**ТЕМА 3. Світова торгівля товарами та послугами**

План

3.1. Сучасні тенденції розвитку світового ринку товарів та послуг

3.2. Методи міжнародної торгівлі

3.3. Регулювання міжнародних торговельно-економічних відносин

3.4. Україна на світовому ринку товарів та послуг

***Ключові слова та понятя***

міжнародні економічні відносини, методи міжнародної торгівлі, міжнардна торгівля, регулювання , аукціони, товари, тендер, експорт, імпорт, тенденції, поділ праці, міжнародні товарні біржі, Світова організація торгівлі, світовий ринок товарів та послуг

* 1. **Сучасні тенденції розвитку світового ринку товарів та послуг**

Протягом багатьох десятиріч міжнародна торгівля залишається основною і однією з найбільш динамічних форм міжнародних економічних відносин. Структурно світовий ринок товарів і послуг на 80% складається з торгівлі товарами та на 20% – з обміну послугами. З часу укладення ГАТТ (1947р.) обсяги світового товарного експорту збільшились у 230 разів, при цьому кожне десятиріччя відбувалось мінімум подвоєння цього показника, а у період 1963 – 1983 рр. – більш, ніж потроєння.

Останнім часом відбулись також значні зрушення у регіональній структурі світових експортних потоків. Так, якщо на початку 1950-х років США були беззаперечним лідером з часткою світового експорту майже 20%, що дорівнювало сумарному експорту Азії та Африки, то на сьогодні питома вага країни впала до 8,7%, що навіть менше ніж у КНР

– 8,9 %.

На сучасному світовому товарному ринку чітко виділяються два типи регіонів: з часткою у міжнародній торгівлі, що зростає, та з такою, що зменшується. До першої групи належать: Європа – регіон-лідер у світовій торгівлі (майже 41,2 %); Близький Схід – збільшення частки на світовому ринку з 2 до майже 6 %; Азія – подвоєння частки світового ринку за 60 років з 14 до 29,2 % (майже третина пропозиції). Північна, Південна та Центральна Америка, а також країни Африки характеризуються зниженням питомої ваги регіонального експорту у загальносвітовому. Особливо динамічно цей процес відбувається у Північній та Південній Америці. Так, якщо після ІІ світової війни ці регіони постачали на світовий ринок майже 40% товарів, то зараз – лише 17%.

Позитивною динамікою характеризується експорт з країн СНД: за період з 1993-2010 рр. частка світового товарного ринку цих країн збільшилась з 1,5 % до 3,7 %, що відповідає показнику колишнього СРСР у 1973 р. (також 3,7 %).

Структура регіональних ринків товарів за критерієм географічного походження імпорту є досить неоднорідною, однак має декілька спільних рис та особливостей.

*Першою* такою *особливістю* є значні обсяги внутрішньорегіональної торгівлі: в Європі – 71,2 %, тобто попит на європейському ринку на понад 70 % задовольняється експортом із країн Європи; в Азії – 57,4 %; у Північній Америці – 37,8 %; в інших регіонах – від 10 до 27 %.

*Другою особливістю* є потужна присутність європейських та азійських експортерів товарів на всіх регіональних ринках, причому з часткою ринку від 18% до 48%. Що стосується європейських товарів, то вони становлять майже половину імпорту в країнах СНД та Африки.

В якості *третьої особливості* слід назвати рівномірну присутність країн Азії (в основному Китаю, Японії та Південної Кореї) на всіх регіональних ринках: Північна Америка – 30,1 % ринку; Близький Схід 31,2 %, Африка – 25,7 %, Північна Америка та країни СНД – понад 20%.

Протягом останнього десятиріччя лідерами світової торгівлі є Сполучені Штати Америки, Китай, Німеччина, Японія та Франція. Саме ці країни, змінюючи іноді послідовність, традиційно очолюють списки найбільших експортерів та імпортерів. На сьогодні їх частка у світовому експорті становить 35,7 %, а в імпорті – 36,8 %. Найбільшими експортерами товарів в 2010 році були Китай, Німеччина, США, Японія, Нідерланди, Франція, Італія, Бельгія, Республіка Корея та Великобританія. На десятку цих країн припадає понад половини світового товарного експорту (52,8 %).

Провідними імпортерами товарів в 2015 році були: США, Китай, Німеччина, Франція, Японія, Великобританія, Нідерланди, Італія, Гонконг та Бельгія. На десятку цих країн припадає 54 % світового товарного імпорту.

У товарній структурі світового експорту чітко виділяються три основні групи товарів: 1) сільськогосподарська продукція і сировина, 2) паливо та продукція видобувної промисловості та 3) промислові товари. При цьому питома вага першої та третьої груп мають виражену тенденцію до зменшення, натомість частка другої групи суттєво зростає з 13,3 % у 2007 р. до 19,5 % у 2015 р.

В структурі світового ринку промислових товарів лише така товарна позиція, як «хімічні продукти» демонструє зростання за 2001-2009 і з 2010 по 2015 – падіння. Це стосується напівфабрикатів, автомобілів, офісного та телекомунікаційного обладнання, текстилю та одягу. Найбільш конкурентним на світовому ринку товарів є сектор торгівлі машинно- технічною продукцією: 80% світового експорту продукції машинобудування зосереджено в десяти індустріально розвинених країнах (Японія, Німеччина, США, Франція, Великобританія, Італія, Канада, Бельгія, Нідерланди, Швейцарія, Швеція, Корея) при цьому 50% світового експорту припадає на Японію, Німеччину та США; щодо концентрації імпорту машино-технічної продукції в індустріально розвинених країнах, то понад 60% припадає на США, Німеччину, Великобританію, Францію, Канаду, Італію, Нідерланди, Бельгію, Японію, Іспанію та Швейцарію, а лідерами імпорту машин, обладнання та транспортних засобів є США, Німеччина та Великобританія – понад 35% світових закупівель.

