

Міністерство освіти та науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра міжнародних економічних відносин

КОМПЛЕКС НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

з дисципліни УПРАВЛІННЯ ЗЕД

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
галузь знань 29 «Міжнародні відносини»
спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
освітня програма (спеціалізація) «Міжнародні економічні відносини»
вид дисципліни за вибором
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: викл. Азаренкова О.В.

2018/ 2019 навчальний рік

1. Навчальний контент:

- 1.1. Дистанційний курс: Азаренкова О.В. **Управління ЗЕД: дистанційний курс.** // Навчально-методична праця. - Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2017. Режим доступу:
<http://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=1775>
- 1.2. Конспект лекцій з дисципліни
- 1.3. Плани практичних (семінарських) занять, завдання для лабораторних робіт, самостійної роботи: Режим доступу:
<http://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=1775>
- 1.4. Питання, задачі, завдання або кейси для поточного та підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти, для контрольних робіт, передбачених навчальним планом, післятестастійного моніторингу набутих знань і вмінь з навчальної дисципліни: Режим доступу:
<http://dist.karazin.ua/moodle/course/view.php?id=1775>
- 1.5. Завдання семестрових екзаменів (письмових залікових робіт)
- 1.6. Методичні вказівки, критерії оцінки для проведення поточного і підсумкового контролю знань і вмінь здобувачів вищої освіти

Міністерство освіти та науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра міжнародних економічних відносин

Конспект лекцій з дисципліни УПРАВЛІННЯ ЗЕД

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
галузь знань 29 «Міжнародні відносини»
спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
освітня програма (спеціалізація) «Міжнародні економічні відносини»
вид дисципліни за вибором
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: викл. Азаренкова О.В.

2018/ 2019 навчальний рік

Лекція № 1

Тема лекції:

Зовнішньоекономічна діяльність: сутність та основний зміст.

1. Предмет, цілі і завдання вивчення курсу "Управління ЗЕД". Структура курсу і його роль в підготовці студентів економічних спеціальностей. Понятійно-категоріальний апарат курсу.
2. Інтернаціоналізація бізнесу і її форми. Відмінності національного і міжнародного бізнесу. Об'єкти і суб'єкти ЗЕД. Основні напрями, форми і види зовнішньоекономічної діяльності підприємств.
3. Види ЗЕД. Традиційні та прогресивні форми ЗЕД: сутність та масштаби поширення.

Література

1. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" // Відомості Верховної Ради Української РСР. - 1991. - № 29.
2. Герчикова И.Н. Маркетинг и международное коммерческое право. - М., 2010.
4. Дениэлс Джон Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции: Пер. с англ. - 6-е изд. - М., 2014.
5. Кириченко О.А. Реформи і зовнішня торгівля // Політика і час. - 2017. - № 3.
6. Лук'яненко Д.Г. Міжнародна економіка. - К., 2016.
7. Маринич М.А. Введение во внешнюю торговлю. - Минск, 2010.
8. Панченко Є.М. Міжнародний менеджмент: Навч. посіб. - К., 2016.
9. Поручник А.М. Интеграция Украины в мировое хозяйство. - К., 2014.
10. Рут Франклін Р., Філіпенко Антон. Міжнародна торгівля та інвестиції: Пер. з англ.-К., 2015.
11. Сірка А. Як робити бізнес з американцями і канадцями. - К., 2014.
12. Стровский Л.Е. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учеб. для вузов. - 2-е изд., перераб. и доп. - М., 2014.
13. Управление внешнеэкономической деятельностью: Учеб. пособие / Под общ. ред. А.И. Кредисова. - К., 2016.
14. Філіпенко А.С., Бураковський І.В., Будкін В.С. Міжнародні економічні відносини: Сучасні міжнародні економічні відносини. - К., 2012.
15. Г. М. Дроздова «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства» Навч. посібник, Київ, ЦНЛ 2014 р.

Зміст лекції

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) кожної країни є важливою умовою її економічного зростання. Особливо це актуально в сучасних умовах, коли набувають інтенсивного розвитку процеси міжнародної економічної інтеграції, транснаціоналізації, міжнародного поділу праці, глобалізації світового господарства.

Предметом курсу «ОЗЕД підприємства» є вивчення законів, закономірностей, тенденцій та механізму реалізації ЗЕД конкретної країни.

Економічна сутність ЗЕД проявляється в наступних аспектах:

- національний аспект ЗЕД - це важливий і потужний фактор економічного росту та розвитку кожної країни
- регіональний та глобальний аспект ЗЕД - це спосіб включення економіки кожної країни в систему світового господарства, а отже і в процеси міжнародного поділу праці та міжнародної кооперації, що особливо актуально в умовах зростаючих тенденцій до глобалізації

Поняття зовнішньоекономічна діяльність з'явилося в Україні з початком економічної реформи 1987 року, сутність якої полягала у поступовій відміні монополії держави на здійснення будь-яких економічних операцій, у тому числі й зовнішньоекономічних, наданні підприємствам права безпосереднього виходу на зовнішні ринки, а також на стимулюванні розвитку ЗЕД на рівні суб'єктів господарювання.

Після проголошення в 1991 році незалежності України були здійснені заходи, спрямовані на лібералізацію зовнішньоекономічної діяльності в країні, розширення прав підприємств у цій сфері. В цей період були прийняті важливі законодавчі акти, які регулюють ЗЕД:

1. *Основні закони, які регулюють ЗЕД:*

- Закон “Про ЗЕД” (16 квітня 1991 р. № 959-ХІІ). До закону неодноразово вносилися зміни і доповнення;
- Закон «Про підприємництво» (7 лютого 1991 р. № 698-ХІІ). До закону неодноразово вносилися зміни і доповнення; • Закон «Про підприємства» (27 березня 1991 р. № 888-ХІІ). До закону неодноразово вносилися зміни і доповнення;
- Закон “Про режим іноземного інвестування” (19 березня 1996 р. № 93/96-ВР). Закон змінювався та доповнювався;
- Закон “Про систему оподаткування” (1991 р.);
- Закон “Про єдиний митний тариф” (1993 р.);
- Закон “Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті” (1994 р.);
- Закон “Про інвестиційну діяльність” (1991 р.);
- Закон “Про загальні засади створення і функціонування ВЕЗ” (1992 р.);
- Закон «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій в галузі ЗЕД» (2000 р.); • Закон “Про інноваційну діяльність” (2002 р.).

2. *Укази Президента* («Про лібералізацію ЗЕД», 1993р; «Про вдосконалення валютного регулювання», 1994р.; «Про застосування правил інтерпретації комерційних термінів», 1994р.; «Про заходи щодо вдосконалення кон’юнктурно-цінової політики у сфері ЗЕД» і т. д.).

1. Декрети Кабміну.
2. Накази Мінекономіки.
3. Концепції розвитку ЗЕД в Україні.
4. Програми довгострокового розвитку ЗЕД в Україні.

В результаті проведення економічних реформ у зовнішньоекономічній сфері сформувалися такі поняття: зовнішньоекономічні зв’язки (ЗЕЗ), зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД), зовнішньоекономічна операція (ЗЕО).

Зовнішньоекономічні зв’язки ЗЕЗ – це сукупність форм, засобів і методів зовнішньоекономічних відносин між країнами. Відображають систему економічних взаємин, що виникають внаслідок руху ресурсів всіх видів між державами та економічними суб’єктами різних держав.

ЗЕЗ класифікуються за двома ознаками:

Ø *За напрямом товарного потоку*: експортні, імпортні, транзит; Ø *За структурною ознакою*:

- зовнішньоторговельні:

Товари – торгівля (купівля, продаж); зустрічна торгівля (бартер та ін).

Послуги – подорожі; інжиніринг; страхові послуги; інформаційний обмін; послуги зв’язку; послуги; ліцензійні послуги.

Інтелектуальна власність – ноу-хау, консалтинг, франчайзинг

- фінансові: кредитування; страхування; обслуговування платежів; депозитні та інші банківські операції.

- виробничі: лізинг; кооперація; спільне підприємництво.

- інвестиційні: вкладення капіталу в цінні папери; вкладення капіталу в нерухомість; вкладення капіталу в підприємництво.

Зовнішньоекономічні зв’язки формуються і здійснюються під впливом різноманітних регуляторів, що діють на виникнення зв’язків і спрямовують їх на розвиток в єдину ефективну політико-економічну систему, яка захищає інтереси держави.

Форми ЗЕЗ:

1. Зовнішня торгівля. Це найстаріша форма міжнародного співробітництва за допомогою якої здійснюється купівля-продаж товарів, продукції інтелектуальної власності (ліцензій, “ноу-хау”, інжинірингу); товарообмінні операції; аукціони; ярмарки; торги.

2. Надання послуг. Великий розвиток у міжнародному бізнесі отримало посередництво, перевезення вантажів (транспортні послуги), банківські, біржові послуги, страхування, лізинг. Швидко розвиваються інформаційно-комп'ютерні послуги через Internet.

3. Спільне підприємництво. Ця форма ЗЕД реалізується у формі інвестиційних проектів всіх галузей економіки, включаючи освіту, науку, культуру.

1. Співпраця (в галузі науки, культури, охорони здоров'я). Сьогодні в світовому господарстві все більшого поширення набуває науково-технічна, економічна, інформаційна та ін. види співпраці.
2. Функціонування на території країни вільних економічних зон. Таких територій налічується в світі більше 3 тис. В Україні – 11. Це функціонування певної території країни з особливо сприятливим режимом для діяльності іноземного капіталу.
3. Участь країни в діяльності міжнародних об'єднань та організацій. Ця форма ЗЕД відіграє значну роль в організації співробітництва між країнами, регулюванні ЗЕД та міжнародної економічної співпраці.

Процесом реалізації ЗЕЗ на рівні виробничих структур являється ЗЕД.

ЗЕД (згідно Закону України “Про ЗЕД”(1991р.) – це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, що побудована на взаємовідносинах між ними та має місце на території України та за її межами.

Різноманітність форм міжнародних відносин обумовлена великою кількістю *видів ЗЕД*.

Згідно законодавства України дозволяється здійснювати більше 100 їх видів, а саме: • Експорт та імпорт товарів, капіталів, робочої сили.

- Надання іноземним суб'єктам різного роду послуг
- Наукова, науково-техн., виробнича та ін. кооперація з іноземними суб'єктами
- Міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами
- Кредитні та розрахункові операції
- Спільна підприємницька діяльність з іноземними суб'єктами
- Підприємницька діяльність, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау.
- Організація діяльності в сфері проведення виставок, ярмарок, аукціонів, торгів, симпозиумів і т. д. • Інші види діяльності не заборонені законодавством.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства (ЗЕДП) – це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою і науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок.

ЗЕДП є складовою загальної діяльності, а отже взаємопов'язаною з нею і спільно вмотивованою підприємства.

На зовнішньоекономічну діяльність впливає багато *чинників*, які можна групувати за різними критеріями (за джерелом впливу, за терміном дії, за характером впливу та ін.). Головні з них:

1. Нерівномірність економічного розвитку різних країн світу.
2. Відмінності в сировинних ресурсах.
3. Відмінності в людських ресурсах.
4. Нерівномірність розміщення фінансових ресурсів.
5. Характер політичних відносин.
6. Різний рівень науко-технічного розвитку.
7. Специфіка географічного положення, природних та кліматичних умов.

Функціями ЗЕД є:

- організація міжнародного обміну природними ресурсами та результатами праці в їх матеріальній та вартісній формах;
- міжнародне визначення споживчої вартості продуктів, що виробляються відповідно до міжнародного поділу праці;
- організація міжнародного грошового обігу.

Лекція № 2

Тема лекції:

ЗЕД на макро-, мезо- і мікрорівнях

1. Етапи розвитку та реформування сфери ЗЕД в Україні. Стратегічні цілі розвитку і перспективи ЗЕД України. Роль зовнішньоекономічного фактора в розвитку національної економіки. Функції зовнішньоекономічної сфери країни. Ефект від розвитку зовнішньоекономічних зв'язків країни.
2. Роль ЗЕД для економіки країни і економіки регіону. Національна конкурентоспроможність України. Можливості та результати здійснення ЗЕД українськими компаніями.

Література

1. Внешнеторговые операции / Сост.: И.С. Гринько. - Сумы, 1994.
2. Дениэлс Дж. Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции: Пер. с англ. - 6-е изд. - М., 1994.
3. Зовнішня торгівля: проблеми і перспективи / За ред. проф. О.А. Кириченка. - Х., 1997.
4. Київ у цифрах: Статистичний збірник. - К., 1997.
5. Покровская И.И. Организация и регулирование внешнеэкономической деятельности: Учеб. для вузов. - М., 2000.
6. Савельев С.В. Міжнародний маркетинг: Навч. посіб.: Пер. з рос. - К., 1995.
7. Славов Н.А. и др. Укрречфлот: Дорога поиска, реформ и превращений. - К., 1996.
8. Стровский Л.Е., Казанцев С.К., Паршина Е.А. и др. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учеб. для вузов / Под ред. проф. Л.Е. Стровского. - 2-е изд., перераб. и доп. - М., 1999.
9. Трансформація. - 1996. - № 11-12.
10. Устинов И.Н. Мировая торговля: Статистическо-аналитический справочник. - М., 2000.

Зміст лекції

Мікроекономіка досліджує інтереси суб'єктів господарювання, підприємців, бізнесменів, працівників, їх потреби і мотиви, ринковий попит і поведінку споживачів і т.д. Інакше кажучи, мікроекономіка має справу з законами функціонування окремих суб'єктів в ринковій економіці, вивчає ціни і обсяги виробництва продукції на окремих ринках, фактори попиту і пропозиції окремих товарів, особливості поведінки фірм в умовах різних типів ринкових структур.

Макроекономіка досліджує систему господарювання в національній економіці в цілому, розглядає сукупні (агреговані) показники доходу, зайнятості, динаміки цін, визначає напрями економічної політики держави. Вона оперує такими категоріями, як сукупний попит і сукупна пропозиція, національний дохід, фінансова система, інфляція, державний бюджет, макроекономічні пропорції і їх регулювання.

Мезоекономіку, або медіум-рівень (термін став використовуватися відносно недавно), передбачає вивчення законів функціонування певних підсистем національної економіки в територіальному (регіон, область, місто, район і т.д.) або галузевому (промисловість, аграрний сектор, військово-промисловий комплекс і т.п.) розрізі.

Мегаекономіка (світова економіка) - досліджує найважливіші форми міжнародних економічних відносин (безпосередньо міжнародне виробництво, міграція робочої сили, міграція капіталу, міжнародні валютні відносини, міжнародна торгівля).

Суб'єкти господарської діяльності України та іноземні суб'єкти господарської діяльності при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності керуються такими принципами (ст. 2 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»).

Принципом суверенітету народу України у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, що полягає у:

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

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

Принципом свободи зовнішньоекономічного підприємництва, що полягає у:

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

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

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

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

Принципом юридичної рівності і недискримінації, що полягає у:

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

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

- неприпустимості обмежувальної діяльності з боку будь-яких її суб'єктів;

Принципом верховенства закону, що полягає у:

- регулюванні зовнішньоекономічної діяльності тільки законами України;

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

Принципом захисту інтересів суб'єктів ЗЕД, який полягає у тому, що Україна як держава:

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

- здійснює рівний захист всіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності України за межами України відповідно до норм міжнародного права;

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

Принципом еквівалентності обміну, неприпустимості демпінгу при ввезенні та вивезенні товарів.

Лекція № 3

Тема лекції:

Підприємство - основний суб'єкт ЗЕД. Організаційні форми ЗЕД

1. Підприємство (фірма) як головна ланка зовнішньоекономічного комплексу і учасник ЗЕД. Групи суб'єктів ЗЕД: специфіка і функції. Класифікація суб'єктів ЗЕД: за профілем ЗЕД, за характером зовнішньо-торгових операцій, по організаційно-правовими **формами учасників ЗЕД. Порядок обліку учасників ЗЕД. Облікова картка учасника ЗЕД.**

Література

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник для вузів / І.В. Багрова, Н.І. Редіна, В.Є. Власик, О.О. Гетьман; За редакцією д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. - К. Центр навч. л-ри, 2014. – 580 с.
2. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник. – К.: Центр навч. літ., 2014. – 384 с.
3. Дроздов Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник. - Київ: ЦУЛ, 2012. – 172-382 с.
4. Трифонова О.В., Швець В.Я. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2015. – 152 с.
5. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2012. - 448с.

Зміст лекції

Головною формою підприємницької діяльності є фірма – господарче підприємство або окремий бізнесмен, що є юридичною особою. **За видами діяльності** фірми групуються таким чином:

1. Фірми послуг. У цю групу входять фірми, що надають транспортні, банківські, страхові, посередницькі, інформаційні послуги, послуги зв'язку, технічне обслуговування, туристське забезпечення.
2. Торговельні компанії.
3. Виробничі компанії.

За формами власності і правовим положенням фірми поділяються на такі типи:

1. Одноосібне володіння – виробництво, що належить одній особі, яка повністю контролює підприємництво і відповідає по його зобов'язанням.
2. Спільна власність, що може мати форму товариства; товариства з обмеженою відповідальністю; акціонерного товариства.

Товариство визначається як асоціація двох або більше осіб, що беруть участь у бізнесі як співвласники на основі партнерської угоди. Товариство не є об'єктом окремого оподаткування; кожний партнер об'являє свою частку в прибутку товариства й оподатковується індивідуально.

Товариство з обмеженою відповідальністю за заборгованість, якщо вона є, відповідає всім своїм капіталом, а відповідальність його членів обмежується їх часткою в основному капіталі. Акціонерне товариство – основна організаційна і правова форма великої фірми. Корпоративна власність, виражена акціонерним товариством, є провідною формою міжнародного бізнесу. Капітал акціонерного товариства утворюється шляхом об'єднання багатьох індивідуальних капіталів і грошових доходів за рахунок випуску акцій і облігацій, за рахунок одержання прибутку.

1. Державні підприємства. Вони звичайно утворюються в галузях, що мають характер суспільної необхідності (енергетика, оборонна промисловість, транспортні мережі, зв'язок тощо). На відміну від приватних підприємств прибуток тут не є головною метою. Управління державними підприємствами здійснюється персоналом, призначеним урядовими органами, на основі національного законодавства.

