виконання і негайний платіж при оформленні переуступки прав, а й гарантію платежу за рахунком. Фактор може відмовитися від виконання доручення, коли стягнення за рахунком з клієнта видається сумнівним. Разом з тим за згодою постачальника він може взяти на себе виконання розрахункової операції, але за умови переказування коштів постачальнику лише після оплати рахунка клієнтом і без надання гарантії оплати. У цьому разі операція набуває характеру звичайного договору доручення.

Переваги, що факторинг надає постачальникові, полягають у такому:

- негайне одержання платежу після поставки;
- негайна оплата фактором рахунка до оплати рахунка клієнтом, що для постачальника перетворює строковий продаж у продаж за готівку і фактичне фінансування фактором постачальника;
- можливість скоротити потреби в оборотному капіталі;
- можливість приймати замовлення від контрагентів з наданням їм кредитів, не побоюючись виникнення складнощів при одержанні платежів;

- уникнення ризику повних або часткових втрат (через неплатоспроможність клієнтів, несвоєчасну оплату ними рахунків або інші причини), отже, і суперечок з цього приводу;

- отримання від фактора порад з питань виробництва і торгівлі, а також комплексне виконання ним робіт з реалізації товарів і послуг.

Факторинг почав застосовуватися в США з 50-х років ХХ ст., а з початку 60-х років він поширився в діловій практиці й інших розвинутих країн.

Факторингом займаються спеціалізовані фірми — фактори, що являють собою фінансові корпорації, які виконують широке коло операцій від імені експортера, зокрема такі:

- фінансують експортні операції — надають делькредере, виплачують аванс виробникові і видають кредити покупцеві;
- страхують експортні кредити;
- здійснюють інкасацію платежів у країні імпортера;
- сприяють підбору іноземних агентів;
- виконують операції з приймання товарів у порту призначення.

Особливості факторингу в сучасних умовах полягають у різноманітності фінансових послуг, наданих фактором. Так, у європейських країнах факторинг зводиться в основному до прийняття й оплати фактором комерційних рахунків постачальника (*old line factoring*). У США зазначені операції зазвичай поєднуються з відкриттям фактором кредиту постачальникові в обсязі, що приблизно дорівнює сумі можливих операцій, передбачених у договорі (*new style factoring*). Американська практика розширює поняття фінансової операції.

Фактор може діяти в рамках національного ринку, коли постачальник і клієнт перебувають в одній країні, або як міжнародний фактор, якщо сторони угоди розташовані в різних країнах. Фактор, що розміщується в країні експортера, доручає виконання своїх функцій за кордоном фактору, який діє в країні імпортера-клієнта. Винагороду в цьому разі ділять між двома факторами. При міжнародному факторингу посередники, крім перелічених функцій, виконують обов'язки з пошуку іноземних контрагентів. У сучасних умовах світовий ринок практично поділений між пов'язаними між собою фінансовими корпораціями — факторами, що розміщуються в різних країнах, взаємно виконуючи доручення в цій сфері діяльності.

Міжнародний факторинг спрощує одержання готівки в ході ділових операцій експортера і надає йому захист від безнадійних боргів.

Розрахунок платежів фактора при прийнятті на себе зобов'язань здійснюється у два етапи. По перше, розраховується величина дисконту, тобто плата фактора, по-друге, розмір платежу фактора шляхом віднімання від номінальної вартості зобов'язань, які йому передаються, величини дисконту.

Суму дисконту можна знайти трьома основними способами.

1. За формулою дисконту:

$$D = \sum_{i=1}^I F \frac{t + Extra}{360} \cdot \frac{r}{100},$$

де D – розмір дисконту; F – номінал векселя; t – кількість днів, які залишилися до погашення векселя; $Extra$ – кількість пільгових днів; r – процентна ставка; I – кількість векселів.

2. За процентними номерами. Для спрощення розрахунків у формулу дисконту вводять процентні номери:

$$N = F \frac{t + Extra}{100},$$

де N – процентний номер.

Тоді розмір дисконту розраховується за формулою

$$D = \frac{r}{360} \cdot \sum_{i=1}^I N.$$

3. За середнім строком форфейтування. Цей спосіб застосовується для векселів з однаковою номінальною вартістю, рівними строками погашення та єдиною процентною ставкою.