У світовій торгівлі товарами також зберігаються тенденції до скорочення питомої ваги сировинних товарів, особливістю розвитку світового експорту яких є більш низькі темпи зростання торгівлі продовольством та сільськогосподарською сировиною порівняно з паливом та сировиною мінерального походження, на сьогодні вона скоротилась до 10 %, а сільгоспсировини – до 3%. При цьому питома вага мінеральної сировини та палива залишається майже незмінною – на рівні 15-20%. В результаті високої експортності частка мінеральної сировини в світовому товарному експорті складає 19%, з яких половина поставок припадає на паливо, передусім нафту та нафтопродукти.

Регіональна структура світового сільськогосподарського експорту є дуже нерівномірною – три регіони забезпечують 93% поставок продукції сільського господарства в інші країни, а саме: Західна Європа (44%), Північна Америка (20%) та Азія (18%). Крім того, Західна Європа та Азія виступають й потужними імпортерами сільськогосподарської продукції, причому обсяги імпорту значно перевищують обсяги експортних поставок. В п’ятірку найбільших експортерів продукції сільського господарства входять: Європейський Союз, США, Канада, Бразилія та Китай. Їх частка в світовому експорті цієї продукції становить 65%, а разом з іншими десятьма лідерами – 83%.

У світовій торгівлі продовольством та с/г сировиною провідну роль відіграють розвинуті країни: виробляючи 50% с/г продукції, вони забезпечують 72% світового експорту та 69% імпорту продовольства (без врахування риби). Серед країн світу найбільшим експортером продовольства є США (14 % світового експорту), Франція – близько 7%, Нідерланди – 6%, Німеччина – близько 6% та Канада – 5%. Найбільшим імпортером є Японія, частка імпорту якої складає більше 8%, а також Німеччина, Великобританія, Франція, Італія. У товарній структурі світової торгівлі продовольством і с/г продукцією переважають фрукти та овочі, зерно і продукти його переробки, риба та морепродукти, м’ясні і молочні вироби, масло, насіння, тропічні товари та цукор тощо.

Під впливом процесів лібералізації, інтеграції та глобалізації у сучасному світовому господарстві, відбувається активний розвиток сфери послуг у більшості країн світу. Як показує практика, вона є однією з найважливіших і швидкозростаючих складових світової економіки. Так, у розвинених країнах світу частка сфери послуг в структурі ВВП перевищує 70%, в ній зайнято приблизно 65% працездатного населення планети (у США – до 75%). За оцінками фахівців, міжнародна торгівля послугами подвоюється кожні 7-8 років, порівняно з 15 роками, необхідними для аналогічного збільшення обсягу експорту товарів.

Міжнародна торгівля послугами має ряд специфічних рис порівняно з традиційною торгівлею товарами.

По-перше, послуги надаються та споживаються в основному одночасно і не зберігаються, а тому надання більшості видів послуг базується на прямих контактах між їх виробниками та споживачами (це потребує більшої присутності за кордоном безпосередніх виробників послуг або ж присутності іноземних споживачів у країні виробництва послуги).

По-друге, міжнародна торгівля послугами тісно взаємопов’язана з торгівлею товарами: ці сектори мають стимулюючий вплив один на одного (аналіз ринків, маркетингове консультування, транспортування, реклама, передпродажне і після продажне обслуговування).

По-третє, сфера послуг, як правило, більше захищається державою від іноземної конкуренції, ніж сфера матеріального виробництва, крім того, транспорт і зв’язок, фінансові та страхові послуги в багатьох країнах традиційно знаходяться у повній або частковій власності держави, та суворо контролюється нею, внаслідок цього в міжнародній торгівлі послугами існує більше протекціоністських перешкод і конкурентних бар’єрів, ніж у торгівлі товарами (хоча останнім часом завдяки ГАТС спостерігається значна лібералізація торгівлі такими послугами). По- четверте, не всі види послуг, на відміну від товарів, можуть бути придатні до широкого залучення в міжнародний обмін (це стосується насамперед побутових і комунальних послуг).

На сьогодні сфера послуг набуває розвитку у всіх регіонах світу. В міжнародній торгівлі послугами важливу роль відіграють країни Тріади, що підтверджується даними за регіонами світу: частка Західної Європи, Азії та Північної Америки перевищує 85%. Європа є провідним регіоном в світовій торгівлі послугами, на який припадає майже 50 % світового експорту та імпорту послуг. Друге та третє місця відповідно посідають такі регіони як Азія та Північна Америка. Частка ж інших регіонів становить близько 10%. Регіонами, що демонструють зростання в міжнародній торгівлі послугами протягом останніх років, є країни Європи, Азії, СНД та Африки. Водночас, країни Центральної та Південної Америки втрачають свої позиції на світових ринках послуг, як в експорті, так і в імпорті.

На десять країн світу припадає 52% обсягів світового експорту та близько 50% імпорту комерційних послуг. Основні позиції в рейтингу посідають високо розвинуті країни світу (насамперед, США, Велика Британія, Німеччина та Франція), але в десятці представлено і країни, що розвиваються, - наприклад, Китай. Частка та роль цих країн в експорті послуг на світовому ринку щорічно зростає. Так, за даними СОТ, при середньосвітових темпах щорічного зростання експорту комерційних послуг 12,5%, Катай та Індія демонстрували зростання у 28% та 23% відповідно.

