

**ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ФІЗИЧНОЇ
КУЛЬТУРИ ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО**

Кафедра економіки та менеджменту

Павленчик А. О.

ЛЕКЦІЯ № 14

ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ

з навчальної дисципліни

„МЕНЕДЖМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ”

для студентів спеціальності 073 „Менеджмент”

рівень вищої освіти – бакалавр

Тема 14. ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИХ ОПЕРАЦІЙ

1. Зміст поняття "зовнішньоторгова операція", її види.
2. Суть та послідовність здійснення зовнішньоекономічних операцій.
3. Суб'єкти й об'єкти зовнішньоторгових операцій.

Обмін між виробниками різних країн здійснюється через зовнішньоторгові операції. Для того, щоб обмін відбувся, необхідно провести відповідні взаємо пов'язані дії:

- 1) знайти покупця;
- 2) підписати з ними угоду, в якій обговорити всі умови (товар, його кількість і якість, ціну, терміни поставок і т.п.);
- 3) виконати договір, тобто підготувати товар до поставки, доставити його покупцю, провести розрахунок за доставлений товар.

Сукупність цих дій складає зміст зовнішньоторгової операції.

Таким чином; під зовнішньоторговою операцією треба розуміти комплекс дій контрагентів різних країн, спрямованих на здійснення торгового обміну.

Такі дії носять комерційний характер, тому операції обміну стають комерційними. По своїй суті вони являються керівною діяльністю. Зміст управління обміном, тобто здійснення операцій обміну, полягає в тому, щоб організувати, направляти, регулювати різні види діяльності контрагентів, що

здійснюють обмін матеріальними цінностями й послугами.

Зовнішньоторгова операція як керівна діяльність передбачає наявність суб'єктів, які здійснюють цю діяльність, і об'єктів, на які ця діяльність спрямована.

Суб'єктами зовнішньоторгових операцій являються підприємства, фірми,

організації, котрі одержали від держави право виходу на зовнішній ринок.

Об'єктами зовнішньоторгових операцій виступають матеріальні процеси, що проявляють себе в процесі обміну товарами, послугами, результатами виробничого і науково-технічного співробітництва. Ці об'єкти визначають види зовнішньоторгових операцій на світовому ринку. Зовнішньоторгові операції

поділяються на основні і допоміжні.

До основних відносяться операції, які здійснюються на розрахунковій основі між безпосередніми учасниками цих операцій (контрагентами різних країн). Це операції:

- 1) по **обміну науково-технічними знаннями** в формі торгівлі патентами, ліцензіями, "ноу-хау";
- 2) по **обміну товарами в матеріально-речовій формі** (експортно-імпортні

операції);

- 3) по *обміну технічними послугами* в формі консультативного і будівельного інженерінга;
- 4) *оренді*, в тому числі лізингові;
- 5) по *наданню консультаційних послуг* в галузі інформації та удосконалення управління;
- 6) по *міжнародному туризму*;
- 7) по обміну кінофільмами, телепрограмами та ін.

До допоміжних зовнішньоторгових відносяться операції:

- 1) по міжнародних перевезеннях;
- 2) транспортно-експедиторські;
- 3) по страхуванню вантажів;
- 4) по збереженню вантажів при міжнародних перевезеннях;
- 5) операції по міжнародних розрахунках та ін.

Допоміжні операції одержали назву операцій товаропросування, тому що пов'язані з рухом товару до споживача.

Зовнішньоторгові операції мінялися й ускладнювалися в міру розвитку зовнішньої торгівлі. Першими операціями, які склалися до появи грошових знаків, були операції обміну. Пізніше, з появою грошей, операції обміну були¹⁵³

витіснені операціями купівлі-продажу, котрі переважають і в наші дні. Однак форми і види зовнішньоторгових операцій продовжують розвиватися й вдосконалюватися.

Основними операціями купівлі-продажу товарів являються експортні, імпортні, реекспортні і реімпортні.

Реекспортні й реімпортні операції являються різновидом експортно-

імпортних.

Реекспортні операції пов'язані з продажем і вивезенням із країни раніше ввезеного до неї товару без якого-небудь перероблення. Реімпортні операції являють собою експортні угоди, що не відбулися, тобто ввіз в країну раніше вивезеного товару, який там не перероблявся. Це можуть бути товари, не продані на аукціоні, повернені з консигнаційного складу, забраковані споживачем та ін. Здійснення зовнішньоторгової операції вимагає застосування певної правової форми і використання конкретних способів (методів) її здійснення. Правовою формою, що опосередковує зовнішньоторгові операції, і являється зовнішньоторгова угода. Обов'язкова умова угоди - підписання її з іноземним партнером, тобто контрагентом.