Організаційно-функціональна структура зовнішньоекономічної діяльності підприємства залежить від багатьох факторів, серед яких [49, с. 65-73]:

– *масштаби ЗЕД*. При невеликому масштабі зовнішньоекономічних операцій і малій номенклатурі можна не створювати спеціальні структурні підрозділи. У рамках діючої організаційної структури підприємства створюється тимчасова група управління проектом виходу на зовнішні ринки. Це зручний та легкий метод організаційної перебудови, який дозволяє керівництву контролювати міжнародну діяльність. При виході на ринок з іншою продукцією створюється інша група. При великих масштабах ЗЕД підприємство може перетворюватися у міжнародне із своїми відділеннями, представництвами в інших країнах;

– *витрати, які пов'язані з виробництвом за кордоном або з продажем продукції на зовнішніх ринках*. При малому обсязі виробництва дешевше використовувати послуги сторонньої фірми,

що займається міжнародним бізнесом. При зростанні обсягів міжнародних операцій менш дорогим варіантом стає ведення ЗЕД самостійно;

- *складність продукції*. Чим складніше технологія виготовлення продукції, тим імовірніше, що компанія створить своє підприємство в іншій країні;

- *досвід*. На початкових етапах виходу на міжнародні ринки підприємства ще не мають у своєму розпорядженні необхідних коштів для здійснення ЗЕД за кордоном. Тому вони свої ресурси зосереджують перш за все у країні базування і вибирають такі операційні форми, що пов'язані з виконанням міжнародних операцій зовнішніми організаціями. Із розширенням закордонної діяльності підприємство обслуговує міжнародні операції вже власними силами. Починає зростати частка ресурсів, які розміщуються в іншій країні. Важливу роль відіграє наявність висококваліфікованих спеціалістів, добре знання природно-географічних, економічних, політичних, національних особливостей закордонних ринків;

- *контроль над гнучкістю бізнесу, прибутками і поведінням у конкурентному середовищі*;

- *економічна свобода*, яка включає пряме заміщення окремих форм діяльності, визначення ставок податків, розміри коштів, що репатріюються, вимоги дотримання умов антимонопольного законодавства, висунення умов, за яких актив, що є приватною власністю, потрапляє в суспільний сектор і стає доступним для інших;

- *конкуренція*, вплив якої за кордоном можна зменшити, якщо підприємство має дефіцитні, важковідтворювані ресурси, вибере стратегію прискореного розширення закордонних операцій шляхом укладення відповідних угод з іншими фірмами або буде укладати угоди про співробітництво щодо діяльності на конкретних ринках з метою перешкоджання виходу нових конкурентів на ринок;

- *присутність у країні*. Якщо спеціалізація діючої закордонної фірми відповідає тому виду продукції (послуг), що передається за кордон, то нове виробництво буде освоюватися власними силами, а якщо не відповідає, то продукцію легше випускати за допомогою досвідченої сторонньої фірми;

- *ризик*. У міжнародному підприємстві політичні та економічні зміни найбільше впливають на зниження активів підприємства та одержування прибутків. Засобами зменшення ступеня ризиків є: мінімізація їх за кордоном, укладення угод, заснованих на поділі активів з іншими фірмами, розміщення зовнішньоекономічних операцій у декількох країнах.

Організаційно-функціональна структура ЗЕД підприємства залежить і від методів виходу на зовнішні ринки – через власну фірму (прямий метод) або за допомогою посередників (непрямий метод). Створення власних зовнішньоекономічних служб на підприємстві виправдано, якщо продукція фірми відрізняється високою конкурентоспроможністю, частка експорту в загальному обороті значна, рівень конкуренції на ринку невисокий, на підприємстві є фахівці із зовнішньоекономічної діяльності.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства може здійснюватися зовнішньоторговельною фірмою, яка є звичайно самостійним підрозділом підприємства, або відділом зовнішньоекономічних зв'язків підприємства.

Отже, при **прямому методі** передбачається встановлення прямих зв'язків між виробником (постачальником) і кінцевим споживачем, тобто товар поставляється безпосередньо кінцевому споживачу, а закуповується – безпосередньо у самого виробника на основі договору закупівлі-продажу. Близько 50% міжнародного товарообміну відбувається на основі прямих зв'язків.

Прямий метод, як правило, використовується у разі:

- продажу ТНК великогабаритної і дорогої продукції промислового призначення. У деяких фірм на частку прямих продажів припадає близько 70% всієї експортної продукції промислового призначення. Це пов'язано з підвищенням технічного рівня і складністю товарів, що випускаються на ринок; зростанням питомої ваги унікального устаткування, устаткування комплектних підприємств, новітніх суден, літаків. Для врахування вимог покупця виникає необхідність встановлення прямих контактів між експортером і імпортером, починаючи зі стадії проектування продукції і закінчуючи введенням її в експлуатацію.

Покупець часто сам визначає обсяг постачання, техніко-економічні характеристики продукції, терміни виготовлення;

- здійснення експортно-імпортних операцій між великими ТНК з постачання сировини, напівфабрикатів, комплектуючих частин і деталей тощо;
 - поставок товарів через закордонні підрозділи ТНК, що володіють роздрібною мережею.
- Створені ТНК, збутові і виробничі закордонні філії і дочірні компанії стають на ринках інших країн контрагентами. Вони вступають у безпосередні відносини з кінцевим споживачем, як промисловим, так і роздрібним на ринку країни місцезнаходження і на ринках інших країн. Це змінює характер прямих зв'язків, оскільки вони орієнтовані на реалізацію безпосередніх контактів з конкретними споживачами. Створення закордонних збутових і виробничих підрозділів і встановлення безпосередніх міжфірмових зв'язків обумовлює зміни у співвідношенні між традиційними методами здійснення зовнішньоторговельних операцій;
- здійснення експорту-імпорту промислової сировини на основі довгострокових контрактів;
 - закупівель сільськогосподарської сировини у фермерів країн, що розвиваються;
 - здійснення зовнішньоторговельної діяльності державних підприємств і установ країн, що розвиваються, шляхом організації і проведення торгів.

Прямий метод торгівлі припускає постачання заздалегідь погоджених видів продукції, що орієнтована на специфічні вимоги конкретного іноземного споживача. Прямі зв'язки носять цілеспрямований характер, тому що ґрунтуються на системі попередніх замовлень і характеризуються тривалістю і стійкістю відносин споживача з постачальниками необхідного для виробництва сировини, матеріалів, комплектуючих виробів з метою безперебійного забезпечення виробничого процесу ресурсами. Між постачальниками і споживачами укладаються довгострокові контракти, згідно з якими упродовж встановленого в контракті терміну передбачається регулярне постачання погоджених кількостей товару.

Прямий продаж має ряд переваг: дозволяє експортерам встановлювати тісні контакти з іноземними споживачами, здійснювати жорсткий контроль над торговими операціями; одержувати більш високий прибуток за рахунок зменшення витрат на суму комісійної винагороди посереднику; краще вивчати стан і тенденції розвитку ринку; швидше пристосовувати свої виробничі програми до попиту і вимог зовнішнього ринку; знижувати ризик і залежність результатів комерційної діяльності від несумлінності посередницької організації.

До недоліків прямого методу торгівлі можна віднести: наявність високого ступеня ризику, що обумовлено відмінностями економічних, правових і соціальних умов у різних країнах, а також необхідність залучення персоналу високої комерційної кваліфікації (в іншому випадку фінансові витрати можуть значно зрости).

При **непрямому методі** здійснюється купівля і продаж товарів через торговельно-посередницьку ланку на основі укладання договору з торговельним посередником, що передбачає виконання останнім визначених зобов'язань у зв'язку з реалізацією товару продавця. Торговельні посередники – це юридичні особи (фірми, організації, установи і т. ін.), що сприяють обміну товарів і незалежні від виробників і споживачів. Їх безпосередня функція – поєднання продавців і покупців, пов'язування попиту та пропозиції.

Торговельне посередництво охоплює широке коло послуг: пошук іноземного контрагента; підготовка і укладання договору; кредитування сторін і надання гарантій оплати товару покупцем; здійснення транспортноекспедиторських операцій; страхування товарів при транспортуванні; виконання митних формальностей; проведення рекламних та інших заходів щодо просування товарів на зовнішні ринки; здійснення технічного обслуговування та інші послуги.

Торговельний посередник несе певні витрати при здійсненні своєї діяльності, основними з яких є: заробітна плата управлінського персоналу і працівників сервісних служб; амортизаційні відрахування на будівлі, спорудження, канцелярське устаткування, машини; витрати на підтримку будівель, споруджень, на зв'язок, рекламу, представницькі витрати;

митні та транспортноекспедиторські витрати; витрати на підтримку субагентської мережі; податки і збори.

До використання торговельно-посередницької ланки звертаються:

- при збуті стандартного промислового устаткування і споживчих товарів;
- при реалізації великими фірмами другорядних видів продукції;
- при реалізації продукції на віддалених, важкодоступних і слабо вивчених ринках, ринках малої ємності;
- при просуванні нових товарів;
- при відсутності в країнах-імпортерах власної збутової мережі;
- при монополізації великими торговельно-посередницькими фірмами ввезення в країну визначених товарів;
- великі фірми при невеликому обсязі експортно-імпортних операцій;
- при здійсненні епізодичних зовнішньоторговельних операцій дрібними і середніми фірмами.

Переваги непрямого методу торгівлі полягають у тому, що:

- фірма-експортер не вкладає коштів в організацію збутової мережі на території країни-імпортера, оскільки торговельно-посередницькі фірми володіють власною матеріально-технічною базою (складськими приміщеннями, ремонтними майстернями). Це полегшує освоєння нових ринків;
- експортер звільняється від діяльності, пов'язаної з реалізацією товару (доставка імпортеру, упакування, пристосування до вимог місцевого ринку, оформлення документації);
- посередники мають у своєму розпорядженні великі можливості в організації реклами, виставок, ярмарків;
- з'являється можливість використовувати капітал торговельно-посередницьких фірм для фінансування угод на основі короткострокового і середньострокового кредитування;
- торговельні посередники мають стійкі ділові зв'язки з банками, страховими і транспортними компаніями;
- на ринки окремих товарів, монополізованих торговельно-посередницькими фірмами, можна потрапити тільки при використанні посередницької ланки.

Недоліком непрямого методу торгівлі є позбавлення експортером безпосередніх контактів з ринками збуту, а також залежність його від сумлінності й активності торгового посередника.

До особливостей діяльності торговельних посередників у сучасних умовах відноситься:

- розширення напрямків і сфер торговельно-посередницької діяльності, що здійснюється по окремих товарах (номенклатурі); видам діяльності (оптові, роздрібні, посилкові); здійснюваних операціям (експортні, імпортні); наданим послугам; характеру угод і функціям. Зростає спеціалізація посередників на операціях з визначеною групою товарів. Розширюється надання різних видів послуг у комплексі: операції по організації збуту (пошук контрагентів, укладання угод від імені продавця, надання гарантій оплати товару покупцем, дослідження ринків, проведення рекламних компаній), транспортно-експедиторські операції; фінансування торговельних операцій; надання технічних послуг і післяпродажного технічного обслуговування; надання інформації про ринки;
- прив'язування торговельних посередників до виробників машин і устаткування;
- зосередження переважної більшості торговельно-посередницьких операцій в руках невеликого числа ТНК, що мають свої фінансові, страхові компанії, флот, склади запасних частин. Це дозволяє їм здійснювати купівлю-продаж за свій рахунок, фінансування операцій, страхування, транспортування, технічне обслуговування, виробництво й обробку;
- посилення впливу на торговельних посередників транснаціональних корпорацій, що координують сферу і характер їхньої діяльності шляхом поділу ринків збуту;
- підпорядкування великим промисловим компаніям дрібних і середніх торговельно-посередницьких фірм шляхом системи франшиз, тобто довгострокових договорів з наданням виключного права на реалізацію товарів і послуг зі збереженням торгової марки виробника;

– підпорядкування торговельним монополіям дрібних і середніх фірмекспортерів і виробників у країнах, що розвиваються. Через них здійснюється скуповування сировини, що самостійно переробляється і реалізується ними через власні роздрібні магазини;

– участь торговельно-посередницьких фірм у міжнародних консорціумах для здійснення великих будівельних проектів (здійснюють закупівельно-збутові операції для цих підприємств).

Торговельно-посередницькі операції – це операції, які пов'язані з купівлею-продажем товарів, що виконуються за дорученням виробника-експортера незалежним від нього торговим посередником на основі укладеної між ними угоди чи окремого доручення. Їх види класифікуються залежно від характеру взаємин між виробником-експортером і торговим посередником, а також функцій, виконуваних торговим посередником, на: операції з перепродажу; комісійні; агентські; брокерські.

Найбільш ефективна функціональна структура ЗЕД підприємств наведена на рис. 5.1 [46, с. 85].

Організаційно-функціональна структура ЗЕД підприємства може змінитися в разі його реорганізації. При реорганізації не відбувається погашення всіх прав і обов'язків підприємства, що реорганізується, перед кредиторами та бюджетом, а відбувається їх перехід до іншої особи або декількох осіб. Видами реорганізації є:

– злиття, тобто припинення діяльності двох або більше підприємств та перехід їхнього майна, майнових прав, зобов'язань до підприємства правонаступника, що виникло в результаті реорганізації;

– приєднання, тобто припинення діяльності підприємства і передача всіх його прав та зобов'язань іншому підприємству;

– перетворення, тобто зміна організаційно-правовій форми ведення підприємницької діяльності або форми власності;

– поділ, тобто припинення діяльності одного підприємства з передачею всіх його прав та зобов'язань декільком підприємствам правонаступникам, що виникли в результаті реорганізації;

– виділення, тобто до одного або декількох нових підприємств правонаступників переходить частина прав і зобов'язань підприємства, що реорганізується.

Для здійснення зовнішньоекономічної діяльності суб'єкту ЗЕД необхідно виконати такі процедури:

– відкрити власний валютний рахунок у банку;

– одержати необхідні ліцензії на різні види і форми ЗЕД, якщо вони підлягають ліцензуванню; укласти контракти на різні види діяльності з фірмами закордонних країн та на право здійснення операцій, зв'язаних з одержанням іноземної валюти;

– ознайомитися з правилами митних процедур і дотримуватися їх.

Ведення обліку суб'єкта ЗЕД здійснюється згідно з Обліковою картою суб'єкта ЗЕД (далі Облікова картка), яка заповнюється державною мовою друкованими літерами (на ПЕОМ або друкарській машинці), засвідчується особистим підписом керівника та завіряється печаткою суб'єкта ЗЕД. Облікові картки, заповнені від руки або з виправленнями й помилками, проставленими факсимільними підписами або кліше, не можуть бути підставою для здійснення обліку у регіональній митниці.

Лекція № 4

Тема лекції:

Поняття і основні складові зовнішнього середовища підприємства-учасника ЗЕД

1. Зовнішнє середовище міжнародної фірми, її структура. Вплив зовнішнього середовища на ефективність бізнесу.
2. Зміст і сутність ризику. Управління ризиком: сутність та заходи прогнозування. Види ризиків. Зони можливих втрат. Страхування у ЗЕД.

3. Економічне середовище міжнародної фірми, її складові і критерії оцінки. Інфраструктура ЗЕД. Конкурентний аналіз. Інформаційне забезпечення учасників ЗЕД.

Література

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник для вузів / І.В. Багрова, Н.І. Редіна, В.Є. Власик, О.О. Гетьман; За редакцією д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. - К.: Центр навч. л-ри, 2014. – 580 с.
2. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник. – К.: Центр навч. літ., 2014. – 384 с.
3. Дроздов Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник. - Київ: ЦУЛ, 2012. – 172-382 с.
4. Трифонова О.В., Швець В.Я. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2015. – 152 с.
5. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2012. - 448с.

Зміст лекції

Бізнес-середовище міжнародного менеджменту не однорідне. Для фірми, яка здійснює міжнародну діяльність, важливо систематизувати та аналізувати широке коло факторів, які прямо чи опосередковано впливають на ефективність підприємницької діяльності на кожному з локальних ринків.

З точки зору інтенсивності взаємодії ділової організації та її оточення, структура бізнес-середовища міжнародного бізнесу включає:

1. Внутрішнє середовище фірми.
2. Зовнішнє мікросередовище (середовище прямого впливу):
 - о локальне - в рамках однієї країни;
 - о міжнародне - в інших країнах, в міжнародній взаємодії.
3. Зовнішнє макросередовище (середовище непрямого впливу):
 - о локальне - в рамках однієї або декількох країн;
 - о глобальне - в рамках світового співтовариства.

Внутрішнє середовище фірми - це організація управління фірмою, в тому числі система міжнародного менеджменту, рівень техніки та технологій, величина витрат, кадрова, фінансова, інвестиційна та маркетингова політика фірми. Використовуючи інструментарій міжнародного менеджменту та міжнародного маркетингу, фірма самостійно визначає, з яким товаром і на який ринок виходити, за якою ціною його продавати, хто буде здійснювати поставки і реалізацію товару, хто і як забезпечить просування товару на ринок, які стратегії використовуватимуться в конкурентній боротьбі і т.ін. Тобто внутрішнє її середовище включає ті фактори та інструменти, які контролюються нею і на які вона може безпосередньо впливати.

Разом з тим існує низка факторів, на які фірма впливати не може, але самі вони здійснюють безпосередній вплив на ефективність її зовнішньоекономічної діяльності. Компанія повинна аналізувати ці фактори й враховувати їх при здійсненні бізнесу.

Розглядаючи неконтрольовані фактори, слід враховувати, що вони властиві як внутрішньому, так і зовнішньому ринку і можуть мати деякі відмінності. Тому необхідно аналізувати окремо дію факторів зовнішнього середовища на внутрішньому ринку, на кожному з локальних ринків, на глобальному світовому ринку та виявляти вплив факторів однієї групи на фактори іншої.

Зовнішнє мікросередовище (середовище прямого впливу) - це фактори, які безпосередньо впливають на операції організації і відчують на собі зворотний прямий вплив. Мікросередовище міжнародного менеджменту визначають контрольовані фактори разом з факторами, обумовленими діяльністю стратегічних партнерів, постачальників, конкурентів, посередників, клієнтів. До об'єктів зовнішнього мікросередовища також відносять закони і державні органи, профспілки, пресу та інші державні і недержавні організації, з якими

контактує фірма. Ці фактори належать як до внутрішнього (локальне мікросередовище), так і зовнішнього (міжнародне мікросередовище) ринків. Умовно фактори прямого впливу можна поділити на три групи: клієнти, конкуренти і регулюючі органи.