У видовій структурі міжнародної торгівлі послугами на сьогодні виділяють основні групи: транспортні, туристичні та інші комерційні послуги. Приблизно 20% міжнародної торгівлі послугами припадає на транспортні послуги, ще 25% складає туризм. Останнім часом, швидко росте значення інших комерційних послуг, а саме інформаційно- телекомунікаційних послуг, електронної торгівлі тощо.

* 1. **Методи міжнародної торгівлі**

Під ***методом міжнародної торгівлі*** слід розуміти організаційну форму та порядок здійснення зовнішньоторговельної операції. Виокремлюють два методи міжнародної торгівлі (рис 3.1).

Перший метод – *торгівля напряму* – полягає у реалізації продукції компаніями-виробниками через систему власного зовнішньоторговельного апарату.

Рис. 3.1. Систематизація методів міжнародної торгівлі

Серед переваг організації зовнішньої торгівлі напряму 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 кампанії в цілому. У іншому випадку фінансові витрати підприємства не тільки не скоротяться, але й можуть значно зрости.

Другий метод – *непряма торгівля*, або *торгівля через посередників*, якими можуть виступати: торговельні компанії та інші посередницькі фірми; міжнародні товарні біржі, тендери (торги), аукціони, виставки та ярмарки.

Залежно від характеру взаємодії між експортером і торговим посередником і функцій, які виконує торговий посередник, розрізняють: операції з перепродажу, комісійні, агентські та брокерські (рис. 3.2).

Поширення у міжнародній торгівлі набули комісійні операції, контрагентами в яких виступають комісіонер (посередник) і комітент. При здійсненні таких операцій комісіонери отримують право пошуку партнерів і підписання з ними контракту від свого імені, але за рахунок продавця чи покупця (комітента), який бере на себе комерційні ризики.

Агентські операції у міжнародній торгівлі полягають у дорученні однією стороною незалежній від неї іншій стороні – агенту – здійснення фактичних і юридичних дій, пов’язаних з продажем/купівлею товару на певній території за рахунок і від імені довірителя. Комерційна агентська угода – найпростіший і найпоширеніший спосіб організації продажу товарів у зарубіжних країнах.



Рис. 3.2. Види міжнародних посередницьких операцій

*Брокерські операції* здійснюються професійними посередниками, які сприяють укладанню угод між контрагентами. Такі посередники задіяні у збуті та купівлі товарів, але самі не виступають стороною угоди; вони лише надають необхідну інформацію сторонам по угоді. На відміну від агента, брокер не перебуває у договірних відносинах зі сторонами, а діє на основі окремих доручень. Його головне завдання полягає в тому, щоб знайти покупця для продавця (і навпаки), а також сприяти підписанню контракту між ними.

До торговельно-посередницьких належать фірми (торгові дома, експортні та імпортні компанії, торгово-промислові палати та ін.), які в юридичному і господарському відношенні незалежні від виробника та споживача товарів і діють з метою одержання прибутку, джерелами якого є або різниця між цінами закупівлі товарів в експортерів і цінами, за якими ці товари продаються покупцям, або винагорода за надані послуги з просування товарів на зовнішні ринки. Роль торговельних посередників виконують і державні організації та торгові компанії країн, що розвиваються, які здійснюють операції з закупівель та експорту товарів.

Торгівля через організовані товарні ринки також належить до непрямої 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.

***Міжнародні товарні біржі*** належать до організованих товарних ринків. Класичні визначення розглядають товарну біржу одночасно як особливий вид постійно діючого ринку, на якому здійснюються угоди з купівлі-продажу масових, сировинних і продовольчих товарів, що мають спільні родові ознаки, якісно однорідні та взаємозамінні, і як ринковий механізм, завданням якого є виконання ряду стабілізаційних функцій в економіці, а саме: ліквідності та оптимального розподілу найважливіших сировинних товарів. Практично весь біржовий оборот на світовому товарному ринку, а саме – 98%, забезпечується завдяки діяльності п’ятдесяти бірж, з яких 84% обороту припадає на біржі США, 8% - Великобританії, 6% - Японії і 2% - на товарні біржі інших країн. Обсяг світового біржового обороту щорічно оцінюється в 3,5-4 трлн. доларів.

Від інших інституційних посередників товарні біржі відрізняють такі особливості:

* наявність чітко визначеного предмета торгівлі;
* проведення торгів на постійній і регулярній основі;
* наявність розвинутої виробничої інфраструктури;
* відсутність права укладати угоди купівлі-продажу від своєї особи;
* специфічність суб’єктів торгівлі – ними на біржі є не кінцеві споживачі та виробники товарів, а їх представники – брокери і дилери, які є членами біржі;
* можливість укладання угоди не тільки для купівлі-продажу товарів, а й з метою страхування від майбутньої зміни цін на ринку;
* відсутність впливу прямих дій держави на процес торгів;
* гласність як можливість отримання всіма бажаючими інформації про кількість та ціни укладених угод.

Міжнародними є біржі, на яких операції здійснюються представниками різних країн. Котировки цін на таких біржах являють собою світові ціни на товари, що реалізуються на них. Ознаками міжнародних товарних бірж є:

* + - обслуговування конкретних світових товарних ринків;
		- участь у біржових операціях представників ділових кіл різних країн;
		- забезпечення вільного переказу прибутків, що одержуються від біржових операцій;
		- проведення арбітражних операцій (спекулятивних угод з метою одержання прибутку на різниці цін, що котируються на біржах різних країн);
		- відповідні валютні, торговельні і податкові режими країн розташування бірж.

На міжнародних товарних біржах укладаються такі основні види угод: угоди на реальний товар, термінові (ф’ючерсні) угоди, спекулятивні операції та операції з хеджування, що оформлюються відповідними угодами.