2. Суть та послідовність здійснення зовнішньоекономічних операцій

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) - діяльність суб'єкта господарської діяльності України й іноземного суб'єкта господарської діяльності, обудована на взаєминах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами. ЗЕД являє собою сукупність міжнародних комерційних операцій, спрямованих на організацію, проведення і регулювання процесу обміну товарами, послугами, результатами творчої діяльності. Міжнародний обмін товарами економічно доцільний для країн. Якщо на виробництво експортних товарів країна витрачає менше суспільної праці, ніж повинна була б витратити на виробництво товарів замість імпортованих на суму, яка виручена від експорту.

Експорт - продаж товарів іноземним суб'єктам і господарської діяльності і вивіз товарів через митний кордон України, крім тих випадків, коли суб'єкт ЗЕД передає майно господарської діяльності іноземному суб'єкту як натуральну

частку участі у формуванні статутного капіталу при спільній господарській діяльності.

Реекспорт - продаж іноземним суб'єктам ЗЕД і вивіз за межі України товарів, які були раніше імпортовані на територію України і не піддавалися переробці.

Імпорт - закупівля в іноземних суб'єктів ЗЕД товарів і їхній увіз на територію України, включаючи закупівлю товарів, призначених для власного споживання установами й організаціями України, розташованими за її межами.

Реімпорт - увіз через границю раніше вивезеної за межі митної території продукції, яка не піддавалася там переробці.

Транзит - переміщення товарів, вироблених за межами України через територію України без будь-якого використання цих товарів на зазначеній території.

Класифікація зовнішньоекономічних операцій, етапи їхнього проведення. Міжнародна практика проведення зовнішньоекономічних операцій припускає здійснення певних видів комерційної діяльності (табл. 10.1), що складається з окремих етапів і стадій, на кожному з яких вирішуються конкретні задачі і виконуються формальності, що пов'язані з оформленням, пересиланням і обробкою документації, необхідної для забезпечення виконання угоди. Таблиця 10.1 – Класифікація зовнішньоекономічних операцій

№ Ознака класифікації Види операцій

1 2 3

1 За напрямками торгівлі. Експортні, імпортні, реекспортні, реімпортні, транзиті.

2 За групами товарів. Купівля-продаж машин і устаткування, сировинних і продовольчих, непродовольчих товарів і тд.

3 За ступенем готовності товару

до продажу.

Поставка готової продукції, вузлів і деталей для зборки, комплектного устаткування і т.д.

4 Товарообмінні операції. Зустрічні закупівлі, бартер, викуп застарілої продукції, переробка давальницької сировини й інші.

5 Торгівля науково-технічними досягненнями і надання послуг.

Купівля-продаж ліцензій, "ноу-хау", інжиніринг, факторинг, оренда, туризм, підряд, транспортування і інші.

6 Торговельно-посередницька діяльність.

Консигнаційні, комісійні, агентські, брокерські операції.

7 Торгівля змагального типу. Аукціони, біржова торгівля, міжнародні торги.

Процес проведення зовнішньоекономічних операцій розбивається на кілька етапів і стадій:

1. Підготовчий етап:

- аналіз кон'юнктури міжнародного ринку, рівня його монополізації великими компаніями, можливості проникнення на цей ринок;
- вибір форми і методів роботи на ринку;
- вибір контрагентів;
- аналіз і розрахунок цін;
- рекламна кампанія.

Вивчення ринку проводиться за програмою маркетингу.

Сучасна міжнародна торгівля пов'язана з великою кількістю товарів, тому й об'єкти дослідження залежать від роду діяльності фірми. Відповідно й методи, що застосовуються в ході дослідження, можуть істотно розрізнятися. Поряд з тим існує ряд найважливіших факторів, що завжди вивчаються під час підготовки будь-якої зовнішньоекономічної операції:

1. Політичні відносини з країною-контрагентом. Напружені політичні відносини з країною-контрагентом, природно, не будуть сприяти можливості укладання контракту. Введення ембарго проти тієї чи іншої держави також спрямоване на досягнення визначених політичних цілей за допомогою економічних інструментів (уданому випадку зовнішньої торгівлі). Крім цього в рамках політичних і військових об'єднань (таких, як, наприклад, НАТО) діють комітети і комісії, що встановлюють обмеження на торгівлю визначеними товарами з зазначеними країнами (наприклад, Східною Європою).
2. Ємкість і кон'юнктура товарних ринків. Вивчення ємкості ринку дозволяє визначити загальні умови, у яких можлива торгівля. Кон'юнктурні спостереження дозволяють перевірити правильність прийнятого рішення щодо ємкості ринку, виявити коливання і найвигідніші умови продажу і покупок, методи здійснення зовнішньоторговельних операцій, час і місце виходу на ринок.
3. Торгово-політичні умови. Серед торгово-політичних умов велика увага приділяється розмірам мита і зборів, методам розрахунку мита, умовам зберігання на митних складах. Крім цього вивчається ліцензійна система і порядок одержання ліцензій, можливість встановлення квот, валютних обмежень; умови торгових договорів даної країни з іншою країною-контрагентом, система санітарно-гігієнічних правил та ін.
4. Транспортні умови. Вони відіграють важливу роль, тому що впливають на ціну товару. Тому варто вивчити наявність прямих рейсів, тарифи лінійного

судноплавства, фрахтові ставки; залізничні тарифи, ступінь механізації вантажно-розвантажувальних робіт, вартість збереження вантажу, ставки портових зборів, правила й особливі умови перевезень.

5. Умови платежу і кредиту. Необхідно вивчити можливість надання кредиту, його форми, що найчастіше використовуються в торгівлі тими чи іншими товарами, вартість кредиту.

6. Правові умови. Велике значення має вивчення законодавства про здійснення торгових операцій: страхування і торгове судочинство, закони про правове положення і діяльність іноземних фірм, охорону промислової власності, патентування винаходів, реєстрацію торгових знаків, арбітраж. 157

7. Специфічні вимоги ринку. У різних країнах склалися певні вимоги до номенклатури, асортименту товарів і їхньої якості. Вони обумовлені географічними, кліматичними умовами, традиціями, смаками і повинні обов'язково враховуватися під час підписання контракту.

8. Канали і методи збуту. Вивчається товарозбутова мережа в країні збуту, роль посередників. Особлива увага приділяється аналізу збутової мережі

конкурентів, методам і техніці збуту, нормам обслуговування, рекламі.

Вибір контрагента.

На підготовчому етапі до укладання угоди необхідно вибрати контрагента.

У країнах з ринковою економікою відпрацьована чітка система класифікації фірм за рядом критеріїв.

За видом господарської діяльності і характером операцій фірми поділяються на: промислові, сільськогосподарські, агропромислові, торговельні, будівельні, транспортні, страхові, інжинірингові, лізингові й інші.

Промислові компанії складають одну із самих численних груп. До їхнього числа відносяться фірми, у яких 50% обороту і більше складає продукція їхніх власних підприємств.

За характером власності фірми поділяються на: державні, державно-приватні, приватні.

За приналежністю капіталу фірми поділяються на: національні, змішані, міжнародні.

2. Організаційний етап:

- встановлення контакту з потенційними контрагентами;
- підготовка і проведення переговорів;
- укладання контракту.

Після вибору іноземного контрагента, необхідно установити з чим контакт, тобто провести роботу з підготовки до укладання угоди. 158

Процедура підготовки експортної угоди.

У процесі підготовки експортної угоди продавець може використовувати різні способи встановлення контактів з потенційними покупцями:

- направити пропозицію (оферту) безпосередньо одному чи декільком можливим іноземним покупцям;
- прийняти і підтвердити замовлення покупця;
- направити покупцю пропозицію у відповідь на його запитання із указівкою конкретних умов майбутнього контракту чи проформою контракту;
- прийняти участь в торгах;
- прийняти участь у виставках і ярмарках;
- зробити рекламне оголошення в засобах масової інформації, каталогах, проспектах.

3. Виконавчий етап:

- підготовка товару до відвантаження (експортером) і підготовка до прийому товару (імпортером);
- укладання допоміжних контрактів (страхових, транспортних, і т.п.);
- врегулювання суперечок;
- здійснення розрахунків.

Світова практика свідчить, що виробничі фірми або підприємства, маючи на меті реалізацію своєї продукції на міжнародному ринку, можуть обирати різні методи організації зовнішньоторговельної діяльності. Такий вибір залежить від багатьох чинників, зокрема: масштабів виробництва фірми та характеру продукції, що випускається; особливих рис регіональних ринків, на яких реалізується продукція; глибини участі підприємства у міжнародному поділі праці; специфічного методу реалізації товарів або послуг на зовнішньому

ринку, що є традиційним для цієї товарної групи або був обраний керівництвом

даного підприємства, тощо. Тому під методом міжнародної торгівлі слід розуміти організаційну форму та порядок здійснення зовнішньоторговельної операції. 159

Усі численні методи організації зовнішньоторговельної діяльності об'єднуються у дві великі групи.