Клієнти - це особи, організації, соціальні інститути, які є покупцями або споживачами продукту. Важливо відзначити, що покупець і споживач не завжди є однією і тією ж особою. Клієнт - це той, хто приймає рішення про купівлю продукту або здатний істотно впливати на його прийняття. Наприклад, споживачем дитячого харчування є дитина, проте приймають рішення про купівлю і платять гроші, як правило, її батьки, бабусі і дідусі, а не вона сама.

У бізнесі склалися дві принципово різні концепції взаємин з клієнтами:

о бажання і потреби клієнтів не усвідомлені; завдання бізнесу - вгадати і вдало задовольнити їх;

о клієнт знає, що йому потрібно; він диктує свої умови, платить гроші і має право вимагати точного виконання замовлення.

Прихильник першої концепції - Пітер Друкер вважає, що "Єдина мета бізнесу - створювати споживача. Споживач є основою бізнесу і підтримує його існування. Лише він дає людям роботу. Суспільство довіряє продуктивні ресурси бізнесу для того, щоб забезпечувати задоволення бажань і потреб споживачів".

Теоретик іншої концепції - Генрі Мінцберг вважає, що організаціям слід вчитися і нагромаджувати досвід, щоб краще розуміти споживачів і якомога точніше задовольняти їхні потреби і бажання. На ринку перемагає той, хто може максимально розвинути орієнтованість на клієнта.

Регулюючі органи. Кожна організація має певний правовий статус, і її діяльність регулюється низкою нормативних актів та діяльністю спеціальних організацій і державних органів. Бізнес має здійснюватися в межах чинного законодавства тієї країни, в якій реалізується його діяльність, та відповідати нормам міжнародного права. Цю відповідність відслідковують певні державні інституції, з якими змушена контактувати фірма на кожному з локальних ринків.

Проблеми конкуренції і балансу конкурентних сил. Конкуренція - це суперництво за здобуття вигоди. Конкуренти (у широкому розумінні) - це ті об'єкти і явища зовнішнього середовища, які роблять продукт компанії менш цінним для споживача. У вузькому розумінні конкурент - це організація (або людина), яка пропонує споживачеві альтернативний варіант задоволення його бажань і потреб. Сучасні дослідники виділяють три рівні конкуренції:

о *рівень ключових компетенцій* - можливість створювати новий імідж бізнесу за рахунок творчого комбінування навиків і умінь (технології + навчання + поширення інформації);

о *рівень ключових продуктів* - можливість бути лідером у розробці нових функціональних характеристик та швидкості розробки продукції;

о *рівень готових продуктів* - конкуренція за ціною, витратами і відчутною якістю, боротьба за ринкову долю на ринку.

Здатність бути стабільно в чомусь кращим за конкурентів в очах споживача називають **конкурентною перевагою**. Розрізняють:

о *конкурентні переваги низького порядку*: дешева робоча сила, дешеві матеріальні ресурси, дешеві будівлі та устаткування, дешеві фінансові ресурси, пільгово низькі ціни на придбання товару для перепродажу і т.ін.

о *конкурентні переваги високого порядку*: унікальна продукція, унікальна технологія, унікальні фахівці, унікальні зв'язки, унікальні ресурси, відомий бренд.

Зовнішнє макросередовище (середовище непрямого впливу) - найбільш загальні сили, події і тенденції, які безпосередньо не пов'язані з операційною діяльністю організації, проте в цілому формують контекст бізнесу.

Фактори глобального макросередовища - це сукупність чинників, які пов'язані зі змінами в міжнародній економіці, політичній та соціальній ситуації в світі, з діяльністю міжнародних організацій та розвитком міжнародного законодавства, кон'юктурою на світовому ринку, рівнем розвитку світової ринкової інфраструктури.

Фактори локального макросередовища формують принципи, механізми, процеси розробки та реалізації стратегії міжнародної корпорації. Найбільше значення для розвитку бізнесу мають характеристики ринкової конкуренції (структура, тип конкуренції, особливості товару), макроекономічні показники та характеристики країн, у яких розміщене виробництво або здійснюється збут (грошово-кредитна, податкова політика, митне регулювання, демографічні показники, рівень економічного і технологічного розвитку, якість і кількість ресурсів, рівні інфляції, безробіття, бідність, розвиток інфраструктури, соціальні і культурні особливості споживачів та ін.).

При цьому на кожному зовнішньому ринку зазвичай аналізуються такі неконтрольовані фактори, як:

- о економічний розвиток країни;
- о стан політики й права;
- о рівень соціального та культурного розвитку;
- о рівень розвитку науки, техніки і технологій;
- о географічне положення країни;
- о демографічна ситуація;
- о рівень охорони навколишнього середовища.

Цей розподіл неконтрольованих факторів певною мірою є умовним. Вони діють одночасно, є взаємозалежними та взаємообумовленими. Тому не завжди вдається визначити рівень впливу кожного із факторів окремо, виявити можливі межі його впливу.

Сукупність кожної з цих груп факторів визначає відповідне їй середовище міжнародного менеджменту: економічне, політичне, правове, соціально-культурне і т. д.

Соціально-культурне середовище. Під культурою розуміють пануючу в суспільстві систему цінностей, вірувань, звичаїв, установок, яка сприймається і поділяється переважною більшістю членів суспільства. Культура значною мірою визначає поведінку людей, у тому числі на роботі, їх ставлення до подій і явищ навколишньої дійсності, зокрема до бізнесу.

Економічне середовище. Фірми, які працюють в міжнародному середовищі, повинні аналізувати економічні умови і спостерігати за економікою тих країн, в яких вони ведуть бізнес. Крім того, необхідно відстежувати загальносвітові економічні тенденції, оскільки і вони здатні істотно впливати на справи компанії.

Правове середовище - закони, державне і суспільне регулювання. Організації, які займаються бізнесом на міжнародних ринках, змушені рахуватися з безліччю локальних нормативів, що належать до питань оподаткування, ціноутворення, експортно-імпортних операцій, звітності перед державними органами, реклами, просування товару і т. ін.

Політичне середовище. Міжнародний ринок перебуває під впливом внутрішньої і зовнішньої політики держав-учасниць. Політична і соціальна напруженість у взаєминах можуть ускладнювати процеси закупівлі, виробництва, доставки, дистрибуції, просування і збуту або взагалі унеможливити їх. Часто економічні санкції застосовуються як політичні важелі тиску на ті або інші держави. Стабільність політичної ситуації частково гарантує економічну і фінансову стабільність.

Виділивши основні групи факторів, необхідно в кожній з них провести систематизацію чинників і проаналізувати вплив кожного з них на середовище міжнародного менеджменту як на внутрішньому, так і зовнішніх ринках.

Такий комплексний підхід дає можливість виявити можливості фірми на конкретному зарубіжному або глобальному ринках і створює всі можливості для успішної реалізації всіх завдань міжнародного менеджменту.

Для ефективного функціонування підприємства, підвищення його конкурентоспроможності на ринку, дуже важливим є врахування впливу факторів зовнішнього середовища, а також вміння раціонально використовувати його позитивні аспекти та своєчасно реагувати на негативні тенденції його розвитку.

У внутрішньому середовищі рівень конкурентоспроможності підприємства визначається ключовими факторами – виробничий потенціал (організаційно-технічні, фінансово-економічні чинники та маркетинг) та інвестиційний потенціал (розмір власних джерел інвестування та можливість залучення додаткових фінансових ресурсів)

Лекція № 5

Тема лекції:

Державне регулювання ЗЕД

1. Державне регулювання ЗЕД: принципи, етапи розвитку, функції, специфіка. Предмети і методи державного регулювання ЗЕД. Міжнародний досвід державного регулювання ЗЕД.
2. Зовнішньоекономічна політика: сутність, завдання, елементи.

Література

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник для вузів / І.В. Багрова, Н.І. Редіна, В.Є. Власик, О.О. Гетьман; За редакцією д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. - К. Центр навч. л-ри, 2014. – 580 с.
2. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник. – К.: Центр навч. літ., 2014. – 384 с.
3. Дроздов Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник. - Київ: ЦУЛ, 2012. – 172-382 с.
4. Трифонова О.В., Швець В.Я. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2015. – 152 с.
5. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2012. - 448с.

Зміст лекції

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) – діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.

Державне регулювання ЗЕД – це система заходів законодавчого, виконавчого і контролюючого характеру, покликаних удосконалити ЗЕД в інтересах національної економіки. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності передбачає створення певних умов та механізмів для ефективного розвитку відносин суб'єктів господарювання в різних країнах.

Україна самостійно формує систему та структуру державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності на її території.

Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності має забезпечувати:

- захист економічних інтересів України та законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;
- створення рівних можливостей для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності розвивати всі види підприємницької діяльності незалежно від форм власності та всі напрями використання доходів і здійснення інвестицій;
- заохочення конкуренції та ліквідацію монополізму в сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Держава та її органи не мають права безпосередньо втручатись у зовнішньоекономічну діяльність суб'єктів цієї діяльності, за винятком випадків, коли таке втручання здійснюється згідно з Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» та іншими

Мета регулювання:

- сприяння забезпеченню збалансованості економіки та рівноваги внутрішнього ринку;
- стимулювання прогресивних структурних змін в економіці;
- створення найсприятливіших умов для залучення економіки України в систему світового поділу праці та її наближення до ринкових структур зарубіжних країн;
- захист економічних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;
- створення рівних можливостей для всіх суб'єктів зовнішньоекономічних відносин незалежно від форм власності;
- заохочення до конкуренції та ліквідації монополізму в цій сфері.

Принципи регулювання:

- адекватності національним інтересам та забезпеченню економічної безпеки країни;
- врахування вимог сучасного світового розвитку, поділу праці, глобалізаційних процесів;
- формування нової моделі зовнішньоекономічного розвитку, зорієнтованої на європейську інтеграцію, набуття повноправного членства в ЄС;
- забезпечення відповідно до світових стандартів і критеріїв оптимальних параметрів відкритості національної економіки;
- паритетності у відносинах з іншими державами;
- демократизації, демонополізації та деідеологізації зовнішньоекономічних зв'язків;
- підтримки експортного виробництва на основі критеріїв ефективності та конкурентоспроможності.

Адміністративні засоби й інструменти державного регулювання ЗЕД:

1. порядок реєстрації суб'єктів ЗЕД;
2. виконання вимог міжнародних документів, зокрема статутів міжнародних організацій;
3. нетарифні методи регулювання міжнародної торгівлі;
4. оперативне реагування на різноманітні події економічного і неекономічного характеру;
5. інші форми.

Основні економічні засоби й інструменти регулювання держави:

1. пряме і непряме фінансування, зокрема кредитування експортерів;
2. державне страхування;
3. фіскальні пільги та обмеження;
4. тарифне регулювання;
5. валютне регулювання;
6. інші форми.

Критерії	Методи	Характеристика методів
Форма впливу на суб'єкти ЗЕД	Економічні	Непрямий вплив, альтернатива поведінки для суб'єктів наявна, результати впливу не передбачувані.
	Адміністративні	Прямий вплив, альтернативи поведінки для суб'єктів не існує, результати впливу є передбачуваними.
Засіб впливу на суб'єкти ЗЕД	Правові	Встановлення обов'язкових для виконання юридичних норм (правил) поведінки суб'єктів.
	Адміністративні	Прямий вплив держави на діяльність суб'єктів.
	Економічні, зокрема • фінансово-бюджетні;	Вплив на економічні інтереси суб'єктів: • вплив на фінанси суб'єктів; • вплив на пропозицію грошей.

	• кредитно-грошові.	
Очікуваний результат впливу	Стимулюючі	Пожвавлюють економічну активність суб'єктів.
	Обмежуючі	Стримують економічну активність суб'єктів.
Використання тарифу як засобу регулювання	Тарифні (митні)	Передбачають використання митного тарифу.
	Нетарифні (немитні)	Не передбачають використання митного тарифу.

Суб'єкти державного регулювання ЗЕД:

- держава;
- недержавні органи управління, економікою (товарні, фондові, валютні біржі, торговельні палати, асоціації, спілки тощо), які діють на основі статутних документів;
- безпосередньо суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності (підприємства, фірми, організації); міждержавні та міжрегіональні органи регулювання зовнішньоекономічної діяльності (СОТ, ГАТТ, ЄБРР, МВФ).

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється за допомогою:

- відповідних законів України;
- засобів тарифного і нетарифного регулювання;
- економічних заходів оперативного регулювання (валютно-фінансового, кредитного);
- рішень недержавних органів управління економікою;
- укладених угод між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності.

На території України відповідно до законодавства запроваджуються такі **правові режими** для іноземних суб'єктів господарської діяльності:

- **національний режим**, який означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності мають обсяг прав та обов'язків не менший, ніж суб'єкти господарської діяльності України. Національний режим застосовується щодо всіх видів господарської діяльності іноземних суб'єктів цієї діяльності, пов'язаної з їхніми інвестиціями на території України, а також щодо експортно-імпортних операцій іноземних суб'єктів господарської діяльності тих країн, які входять разом з Україною до економічних союзів;
- **режим найбільшого сприяння**, який означає, що іноземні суб'єкти господарської діяльності мають обсяг прав, преференцій та пільг щодо мит, податків та зборів, якими користується та/або буде користуватися іноземний суб'єкт господарської діяльності будь-якої іншої держави, якій надано згаданий режим, за винятком випадків, коли зазначені мита, податки, збори та пільги щодо них встановлюються у межах спеціального режиму, визначеного нижче. Режим найбільшого сприяння надається на основі взаємної угоди суб'єктам господарської діяльності інших держав згідно з відповідними договорами України та застосовується у сфері зовнішньої торгівлі;
- **спеціальний режим**, який застосовується до територій спеціальних економічних зон, а також до територій митних союзів, до яких входить Україна, і в разі встановлення будь-якого спеціального режиму згідно з міжнародними договорами за участі України.

Найвищим органом, що здійснює державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності, є Верховна Рада України. **До компетенції Верховної Ради України належать:**

- прийняття, зміна та скасування законів, що стосуються зовнішньоекономічної діяльності;
- затвердження головних напрямів зовнішньоекономічної політики України;
- розгляд, затвердження та зміна структури органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- укладання міжнародних договорів України відповідно до законів України про міжнародні договори України та узгодження чинного законодавства України з правилами, встановленими цими договорами;

- затвердження нормативів обов'язкового розподілу валютної виручки державі та місцевим Радам народних депутатів України, ставок та умов оподаткування, митного тарифу, митних зборів та митних процедур України при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності;
- встановлення спеціальних режимів зовнішньоекономічної діяльності на території України;
- затвердження списків товарів, експорт та імпорт яких забороняється;
- прийняття рішень про застосування заходів у відповідь на дискримінаційні та/або недружні дії інших держав, митних союзів або економічних угруповань шляхом встановлення повної/часткової заборони (повного/часткового ембарго) на торгівлю; позбавлення режиму найбільшого сприяння або пільгового спеціального режиму.

Кабінет Міністрів України:

- вживає заходів до здійснення зовнішньоекономічної політики України відповідно до законів України;
- здійснює координацію діяльності міністерств, державних комітетів та відомств України щодо регулювання зовнішньоекономічної діяльності; координує роботу торговельних представництв України в іноземних державах;
- приймає нормативні акти управління з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених законами України;
- проводить переговори і укладає міжурядові договори України з питань зовнішньоекономічної діяльності у випадках, передбачених законами України про міжнародні договори України, забезпечує виконання міжнародних договорів України з питань зовнішньоекономічної діяльності всіма державними органами управління, підпорядкованими Кабінету Міністрів України, та залучає до їх виконання інші суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності на договірних засадах;
- відповідно до своєї компетенції, визначеної законами України, вносить на розгляд Верховної Ради України пропозиції про систему міністерств, державних комітетів і відомств — органів оперативного державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, повноваження яких не можуть бути вищими за повноваження Кабінету Міністрів України, які він має згідно з законами України;
- забезпечує складання платіжного балансу, зведеного валютного плану України;
- відповідно до своєї компетенції має право зменшувати та скасовувати тимчасову надбавку до діючих ставок ввізного мита на деякі товари згідно з процедурою, визначеною міжнародними угодами України;
- здійснює заходи щодо забезпечення раціонального використання коштів Державного валютного фонду України;
- забезпечує виконання рішень Ради Безпеки Організації Об'єднаних Націй з питань зовнішньоекономічної діяльності;
- приймає рішення про застосування заходів у відповідь на дискримінаційні та/або недружні дії інших держав, митних союзів або економічних угруповань шляхом запровадження режиму ліцензування.

Національний банк України:

- здійснює зберігання і використання золотовалютного резерву України та інших державних коштовностей, які забезпечують платоспроможність України;
- представляє інтереси України у відносинах з центральними банками інших держав, міжнародними банками та іншими фінансово-кредитними установами та укладає відповідні міжбанківські угоди;
- регулює курс національної валюти України до грошових одиниць інших держав;
- здійснює облік і розрахунки за наданими і одержаними державними кредитах і позиках, провадить операції з централізованими валютними ресурсами, які виділяються з Державного валютного фонду України у розпорядження Національного банку України;

- виступає гарантом кредитів, що надаються суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності іноземними банками, фінансовими та іншими міжнародними організаціями під заставу Державного валютного фонду та іншого державного майна України;
- здійснює інші функції відповідно до Закону України «Про банки і банківську діяльність» та інших законів України. Національний банк України може делегувати виконання покладених на нього функцій банку для зовнішньоекономічної діяльності України.

Центральний орган виконавчої влади з питань економічної політики:

- забезпечує проведення єдиної зовнішньоекономічної політики при здійсненні суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності виходу на зовнішній ринок, координацію їхньої зовнішньоекономічної діяльності, в тому числі відповідно до міжнародних договорів України;
- здійснює контроль за дотриманням усіма суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності чинних законів України та умов міжнародних договорів України;
- проводить антидемпінгові, антисубсидійні та спеціальні розслідування у порядку, визначеному законами України;
- виконує інші функції відповідно до законів України і Положення про центральний орган виконавчої влади з питань економічної політики.

Державна митна служба України:

- здійснює митний контроль в Україні згідно з чинними законами України.

Антимонопольний комітет України:

- здійснює контроль за дотриманням суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності законодавства про захист економічної конкуренції.

Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі:

- здійснює оперативне державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні відповідно до законодавства України;
- приймає рішення про порушення і проведення антидемпінгових, антисубсидійних або спеціальних розслідувань та застосування відповідно антидемпінгових, компенсаційних або спеціальних заходів;
- приймає рішення про застосування заходів у відповідь на дискримінаційні та/або недружні дії інших держав, митних союзів або економічних угруповань у межах компетенції, визначеної законами України.

До органів місцевого управління зовнішньоекономічною діяльністю належать:

- місцеві Ради депутатів України та їх виконавчі і розпорядчі органи;
- територіальні підрозділи (відділення) органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України.

Лекція № 6

Тема лекції:

Організація системи управління ЗЕД на підприємстві

1. Функція організації як функція управління: зміст і специфіка.
2. Організаційна структура управління: сутність та типи управління. Фактори, що визначають вибір організаційної структури.

Література

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник для вузів / І.В. Багрова, Н.І. Редіна, В.Є. Власик, О.О. Гетьман; За редакцією д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. - К. Центр навч. л-ри, 2014. – 580 с.

2. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник. – К.: Центр навч. літ., 2014. – 384 с.
3. Дроздов Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник. - Київ: ЦУЛ, 2012. – 172-382 с.
4. Трифонова О.В., Швець В.Я. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2015. – 152 с.
5. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2012. - 448с.

Зміст лекції

Ключовим фактором досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємства є гнучка та ефективна система управління, що швидко та якісно адаптується до динамічних змін зовнішнього середовища.

Система управління ЗЕД підприємства – це комплекс взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів управління на підприємстві і власне зв'язків, які реалізують цілі підприємства на зовнішніх ринках, а також забезпечують вирішення його проблем у сфері зовнішніх ринків і пов'язаних з ними.

Інноваційні зміни є особливо важливими в системі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, оскільки саме відділ ЗЕД більшою мірою забезпечує, організовує та контролює даний вид діяльності). Саме від ефективності роботи відділу залежить прибутковість, оперативність та ефективність здійснення підприємством експортно-імпорتنих операцій. Тим паче, якщо зовнішньоторговельна діяльність є основним джерелом прибутку для підприємства.

Формування інноваційної стратегії в системі управління ЗЕД підприємства є досить складним і тривалим процесом, адже інновації в системах управління характеризуються високим ризиком, який науковці пояснюють психологічним бар'єром та уникненням невизначеності з боку персоналу, адже ця група нововведень в першу чергу стосується саме їх. Для даного типу інновацій в більшій мірі, ніж для технологічних та виробничих властивий ризик виникнення опору з боку працівників підприємства, несприйняття нових ідей.

Модель виникнення та розвитку інновацій в сфері управління можна описати за допомогою наступних етапів: усвідомлення проблеми, розробка та формулювання ідеї, її визнання.

В основі розробки інноваційної стратегії мають лежати стратегічні управлінські рішення, які:

- орієнтовані на майбутнє і на постійні зміни середовища;
- пов'язані із залученням значних матеріальних ресурсів, широким використанням інтелектуального потенціалу;
- характеризуються гнучкістю, здатністю адаптуватися до змін ринкових умов;
- враховують неконтрольовані організацією зовнішні чинники.

Розробка інноваційної стратегії передбачає її формалізацію у вигляді інноваційної програми. При цьому повинні бути встановлені цілі, задачі, процедури в рамках інноваційних проєктів, що включені в програму. Необхідно визначити ресурси і часові обмеження, як для окремих інноваційних проєктів, так і для всієї інноваційної програми. Для організаційного забезпечення виконання програми необхідно сформувати організаційну структуру управління інноваціями всередині відділу зовнішньоекономічної діяльності, створити систему зовнішніх зв'язків з партнерами, споживачами та іншими зацікавленими сторонами.

Впровадження інноваційної стратегії потребує наявності відповідних організаційних та управлінських можливостей. Основна їх функція – нівелювати негативний вплив від протидії змінам, які здебільшого виникають у найуспішніших підприємствах. Стійкість підприємства призводить до його негнучкості та нездатності розвивати внутрішні радикальні пропозиції, які є основою інноваційної діяльності. У вітчизняних зовнішньоторговельних підприємствах проблеми доповнюються бажанням зберегти стабільність у досить хиткому зовнішньому середовищі, оскільки керівництво не готове до ризику, що виникає.

Автори виділяють такі цілі формування інноваційної стратегії з удосконалення системи управління ЗЕД підприємства:

- формування бізнес-процесу ЗЕД, що є єдиним для всієї компанії;
- підвищення продуктивності праці і кількості завдань, що виконуються відділом ЗЕД;
- підвищення мотивації співробітників відділу ЗЕД;
- зменшення ризиків підприємства, що пов'язані з роботою відділу ЗЕД;

- підвищення кваліфікації співробітників відділу ЗЕД;
- підвищення мотивації співробітників відділу ЗЕД;
- організація більш прозорої схеми ЗЕД підприємства та окремих її ділянок;
- розширення ЗЕД підприємства, налагодження стосунків з новими контрагентами;
- автоматизація системи управління ЗЕД підприємства.

Оскільки зовнішньоекономічна діяльність нерозривно пов'язана з міжнародною торгівлею, експортом та імпортом продукції та сировини, формування інноваційної стратегії в системі управління такою діяльністю має певні особливості.

Перш за все – це неможливість передбачити наслідки реалізації інноваційної стратегії в мінливому зовнішньому середовищі діяльності підприємства. Також, управлінські зміни в сфері ЗЕД потребують підвищення кваліфікації персоналу, залучення зовнішніх, навіть міжнародних експертів, що потребує значних фінансових витрат та часу. Впровадження у відділі ЗЕД новітнього програмного забезпечення та повна комп'ютеризація роботи без сумніву є дорогою вартістю. Зміна структури управління на зовнішньоторговельному підприємстві також має свою специфіку.

Основними чинниками, які перешкоджають формуванню та впровадженню інноваційної стратегії в системі управління ЗЕД на підприємствах, є:

- відсутність в достатньому обсязі фінансових можливостей для формування управлінського потенціалу;
- недостатня кваліфікація управлінського персоналу;
- відсутність інформації про ефективні нововведення у сфері управління ЗЕД та можливості одержати кваліфіковану допомогу і консультації.

Ефективність інноваційної стратегії в системі управління ЗЕД виявляється у зростанні прибутку підприємства, збільшення частки зовнішнього ринку та конкурентоспроможності, підвищення результативності бізнес-процесів, зниження витрат, зростання рівня задоволення споживачів та персоналу.

Лекція № 7

Тема лекції:

Сучасні стратегії менеджменту в міжнародному бізнесі

1. Особливості менеджменту в умовах міжнародного бізнесу. Управління фінансами та інвестиціями.
2. Менеджмент якості, його роль в міжнародному бізнесі. Конкурентоспроможність товару. Конкурентоспроможність виробника. Аналіз конкурентоспроможності підприємства. Якість як основа конкурентоздатності продукції на світовому ринку. Міжнародний стандарт як спосіб підтвердження якості. Зміст міжнародних стандартів ІСО. Документація системи якості.
3. Технології та інновації в галузі міжнародного бізнесу. Управління ресурсами. Роль соціокультурного фактора в міжнародному бізнесі.

Література

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник для вузів / І.В. Багрова, Н.І. Редіна, В.Є. Власик, О.О. Гетьман; За редакцією д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. - К. Центр навч. л-ри, 2014. – 580 с.
2. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник. – К.: Центр навч. літ., 2014. – 384 с.
3. Дроздов Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник. - Київ: ЦУЛ, 2012. – 172-382 с.

4. Трифонова О.В., Швець В.Я. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2015. – 152 с.

5. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2012. - 448с.

Зміст лекції

Сучасні стратегії менеджменту в міжнародному бізнесі

В сучасних умовах надзвичайно інтенсивного розвитку процесів глобалізації, прискореного росту масштабів світової торгівлі та інших процесів міжнародного обміну, за яких світова економіка стає більш інтегрованою та відкритою, велика кількість українських підприємств приділяють особливу увагу освоєнню закордонних ринків товарів, капіталу, робочої сили.

Фундаментальні проблеми стратегічного управління ЗЕД підприємства

Відсутність менеджменту	стратегічного	Відсутність стратегії	Стратегії не реалізуються
– усвідомлення необхідності використання менеджменту для розвитку ЗЕД;	– розвиток технологій стратегічного аналізу;	– створення механізму розвитку ЗЕД;	– отримання навичок
– розставлення пріоритетів подій (результативикористання питань розвитку підприємства;	– перехід від аналізу до стратегічного аналізу стратегії;	– створення систем мотивації для реалізації стратегій	
– налагодження механізму збору інформації про зовнішній ринок та позиції підприємства	– зборують бути відображені у планах розвитку ЗЕД)		

Апарат управління підприємством має усвідомити об'єктивну необхідність запровадження стратегічного менеджменту як системи управління ЗЕД, адже це сприяє систематичному збору інформації про зовнішній ринок та позиції організації на конкретному його сегменті, дозволяє підтримувати міжнародну конкурентоспроможність і розставляти пріоритети в плануванні стратегічного розвитку як підприємства загалом, так і його ЗЕД.

В результаті формування системи стратегічного менеджменту ЗЕД, перед компанією може виникнути серйозна проблема: відсутність технології розробки стратегії підприємства на основі результатів стратегічного аналізу. Почавши використовувати методики стратегічного аналізу ЗЕД, менеджери з часом усвідомлюють, що, навіть якщо вони будуть використовувати всі можливі й відомі методики, то це зовсім не дає 100% гарантії того, що вони отримають найефективнішу стратегію освоєння зовнішнього ринку і закріплення на ньому. Виявляється, потрібно навчитися, так би мовити, "вручну" формувати стратегію ЗЕД на основі результатів стратегічного аналізу. Тому менеджерам українських підприємств – суб'єктів ЗЕД потрібно навчитися приймати стратегічні рішення і робити це ефективно.

На практиці часто буває дуже складно зважитися на такий крок. Тобто, від усвідомлення необхідності стратегічного управління до розробки стратегічного плану розвитку ЗЕД потрібно провести значну роботу. У першу чергу це – подолання психологічного бар'єру менеджерів. Завжди здається, що щось нове зробити складно, або навіть неможливо. З огляду на це варто пам'ятати, що в такій ситуації результат суттєво залежить від наявності волі та стійкої позиції керівника. Тому те, як швидко підприємство від усвідомлення важливості стратегічного менеджменту перейде до конкретних дій більшою мірою залежить від волі і цілеспрямованості генерального директора.

Трапляються випадки, коли фірми, які вирішили попередні дві проблеми і почали активно використовувати технології стратегічного управління розвитку ЗЕД, раптом розуміють, що, виявляється, навіть дуже хороша стратегія зовсім не гарантує того, що вона буде реалізована. З'ясовується, що потрібно збудувати ще й систему (механізм) розвитку ЗЕД, який би дозволяв реалізовувати розроблену стратегію. Таким чином, крім того, що компанія повинна усвідомити необхідність впровадження і використання стратегічного менеджменту ЗЕД, так вона ще може зіткнутися з вищевказаними проблемами. Це може привести менеджерів до того,

що вони розчаруються в стратегічному управлінні, при цьому насправді жодного разу не спробувавши його в дії.

Стратегічний менеджмент ЗЕД підприємства в сучасних умовах глобалізації передбачає формування апаратом управління головних довгострокових цілей по освоєнню зовнішнього ринку і закріплення позицій на ньому, пріоритетних завдань із активізації ЗЕД та етапів їх реалізації. Особлива роль в системі стратегічного менеджменту відводиться конкретизації способів та інструментів досягнення зовнішньоекономічних цілей, які дозволять реалізувати обраний напрямок життєдіяльності підприємства та оцінити ступінь його успішності у відповідності з предметною спрямованістю.

Залежно від того, як організація досягає цієї збалансованості, розрізняють чотири концепції міжнародного менеджменту:

1) етноцентрична концепція, що передбачає використання єдиного стилю міжнародного менеджменту, який орієнтований на умови ведення бізнесу в країні розміщення головної компанії;

1) поліцентрична концепція, що передбачає наявність різних стилів управління міжнародним бізнесом залежно від країни базування;

2) регіоцентрична концепція, основана на баченні міжнародного ринку як єдиного та однорідного простору, в якому використовуються базові стилі менеджменту незалежно від пріоритетів ринку;

3) геоцентрична концепція, що визначає управління міжнародним бізнесом як єдиним цілим, і це передбачає об'єднання головної компанії та її зарубіжних підрозділів, які мають бути пов'язані між собою як складові глобально орієнтованої мережі поділу праці; тому міжнародний менеджмент переслідує використання найефективнішої стратегії, яка дасть змогу отримати максимальну глобальну вигоду.

Діяльність світових транснаціональних компаній, які в сучасному економічному просторі спрямовані на інвестиційно-інноваційну діяльність і більшою мірою на управління цим процесом з урахуванням сучасних креативних підходів менеджменту, має суттєві масштаби і вплив на економіку країн, що розвиваються, виступаючи основою їхньої конкурентоздатності в умовах глобалізації.

Основні ризики міжнародного бізнесу, які визвані глобалізацією економіки, можна характеризувати такими факторами:

- 1) зниження позицій долара США як світової валюти;
- 2) політична залежність ціноутворення на ринку нафти;
- 3) ризики виникнення міждержавних конфліктів;
- 4) національні кризи економік розвинених країн;
- 5) торговий протекціонізм;
- 6) ризики істинних пандемій.

Можна виділити п'ять глобальних маркетингових стратегій, які дозволяють прийняти правильне рішення щодо обрання напрямку розвитку фірми:

- стратегія інтернаціоналізації (освоєння нових ринків);
- стратегія глобалізації (стандартизація продукції на основі міжнародних стандартів та визначення загальних характеристик ринків, які обумовлені особливостями окремих країн);
- стратегія диверсифікації (освоєння виробництва нових товарів);
- стратегія сегментування (виробництво товарів відповідно до різних груп споживачів — сегментів);
- стратегія кооперації (співпраця з іншими компаніями на принципі взаємної вигоди).

Сучасний процес глобалізації світової економіки в цілому вимагає постійного розвитку та вдосконалення стратегії ведення бізнесу. Тому, згадані вище моделі потребують подальшої конкретизації. М. Портер виділяв три базові стратегії розвитку:

- стратегія цінового лідерства; – стратегія диференціації; – стратегія концентрації.

Кожна вищезгадана стратегія повинна підкріплюватися конкурентними перевагами компанії. Щоб визначити ключову перевагу фірми, яка ляже в основу майбутньої стратегії компанії необхідно провести SWOT-аналіз.

Стратегія цінового лідерства дозволяє встановлювати низькі ціни, але для цього необхідно досягнути зниження витрат. Це можна зробити, використовуючи дешевшу сировину, заміну дорогого обслуговування на дешеве, збільшення обсягів виробництва або вдосконалення технологічного процесу. Стратегія цінового лідерства є актуальною для усіх сфер бізнесу, однак потрібно обрати максимально доцільний сценарій її реалізації без нанесення компанії збитків через втрату сегменту чи цільової аудиторії.

Стратегія диференціації полягає у тому, що компанія повинна випускати товар на ринок, який якісно відрізняється від товарів конкурентів. Найпростішим прикладом диференціації може бути виробництво кефіру різного за жирністю, що дозволяє задовольняти потреби більшої кількості споживачів.

Стратегія концентрації зумовлена «завоюванням» сегменту. Тобто дана стратегія передбачає вузьку спеціалізацію компанії в певному сегменті. Цього можна досягти за рахунок використання однієї з вищезгаданих стратегій або їх об'єднання у комплекс.

Залежно від масштабу компанії, групи бренду тощо здійснення процесу глокалізації може варіюватися. Зокрема, існують такі форми:

- здійснення глокалізації вертикально (зверху), наприклад реалізація маркетинг-менеджменту ТНК — просування місцевих менеджерів на провідні управлінські позиції;
- здійснення глокалізації вертикально (знизу) — прагнення місцевих компаній до вдосконалення моделей співробітництва;
- рівна взаємодія транснаціональних та локальних компаній для формування нової моделі відносин та управління бізнесом.

Глокалізація, тобто вміння працювати на ринках з різними соціокультурними особливостями, є запорукою високої конкурентоспроможності на міжнародному ринку. Своєю чергою даний процес є цілком сприятливий і для локальних компаній, адже це є можливістю вийти на новий рівень управління і дає доступ до успішних міжнародних стратегій та напрацювань.

Основною рушійною силою процесу глобалізації є конкуренція. Вона зумовлює необхідність створення та впровадження глобальних стратегій. Глобальні маркетингові стратегії залежать від конкурентної структури галузі, яка головним чином, визначається балансом постачальників і споживачів, а також виходом на ринок нових гравців та поява інноваційних товарів. Конкуренція на глобальних ринках посилюється, перетворюючись на гіперконкуренцію, що викликає перерозподіл конкурентних сил. Тому для компаній, які ведуть свій бізнес на міжнародних ринках потрібно бути готовими до гнучких стратегічних рішень, які дозволятимуть з мінімальними затратами часу та ресурсів переорієнтовуватись на нові ситуації та настрої на ринку, що дозволить ефективно користуватися власними конкурентними перевагами.

Лекція № 9

Тема лекції:

Посередницькі та орендні операції на зовнішніх ринках.

1. Посередництво у міжнародній торгівлі. Права посередників на ринках.
2. Особливості міжнародної оренди. Види міжнародних лізингових операцій. Типова структура міжнародного контракту оренди.

Література

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник для вузів / І.В. Багрова, Н.І. Редіна, В.Є. Власик, О.О. Гетьман; За редакцією д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. - К. Центр навч. л-ри, 2014. – 580 с.
2. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник. – К.: Центр навч. літ., 2014. – 384 с.

3. Дроздов Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник. - Київ: ЦУЛ, 2012. – 172-382 с.
4. Трифонова О.В., Швець В.Я. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2015. – 152 с.
5. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2012. - 448с.

Зміст лекції

Торгово-посередницька операція – це операція, пов’язана з купівлеюпродажем товарів, які виконуються за дорученням виробника-експортера. До торгово – посередницьких належать фірми, які в юридичному та господарському відношенні не залежать від виробника чи споживача товару.

Недоліком використання посередників є те, що експортер позбавлений безпосередніх контактів із ринком збуту і повністю залежить від добросовісності посередника.