Наступний інституційний посередник – *міжнародний товарний аукціон,* як і міжнародна товарна біржа, за своєю природою є публічним торгом. Але від біржі його відрізняють такі особливості: на аукціоні торгівля ведеться тільки наявним товаром; аукціонні товари відрізняються тим, що часто не підлягають стандартизації, в тому числі за параметрами якості; правила всіх аукціонів передбачають попереднє ознайомлення покупців або їх представників з виставленими на торг партіями приблизно однакових за якістю товарів (лотів).

***Міжнародні товарні аукціони*** є спеціально організованими, періодично діючими у певних місцях ринками, на яких шляхом публічних торгів у заздалегідь обумовлений час і в спеціально призначеному місці проводиться продаж попередньо оглянутих покупцем товарів, які переходять в його власність за умов пропозиції найвищої ціни.

Основними предметами торгу на міжнародних аукціонах є хутряні товари (у вигляді сировини та вже перероблених товарів), немита вовна, щетина, чай, тютюн, овочі, фрукти, квіти, риба, тропічні породи лісу, худоба, прянощі, антикваріат, витвори мистецтва та інші.

Техніка проведення аукціонів по окремих товарах має свої специфічні особливості, що визначаються насамперед характером товару. Проте сам порядок проведення аукціонів приблизно однаковий і включає чотири стадії: підготовка аукціону, передаукціонна демонстрація товарів, аукціонний торг, оформлення і виконання аукціонної угоди.

*Міжнародні тендери (торги)*, як і товарні біржі, аукціони, виставки-ярмарки, є різновидом організованих ринків внаслідок того, що у визначений час та у певному місті відбувається зіставлення організованої пропозиції із заздалегідь визначеним та охарактеризованим попитом. При цьому посередницькі функції між покупцем (імпортером) і продавцем (експортером) виконує утворений імпортером тендерний комітет.

***Міжнародний тендер*** є методом міжнародної торгівлі, сутність якого полягає в конкурентному відборі зарубіжних постачальників і підрядників через організований товарний ринок шляхом залучення до певної, заздалегідь встановленої дати пропозиції від зарубіжних і національних постачальників та підрядників, проведення конкурсу (порівняння) представлених проектів (умов) та укладання контракту з тим з них, пропозиції якого найповніше задовольняють потреби і вимоги імпортерів-замовників (табл.3.1).

Найпоширенішими об’єктами тендерів у міжнародній торгівлі є: підряди на спорудження підприємств, будівель і споруд виробничого і невиробничого призначення, в т. ч. тих, що споруджуються «під ключ»; виконання комплексів будівельних і монтажних робіт та їх окремих видів; виконання комплексу пуско-налагоджувальних робіт; постачання комплектного устаткування; концесії на розробку корисних копалин; імпортні закупівлі; проекти на основі підприємств з іноземними інвестиціями; надання державних кредитів; розробка проектів і виконання робіт у сфері природоохоронної діяльності; залучення експертів і консультантів; поставки, підряди, закупівля для створення об’єктів національної економіки.

*Таблиця 3.1*

**Етапи проведення міжнародного тендеру**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **І. Підготовка тендеру** | **ІІ. Представлення пропозицій** | **ІІІ. Вибір переможця** | **IV. Укладання угоди** |
| Визначення організатора тендеруФормування тендерного комітетуРозробка комплекту тендерної документації Узгодження документів із замовником-імпортером Підготовка та публікація оголошення при відкритих торгахЗапрошення визначених заздалегідь учасників при закритих торгах Розповсюдження (продаж) тендерної документації | Підготовка пропозиції оферентом:* заповнення проформ (за наявності в комплекті тендерної документації);
* представлення пропозицій самостійно

Відправка документів у тендерний комітет до зазначеної датиВнесення оферентом завдатку «надійності» | Відкриття конвертів:* у присутності учасників торгу (голосний торг);
* без присутності учасників торгу (неголосний торг)

Аналіз пропозицій за обраними критеріями та методикоюВибір переможця | Укладання формальної угодиОфіційне підписання контракту |

З точки зору особливостей міжнародної торгівлі торги є одним із різновидів угод з використанням механізму пропозиції та акцепту. На відміну від двосторонніх угод, де ці два акти є не тільки необхідними, а й достатніми для укладання та здійснення угоди, практика проведення міжнародних торгів включає в себе чотири етапи, на кожному з яких відбувається складання та підписання відповідних документів.

Для проведення торгів замовники створюють *тендерний комітет*, до складу якого входять технічні спеціалісти (залежно від предмета торгу), комерційні фахівці та представники адміністрації. Відомчі або регіональні тендерні комітети складаються з постійних членів (голови, членів комітету та секретаря) та консультантів (експертів), які залучаються до роботи на тимчасовій основі. На підставі угоди із замовником тендерний комітет виконує функції: організації та проведення тендеру.

У світовій практиці такими інструментами, як *виставки та ярмарки*, користуються майже всі компанії, задіяні у міжнародній діяльності, або ті, які планують вийти на світовий ринок. Першим кроком у цьому напрямі, який надасть компанії нові бізнес-контакти, перспективи розвитку, ідеї, нове бачення ринку, зробить її відомою для партнерів, і є участь у міжнародних виставках/ярмарках.

В останні десятиріччя інститут виставок та ярмарків поступово трансформувався із засобу презентації товару та демонстрації його асортименту за допомогою примірників і зразків з метою безпосереднього продажу у засіб глобальної комунікації. Сучасні міжнародні виставки/ярмарки слід розглядати як ефективний симбіоз інструментів маркетингу та метод міжнародної торгівлі. В цьому аспекті виставки та ярмарки являють собою не тільки дзеркало технічного розвитку галузі та канал реалізації продукції, а й економіко- політичний форум прогнозування кон’юнктурних змін, комунікаційний захід з економічним, політичним, соціально-культурним контекстом.