Спочатку розраховують середній строк форфейтування за формулою

$$\bar{t} = \frac{t_1 + t_I}{2},$$

де \bar{t} – середній строк форфейтування; t_1 – перший строк платежу у днях; t_I – останній строк платежу у днях.

Тоді розмір дисконту розраховується так:

$$D = \sum_{i=1}^I F \frac{t + Extra}{360} \cdot \frac{r}{100}.$$

Відразу ж зазначимо, що в окремих країнах розрахунок може здійснюватися через кілька днів після закінчення терміну зобов'язання. Враховуючи цей факт, фактори зазвичай додають кілька днів до фактичного строку платежу. Це так звані пільгові дні.

16.3

Міжнародне регулювання операцій факторингу

У сучасній комерційній практиці використовують різні способи комерційного фінансування, здійснюваного фінансовими посередниками. До них належать факторинг, форфейтинг, фінансовий лізинг, безобігове фінансування. Два з цих способів – міжнародний факторинг і міжнародний фінансовий лізинг – регулюються міжнародними конвенціями, що їх було підготовлено міжнародним інститутом уніфікації приватного права УНІДРУА та прийнято на Конференції в Оттаві в 1988 році. У них сформульовано правові принципи, на яких базуються відповідні фінансові угоди.

Конвенція про міжнародний факторинг містить такі основні положення. За допомогою ст.1(2) регулюються договори про факторинг. Згідно з конвенцією договір про факторинг повинен задовольняти такі вимоги:

- постачальник може або бажає передати фактору права вимоги, що виникли з договорів купівлі-продажу товарів, які укладені між постачальником і його покупцями (боржниками), крім договорів купівлі-продажу товарів, придбаних переважно для їхнього особистого, сімейного або домашнього використання;
- фактор повинен виконувати принаймні дві з наведених функцій:
 - фінансування постачальника, включаючи позики й авансові платежі;
 - ведення обліку (леджеринг), що стосується боргових вимог;
 - одержання боргів;

– захист від неплатежів з боку боржників.

У ст. 2(с) визначається, що конвенція після набуття чинності застосовується тоді, коли боргові вимоги, що виникають з договору купівлі-продажу між постачальником (продавцем) і боржником (покупцем), підприємства яких розміщуються на території різних держав, передані за договором на факторинг, при цьому:

а) такі держави і держава, на території якої розташоване підприємство фактора, є договірними державами або

б) договір купівлі-продажу товарів і договір про факторинг регулюються правом договірної держави.

Мета положень цієї статті – пов'язати Конвенцію про міжнародний факторинг із Конвенцією ООН про договори міжнародної купівлі-продажу товарів.

Конвенція про міжнародний факторинг застосовується до відкритого і закритого факторингу. Постачання товарів і факторинг – це два різні види договірних відносин.

У ст. 6(1) вирішується одне з досить складних питань – чи перешкоджає постачальнику заборона з боку покупця передавати право вимоги про сплату ціни фактору відповідно до договору передачі такої вимоги. Конвенція вважає дійсною передачу постачальником боргових вимог фактору незалежно від того, чи є угода між постачальником і боржником, що забороняє таку передачу вимог. Згідно зі ст. 6(2), держава вправі виключити попереднє положення конвенції і не застосовувати його, якщо під час укладання договору купівлі-продажу підприємство боржника розташоване на території держави, яка веде переговори. Відповідно до ст. 6(3), передача права факторові, незважаючи на заборону за договором поставки, не стосується зобов'язання постачальника у відносинах з боржником діяти сумлінно, а також відповідальності за порушення умов договору поставки.

У ст. 8(1) передбачається, що повідомлення про передачу прав, яке направляється боржникові, повинне бути в письмовій формі і розумно ідентифікувати фактора, якому необхідно зробити платіж, і боргові вимоги, до яких належить передача прав. Повідомлення, що належить до боргових вимог, які становлять об'єкт майбутнього договору, є недійсним, як і загальне повідомлення про передачу прав щодо всіх майбутніх договорів поставки. Це положення застосовується тільки до повідомлень, які надсилає боржник щодо свого

становища. Договір про факторинг може передбачати обов'язок постачальника переуступити майбутні боргові вимоги згідно зі ст. 5(а) і навіть обов'язок передати права без нового акта передачі згідно зі ст. 1.