Торговий посередник несе певні витрати, які в підсумку оплачуються експортером. До них відносять:

- заробітна плата управлінського персоналу та працівників сервісних служб;
- амортизаційні відрахування на будівлі, споруди, канцелярське устаткування, машини;
- витрати на підтримку будівель, споруд, зв’язок, рекламу;
- митні і транспортно-експедиторські витрати;
- податки і збори.

Види торгово-посередницьких операцій:

1. **Операції з перепродажу** – здійснюються торговим посередником від свого імені та за свій рахунок, до того ж посередник виступає стороною договору як з експортером, так із покупцем.
2. **Комісійні операції** – здійснення однією стороною, **комісіонером**, за дорученням іншої сторони, яку називають **комітентом**, угод від свого імені, але за рахунок комітента (експортера). Комітент залишається до кінця операції власником товару, комісіонер товару не купує. Але, для третьої сторони – покупця (імпортера) стороною договору виступає комісіонер, а експортера він може навіть і не знати. Договір комісії укладається на термін до двох місяців Різновидом комісійних угод є консигнаційні угоди – продаж товарів зі складу комісіонера, але товар належить **консигнанту**, тобто експортеру.
3. **Агентські операції** – доручення однієї сторони щодо здійснення юридичних угод на визначеній території. Незалежність агента проявляється в тому, що він не перебуває у трудових відносинах із принципалом і діє самостійно на основі агентської угоди. Агент лише сприяє угоді, але сам стороною не виступає, тобто контракту на купівлю не укладає.
4. **Брокерські операції** – встановлення через посередника –брокера контактів між покупцем і продавцем. *Брокер не є стороною в договорі, він виступає лише для інформування обох сторін, які беруть на себе зобов’язання за угодою.* Брокер не має права представляти інтересів іншої сторони, чи приймати від неї на комісію. На відміну від агента, брокер не є представником, він не знаходиться в договірних відносинах з жодною зі сторін і діє на основі окремих доручень. За своє посередництво брокер отримує невелику винагороду і, як правило, від тієї сторони, яка до нього звертається першою.

Організаційні форми торгово-посередницьких операцій:

- **Торгові фірми** – фірми, що проводять операції за свій рахунок і від свого імені, підтримують тривалі стосунки з постачальниками.
- **Комісійні фірми.**
- **Агентські фірми** – підтримують тісний контакт із принципалом;

- *Агенти-консигнатори* експортер (консигнант) поставляє товар на склад цієї агентської фірми для його подальшої реалізації на рику консигнанта. Консигнант є власником товару до моменту його реалізації. Винагорода консигнатора полягає у різниці в ціні, яку назвав консигнант і цінами реалізації споживачеві. Договір консигнації, на відміну від договору комісії укладається на термін до 1,5 року і більше
- *Брокерські фірми* – великі компанії, спеціалісти цих фірм мають високу кваліфікацію і підтримують постійні зв'язки з великими банками, що дозволяє їм іноді фінансувати угоди.
- *Фектори* – торгові посередники, котрі виконують широке коло посередницьких обов'язків від імені експортера: експортують продукцію, фінансують експортні операції, платять аванс виробнику, видають кредити покупцю, страхують.

Зустрічна торгівля об'єднує операції, у межах яких передбачаються зустрічні зобов'язання експортерів закупити в імпортерів товари або послуги на частину або повну вартість товарів, що експортуються. Згідно з термінологією ООН, усі види зустрічних угод об'єднуються під поняттям **“міжнародні компенсаційні угоди”**.

- *Операції натурального обміну*

Операції натурального обміну, або бартерні, є операціями без валютного обміну товарів на еквівалентну за вартістю кількість іншого товару **без використання фінансового механізму взаємних розрахунків**. Головною особливістю бартерних операцій є те, що товарообмін здійснюється на основі рівності вартостей товарів, що обмінюються, за світовими цінами на момент підписання бартерного контракту, але з урахуванням базисних умов поставки.

До недоліків бартерного контракту можна віднести таке: партнери позбавляються можливості маневру на ринку, ставляться в повну залежність один від одного. Моментом реалізації у бартерній операції згідно із Законом України “Про оподаткування підприємств” є дата виконання експортної частини бартерного контракту, тобто дата відвантаження.

- *Операції на давальницькій сировині, або толінг*

Операції на давальницькій сировині, або **толінг** є видом зустрічної торгівлі, який передбачає поставку однією стороною сировини, напівфабрикатів, комплектувальних виробів для їх подальшої переробки у країні торгового партнера і зворотну поставку готових виробів у країну первісного експорту.

Особливістю здійснення операцій на давальницькій сировині полягає в тому, що власник сировини, який не має потужностей з переробки, надає її переробному підприємству в обсязі, який є необхідний не лише для забезпечення виробництва заданої кількості готової продукції, а також для покриття переробнику затрат, пов'язаних з переробкою та для забезпечення норми прибутку переробному підприємству. Сторонами контракту є власник, постачальник сировини, напівфабрикатів та покупець переробленої продукції, з одного боку, та переробне підприємство – з іншого

- *Комерційна компенсація*

Передбачає взаємну поставку товарів за однакової вартості. При такій операції кожен партнер одночасно виступає як продавець і покупець та виставляє рахунок за свої поставки у грошовій формі.

Відмінність від бартерної угоди:

- в бартерній угоді товар обмінюють на товар, а в компенсаційній- перелік товарів на перелік товарів.

Франчайзинг - термін походить від французького (пільга, привілеї) і означає, що одна компанія (франчайзер) дозволяє іншій організації (франчайзі) використовувати своє широко відоме фірмове ім'я при умові, що франчайзі буде під цим іменем збувати продукцію цієї компанії, одержуючи за це від неї технічну, комерційну і іншу допомогу.

Також франчайзинг можна трактувати так. Це підприємницька діяльність, за якою на договірній основі одна сторона (*франчайзер*) зобов'язується передати іншій стороні (*франчайзі*) за винагороду на визначений термін комплекс виключних прав на використання знака для товарів і послуг, відомого фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав (*франшизу*).

Франчайзі після укладання угоди з франчайзером одержує дозвіл використовувати ім'я франчайзера, його репутацію, маркетингові технології, експертизу і механізм підтримки. Щоб отримати такі права франчайзі зобов'язаний:

- сплатити початковий внесок для одержання права на навчання, використання імені, торгового знака тощо;
- сплачувати постійні внески (найчастіше у вигляді частки від обороту) за поточне керівництво та навчання;
- сплачувати внески на цілі маркетингу і збуту (на покриття витрат на рекламу, просування товару, дослідження ринку тощо);
- суворо дотримуватися запропонованих форм і методів роботи, включаючи порядок управління і процедури управління, стандарти якості, уніформу співробітників тощо.

Виділяють три типи франчайзингу:

- виробничий; - товарний (торговий); - діловий (ліцензійний).

Виробничий франчайзинг - це франчайзинг у виробництві товарів. В цьому випадку франчайзер поставляє своїм франчайзі основні елементи або комплектуючі, необхідну технологію, навчає співробітників необхідним навичкам, виконує контроль за дотриманням технологічної дисципліни, що зберігає відповідний рівень якості. Ця форма передбачає тісний контакт франчайзера і франчайзі, детальну регламентацію діяльності і високий ступінь відповідальності франчайзі. Найбільш поширена в електронній техніці, харчовій промисловості. Так, наприклад, Coca Cola, Pepsi продають концентрати місцевим компаніям.

Товарний (торговий) франчайзинг представляє собою такий засіб організації справи, при якому франчайзі купують у відомої компанії право на продаж її товарів з її товарним знаком. У товарному франчайзингу також франчайзером може бути виробник товару, що продає готовий продукт чи напівфабрикат дилеру-франчайзі. Останній здійснює перепродажне і після продажне обслуговування продукції франчайзера і відмовляється від продажу товарів конкурентів. Як правило, для товарного франчайзингу характерна вузька спеціалізація франчайзі для реалізації одного виду товару і послуг. Типовою сферою застосування цієї форми контрактних відносин є продаж і обслуговування вантажних і легкових автомобілів, роздрібний продаж нафтопродуктів, безалкогольних напоїв. В наш час франчайзинг у форматі "продукт і торгова марка" становить близько 30% від усіх франчайзингових угод.

Діловий (ліцензійний) франчайзинг є найбільш популярним. Його називають "франчайзинг бізнес формату". Діловий франчайзинг передбачає, що франчайзер, який зацікавлений в поширенні свого товарного знаку, видає франчайзі ліцензії на право відкриття магазинів, кіосків або інших груп магазинів для продажу покупцям наборів товарів і послуг під іменем франчайзера.

Такий франчайзинг часто використовується при експлуатації ресторанів, підприємств громадського харчування швидкого обслуговування і т.п. Наприклад, "Макдональдс", сітка магазинів косметичних товарів "Боді шоп".

В США франчайзингова система забезпечує дуже високу ефективність птахівництва, в Нідерландах і Фінляндії - кооперативи франшизного типу об'єднують частину сільських господарств, в Японії - майже у всіх галузях промисловості.

Лекція № 10

Тема лекції:

Транспортний менеджмент у зовнішньоекономічній діяльності.

1. Особливості міжнародних транспортних операцій. Організація міжнародних морських перевезень. Організація міжнародних наземних і повітряних перевезень.
2. Організація надання міжнародних експедиторських і складських послуг.
3. Міжнародне транспортне страхування.

Література

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник для вузів / І.В. Багрова, Н.І. Редіна, В.Є. Власик, О.О. Гетьман; За редакцією д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. - К.: Центр навч. л-ри, 2014. – 580 с.
2. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник. – К.: Центр навч. літ., 2014. – 384 с.
3. Дроздов Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник. - Київ: ЦУЛ, 2012. – 172-382 с.
4. Трифонова О.В., Швець В.Я. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2015. – 152 с.
5. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2012. - 448с.

Зміст лекції

Міжнародні транспортні перевезення

Питання міжнародних транспортних перевезень - одні з найскладніших у міжнародному комерційному праві. Перевезення товарів – справа, пов'язана з ризиком. Перевізники завжди прагнули максимально обмежити свою відповідальність. З іншого боку, вантажовідправники мають договірні зобов'язання перед своїми покупцями і теж прагнуть зменшити ризики втрати або псування перевезення товару.

У залежності від конкретних видів транспорту, що використовуються у перевезеннях, розрізняють морські, річкові, повітряні, залізничні, автомобільні, трубопровідні перевезення. **Прямі перевезення** – ті, які обслуговуються одним видом транспорту. **Змішані перевезення** – послідовно використовуються два чи більше видів транспорту.

При міжнародних перевезеннях необхідно враховувати наступне: **Види вантажу.**

✓ Вантажі, що швидко псуються, перевозять авіатранспортом.

✓ Авіаперевезення недопустимі для легкозаймистих, вибухонебезпечних вантажів. **Відстань і маршрут перевезення.**

✓ У внутрішньоконтинентальних перевезеннях використовується залізничний, автомобільний та авіаційний транспорт.

Фактор часу.

✓ Найшвидший спосіб доставки – авіатранспорт. Однак він дорогий і тому застосовується тільки в екстрених випадках.

Вартість перевезення.

✓ Якщо серед можливих альтернатив можна вибрати лише між повітряним та сухопутним транспортом, то ці два види перевезень автоматично прирівнюються до сухопутних перевезень. Невеликі та середні за обсягом партії вантажу можна доставляти і повітрям і сушею приблизно за однаковими цінами.

Безпечність транспортування.

✓ Крихке і дороге обладнання найкраще перевозити авіатранспортом.

✓ Товари, для яких ступінь ризику крадіжки високий доставляються морем, в основному, в контейнерах.

Вибір виду транспорту

Інтерес представляє поділ ринку морських перевезень на трапове та лінійне судноплавство.

Траповими називають судна, які здійснюють нерегулярні рейси, без чіткого розкладу і скеровуються судновласниками туди, де з боку фрахтувальників є попит на тоннаж. Трапові судна транспортують, в основному, масові вантажі: деревину, руду, вугілля, зерно, нафтопродукти та інші вантажі, що перевозяться навалом, чи наливом. Договір на перевезення вантажів траповими суднами укладається у вигляді чартеру. Сторонами у чартерному договорі є фрахтувальник і фрахтівник.

Лінійне судноплавство – це форма транспортних послуг, яка забезпечує регулярні перевезення між встановленими портами генеральних вантажів за заздалегідь оголошеним розкладом. Розрізняють три типи ліній:

- односторонні, які обслуговуються одним судновласником;
- спільні, які обслуговуються кількома транспортними компаніями;
- конференціальні, організовані для перевезення вантажів на океанських напрямках на основі угод конференцій судновласницьких компаній.

У світі існує кілька систем залізничного сполучення, які відрізняються між собою шириною колії, габаритами локомотивів і вагонів, умовами перевезень. Міжнародні залізничні перевезення здійснюються на основі двосторонніх і багатосторонніх угод, що укладаються відповідними міністерствами державучасників угод. Найбільш універсальними і багатосторонніми угодами є **Бернські конвенції про перевезення вантажів і пасажирів**, котрі були укладені наприкінці XIX століття.

Автомобільні перевезення.

Автотранспортом можуть здійснюватися збірні перевезення від різних товаропровідників різних вантажів чи різних партій товару. Міжнародні автомобільні перевезення регулюються **Женевською конвенцією про договір міжнародного дорожнього перевезення вантажів і Європейською угодою про міжнародні автомобільні перевезення**. Тарифи на міжнародні автомобільні перевезення регулюються національними органами і відрізняються різноманітністю. Автомобільні тарифи встановлюються в розрахунку за перевезення 1 т. вантажу в залежності від відстані та передбачають надбавки, знижки і штрафи з уставленої суми.

Повітряні перевезення

При міжнародних повітряних перевезеннях можуть перевозитися пасажирів, вантаж, пошта. Польоти на міжнародних повітряних лініях за формою їхнього виконання можна класифікувати на:

- **регулярні** – виконуються відповідно до угод про повітряне сполучення між державами;
- **нерегулярні** – виконуються на основі спеціальних дозволів на разові польоти.

Міжнародні авіаційні тарифи можуть бути класифіковані на: **пасажирські, вантажні і багажні**.

Нерегулярні рейси підрозділяються на:

Â **додаткові рейси** – виконуються тими ж авіалініями, що і регулярні, але за особливим розкладом. Цей рейс виконується не пізніше і не раніше, ніж за 24 години від часу виконання регулярного рейса, зазначеного в розкладі;

Â **спеціальні рейси** виконуються спеціальним завданням як маршрутами регулярних рейсів, так і за особливим маршрутом. Дозвіл на виконання спеціальних рейсів запитується дипломатичними каналами;

Â **чартерні рейси** – виконуються у відповідності зі спеціальним контрактом між перевізником і замовником.

Трубопровідний транспорт

Трубопроводи – специфічний засіб транспортування нафти, газу і хімічних продуктів від місця їх походження до ринків. Транспортування нафтопродуктів нафтопроводом коштує дешевше, ніж залізницею, але трохи дорожче, ніж водою. Більшість трубопроводів використовується власниками для транспортування їхніх власних продуктів.

Транспортні документи

Транспортні документи – це документи, що виписуються вантажоперевізником в засвідчення того, що товар прийнятий ним до перевезення.

• При морських перевезеннях використовують наступні документи:

Коносамент – документ, що видається судновласником вантажоперевізнику у засвідчення прийняття вантажу до перевезення морським шляхом.

Морська накладна – документ, який підтверджує наявність договору перевезення вантажу морським шляхом та прийнятті, або відвантаженні вантажу перевізником і за яким перевізник зобов'язується доставити вантаж вантажоотримувачу, зазначеному у документі.

Чартер – це особливий вид договору морського перевезення вантажів, за яким одна сторона (фрахтовик) зобов'язується подати судно в зазначений порт навантаженні товару та перевезти його, з умовою надання цього судна або певних суднових приміщень, у порт призначення і видати вантаж отримувачу; а інша сторона (фрахтувальник) зобов'язується подати вантаж у зазначений порт та оплатити перевізнику за транспортування встановлену плату.

• При залізничних перевезеннях:

Залізнична накладна, яка йде з вантажем і до неї додається супроводжувальна документація: відвантажувальна специфікація, сертифікат про якість, пакувальний лист.

Дорожня відомість складається для кожної накладної, є обліковим документом, супроводжує вантаж на всьому шляху його слідування.

Комерційний акт – документ, що визначає нестачу, псування, крадіжку вантажу при залізничних перевезеннях.

• При повітряних перевезеннях:

Авіавантажна накладна – документ, котрий виписується вантажовідправником або від його імені та підтверджує наявність договору між перевізниками про перевезення вантажів авіалініями перевізника.

• При автомобільних перевезеннях:

Автомобільна накладна – транспортний документ, що підтверджує наявність договору між перевізником і відправником про автомобільне перевезення вантажів.

Поняття, концепція і структура логістики при управлінні ЗЕД

Логістика – це теорія і практика управління матеріальними потоками. *З погляду менеджменту, логістика – це організація управління цілеспрямованою підготовкою і доцільним використанням коштів і послуг, необхідних для вирішення конкретних завдань.*

Логістика виступає як певна виробнича інфраструктура економіки. Вона базується на чіткій взаємодії попиту, поставок, виробництва, транспортування і розподілу продукції. Логістика починається з вимог споживача, після чого починається пошук первинних джерел сировини або вироблення напівфабрикатів у рамках виробничого процесу підприємства і завершується доставкою готової продукції споживачу для досягнення економічних цілей підприємства.

З позиції маркетингу, логістика – процес управління матеріальними, інформаційними і фінансовими потоками при організації каналів товарору з метою високоєфективного виконання і доставки замовлення.

Досвід розвинутих країн у сфері підвищення ефективності матеріального виробництва свідчить про те, що одним з основних інструментів зміцнення позиції на ринку є використання концепції логістики в організації економічної діяльності підприємства. В сучасному розумінні логістика охоплює як безпосередньо виробництво, так і сферу планування і управління всією діяльністю підприємства в ланцюжку «постачальник-виробник-споживач». Логістика проголошує пріоритет споживачів, тобто 100% виконання договірних зобов'язань, високий рівень сервісу.