**3.3.Регулювання міжнародних торговельно-економічних відносин**

Система регулювання міжнародного обміну товарами та послугами являє собою сукупність взаємопов’язаних принципів, норм, правил та процедур впливу на формування регіональних та товарних структур експорту і імпорту за допомогою політичних, економічних, фінансових, правових та адміністративних інструментів. В її сучасному форматі можна виділити п’ять рівнів (корпоративний, національний, міждержавний, наднаціональний та глобальний), яким притаманні специфічні механізми та інструменти впливу на темпи, пропорції та структуру світової торгівлі (рис. 3.3).

|  |
| --- |
| **Система регулювання міжнародної торгівлі** |
| **РІВНІ** | **МЕХАНІЗМИ ТА ІНСТРУМЕНТИ** |
| Корпоративний | Обмежувальна ділова практика |
| Національний | • Зовнішньоекономічна політика• Зовнішньоторговельна політика• Комерційна дипломатія |
| Міждержавний | • Преференційні режими• Реторсії• Репресалії |
| Наднаціональний | Інтеграційні інструменти |
| Глобальний | Багатосторонні домовленості (угоди, конвенції, домовленості, рішення міжнародних організацій) |

Рис. 3.3. Система регулювання міжнародної торгівлі

За ступенем впливу на міжнародну торгівлю пріоритетним є *національний рівень*, що пояснюється відповідною пріоритетністю держави серед інших суб’єктів міжнародних економічних відносин, оскільки порівняно з ними держава: є основним адміністративним утворенням в світі; має суверенітет та право незалежного визначення своєї зовнішньої та внутрішньої політики; своєю зовнішньоторговельною політикою впливає на об’єкти регулювання зовнішньої торгівлі (товарні потоки), які мають національне походження; може прямо та опосередковано брати участь у зовнішньоекономічний діяльності, що здійснюється іншими суб’єктами; має більшу можливість реалізації принципів міжнародних економічних відносин, зокрема торговельно-економічних.

*На корпоративному рівні* (переважно ТНК) регулювання міжнародної торгівлі отримало назву обмежувальної ділової (або торговельної) практики.

*Обмежувальна ділова практика* – це сукупність дій, заходів, прийомів, що формують ринкову поведінку підприємств чи їх об’єднань з метою досягнення та утримання провідної позиції на ринку шляхом обмеження або послаблення конкурентної боротьби. Вона може здійснюватися в декількох формах: індивідуальній або груповій; організаційній або оперативній.

*Національний рівень* регулювання міжнародної торгівлі виокремлюється внаслідок існування державно оформлених національних господарств країн, уряди яких спрямовують свою діяльність на досягнення національних інтересів – політичних, економічних, соціальних. Зміст, структура та напрями зовнішньоторговельної політики визначаються такими складовими:

* експорт та імпорт (товарна та регіональна структури, обсяги, співвідношення, динаміка);
* мито та митні податки (елементи митного тарифу, система товарної класифікації тарифу, структура тарифу, методи визначення країни походження товару, види та рівень ставок мита; склад та рівень митних податків);
* кількісні обмеження (види, контингенти, рівень);
* нетарифні методи регулювання (технічні бар’єри, адміністративні формальності, валютно-кредитне регулювання тощо);
* підтримка національного експорту (фінансово-кредитна, податкова, валютно-кредитна, організаційно-технічна тощо).

Національний рівень характеризується розгалуженою системою інструментів регулювання міжнародної торгівлі, які застосовуються при реалізації зовнішньоекономічної та зовнішньоторговельної політик. Всі інструменти регулювання міжнародних торговельних відносин можна класифікувати на дві групи: тарифне регулювання та нетарифне регулювання.

Що стосується мита, то під ним розуміють обов’язковий грошовий збір, що стягує держава через мережу митних закладів з товарів під час перетину ними митного кордону.

***Митний тариф*** *–* це систематизований відповідно до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності перелік товарів із зазначенням мит, якими вони обкладаються під час перетину митного кордону держави. Митні тарифи розробляються на основі товарних класифікаторів, найпоширенішою серед яких є Гармонізована система описання і кодування товарів. Вона була прийнята у 1983р. і замінила Брюссельську митну номенклатуру, що діяла з 1978р. Більшість держав почали застосовувати Гармонізовану систему з 1988-1989рр., Україна – з січня 1991р. Митний тариф кожної країни складають конкретні ставки мита.

Відповідно до своєї природи мито виконує такі *функції*:

* *протекціоністську* – захист вітчизняного виробника від іноземних конкурентів;
* *фіскальну* – формування дохідної частини державного бюджету;
* *балансування* – регулювання обсягів експорту та імпорту. Систематизація *видів* митного тарифу здійснюється за наступними класифікаційними ознаками:
	+ за об’єктом стягнення:
		- *експортне –* мито, що встановлюється на вивіз товару;
		- *імпортне –* мито, яке встановлюється на ввезення товару;
		- *транзитне –* мито, що стягується з товару, який перетинає митну територію країни, не виступаючи об’єктом купівлі-продажу там;
	+ за методом нарахування:
		- *адвалорне –* ставка мита встановлюється у відсотках до митної вартості товару (20% від митної вартості);
		- *специфічне –* ставка мита фіксується у грошових одиницях до фізичного обсягу товару (40 євро за тонну пшениці);
		- *комбіноване –* ставка даного мата містить елементи адвалорного і специфічного мита (5% від митної вартості, але не менше 100 євро);
	+ за терміном дії:
		- *постійне –* постійно діюча ставка мита;
		- *тимчасове –* мито, що вводиться на певний період;
		- *сезонне –* мито, що вводиться на сезонний товар (як правило на сільськогосподарську продукцію, період дії – до 6 місяців);
	+ за торгівельним режимом (розмір ставки):
		- *повне –* ставка мита, що застосовується при звичайній торгівлі;
		- *преференційне* – ставка мита, що застосовується при торгівлі з країнами, що розвиваються (нижча за повну);
		- *пільгове –* ставка мита, що застосовується до торгівлі з країнами, з якими підписано угоду про вільну торгівлю;
	+ за специфікою регулювання (особливі види мита):
		- *спеціальне –* ставка мита до товарів з окремих країн (наприклад, у відповідь на підняття мита на експорт до цієї країни);
		- *компенсаційні –* підвищена ставка мита на імпортні товари, при виготовленні яких було використано експортні субсидії;
		- *антидемпінгові –* підвищена ставка мита у відповідь на демпінг.