Відповідно до ст. 10(1), якщо боржник зробив платіж фактору і взагалі не одержав товари або одержав товари, які не відповідають договору, він у принципі не може стягнути сплачені суми з фактора, але має право висунути вимоги до постачальника. Згідно зі ст. 10(2), боржник може стягнути кошти з фактора в двох випадках: якщо боржник сплатив фактору, але фактор не сплатив постачальнику; якщо фактор сплатив постачальнику, знаючи про факт невиконання постачальником своїх зобов'язань перед боржником.

За допомогою ст. 11 регулюються відносини з непрямого факторингу, коли постачальник передає право вимоги фактору з експорту, а останній відповідно переуступає такі вимоги фактору з імпорту, то боржнику повідомляють тільки про другу передачу прав, але не про першу. У ст. 11(2) передбачається, що повідомлення про другу передачу прав повинно діяти як повідомлення про першу передачу.

У ст. 12 визначається таке: оскільки конвенція застосовується до наступних передач прав вимоги, положення змінюють у тому разі, якщо перша угода про факторинг забороняє наступні передачі.

Питання для самоконтролю

1. Що таке факторинг?
2. Які основні переваги та недоліки факторингу порівняно зі звичайним кредитуванням?
3. Які основні види міжнародного факторингу?
4. Охарактеризуйте основних суб'єктів угоди про факторинг.
5. Назвіть основні міжнародні договори, що регулюють операції з міжнародного факторингу.
6. Форфейтор придбав у клієнта партію з 5 векселів номіналом 50 тис., 75 тис., 97 тис., 105 тис. та 125 тис. дол. Платежі за векселями здійснюються так: по перших трьох – кожні 45 днів, а по останніх двох – кожні 90 днів. При цьому форфейтор надає клієнту 2 пільгові дні для розрахунку. Облікова ставка за векселями становить 8 % річних. Розрахуйте величину кредиту.

7. Форфейтор придбав у клієнта партію з 4 векселів номіналом 100, 120, 150 та 150 тис. дол. Платіж за вексями здійснюватиметься кожні 90 днів. При цьому форфейтор надає клієнту 3 пільгові дні для розрахунку. Облікова ставка за вексями становить 10 % річних. Розрахуйте величину дисконту та суму платежів форфейтора клієнту за придбання у нього векселів за процентними номерами.
8. Форфейтор придбав у клієнта партію з 5 векселів номіналом по 100 тис. дол. Платіж за вексями здійснюватиметься кожні 180 днів. При цьому форфейтор надає клієнту 3 пільгові дні для розрахунку. Облікова ставка за вексями становить 8 % річних. Розрахуйте величину дисконту та суму платежів форфейтора клієнту за придбання у нього векселів за середнім строком форфейтування.

МАУП

Список використаної та рекомендованої літератури

1. *Збірник* контрактів та нормативних актів. Інкотермс. — К., 2000.
2. *Збірник* нормативних матеріалів з питань регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні. Ч. 1. — К., 2000–2003.
3. *Академия* рынка: маркетинг. — М., 1993.
4. *Артемов А.* Финансово-правовое регулирование внешнеторговой деятельности. — М., 1999.
5. *Ассэль Г.* Маркетинг: принципы и стратегия. — М., 1994.
6. *Балабанов И. Т., Балабанов А. И.* Внешнеэкономические связи. — М., 2000.
7. *Бахрамов Ю.* Организация внешнеторговой деятельности фирмы. — М., 2000.
8. *Внешнеэкономическая* деятельность предприятий. — М., 1996.
9. *Герасимчук В. И.* Управление маркетингом. — К., 1993.
10. *Герчикова И. Н.* Международное коммерческое дело. — М.: Юнити, 2001.
11. *Герчикова И. Н.* Международные экономические операции. — М., 2000.
12. *Герчикова И. Н.* Международные экономические организации. — М., 2000.
13. *Герчикова И. Н.* Менеджмент. — М., 1999.
14. *Грачев Ю.* Ведение переговоров с инофирмами. — М., 2000.
15. *Грачев Ю.* Внешнеэкономическая деятельность. — М., 2000.
16. *Дениэлс Дж., Радеба Л.* Международный бизнес. — М., 1994.
17. *Договоры* в коммерческой деятельности. — М., 2000.
18. *Дюмулен И. И.* Международная торговля услугами. — М.: Экономика, 2003.