Першу з цих груп (прямий метод) утворюють ті форми, що реалізуються самими компаніями та підприємствами, які зазвичай мають достатній рівень фінансових активів для створення й утримання власного зовнішньоторговельного апарату, що складається зі спеціалізованих служб та органів, виконуючих організаційні, кредитно-розрахункові, транспортні,

рекламні, аналітичні та Інші зовнішньоторговельні функції. Такі компанії реалізують свою продукцію на зарубіжних ринках через створені там філії і дочірні фірми, які на світовому ринку мають статус оптових або роздрібних підприємств, а їх функціональні завдання, права та обов'язки визначаються за домовленістю із засновниками. Серед переваг організації зовнішньої торгівлі навірямки слід виокремити такі:

- можливість економії фінансових ресурсів за рахунок скорочення витрат на суму комісійної винагороди посереднику;
- зниження ризику та залежності результатів комерційної діяльності від можливої недобросовісності чи недостатньої компетентності посередницької організації;
- використання переваг безпосереднього контакту зі споживачами та можливість отримання інформації про стан і тенденції розвитку ринку шляхом організації маркетингової діяльності на зарубіжному ринку.

У той же час застосування цього методу торгівлі передбачає наявність високої комерційної кваліфікації персоналу та торговельного досвіду компанії в

цілому. У протилежному разі фінансові витрати підприємства не тільки не скоротяться, але й можуть значно зрости. Крім того, міжнародна торгівля порівняно з внутрішньою є ризикованішою, що зумовлено відмінностями економічних, правових та соціальних умов у різних країнах, їх традиціями та звичаями, а також великими відстанями між торговельними партнерами. У результаті для проведення міжнародних торговельних операцій буває доцільно

залучати посередників. 160

До другої групи методів (непряма торгівля, або непрямий метод) входить:

- торгівля через посередників (торговельні компанії та інші посередницькі фірми);
- торгівля через організовані товарні ринки, тобто через міжнародні товарні біржі, тендери (торги), аукціони та виставки/ярмарки.

Торгівля через посередників використовується, як правило, середніми та малими підприємствами, до яких також належать різного типу товариства, які для здійснення зовнішньоекономічної діяльності в своїй управлінській структурі створюють так званий вмонтований експортний відділ. Такий відділ складається з двох-трьох співробітників, які займаються підготовкою зовнішньоторговельних контрактів, митною, кредитною та іншою необхідною документацією, а самі угоди купівлі-продажу товарів здійснюють через торговельних посередників.

Як при експорті, так і при імпорті товарів і послуг розподіл може здійснюватися безпосередньо між виробником і споживачем (пряма торгівля), або через одне чи кілька зовнішньоторговельних підприємств, що виступають торговельним посередником (непряма торгівля, торгівля через посередників).

При торгівлі через посередників прийнято говорити про прямий експорт та прямий імпорт. Загальноприйнятим вирішальним критерієм при цьому є той

факт, що при прямому експорті/імпорті внутрішній (національний) торговельний посередник не бере участі в операції купівлі-продажу.

Торгівля через організовані товарні ринки також належить до непрямой торгівлі, але посередниками між експортерами (виробниками, посередницькими фірмами) та імпортерами (споживачами, іншими посередницькими фірмами) є організовані товарні ринки - міжнародні товарні біржі, міжнародні тендери (торги), міжнародні аукціони та міжнародні

виставки/ярмарки. Це спеціально створені (організовані) ринки певних товарів,

де у заздалегідь визначений час реалізують свої торговельні Інтереси продавці,

формуючи пропозицію товару, та покупці, представляючи попит на неї. 161

Контрольні запитання

1. Які основні види зовнішньоторгових операцій Ви знаєте?
2. Чим відрізняються реекспортні і реімпортні операції від експортних і імпортних?
3. Що Ви знаєте про класифікацію зовнішньоекономічних операцій?
4. Які Ви знаєте етапи проведення зовнішньоекономічних операцій?
5. На які фактори треба звернути увагу під час підготовки зовнішньоекономічної операції?

Термінологічний словник ключових понять

Зовнішньоторгова операція, основні й додаткові зовнішньоторгові операції, експортні операції, імпортні операції, реекспортні й реімпортні операції.