Що стосується нетарифного регулювання, то воно є домінуючим у сучасному регулюванні міжнародних торговельних відносин. Вирізняють такі нетарифні інструменти, як кількісні важелі (квотування, «добровільні» обмеження експорту, ліцензування), а також фінансові (для державного регулювання експорту) та приховані заходи (для регулювання імпортних поставок).

Щодо кількісних обмежень, то вони є адміністративною формою регулювання торговельного обороту шляхом встановлення кількості і номенклатури товарів, дозволених для експорту чи імпорту.

Найпоширенішими кількісними інструментами регулювання міжнародної торгівлі виступають ліцензування та квотування.

***Ліцензування* –** регулювання зовнішньоекономічної діяльності шляхом дозволу, який видається державними органами на експорт або імпорт товару в певній кількості за певний проміжок часу.

*Розрізняють такі види ліцензій:*

* *разові* – письмовий дозвіл терміном до 1 року на імпорт (експорт), що видається урядом, певній фірмі на здійснення однієї зовнішньоторговельної угоди;
* *генеральні* – дозвіл імпорт (експорт) певного товару протягом року без обмеження кількості угод;
* *глобальні* – дозвіл на експорт (імпорт) певного товару в будь-яку країну світу за певний проміжок часу без обмеження кількості або вартості;
* *автоматичні* – дозвіл, що видається негайно після отримання від експортера (імпортера) заявки, яка не може бути відхилена державним органом.

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

*Класифікація видів квот здійснюється:*

за напрямком їх дії:

* *експортні* – вводяться у відповідності з міжнародними стабілізаційними угодами, що встановлюють частку кожної країни в загальному експорті певного товару (експорт нафти з країн ОПЕК), чи урядом країни для попередження вивозу товарів, дефіцитних на внутрішньому ринку;
* *імпортні* – вводяться національним урядом для захисту місцевих виробників, досягнення збалансованості торговельного балансу, регулювання попиту і пропозиції на внутрішньому ринку, а також як відповідь на дискримінаційну торговельну політику інших держав.

за обсягом дії:

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

Серед нетарифних методів регулювання важливу роль відіграють приховані методи, які ще називають методами прихованого протекціонізму. Незважаючи на їх численність (а за деякими даними їх налічується до кількох сотень), основними з них є: державні закупівлі, внутрішні податки і збори, технічні бар'єри та вимоги про вміст місцевих компонентів.

Розглянуті вище методи призначені здебільшого для обмеження імпорту. Тому логіка подальшого вивчення даної теми передбачає з’ясування та розкриття характеру і фінансових методів торговельної політики, які використовуються з метою стимулювання експорту. Найвагомішими з них, на яких необхідно акцентувати увагу, є: субсидії, експортне кредитування та демпінг.

***Субсидії*** – це грошові виплати, направлені на підтримку національних товаровиробників. За характером виплат вони поділяються на: прямі (безпосередня оплата експортеру різниці між його витратами і отриманим доходом одразу ж після здійснення експортної операції), непрямі (приховане дотування експортерів через надання пільг в оподаткуванні, пільгових умов страхування, позик за ставками, нижчи- ми за ринкові, та ін.), внутрішні субсидії *(*бюджетне фінансування виробництва товарів, що реально конкурують з імпортними) та експортні субсидії (бюджетні виплати національним експортерам, що дозволяє їм продавати товар іноземним покупцям за цінами, що нижчі від цін на внутрішньому ринку).

Що стосується *експортного кредитування,* то, розглядаючи цей метод стимулювання експорту, який передбачає державну фінансову підтримку національних товаровиробників, необхідно зосередитися на таких його *формах*, як:

* + кредитування національних експортерів державними банками за пільговими ставками кредитування, нижчими від ринкових;
	+ державні кредити іноземним імпортерам за умови дотримання ними зобов'язань купувати товари лише у фірм країни;
	+ страхування комерційних та політичних експортних ризиків національних експортерів.

Ще одним методом субсидування експорту є ***демпінг***, під яким розуміють вивезення товарів за цінами, нижчими, ніж на внутрішньому та світовому ринках, за рахунок державних субсидій експортерам або за рахунок зацікавлених фірм. При вивченні демпінгу доцільно зосередитися на таких його формах як: спорадичний (епізодичний) (епізодичний продаж зайвих товарів на зовнішній ринок за заниженими цінами); доцільний (експорт товарів за цінами, нижчими, ніж ціни внут- рішнього ринку, або навіть нижчими, ніж витрати виробництва); постійний (постійний експорт товарів за заниженими цінами); зворотний (завищення цін на експорт порівняно з цінами продажу цих товарів на внутрішньому ринку); взаємний (зустрічна торгівля двох країн одним і тим самим товаром за заниженими цінами).