Так, на підприємствах «Форд», використання системи «точно в зазначений час» дало можливість за два роки скоротити запаси на 40%. Загалом, практика свідчить, що реалізація основних положень логістики дає можливість скоротити витрати на транспортування і збереження продукції на 15-20%, зменшити рівень запасів на 50%, знизити тривалість робочого циклу на 50-70%. **Концепція логістики базується на таких принципах.**

1. Розгляд руху матеріальних ресурсів від первинного джерела до кінцевого споживача як єдиного матеріального потоку.
2. Впровадження логістичних систем – організаційно-управлінських механізмів координації дій спеціалістів різноманітних служб, які управляють матеріальним потоком.
3. Використання агрегованого показника, який крім вартості самих матеріалів, враховує також витрати, пов'язані з їхнім рухом.

Управління логістикою спрямовано на координацію планування і поточної діяльності в сфері матеріального забезпечення і розподілу в тісному зв'язку з технологічними процесом (рис. 16.1)

Концепція логістики – це спосіб мислення, що визначає цілі і принципи виробничо-господарської діяльності підприємства, сама ж логістика виступає при цьому засобом дій, засобом реалізації концепції.

Впровадження концепції логістики на підприємстві може дати такі основні результати:

- скорочення кількості «втраченого» продажу, за відсутності запасів необхідної продукції, завдяки більш точному розміщенню запасів і контролю за ними;
- логістична система, яка спроможна швидко реагувати на ринкові зміни, може забезпечити скорочення «циклу обслуговування споживачів», і відповідно, скорочення запасів у них;
- вдало спроектована логістична система сприяє зміцненню зв'язків постачальника із споживачем;
- ефективні методи «фізичного розподілу» дають істотну економію витрат, що можна поширити і на споживача у формі зниження оплати за доставку продукції;

Логістична система, як складова менеджменту

Ядром концепції логістики є системний підхід до управління, що передбачає інтеграцію всіх функціональних сфер, пов'язаних з обслуговуванням матеріальних потоків, і врахування взаємозв'язків між ними. Виходячи з цього, можна виділити дві групи взаємозв'язків, що лежать в основі управління логістичною системою.

- 1) Взаємодія між організаціями і організаційними структурами, що формують канал розподілу, тобто кооперація і конфлікти між ними.
- 2) Взаємозв'язки між основними функціональними сферами, що складають так званий комплекс логістики: запаси, інформаційне забезпечення, складування, упакування, перевезення.

Створити ідеальну для всіх підприємств логістична систему неможливо. Для кожного підприємства вона буде унікальною, оскільки її метою є досягнення конкретних стратегічних завдань підприємства. Напрямки логістичної стратегії:

- ✓ мінімальні загальні витрати;
- ✓ максимальний рівень обслуговування споживачів; ✓ короткострокова максимізація прибутків; ✓ максимальні конкурентні переваги.

Проектування логістичної системи ведеться в двох напрямках: **простору** – тобто визначення місць розташування заводів, складів, центрів з

обробки вантажів, об'єктів гуртової та роздрібною торгівлі, сервісних центрів; **часу** – тобто часових оцінок зберігання і переміщення матеріальних потоків на окремих ланках логістичного каналу та в повному ланцюзі поставок.

Створення міжнародних логістичних систем при організації транспортних перевезень у ЗЕД

Розвиток логістики стимулює необхідність швидкого реагування виробників на кон'юнктуру ринку, породжує прагнення за короткий термін адаптуватися в нових умовах. У результаті створюється логістична система підприємства. **При руху товарів через державні кордони створюються міжнародні логістична системи.**

Напрямки руху у міжнародних логістичних системах:

Q підприємство експортує частину виготовленого чи вирощеного продукту (устаткування для виробництва паперу експортується у Швецію, а пшениця – в Росію, вугілля – в Японію);

Q підприємство імпортує сировину (дереvinу – з Канади, мотоцикли – з Італії);

Q часткове комплектування виробів здійснюється в одній країні, а відвантажуються вони в іншу, де здійснюється їхнє складування і подальша обробка (фірма штампує електронні компоненти в США, відвантажує їх у зону вільної торгівлі на Далекому Сході, де їх збирає дешева робоча сила, а зібрані таким чином компоненти повертаються у США, де стають частиною готової продукції);

Q вироби комплектують за кордоном для розподілу в країні комплектування, в інших закордонних країнах і в країні, де розташована фірма.

Основними цілями управління міжнародними логістичними системами є:

- цінова конкурентноздатність у кожному аспекті: придбанні, розподілі і транспортуванні;
- неухильне дотримання стандартів якості, в тому числі якості, гарантованої постачальниками і перевізниками;
- розвиток індивідуальних зв'язків з постачальниками матеріалів і послуг.

У побудові міжнародних логістичних систем існують такі проблеми:

- ✓ регулювання і спрощення митних і технологічних процедур при переході матеріальних потоків через кордони;
- ✓ уніфікація стандартів, правил, тарифів, вимог до технологій і технічних засобів перевезення;

акцентування на якісних показниках товарів при забезпеченні умов їхнього збереження, одержання високого економічного ефекту; застосування правил захисту загального ринку.

Лекція № 14

Тема лекції:

Особливості ціноутворення та просування товару на зовнішніх ринках

1. Світові ціни і умови їх формування. Фактори, що впливають на динаміку світових цін. Види зовнішньоторговельних цін.
2. Цінова політика експортної фірми. Види цінових стратегій. Етапи ціноутворення у ЗЕД. Методи формування цін у зовнішній торгівлі.
3. Форми і методи реалізації товару на зовнішніх ринках. Основні вимоги до вибору каналу розподілу експортної продукції. Електронна торгівля. Інструменти просування товару на зовнішніх ринках збуту.

Література

1. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Підручник для вузів / І.В. Багрова, Н.І. Редіна, В.Є. Власик, О.О. Гетьман; За редакцією д-ра екон. наук, проф. І.В. Багрової. - К. Центр навч. л-ри, 2014. – 580 с.
2. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навчальний посібник. – К.: Центр навч. літ., 2014. – 384 с.
3. Дроздов Г.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства: Навч. посібник. - Київ: ЦУЛ, 2012. – 172-382 с.
4. Трифонова О.В., Швець В.Я. Основи зовнішньоекономічної діяльності: Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2015. – 152 с.
5. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля: Навч. посібник. - К.: КНЕУ, 2012. - 448с.

Зміст лекції

Ціни зовнішнього ринку – це ціни, за якими проводяться великі експортні та імпорتنі операції, достатньо характеризуючи стан міжнародної торгівлі. Вони визначаються: для одних

товарів – рівнем цін країни-експортера; для інших – цінами бірж та аукціонів; для багатьох готових виробів – цінами провідних фірм світу.

Ціна зовнішнього ринку залежить від співвідношення попиту і пропозиції на світовому ринку на конкретний товар або групу взаємозамінюваних товарів, від цін на послуги із транспортування та страхування, і застосовується при укладанні угод міжнародної торгівлі.

Рівень ціни зовнішнього ринку визначається національною вартістю товарів найважливіших покупців чи продавців, або основних центрів міжнародної торгівлі, і встановлюється під час здійснення великих та регулярних угод з товарами у вільноконвертованій валюті на світовому ринку (на біржах, аукціонах). Відомості про них містяться в журналах, довідниках, бюлетнях. На підставі ціни зовнішнього ринку розраховуються ціни зовнішньоторговельних угод відповідно до стандартів якості продукції.

Ціни товарів, що реалізуються на сформованих зовнішніх ринках, характеризуються певними особливостями. По-перше, тим, що світова ціна відрізняється від внутрішніх цін.

Ціни зовнішнього ринку базуються на інтернаціональній вартості, сформованій ведучими країнами-експортерами. Внутрішні ціни ґрунтуються на національній вартості та відображають витрати національних виробників. Як правило, ціна зовнішнього ринку нижча внутрішньої. Розрив між ними може складати більше 30 відсотків, при цьому на готові товари він значніший, ніж на сировинні, що пов'язано з вищим рівнем тарифних і нетарифних бар'єрів при ввозі готової продукції.

Таким чином, внутрішня ціна в більшості випадків не визначає остаточно рівня ціни зовнішнього ринку. Перехід від внутрішніх цін до зовнішніх складається, як правило, з цілого ланцюжка доплат, що нашаровуються при імпорті на світові ціни (мита, компенсаційні збори), чи тих, що відокремлюються при експорті від внутрішніх цін (податкові, амортизаційні, транспортні та інші пільги, субсидії).

Другою особливістю цін зовнішнього ринку є їхня різноманітність, тобто наявність декількох рядів цін на той самий товар. Різноманітність світових цін обумовлена різною якістю товару, різними умовами постачання, характером торгової угоди, термінами постачання, упакуванням. При абсолютному значенні ціни необхідно докладно вказати такі реквізити: якісні характеристики походження товару, умови постачання, терміни постачання, упакування.

Третьою особливістю світових цін є їхнє швидке старіння, що відображає зрушення в кон'юктурі товарних ринків. Так, на рухливі біржові товари ціни протягом дня коливаються іноді в межах 100 відсотків і більше. Приймаючи до уваги специфічні ознаки світових цін, можна виділити основні особливості організації цінової роботи.

Міжнародний розподіл праці зумовлює необхідність економічного спілкування суб'єктів господарювання, відокремлених між собою державними кордонами. Інтенсифікація цього спілкування призводить до розширення ринкового простору і фундації світового ринку; системи економічних відносин між суб'єктами господарювання, розділеними державними кордонами, але пов'язаними між собою тим, що вони задовольняють власні потреби шляхом експорту – імпорту товарів.

Головними категоріями світового, як і національного ринків є попит, пропозиція і ціна. Але їх формування і динаміка на світовому ринку мають істотні відмінності, які необхідно враховувати у практичній діяльності.

Умови виробництва і споживання товарів, що визначають рівень національних затрат праці, істотно відрізняються в окремих країнах і регіонах. За умови реалізації товару на світовому ринку національні затрати праці (індивідуальні щодо середньосвітових) отримують міжнародне визнання як частка сукупної праці у світовому господарстві.

Дія закону вартості у світовому господарстві полягає в регулюванні обміну товарів на світовому ринку не на основі національних суспільно необхідних витрат, а середньосвітових затрат праці. При цьому останні – це не середньоарифметичне значення рівнів національних

витрат, а витрат тих суб'єктів господарювання, які є основними постачальниками на світовий ринок певного товару.

Зазначене, однак, не означає, що рівень світових цін визначається рівнем цін внутрішнього ринку країни-експортера. Складаючи основу світової ціни, внутрішня ціна країни – головного експортера товару – у більшості випадків не визначає рівня світової ціни.

Отже, процес світового ціноутворення супроводжується системою доплат, що “нашаровуються” на світові ціни при імпорті (мити, компенсаційні збори та ін.) і “відшаровуються” від внутрішніх цін при експорті (податкові, кредитні, амортизаційні пільги і субсидії тощо).

Суттєва особливість світових цін полягає в тому, що вони формуються у ринковому середовищі, де вільний вплив факторів виробництва (з однієї країни в іншу) певною мірою стримується різними обмеженнями об'єктивного і суб'єктивного характеру (географічна віддаленість країн, економічна політика держав і т. ін.).

“Золоте правило” світового ринку полягає в тому, що всі мобільні фактори виробництва спрямовуються, не визнаючи ніяких меж, у ту сферу діяльності, яка забезпечує підприємцю найбільший прибуток. Хоч відмінності національних середніх норм прибутку ще мають місце, але склалася чітка тенденція до їх зближення.

Нарешті, особливістю світових цін є паралельне існування їх різних рівнів на один і той же товар, що зумовлено транспортним фактором (територіальним), характером торгової угоди (звичайна, спеціальна) і комерційними умовами поставок (комерційна диференціація).

Територіальна диференціація цін зумовлюється віддаленістю виробника від покупця і найвідчутніше проявляється у цінах на товари з високою питомою вагою транспортних витрат у загальних витратах на виробництво і реалізацію. Так, по сировинних і сільськогосподарських товарах вона досягає 20–25% і більше, а по машинно-технічній продукції не перевищує 1–2%. Диференціація світових цін на одні й ті ж товари зумовлена характером торгових угод. На найнижчому рівні знаходяться ціни по звичайних торгових угодах з платежами у вільноконвертованій валюті, на найвищому – в угодах на “замкнену” валюту.

Диференціація цін на світовому ринку повною мірою залежить від характеру продукції (міра однорідності, корисності і т. ін.), організованості ринку, поінформованості продавців і покупців. Чим однорідніша продукція і вищий рівень організованості ринку, ширші масштаби інформації про ціни, тим менший діапазон коливання світових цін на аналогічні товари.

На формування світових цін, особливо на продукцію машинобудування, істотно впливає зміна номенклатури машин: технологічні параметри навіть однотипних машин і обладнання значно відрізняються. Тому процес загальносвітового ціноутворення як середньої ціни “всього світу” тут практично неможливий.

Міжнародний обмін цими видами товарів поширюється на багато ринків, зв'язки між виробником – продавцем і споживачем – покупцем індивідуалізуються, виходячи з конкретних потреб споживачів. Але це означає, що індивідуалізуються і середньосвітові витрати і ціни. Поняття “світова ціна” у цих умовах стає дедалі умовнішим: воно існує як вираз деякої тенденції, як центр, навколо якого коливаються ціни фактичних угод на світовому ринку.

Диференціація і різноманітність цін на світовому ринку не означають, що поняття “світова ціна” сьогодні втратило всякий сенс. Зберігаючи реальний економічний зміст, світова ціна має відповідати таким вимогам:

- бути доступною для будь-якого продавця (покупця), що має намір брати участь у торгових операціях у сфері міжнародного обміну;
- бути визнаною для світового товарообігу.

Перша вимога означає, що як світову можна розглядати тільки ціну звичайних торгових операцій, тобто комерційних угод, що характеризуються роздільністю, взаємною не пов'язаністю експортних та імпорتنих поставок, регулярністю їх здійснення, платежами у вільноконвертованій валюті; здійснення в умовах недискримінаційного вільного торговopolітичного режиму.

Друга вимога означає, що світовими визначаються тільки ті ціни, за якими здійснюється значна частина операцій з певного товару на світовому ринку. На практиці, виходячи з цієї вимоги, до світових належать ціни угод, що укладаються у найважливіших центрах міжнародної торгівлі, де регулярно проводяться великі експортні та імпорتنі операції.

Стосовно конкурентних товарів світовими цінами, наприклад, на зерно пшениці, можуть бути експортні ціни Канади, на каучук – ціни Сінгапурської біржі, на хутро – ціни нью-йоркських і лондонських аукціонів.

Єдиної класифікації світових цін ще не існує, але можна, хоча й умовно, виділити такі їх види: довідкові, преїскурантні, біржові, каталогів (проспектів), торгів, аукціонів, пропозицій, фактичних угод і розрахункові.

При першому, недостатньо детальному розгляді різні види цін світової торгівлі, що публікуються в окремих джерелах або одержані на основі запитів у інофірм-постачальників, навіть спеціалістам можуть здатися випадковими.

Однак глибший аналіз розкриває певні закономірності ціноутворення. У ланцюгу “виробник – споживач” можна виділити такі стадії процесу ціноутворення: від виробника до ринку; обіг на ринку; від ринку до споживача.

На кожній зі стадій ціна зазнає впливу певних ціноутворювальних факторів, причому їх кількість зростає в міру наближення до кінцевого етапу.

Якщо на стадії “виробник – ринок” на ціну впливають переважно фактори, пов’язані з виробництвом товару (витрати виробництва, прибуток і т. ін.), то на стадії “обіг на ринку” до зазначених факторів додаються умови ринку (співвідношення між попитом та пропозицією і т. ін.), на етапі “ринок – споживач” на ціну впливають фактори, пов’язані з інтересами покупця (ефективність споживання товару, його надійність і т. ін.).

Розглядаючи стадії різних видів світових цін, можна зробити такі висновки:

- у більшості випадків до першої стадії ціноутворення відносять довідкові ціни: вони публікуються виробниками і є ціновим орієнтиром для визначення цін фактичних угод;
- ціни преїскурантів, каталогів та проспектів – це ціни можливої реалізації базисних видів товарів масового (серійного) виробництва (чорні метали, вугілля, автомобілі, промислові товари широкого вжитку та ін.). Ці ціни не можуть повністю врахувати умови ринку, оскільки встановлюються до безпосереднього контакту із споживачем. Тому вони, як і довідкові ціни, є орієнтиром цін при укладенні угод;
- ціни пропозицій також встановлюються виробниками без погодження із споживачами, однак вони пов’язуються з іншими істотними умовами угоди (базисними угодами, термінами постачання, валютою і т. ін.) і тому в цілому дещо ближчі до реального рівня світової ціни на товар, ніж ціни довідкові, преїскурантів, каталогів і проспектів, хоча й відрізняються від рівня цін фактичних угод;

Ціни торгів – ціни, що використовуються за спеціалізованої форми міжнародної торгівлі, яка заснована на замовленнях на поставку товарів або спорудження об’єктів за попередньо повідомленими умовами, які передбачають конкурентну боротьбу з боку фірм-продавців для забезпечення найвигідніших умов угоди для їх організатора (схема “один покупець – декілька продавців”).

Ціни торгів поширюються, передусім, на технічно складну і капіталомістку продукцію машинобудування, будівництва промислових підприємств, залізничних і автомобільних шляхів, трубо- і газопроводів, електростанцій та інших об’єктів.

Особливістю цін торгів є втручання держави в їх формування. Ціни торгів найнижчі у розвинутих країнах і найвищі у країнах, що розвиваються. Це пояснюється вищим попитом на складну машинотехнічну продукцію з боку останніх, а також нестійкістю їх економічного і політичного стану, що збільшує ризик вкладення у їх економіку іноземних капіталів і надання кредитів.

У цінах торгів розрізняють ціни пропозицій і фактичних угод, ціни оферентів, що виграли торги. Торги бувають відкриті, коли до участі допускаються іноземні та місцеві фірми,

внаслідок чого ступінь конкуренції досить високий, і закриті, коли до участі допускаються лише відомі у певній галузі фірми, внаслідок чого ступінь конкуренції порівняно низький.

Ціни міжнародних товарних аукціонів – це ціни, що діють на спеціальних тимчасово організованих ринках публічного продажу за пропонованою ціною (максимальною) на попередньо оглянуту покупцем партію товару (лот).

Ціни аукціонів поширюються переважно на продукцію сільського та лісового господарства, хутрові вироби, дорогоцінне каміння, чай, тютюн та ін. Якщо ціни торгів формуються в умовах “один покупець – декілька продавців”, то ціни аукціонів, навпаки, – “один продавець – багато покупців”, що створює сильнішу конкуренцію між покупцями і сприяє формуванню, як правило, вищої ціни аукціонів, ніж торгів і звичайних комерційних угод.