19. *Кириченко О. А.* Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. — К.: Знання-Прес, 2002.
20. *Климовець О. В.* Международный оффшорный бизнес. — Ростов н/Д: Феникс, 2004.
21. *Лысенков Ю. М., Педь И. В.* Расчеты во внешней торговле. — К.: Вестник фондового рынка, 2003.
22. *Матвеева О.* Организация и технология внешнеторговых операций. — М., 2000.
23. *Михайлин А.* Управление внешнеэкономической деятельностью фирмы. — М., 2000.
24. *Мозковий О. М.* Стратегія виходу на зовнішній ринок. — К., КНЕУ, 1995.
25. *Мозковий О. М.* Товарна політика та планування товару в міжнародному маркетингу. — К.: КНЕУ, 1995.
26. *Назаренко В.* Транспортное обеспечение ВЭД. — М., 2000.
27. *Неговицин А.* Внешняя торговля. — М., 1999.
28. *Новицкий В. Е.* Внешнеэкономическая деятельность и международный маркетинг. — К.: Либра, 1994.
29. *Неруш Ю.* Логистика. — М., 2000.
30. *Покровская В.* Организация и регулирование внешнеэкономической деятельности. — М.: Юнити, 2000.
31. *Попов С.* Внешнеэкономическая деятельность фирмы. — М., 2000.
32. *Портер М.* Конкуренция. — К.: Вильямс, 2000.
33. *Сандровский К.* Таможенное право в Украине: национальное и международное. — К., 2000.
34. *Соколенко С. И.* Глобальные рынки XXI столетия. Перспективы Украины. — К., 1998.
35. *Соколенко С. И.* Современные мировые рынки и Украина. — К., 1995.
36. *Сутырин Е.* Международные экономические отношения. — М., 2000.
37. *Управление внешнеэкономической деятельностью* / Под ред. А. И. Кредисова. — К., 1996.
38. *Феофанова Л. А.* Как заключать международные контракты. — М., 1994.
39. *Хойер Дж.* Как делать бизнес в Европе. — М., 1992.
40. *Эптинг Р. Ч.* Азбука мирового рынка. — СПб., 1997.

Зміст

<i>Передмова</i>	3
Розділ 1. Міжнародна конкуренція та її вплив на розвиток міжнародної торгівлі	6
1.1. Сутність міжнародної конкуренції.....	6
1.2. Форми і методи інтернаціоналізації конкуренції	10
1.3. Глобалізація конкуренції – основна ознака сучасного розвитку конкуренції	13
1.4. Пошук і вибір іноземного партнера. Вивчення джерел інформації	14
Розділ 2. Стратегія проведення переговорів з іноземними партнерами	18
2.1. Основні методи проведення переговорів з іноземними партнерами	18
2.2. Значення невербальних методів ведення переговорів.....	21
2.3. Основні прийоми проведення переговорів та їх організаційні форми	23
Розділ 3. Процес підготовки та укладання зовнішньоторговельної угоди	26
3.1. Класифікація зовнішньоторговельних операцій та угод. Види контрактів у міжнародній діяльності	26
3.2. Сутність основних етапів підготовки міжнародної комерційної угоди	29
3.3. Роль міжнародних торговельних звичаїв у процесі укладання угоди	33
Розділ 4. Міжнародний торговельний контракт	36
4.1. Сутність міжнародного контракту купівлі-продажу	36
4.2. Структура міжнародного контракту купівлі-продажу	37

4.3. Фінансові умови міжнародних контрактів купівлі-продажу	48
--	----

Розділ 5. Виконання міжнародних контрактів купівлі-продажу	56
5.1. Підготовка товару до відвантаження	56
5.2. Зовнішньоторговельна документація, якою оформлюється виконання комерційної угоди	58
5.3. Діяльність міжнародних організацій зі спрощення процедур міжнародної торгівлі	68

Розділ 6. Організація міжнародної торгівлі і розвиток світових ринків сировинних товарів	70
6.1. Міжнародні товарні угоди	70
6.2. Організація продажів через міжнародні товарні біржі	72
6.3. Міжнародні аукціони	79
6.4. Організація оптових закупівель	83

Розділ 7. Особливості організації міжнародної торгівлі готовою продукцією	85
7.1. Особливості укладення та реалізації контрактів на комплектне устаткування	85
7.2. Особливості реалізації довгострокових контрактів на сировину і напівфабрикати	90