Одним з нетарифних засобів регулювання міжнародної торгівлі є правові інструменти, найважливішими з них є торговельні угоди, які укладаються між урядами країн здебільшого на 5-10 років і ратифікуються парламентами, та правові режими.

*Міжнаціональний рівень* є третім в системі регулювання міжнародної торгівлі. Торговельно-економічні відносини між країнами, які не є членами інтеграційного угруповання, можуть будуватися як на засадах лібералізації торгівлі, так і протекціонізму. В разі лібералізації торговельних відносин встановлюється *преференційний* режим, і країни на двосторонній основі, або в односторонньому порядку надають одна одній торговельні преференції. Проявом протекціонізму на міжнародному рівні є *дискримінаційні* торговельні режими, що реалізуються за допомогою заходів, які отримали назву реторсій і репресалій.

На *наднаціональному рівні* регулювання міжнародної торгівлі здійснюється за допомогою спільних заходів країн-учасниць інтеграційних угод. В останні десятиріччя інтеграційні об’єднання стали органічним елементом системи міжнародних економічних відносин. Спільні заходи інтеграційних об’єднань мають дуалістичний характер: з одного боку вони сприяють лібералізації торгівлі серед країн-учасниць, а з іншого – створюють протекціоністські бар’єри для доступу товарів та послуг інших країн на ринки країн-учасниць об’єднання. За економічною сутністю інструменти наднаціонального регулювання ідентичні заходам національних зовнішньоторговельних політик, але їх особливістю є колективний, узгоджений характер та спільні дії по досягненню співпадаючих економічних, соціальних, політичних інтересів країн-учасниць.

*Глобальний рівень* регулювання міжнародної торгівлі включає широкий спектр принципів, правил, міжнародних договорів та угод, що розробляються міжнародними організаціями, сферою діяльності яких є сприяння розвитку та регулювання міжнародних торговельно- економічних відносин. Центральне місце серед цих організацій посідає Світова організація торгівлі (СОТ).

Відповідно до Угоди про заснування Світової організації торгівлі, ця організація «забезпечує загальну інституційну основу для здійснення торговельних відносин між її членами».

Як регуляторна система, СОТ має свої цілі, принципи, функції, елементи та структуру. Основними цілями цієї системи відповідно до Марракеської угоди про заснування Світової організації торгівлі є:

* сприяння підвищенню рівня життя країн-членів, забезпечення повної зайнятості та значного і постійного зростання реального доходу та ефективного попиту, розширення виробництва товарів і послуг та торгівлі ними з одночасним забезпеченням оптимального використання світових ресурсів відповідно до цілей сталого розвитку, забезпечення захисту та збереження навколишнього середовища;
* забезпечення зростання участі країн, що розвиваються, та особливо найменш розвинених країн в міжнародній торгівлі, що відповідає потребам їх економічного розвитку;
* зниження тарифів та інших бар'єрів в торгівлі та усунення дискримінаційного режиму в міжнародних торговельних відносинах;
* створення та розвиток інтегрованої, стійкої багатосторонньої Торговельної системи.

Основні принципи COT містяться в її угодах та розповсюджуються на торгівлю товарами та послугами, торговельні аспекти прав інтелектуальної власності, розв'язання торговельних суперечок, механізм огляду торговельної політики, проведення переговорів.

Принцип недискримінації реалізується шляхом застосування режиму найбільшого сприяння, при якому країна забезпечує однакові умови торгівлі для всіх учасників СОТ, та національного режиму, при якому імпортовані товари не можуть піддаватися дискримінації на внутрішньому ринку країни. Завдяки проведенню раундів багатосторонніх торговельних переговорів з метою ліквідації існуючих торговельних бар'єрів створюються умови для більш вільної торгівлі, тобто реалізації другого принципу. Забезпечення принципу передбачуваності досягається в COT двома шляхами: зв'язуванням тарифів по тарифних позиціях та забезпеченням прозорості національної торговельної політики. Правила та механізми СОТ, в тому числі зобов'язання щодо національного режиму та режиму найбільшого сприяння, спрямовані на створення умов для справедливої конкуренції між країнами. Членство в COT створює умови для використання урядами країн-членів потенційних переваг участі у міжнародній торговельній системі, для розвитку та економічних реформ, однак питання соціально-економічного зростання країн-членів вирішується безпосередньо урядами країн-учасниць організації.

Для досягнення своїх основних цілей, COT виконує наступні функції: сприяє реалізації, застосуванню, функціонуванню та досягненню цілей угод СОТ; виступає форумом для переговорів між її членами щодо їх багатосторонніх торговельних відносин; керує застосуванням Домовленості про правила і процедури врегулювання суперечок; керує застосуванням механізму огляду торговельної політики країн-членів; співпрацює з Міжнародним валютним фондом та Міжнародним банком реконструкції і розвитку та його підрозділами з метою досягнення більшого єднання у проведенні глобальної економічної політики.

В регуляторній системі СОТ можна виділити два взаємопов’язаних елементи: організаційно-інституційний механізм як систему органів та процедур реалізації функцій організації на визначених принципах та правову основу (угоди, домовленості, рішення СОТ тощо), що утворює сучасні правила міжнародних торговельно-економічних відносин.

Основною серед угод СОТ є Генеральна угода з тарифів і торгівлі 1994 року («ГАТТ 1994»), оскільки вона, по-перше, передбачає «зв'язування» поступок в режимі найбільшого сприяння (РНС), тобто визначення максимальних імпортних тарифів, які можуть застосовуватись до товарів членів СОТ. Зв'язування імпортних тарифів є важливим з точки зору забезпечення передбачуваності зовнішньоторговельних режимів країн в частині митно-тарифного захисту та забезпечення доступу до ринків інших країн. По-друге, передбачає зниження митних тарифів в результаті переговорів між членами.