Ціни біржової торгівлі – це ціни спеціально організованого і постійно діючого ринку масових, якісно однорідних, взаємозамінних товарів, що публікуються котирувальною комісією біржі, а також інформаційними і телеграфними агенціями, органами спеціальної преси. На відміну від торгів і аукціонів, на біржах діє схема “багато продавців – багато покупців”.

Основу біржового обігу, як відомо, становлять сільськогосподарські сировинні товари і продукти їх переробки.

Основне місце за кількістю біржових угод і за вартістю займають нафта, бензин, мазут, дизельне паливо, пропан, золото, срібло, платина алюміній, мідь, свинець, олово, нікель. Серед сільськогосподарської продукції, на яку ще недавно припадала переважна частина біржового обігу, провідними товарами є соєві боби, соєва олія і соєвий шрот, кукурудза, пшениця, цукор, бавовна, каучук, кофе, какао-боби, жива велика рогата худоба, бекон.

Хоч значна частина біржових товарів реалізується у межах інших форм міжнародної торгівлі (наприклад, за довготерміновим контрактом), небіржові контракти базуються, як правило, на біржових цінах вищезазначених товарів.

Розрахункові ціни – середньостатистичні ціни: відношення опублікованої національною і міжнародною статистикою вартості продаж товару до його кількості, тобто кількість грошових одиниць за одиницю маси (штуку) товару. Однак через відмінності у митній статистиці різних країн порівнювати розрахункові ціни з іншими видами світових цін важко.

Ціни фактичних угод – це ціни, одержані спеціальними каналами (рахунки, контракти) або опубліковані у пресі. Вони найбільш наближені до реальних світових цін, тому що відображають фактори, що діють на всіх трьох стадіях ціноутворювального процесу. Одержання інформації про ціни фактичних угод ускладнюється небажанням контрагентів розкривати дані про ціни угод, що є комерційною таємницею.

Ринок зовнішньої торгівлі – це складна система, яка містить велику кількість різних ринків товарів та послуг, що мають свою специфіку. Така специфіка зумовлює різноманітність чинників, які впливають на ціноутворення, рівень та динаміку світових цін.

Крім того, наявність значної кількості цін на зовнішньому ринку зумовлена також різними комерційними умовами поставок, характером торговельних угод та іншими чинниками. При всьому різноманітті цін зовнішнього ринку їх можна поділити на світові, певних ринків, контрактні, ціни базисних умов поставки, експортні, імпортні та ін.

Світові ціни – це ціни, за якими здійснюються великі експортно-імпортні операції, що значною мірою характеризують стан міжнародної торгівлі конкретними товарами. При цьому експортно-імпортні операції мають здійснюватись:

- регулярно, оскільки ціни епізодичних угод не є показовими;
- в умовах вільного торгово-політичного режиму, бо ціни, що діють у межах замкнутих економічних угруповань (ціни “закритого ринку”), не можуть бути світовими; • у вільноконвертованій валюті.

До світових належать ціни провідних виробників і постачальників, які займають значну частку в загальному обсязі аналогічної продукції, що реалізується на зовнішньому ринку. Вони відображають середньосвітові умови виробництва та реалізації товарів.

Виходячи з особливостей ціноутворення на зовнішньому ринку, як правило, розрізняють дві основні групи світових цін: на сировинні ресурси та на готову продукцію обробної промисловості.

На практиці світові ціни на сировинні товари визначаються рівнем цін країн-експортерів або цінами бірж та аукціонів. Так, на нафту світовими цінами є експортні ціни країн-членів ОПЕК, на пшеницю – експортні ціни Канади та США, на папір – експортні ціни Фінляндії, на каучук – ціни Сінгапурської біржі, на цукор – ціни Паризької товарної біржі, на хутро – ціни Лондонського та Санкт-Петербурзького аукціонів.

Світовими цінами на готову продукцію обробної промисловості, зазвичай, є експортні ціни провідних виробників, які спеціалізуються на виготовленні певного виду продукції. Так, на машини та обладнання світовими є ціни переважно європейських, американських та японських виробників.

Якщо стосовно сировинних товарів визначення світової ціни не викликає ускладнень, то відносно готових виробів для встановлення ціни, яка відповідає світовим показникам, необхідно спиратися на ціни багатьох провідних компаній, що виробляють та експортують аналогічну продукцію.

Світові ціни слугують також орієнтиром при формуванні цін міжнародних контрактів. Залежно від способу фіксації контрактні ціни можна поділити на п'ять основних видів: тверді, рухомі, з наступною фіксацією, ковзаючі та змішані.

Тверда ціна встановлюється на момент підписання контракту і залишається незмінною протягом усього терміну дії. Така ціна переважно використовується в угодах із коротким строком поставки, коли не очікується істотних змін у цінах. У контрактах з тривалим терміном поставок, як правило, вноситься примітка: "ціна тверда, зміні не підлягає".

Рухомою називається ціна, яка також зафіксована в контракті, але може переглядатися, якщо на момент поставки товару його ринкова ціна зменшиться. У цьому випадку в контракті є застереження, яке передбачає корегування зафіксованої у ньому ціни, якщо до моменту виконання угоди ціна товару на ринку змінилася.

Як правило, контрактом обумовлюється мінімальне відхилення ринкової ціни від установленої в угоді, у межах якого контрактна ціна не переглядається. В основному допустимий мінімум відхилення цін становить 2–6%. Для визначення необхідності коригування рухомої ціни, у контракті вказується джерело, з якого можна отримати офіційну інформацію щодо зміни ринкових цін.

Ціни з наступною фіксацією застосовуються у випадках, коли протягом виконання контракту очікується значне підвищення цін, яке важко передбачити та оцінити з достатньою мірою точності. У такому разі в контракті обумовлюються джерела цінової інформації та дата, на яку фіксується ціна.

Джерелами інформації про ціни можуть бути біржові котирування, прейскуранти фірм, ціни фактичних угод конкурентів тощо. Терміном фіксування цін може бути певна календарна дата, день надходження товару покупцеві та ін. Цей спосіб установлення цін, як правило, використовується в контрактах з терміном дії до одного року.

Ковзаючі ціни застосовуються в довгострокових контрактах на поставку складних та унікальних товарів, які мають значний термін виготовлення (прокатні стани, судна). Така ціна визначається на момент виконання контракту шляхом перегляду початкової договірної ціни. Причиною такого перегляду є істотні зміни у витратах на виробництво продукції, які відбулися протягом виконання угоди.

З метою уникнення можливих непорозумінь Міжнародна торгова палата розробила міжнародні правила тлумачення торговельних угод – "Інкотермс", які були вперше опубліковані в 1936 р. Ці правила встановлюють базисні умови поставок товарів, які

визначають обов'язки продавця і покупця, розподіл витрат і ризиків, а також відповідальність сторін за виконання контракту.

В Україні базисні умови поставок регламентувалися правилами “Інкотермс” в редакції 2000 р., з 1 січня 2011 р. вступили в силу нові правила “Інкотермс-2010”. Правила містять 11 базисних умов поставки проти 13 (2000), які залежно від ступеня розподілу між продавцем та покупцем зобов'язань щодо поставки товару та відповідальності за ризики пошкодження або загибелі вантажу, можна поділити на чотири групи: *E*, *F*, *C* і *D* (табл. 9.1).

Перша група “*E*” містить тільки одну умову (EXW) – “франко-завод”, за якою практично всі витрати і ризики з доставки товару до місця призначення несе покупець. Продавець лише дає товар на власному заводі (складі) і навіть не несе відповідальності за його навантаження.

Друга група “*F*” (основний фрахт не сплачений) об'єднує три базисні умови (FCA, FAS, FOB). згідно з якими продавець повинен доставити товар перевізнику, якого визначає покупець. Перевізником може бути не тільки фірма, що дійсно доставляє товар, а й експедиторська організація, яка забезпечує здійснення перевезень.

Третя група “*C*” (основний фрахт сплачений) містить чотири умови (CFR, CIF, CPT, CIP), за якими продавець оплачує перевезення товару до вказаного в контракті місця і не несе витрати та ризики, що пов'язані з пошкодженням або втратою вантажу.

До четвертої групи “*D*” (прибуття) входять три базисні умови поставки (DAT, DAP, DDP), які характеризують максимальні обов'язки та відповідальність продавця. За цими умовами він несе всі витрати і ризики, які пов'язані з доставкою товару до країни покупця.

Правилами інкотермс визначається також вид транспорт (перевезень), який може використовуватись при здійсненні контрактів, що укладені за певними умовами, “Інкотермс-2010” дає визначення всіх базисних умов поставки. Так, FOB (вільний на борту) – це умова, яка використовується тільки для водного транспорту. Вона означає, що продавець за власні кошти повинен доставити товар до вказаного в контракті порту і завантажити його на борт судна.

Зобов'язання щодо поставки вважається виконаним після того, як товар перейшов через поручні судна. З цього моменту всі подальші витрати (фрахт, мито, податки) та ризики пошкодження або втрати товару бере на себе покупець.

Перехід ризиків від продавця до покупця здійснюється з моменту прибуття товару в зазначений пункт. Ці умови застосовуються, головним чином, при перевезенні товару залізничним або автомобільним транспортом, але можуть використовуватись і при інших видах перевезень.

Умова DDP (доставлено в місце призначення зі сплатою мита) поширюється на всі види транспорту й означає максимальні зобов'язання продавця. Він несе всі витрати і ризики, включаючи мита, податки та інші збори, пов'язані з доставкою товару. Перехід ризиків від продавця до покупця відбувається в момент передання товару покупцю в погодженому сторонами пункті.

Класифікація умов “Інкотермс-2010”

	Обов'язки продавця	Умови Інкотермс		Транспорт (вид перевезень)	
		Скорочена міжнародна назва	Український еквівалент	будь-який	тільки водний
1	2	3	4	5	6
E	Відправлення товару	EXW	Франко-завод (місце зазначене)	+	
F	Основні витрати на перевезення,	FCA	Франко-перевізник (місце зазначене)	+	
		FAS	Франко вздовж борту судна		+

	неоплачені продавцем		(пост доставки зазначений)		
		FOB	Франко-борт (порт відвантаження зазначений)		+
C	Основні витрати на перевезення, оплачені продавцем	CFR	Вартість і фрахт (порт призначення зазначений)	+	
		CIF	Вартість, страхування і фрахт (... порт призначення зазначений)	+	
		CPT	Перевезення оплачене до (... місце призначення зазначене)	+	
		CIP	Перевезення і страхування оплачені до (... місце призначення зазначене)	+	
D	Доставка товару	DAT	Доставлено на терміналі (... назва терміналу)	+	
		DAP	Доставлено в пункт (... назва пункту)	+	
		DDP	Доставлено, мито сплачено (... місце призначення зазначене)	+	

Міністерство освіти та науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра міжнародних економічних відносин

Матеріали до семінарських занять
з дисципліни

УПРАВЛІННЯ ЗЕД

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
галузь знань 29 «Міжнародні відносини»
спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
освітня програма (спеціалізація) «Міжнародні економічні відносини»
вид дисципліни за вибором
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: викл. Азаренкова О.В.

2018/ 2019 навчальний рік

Тема 1. Зовнішньоекономічна діяльність: сутність та основний зміст

Завдання для аналізу

Визначити, які ідеї перших теорій зовнішньої торгівлі використовуються у сучасних концепціях ЗЕД.

1. Питання для дискусії

1. Характеристика категорій зовнішньоекономічної діяльності та їх взаємозв'язки.
2. Види та форми зовнішньоекономічної діяльності.
3. Причини і передумови розвитку зовнішньоекономічної діяльності.
4. Принципи здійснення зовнішньоекономічної діяльності.
5. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності.

2. Тести для самоперевірки знань

1. Визначте зміст зовнішньоекономічної діяльності підприємств:
 - а) діяльність, пов'язана з перетинанням державного кордону товарів, капіталів, грошей;
 - б) діяльність, пов'язана з перетинанням державного кордону грошей, капіталів, робочої сили;
 - в) діяльність, пов'язана з перетинанням державного кордону товарів, послуг, робочої сили;
 - г) діяльність, пов'язана з перетинанням державного кордону грошей, товарів, капіталів, технологій, послуг, робочої сили.
2. До специфічних принципів ЗЕД не відносять:
 - а) взаємна і справедлива вигода, мирне співіснування;
 - б) пересування фізичних осіб, пересування товарів, перевезення вантажів;
 - в) рівноправність і самовизначення народів, мирне регулювання спорів;
 - г) добросовісне виконання міжнародних зобов'язань, повага прав людини й основних свобод;
3. Визначте, які принципи ЗЕД не відносяться до національних:
 - а) суверенітет, свобода, еквівалентність обміну;
 - б) юридична рівність і недискримінація;
 - в) верховенство закону, захист інтересів суб'єктів підприємницької діяльності;
 - г) лібералізація фінансових послуг, усунення фіскальних бар'єрів.
4. Назвіть три рівні принципів управління зовнішньоекономічною діяльністю:
 - а) загальні, специфічні, національні;
 - б) загальні, галузеві, національні, міжнародні;
 - в) специфічні, національні, міжнародні;
 - г) галузеві, національні, міжнародні.
5. Зовнішньоекономічна діяльність – це:
 - а) діяльність, пов'язана з проведенням суб'єктами господарювання ділових операцій на закордонних ринках;
 - б) діяльність суб'єктів господарської діяльності України й іноземних суб'єктів господарської діяльності, заснована на взаємовідносинах між ними на території України;

в) діяльність суб'єктів господарської діяльності України й іноземних суб'єктів господарської діяльності, заснована на взаємовідносинах між ними як на території України, так і за її межами. г) усі відповіді правильні.

6. Зовнішньоекономічна діяльність не може здійснюватися за допомогою:

- а) економічних заходів оперативного державного регулювання;
- б) законодавчих актів України;
- в) актами та діями державних і недержавних органів, не передбаченими законодавчими актами України;
- г) рішення недержавних органів України у межах їх засновницьких документів; угод між суб'єктами ЗЕД України, які не суперечать її законодавчим актам.

7. Рівні регулювання ЗЕД :

- а) міжнародний, регіональний, національний, галузевий;
- б) міжнародний, національний;
- в) міжнародний, державний;
- г) регіональний, галузевий.

8. Режими регулювання ЗЕД:

- а) національний;
- б) режим найбільшого сприяння;
- в) спеціальний;
- г) усі відповіді правильні.

9. До загальних принципів ЗЕД відносяться принципи:

- а) науковість, системність, взаємовигідність;
- б) суверенітету, науковість, системність, захист інтересів;
- в) суверенітету, рівності, верховенства закону;
- г) суверенітету, свободи, рівності, верховенства закону, захисту інтересів.

10. До національних принципів ЗЕД відносяться принципи :

- а) суверенітету, свободи, юридичної рівності, верховенства закону, захисту інтересів суб'єктів ЗЕД та еквівалентності обміну;
- б) суверенітету, свободи, рівності, верховенства закону, захисту інтересів;
- в) суверенітету, рівності, верховенства закону, захисту інтересів та еквівалентності обміну;
- г) суверенітету, свободи, рівності, верховенства закону, захисту інтересів, антидемпінгове законодавство.

11. До специфічних принципів ЗЕД відносяться принципи:

- а) суверенна рівність держав, взаємна вигода, мирне регулювання спорів, сумлінне виконання міжнародних зобов'язань, сприяння міжнародної соціальної справедливості, міжнародне співробітництво з метою розвитку, повага до прав людини;
- б) суверенна рівність держав, взаємна вигода, мирне регулювання спорів, міжнародне співробітництво з метою розвитку, повага до прав людини, захист інтересів;
- в) взаємна вигода, мирне регулювання спорів, сумлінне виконання міжнародних зобов'язань, сприяння міжнародної соціальної справедливості, міжнародне співробітництво з метою розвитку, повага до прав людини, верховенство закону;
- г) суверенна рівність держав, взаємна вигода, сумлінне виконання міжнародних зобов'язань, сприяння міжнародної соціальної справедливості.

12. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності – це:

а) юридичні особи, що зареєстровані як такі в Україні і мають постійне місце знаходження на території України, в тому числі юридичні особи, майно або капітал яких повністю перебуває у власності іноземних суб'єктів господарської діяльності;
б) об'єднання фізичних, юридичних, фізичних та юридичних осіб, які не є юридичними особами згідно з законами України, але які мають постійне місцезнаходження на території України і яким цивільно-правовими законами України не заборонено здійснювати господарську діяльність;
фізичні особи – громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які мають цивільну правоздатність та дієздатність згідно з законами України та постійно проживають на території України; г) усі відповіді правильні.

13. Чинники, що впливають на управління зовнішньоекономічною діяльністю діляться на:

- а) національні, зовнішні, специфічні;
- б) специфічні, внутрішні, зовнішні, режим найбільшого сприяння;
- в) внутрішні, зовнішні;
- г) усі відповіді правильні.

14. Головною підставою функціонування підприємства як суб'єкта зовнішньої економічної діяльності є:

- а) проходження системи реєстрації суб'єктів ЗЕД у МЗЕЗТ;
- б) внесення даного виду діяльності до статутних документів;
- в) отримання картки суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності на митниці;
- г) немає правильної відповіді.

Тема 2. ЗЕД на макро-, мезо- і мікрорівнях

1. Завдання для аналізу.

Завдання 1. Визначити, які чинники розвитку ЗЕД є основними в Україні.

Завдання 2. Розрахувати обсяг зовнішньоторговельного обороту, торговельне сальдо, експортну та імпорتنу квоти України за минулий рік.

Завдання 3. Проаналізувати товарну та географічну структуру експорту та імпорту України, її зовнішньоекономічне положення.

2. Питання для дискусії

- 1. Формування зовнішньоекономічної політики України в контексті реалізації національних економічних інтересів.
- 2. Основні показники розвитку ЗЕД в Україні.
- 3. Показники інтенсивності та ефективності ЗЕД країни.
- 4. Платіжний баланс України, його структура та характеристика.

3. Тести для самоперевірки знань

- 1. З чим пов'язані операції, які визначають зміст поняття «зовнішньоторговельні операції»?:
 - а) імпортом і експортом робочої сили, послуг;
 - б) імпортом і експортом товарів, грошей;
 - в) імпортом і експортом товарів, послуг;
 - г) імпортом і експортом капіталів, товарів.