Розділ 8. Транспортування вантажів у міжнародній діяльності	94
8.1. Сутність міжнародних перевезень та основні фактори, що визначають вибір виду транспортування	94
8.2. Особливості перевезення вантажів морським транспортом	96
8.3. Міжнародні залізничні перевезення	100
8.4. Автомобільні й авіаперевезення міжнародних вантажів	102

Розділ 9. Розрахунки у міжнародних торговельних операціях	105
9.1. Сутність міжнародних розрахунків	105
9.2. Основні форми здійснення розрахунків у міжнародних торговельних операціях	109
Розділ 10. Організація виходу на зарубіжний ринок через торговельно-посередницьку ланку	115
10.1. Поняття і види торговельно-посередницьких операцій	115
10.2. Особливості укладання договорів з торговельними посередниками.....	121
10.3. Особливості діяльності торговельно-посередницьких фірм у сучасних умовах	126
10.4. Розвиток торговельно-посередницьких операцій у сучасних умовах	132
Розділ 11. Організація та виконання міжнародних компенсаційних угод	139
11.1. Поняття, сутність, зміст і види міжнародних компенсаційних угод	139
11.2. Міжнародні зустрічні операції на безвалютній основі	142
11.3. Компенсаційні угоди на комерційній основі	144
11.4. Компенсаційні угоди на основі договорів про виробничу співпрацю	147
Розділ 12. Здійснення міжнародних операцій з передачі технологій	154
12.1. Значення міжнародної торгівлі науково-технічними знаннями	154
12.2. Особливості міжнародної торгівлі патентами і ліцензіями	157
12.3. Види і зміст угод про міжнародне ліцензування	162
12.4. Обмежувальна ділова практика в сфері обміну технологіями	170
12.5. Міжнародний франчайзинг	173

Розділ 13. Реалізація міжнародного співробітництва між корпораціями	177
13.1. Основні напрями розвитку науково-технічних зв'язків	177
13.2. Організаційні форми міжнародного науково-технічного співробітництва	180
13.3. Організація науково-технічного міжфірмового кооперування	184
Розділ 14. Основні види регламентації міжнародної торгівлі	190
14.1. Принципи регламентації в міжнародній торгівлі	190
14.2. Основні види державного регулювання міжнародної торгівлі	191
Розділ 15. Офшорні операції	197
15.1. Зміст, можливості та напрями використання операцій з податкового планування	197
15.2. Можливості включення офшорних компаній у систему міжнародного бізнесу материнської компанії	200
15.3. Види офшорних компаній	204
Розділ 16. Сучасні форми кредитування міжнародної торговельної діяльності	215
16.1. Сутність і зміст операцій міжнародного факторингу	215
16.2. Особливості операцій з міжнародного факторингу	218
16.3. Міжнародне регулювання операцій факторингу	221
<i>Список використаної та рекомендованої літератури</i>	225

The process of preparation, making and realization of international trade operations are given in the proposed manual. The peculiarity of the book — is the detail and phased test of international contracts implementation touching the search and analyzes of foreign partners, making negotiations, contract agreement, choosing the method of payment and operations financing before the delivery. These facts give the possibility to uncover the mechanism of making international trade operations neatly and logically.

For economical specialties students, for business-students, and for specialists, who works in the foreign-economic activity.

Навчальне видання
Крилова Наталія Василівна

**УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ
ТОРГОВЕЛЬНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ**

Навчальний посібник

Educational edition

Krylova, Natalia Vasilivna.

International trade operations management

Educational manual

Відповідальний редактор *М. В. Дроздецька*

Редактор *Л. С. Тоболіч*

Комп'ютерне верстання *М. М. Яковина*

Оформлення обкладинки *Д. А. Бутейко*

Підп. до друку 27.07.06. Формат 60×84/16. Папір офсетний. Друк офсетний.
Ум. друк. арк. 13,48 . Обл.-вид. арк. 13,3. Тираж 3000 пр. Зам. № 5-0806

Міжрегіональна Академія управління персоналом (МАУП)
03039 Київ-39, вул. Фрометівська, 2, МАУП

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
суб'єктів видавничої справи ДК № 8 від 23.02.2000*

Друкарня ТОВ "Аксам"
м. Київ, вул. Студентська, 5а