Норми та правила ГАТТ спрямовані проти всіх видів протекціонізму, окрім митних тарифів. Однак існують випадки, коли країни можуть застосовувати кількісні обмеження як імпорту, так і експорту. Таке виняткове застосування квот, імпортних або експортних ліцензій, а також інших заходів нетарифного регулювання може бути пов'язане з критичним дефіцитом харчових продуктів або інших продуктів, застосуванням стандартів або правил класифікації, необхідністю тимчасового обмеження виробництва і продажу аналогічних вітчизняних продуктів, проблемами з платіжним балансом тощо.

У СОТ дозволяється застосування імпортних ліцензій та дозволів. Однак країна, що ввела ліцензії, повинна на вимогу будь-якої країни, зацікавленої у торгівлі товарами, відносно яких застосовуються обмеження, надати всю необхідну інформацію щодо ліцензій на імпорт, виданих за останній час, та розподілу таких ліцензій між країнами- постачальниками.

Генеральна угода з торгівлі послугами (ГАТС) регулює застосування країнами-членами COT заходів в галузі торгівлі послугами. Основу ГАТС складають: зобов'язання загального характеру (розповсюджуються на всіх членів СОТ та на всі послуги); декілька додатків (охоплюють конкретні сектори, наприклад, телекомунікації, фінансові та авіатранспортні послуги або пов'язані з торгівлею питання, такі як переміщення фізичних осіб) та специфічні зобов'язання (конкретні зобов'язання країн, прийняті в результаті переговорів).

На відміну від ГАТТ для товарів, в ГАТС не існує загального зобов’язання надавати постачальнику послуг безумовного права входження на ринок. Умови доступу до ринку визначаються країнами в залежності від сектору і способу поставки послуги. При цьому країна зобов’язана надати доступ до ринку в тій мірі, в якій це передбачено в її розкладі зобов’язань.

Угода з торговельних аспектів прав інтелектуальної власності (ТРІПС) Додаток 1С – вимагає від членів СОТ забезпечення ефективного захисту авторських прав, товарних знаків, географічних зазначень в назвах товарів, промислових зразків, патентів, топографій інтегральних мікросхем та конфіденційної інформації (наприклад, торговельних секретів). Як і інші угоди СОТ, ТРІПС вимагає запровадження принципів прозорості, національного режиму та недискримінації, а також забезпечення принаймні мінімального рівня захисту прав інтелектуальної власності, які визначено в основних конвенціях про права інтелектуальної власності.

Важливою з точки зору принципу недискримінації країн-членів СОТ є Домовленість про правила і процедури врегулювання суперечок. Врегулювання суперечок відіграє провідну роль в міжнародній торговельній системі, де перевага надається розв’язанню спірних питань в режимі консультацій між сторонами. Якщо це не вдається, то сторони можуть використовувати чітко визначену поетапну процедуру, яка передбачає можливість вирішення проблемних питань групою експертів. Крім того, надається право подавати апеляцію на ухвалені рішення з відповідним правовим обґрунтуванням своєї позиції щодо цього питання.

Багатосторонні торговельні угоди з обмеженою кількістю учасників є обов'язковими лише для тих членів СОТ, що їх підписали. Вони включають Угоду про торгівлю цивільною авіатехнікою, Угоду про державні закупівлі та окремі секторальні угоди та ініціативи.

* 1. **Україна на світових ринках товарів та послуг**

За даними Світової організації торгівлі у 2015 р. згідно списку найбільших експортерів та імпортерів світу Україна мала 0,4 % світового товарного ринку, посідаючи в експорті 54 місце (39,8 млрд. дол. США) та 46 – в імпорті (45,5 млрд. дол. США). А без урахування експортно-імпортних поставок всередині ЄС наша країна посідає відповідно 37 та 28 місце у міжнародній торгівлі.

В цілому за останні роки обсяги експортних поставок товарів з України збільшились майже у 2,5 рази - з 23,1 млрд. дол. у 2010 р. до 51,4 млрд. дол. у 2015 р. Водночас імпорт товарів в Україну зріс у 2,6 рази - з 23 млрд. дол. у 2010 р. до 60,7 млрд. дол. у 2015 р.

Однак динамічне зростання обсягів експорту та імпорту супроводжується такою негативною тенденцією як наявність від'ємного сальдо торговельного балансу України (2019 – 3,63 млрд. дол. США, 2018 – 9,84 млрд. дол. США.), що потребує державних заходів з підтримки національних виробників експортерів та раціоналізації структури імпорту. Основу товарної структури експорту України складають сировинні товари, передусім, продукція металургії, хімічної промисловості, мінеральні продукти, а також продукти машинобудівного комплексу.

Згідно даних Міжнародного Торговельного Центру, у 2018 році обсяг експорту товарів і послуг збільшився на 8,6% у порівнянні з 2017 роком і склав $57,1 млрд.

Укладено три нові угоди про вільну торгівлю - з ЄС, Канадою та Ізраїлем. Провели переорієнтацію ринків збуту з Росії до ЄС і сьогодні саме Євросоюз є нашим ключовим торговельним партнером, куди спрямовано 42,6% відсотків українського експорту товарів, а це $20,2 млрд. дол. США”.

З кожним роком Україна набуває досвіду в міжнародних торговельно-економічних відносинах, розширює свої ринки збуту, встановлює довгострокові відносини з партнерами. Вступ України в СОТ має стати ще одним конструктивним кроком до поглиблення інтеграції України у світове господарство.