2. Основними видами ЗЕД не є:

- а) міжнародна торгівля; контрактні форми ЗЕД;
- б) міжнародний лізинг; міжнародні інвестиції;
- в) постачання комплектного устаткування;
- г) використання активів із-за кордону.

3. Фактори, які впливають на процес розвитку міжнародних економічних відносин:

- а) прискорення науково-технічного прогресу, глобальні зміни в області навколишнього середовища, приріст і постійні переміщення населення (міграція), збільшення розриву між бідними і багатими, зростання економічної взаємозалежності між країнами світу, посилення ролі міжнародних економічних організацій, зростаюча роль недержавних структурних утворень (транснаціональні компанії);
- б) прискорення науково-технічного прогресу, глобальні зміни в області навколишнього середовища, приріст і постійні переміщення населення (міграція), посилення ролі міжнародних економічних організацій, зростаюча роль недержавних структурних утворень (транснаціональні компанії);
- в) збільшення розриву між бідними і багатими, зростання економічної взаємозалежності між країнами світу, посилення ролі міжнародних економічних організацій, зростаюча роль недержавних структурних утворень (транснаціональні компанії);
- г) прискорення науково-технічного прогресу, зростання економічної взаємозалежності між країнами світу, посилення ролі міжнародних економічних організацій, зростаюча роль недержавних структурних утворень.

4. Чи можуть бути в Україні суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності громадяни інших держав, які не обмежені законом у правоздатності або дієздатності? а) так;

- б) ні;
- в) частково;
- г) тільки громадяни країн ЄС.

5. Платіжний баланс країни це:

- а) статистичний звіт про зовнішньоекономічної діяльності країни;
- б) статистичний звіт про експорті-імпорті товарів і послуг;
- в) статистичний звіт про експорті-імпорті капіталів;
- г) статистичний звіт про експорті-імпорті інвестицій.

6. Платіжний баланс країни складається з:

- а) торговельний баланс, баланс руху капіталів;
- б) зовнішньоторговельний оборот, баланс руху робочої сили;
- в) зовнішньоторговельний оборот, баланс руху капіталів; г) баланс руху робочої сили, баланс руху капіталів.

7. Основні показники зовнішньоторговельної діяльності країни це:

- а) сальдо торговельного балансу, зовнішньоторговельний оборот, експортна та імпортна квоти;
- б) сальдо платіжного балансу, зовнішньоторговельний оборот;
- в) зовнішньоторговельний оборот, експортна та імпортна квоти;
- г) сальдо платіжного балансу, експортна та імпортна квоти.

8. У якій формі можуть здійснюватися іноземні інвестиції на території України?
- а) будь-якого рухомого і нерухомого майна та пов'язаних з ним майнових прав;
 - б) акцій, облігацій, грошових вимог;
 - в) права на винаходи, авторських прав;
 - г) усі відповіді правильні.
9. Домовленість у міжнародних договорах та угодах, при якій одна держава надає іншій такі ж сприятливі умови, якими користується будь-яка третя держава – це режим ...
- а) найбільшого сприяння;
 - б) спеціальний;
 - в) міжнародний;
 - г) національний.
10. Який з наведених показників характеризує якісну сторону зовнішньоекономічних зв'язків:
- а) товарна структура експорту та імпорту;
 - б) зовнішньоторговельний оборот країни;
 - в) обсяги платіжного балансу;
 - г) географічна структура експорту та імпорту.
11. Який баланс найбільшою мірою відбиває стан зовнішньоекономічних зв'язків країни за певний період: а) платіжний баланс;
- б) розрахунковий баланс;
 - в) зовнішньоторговельний баланс;
 - г) баланс руху капіталів.
12. До показників інтегрованості країни до світової системи господарювання відносяться:
- а) зовнішньоторговельна квота ;
 - б) зовнішньоторговельний оборот;
 - в) темпи росту зовнішньоторговельного обороту;
 - г) експортна квота.
13. Обсяг зовнішньої торгівлі країни визначається показником:
- а) зовнішньоторговельний оборот;
 - б) зовнішньоторговельне сальдо;
 - в) зовнішньоторговельна квота;
 - г) експортна квота.
14. Зовнішньоторговельне сальдо країни визначається як :
- а) різниця між експортом та імпортом країни;
 - б) відношення експорту країни до імпорту країни;
 - в) сума експорту та імпорту країни;
 - г) відношення експорту країни до суми експорту та імпорту країни.

Тема 3. Підприємство - основний суб'єкт ЗЕД. Організаційні форми ЗЕД

1. Завдання для аналізу

Проаналізувати систему правового регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні.

2. Питання для дискусії

1. Принципи, цілі та методи регулювання ЗЕД в Україні.
2. Національне та наднаціональне регулювання ЗЕД.
3. Правове регулювання ЗЕД.
4. Реєстрація суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

3. Тести для самоперевірки знань

1. Орган, який видає сертифікат країни походження товарів:
 - а) Державна митна служба України;
 - б) Державний комітет із стандартизації;
 - в) Торговельно-промислова палата;
 - г) Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України.
2. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності спрямовано:
 - а) на захист економічних інтересів України, захист інтересів суб'єктів ЗЕД;
 - б) на розвиток і захист конкуренції, запобігання монополізації товарних ринків в Україні;
 - в) на створення рівних можливостей для суб'єктів ЗЕД у розвитку всіх видів підприємницької діяльності і всіх напрямків використання доходів та здійснення інвестицій, захист їх законних інтересів та економічних інтересів України;
 - г) усі відповіді правильні.
3. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в країні здійснюється з метою:
 - а) створення рівних можливостей для суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності для розвитку всіх видів підприємницької діяльності;
 - б) стимулювання прогресивних зрушень у галузях народного господарства;
 - в) забезпечення захисту національних товаровиробників;
 - г) усі відповіді правильні.
4. Державне регулювання зовнішньоекономічною діяльністю в Україні здійснюють:
 - а) Верховна Рада України, Президент України, Кабінет Міністрів України, Національний банк України, Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України, Державна митна служба України;
 - б) місцеві Ради народних депутатів, їх виконавчі органи;
 - в) територіальні підрозділи (відділення органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України);
 - г) усі відповіді правильні.
5. Зазначте функції, які виконує Верховна Рада України при регулюванні зовнішньоекономічної діяльності:
 - а) здійснює координацію діяльності міністерств, державних комітетів і відомств України, координує роботу торговельних представництв України в іноземних державах;
 - б) затверджує головні напрямки зовнішньоекономічної політики України; затверджує законодавчі акти щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємств;
 - в) регулює курс національної валюти України до грошових одиниць інших держав;
 - г) правильні відповіді «а» і «б».
6. Правовий режим, який створює іноземним інвесторам рівні умови діяльності з національними підприємствами:
 - а) режим найбільшого сприяння;
 - б) спеціальний режим;
 - в) національний режим;

г) національний режим та режим найбільшого сприяння.

7. Закон, що регламентує дію митних органів в Україні:

- а) Закон «Про єдиний митний тариф»;
- б) Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»;
- в) Податковий кодекс;
- г) правильні відповіді «а» і «б».

8. Система державного регулювання ЗЕД включає:

- а) реєстрацію учасників ЗЕД, декларування товарів, порядок експорту і імпорту, оперативне регулювання ЗЕД;
- б) реєстрацію учасників ЗЕД, порядок експорту і імпорту, оперативне регулювання ЗЕД;
- в) реєстрацію учасників, декларування товарів, оперативне регулювання ЗЕД;
- г) порядок експорту і імпорту, оперативне регулювання ЗЕД.

9. Національний Банк України виконує функції:

- а) здійснює зберігання і використання коштів, які забезпечують платоспроможність країни;
- б) взаємодіє з іншими банками, здійснює розрахунки;
- в) регулює курс національної валюти до грошової одиниці іноземної держави; г) усі відповіді правильні.

10. Методи регулювання зовнішньоторговельних операцій:

- а) тарифні та нетарифні методи;
- б) тарифні та фінансові методи;
- в) кількісні та фінансові методи;
- г) тарифні та приховані методи.

11. Виключне право народу України самостійно та незалежно здійснювати ЗЕД, виконувати усі договори та обов'язки у сфері міжнародних економічних відносин – це принцип:

- а) свободи зовнішньоекономічного підприємства;
- б) суверенітету;
- в) юридичної рівності;
- г) недискримінації.

12. Домовленість у міжнародних договорах та угодах, при якій одна держава надає іншій такі ж сприятливі умови, якими користуються, або буде користуватися у подальшому будь-яка третя держава на території першого – це режим:

- а) найбільшого сприяння;
- б) спеціальний;
- в) міжнародний;
- г) національний.

13. Автархічна модель зовнішньоекономічної політики характеризується:

- а) відсутністю зовнішньоекономічних відносин з іншими країнами;
- б) відсутністю державних перешкод у сфері зовнішньоекономічних відносин;
- в) відсутністю протекціоністських методів регулювання зовнішньоекономічних зв'язків;
- г) наявністю державних перешкод у сфері зовнішньоекономічних відносин.

14. Основна функція протекціонізму полягає в:

- а) захисті нових галузей виробництва від іноземної конкуренції;
 - б) забезпеченні рівноправної конкуренції;
 - в запобіганні втручанню держави у зовнішню торгівлю; г) немає
- правильної відповіді.

Тема 4. Поняття і основні складові зовнішнього середовища підприємства-учасника ЗЕД

1. Ситуація 1

Підприємство імпортує різні види сировини. Дані наведені у таблиці.

№	Назва продукції	Обсяг партії / тонн / варіанти										Ставка мита в євро за 1000 кг
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	Замша	24	22	27	32	28	42	18	32	37	18	360
2	Шкіра штучна на натуральній основі	17	24	26	18	30	24	34	50	32	48	150
3	Вовна не оброблена	17	20	18	23	32	19	33	19	21	18	330
4	Вовняні нитки для роздрібного продажу	16	20	22	18	30	40	42	38	26	24	890

Визначити імпортне мито за продукцію, виходячи з того, що:

1. Сплата здійснюється під час подачі продукції для митного контролю.
2. Курс євро на час сплати склав _____ грн.
(курс визначається на час розрахунку)

Ситуація 2

Підприємство імпортувало 1.10.2011 р. цукор на суму 18 тис. грн (ставка мита 12 %). Сплата мита здійснена 15.11.2011 р. Курс євро на 1.10.2011 р. склав 10.4 грн, на 15.11.2011 – 10.5 грн. Відсотки за відстрочку платежу – 0.2 % від суми сплати за кожний день. Розрахуйте суму сплаченого мита і відсотки за відстрочку.

2. Питання для дискусії

1. Сутність та методи митно-тарифного регулювання.
2. Види та функції мита, види митних ставок.
3. Методи визначення митної вартості товарів.
4. Товарна номенклатура ЗЕД.
5. Основні митні документи та специфіка їх оформлення.
6. Плата за митне оформлення товарів. Декларування товарів: форми та процедури.

3. Тести для самоперевірки знань

1. Визначте, від чого нараховуються усі платежі на митницях:

- а) біржової вартості товару;
- б) ринкової вартості товару;
- в) митної вартості товару;
- г) аукціонної вартості товару.

2. Які ставки мита передбачені Єдиним митним тарифом України?

- а) преференційні, часткові, повні;
- б) пільгові, часткові, повні;
- в) часткові, повні;
- г) преференційні, пільгові, повні.

3. Визначте вид митного тарифу, який нараховується у відсотках до митної вартості товару:

- а) компенсаційний;
- б) адвалерний;
- в) комбінований;
- г) специфічний.

4. Коли розраховується митна вартість товарів?

- а) при заповненні вантажної митної декларації;
- б) перетинання товаром митного кордону країни споживача;
- в) отримання товару споживачем;
- д) при підписанні зовнішньоторговельного контракту.

5. Тарифне регулювання -це:

- а) регулювання імпорту товарів за допомогою митного тарифу;
- б) регулювання експорту товарів за допомогою митного тарифу;
- в) регулювання експорту та імпорту товарів за допомогою митного тарифу;
- г) регулювання експорту та імпорту товарів прихованими методами.

6. Митне регулювання це:

- а) відношення між державою і суб'єктами ЗЕД з приводу умов перетинання національних кордонів товарами, капіталом, громадянами;
- б) регулювання експорту–імпорту товарів за допомогою митного тарифу;
- в) регулювання експорту–імпорту товарів та послуг за допомогою митного тарифу;
- г) усі відповіді правильні

7. На який термін встановлюється сезонне ввізне і вивізне мито?

- а) не більше 2 місяців з моменту встановлення;
- б) не більше 3 місяців з моменту встановлення; в) не більше 4 місяців з моменту встановлення;
- г) не більше 6 місяців з моменту встановлення.

8. В залежності від засобу нарахування мито буває:

- а) адвалерне;
- б) специфічне;
- в) комбіноване;
- г) усі відповіді правильні.

9. Визначте вид митного тарифу, який нараховується у вигляді твердо встановленої ставки митного тарифу: а) компенсаційний;
б) адвалерний;
в) комбінований;
г) специфічний.

10. Залежно від того, на які товари начисляються, мита бувають:
а) імпортне – на імпортні товари (ввізна);
б) експортне – на експортні товари (вивізна);
в) транзитне – на транзитні товари;
г) усі відповіді правильні.

11. Єдиний митний тариф країни – це ...
а) систематизований перелік митних тарифів;
б) документ, який містить дані про товар, що перетинає кордон;
в) система ставок платні за різні виробничі та невиробничі послуги;
г) платня, яка стягується при перетинанні товаром митного кордону.

12. Тарифна квота – це:
а) визначена кількість товару, у межах якої встановлюється певний митний тариф;
б) визначена кількість товару, у межах якої встановлюється певний митний тариф, а при ввезенні товару зверх цієї кількості, митний тариф значно збільшується;
в) визначена кількість товару, у межах якої встановлюється певний митний тариф а при ввезенні товару зверх цієї кількості, митний тариф значно зменшується;
г) усі відповіді правильні.

13. Адвалерне мито – це...
а) мито, яке відрізняється низьким розміром ставок і застосовується щодо товарів, які походять із держав, з якими укладена угода про митний союз;
б) мито, яке застосовується щодо товарів, які походять з країн, що користуються режимом найбільшого сприяння;
в) мито, яке стягується у вигляді відсотка митної вартості товару;
г) усі відповіді правильні.

14. При використанні якого із видів мита застосовуються мінімальні митні ставки:
а) преференційного;
б) фіскального;
в) протекціоністського;
г) адвалерного.

15. Визначте вид митного тарифу, який нараховується одночасно у вигляді твердо встановленої ставки митного тарифу та відсотку від митної вартості товару:
а) компенсаційний;
б) адвалерний;
в) комбінований;
г) специфічний.

16. Який із перелічених інструментів зовнішньоторговельної політики має більш обмежувальний характер: а) імпортна квота;

- б) імпорتنний тариф;
в) експортна субсидія;
г) вірна відповідь б)+в).

Тема 5. Державне регулювання ЗЕД

1. Завдання

Підприємство закупило продовольчі товари з деяких країн.

№	Країна імпорту	Назва товару	Валюта контракту	Ставка мита	ПДВ	Акцизний збір	Сума контракту/кількість товару		
							1	2	3
1	Германія	Пиво	Євро	0,6 євро за л.	20 %	1 євро за л.	5000/ 4000	6000/ 5000	7000/ 6000
2	Англія	Ковбаса	фунт.ст.	20 %	20 %	-	7500/ 3800	6500/ 3000	5500/ 2500
3	США	Цигарки	дол.	30 %	20 %	в дол. за 1000 шт.	600/ 10000	800/ 15000	1000/ 20000
4	Куба	Цукор	дол.	20%	20%	-	5000/ 10000	7000/ 15000	10000/ 25000

Курс валюти визначається у день сплати мита.

Визначити суму імпортного мита, ПДВ та акцизного податку за цими контрактами, а також підсумкову вартість контракту з урахуванням податкових платежів за допомогою таблиці.

Розрахункова таблиця

№	Країна імпорту	Назва товару	Сума контракту у валюті	Валюта контракту	Курс валюти у день сплати грн. за вал. од.	Сума контракту у грн.	Імпортне мито		ПДВ		Акцизний податок		Сума контракту з урахуван. податків
							ставка	сума	ставка	сума	ставка	сума	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14

2. Питання для дискусії

1. Види та функції податків у сфері ЗЕД. Порядок їх нарахування.
2. Особливості оподаткування залежно від митного режиму.
3. Порядок відшкодування ПДВ при експорті.
4. Особливості оподаткування імпорту послуг.

3. Тести для самоперевірки знань

1. Принципи, за якими здійснюється оподаткування суб'єктів ЗЕД:
 - а) рівень оподаткування встановлюються з метою досягнення та підтримання самофінансування суб'єктів ЗЕД;
 - б) рівень оподаткування встановлюються з метою бездефіцитності платіжного балансу України;
 - в) ставки податків встановлюються і скасовуються Верховною Радою України;
 - г) усі відповіді правильні.
2. Ставки податків є:
 - а) однаковими для всіх суб'єктів ЗЕД;
 - б) єдиними для одного і того ж товару;
 - в) визначаються за товарною ознакою;
 - г) усі відповіді правильні.
3. Податки та їх ставки встановлюються:
 - а) Верховною Радою України;
 - б) Кабінетом Міністрів України;
 - в) митною службою України;
 - г) усі відповіді правильні.
4. Показники, які не входять до розрахунку суми податку на додану вартість при імпорті не підакцизних товарів:
 - а) митні збори;
 - б) митна вартість;
 - в) акциз;
 - г) ставка митного податку.
5. Податок на додану вартість при експорті обчислюється за нульовою ставкою якщо:

- а) товари були вивезені за межі України;
- б) експорт був здійснений на території України;
- в) при реекспорті товару;
- г) усі відповіді правильні.

6. Якщо іноземна валюта придбана підприємством за іншу валюту, то її:

- а) балансова вартість визначається за курсом НБУ;
- б) балансова вартість дорівнює сумі гривень, сплачених за купівлю валюти;
- в) балансова вартість дорівнює балансовій вартості проданої інвалюти;
- г) усі відповіді правильні

7. Якщо іноземна валюта отримана, як виручка, то її:

- а) балансова вартість визначається за курсом НБУ на дату отримання доходу;
- б) балансова вартість дорівнює сумі гривень, сплачених за купівлю валюти;
- в) балансова вартість дорівнює балансовій вартості проданої інвалюти;
- г) усі відповіді правильні

8. Якщо іноземна валюта самостійно придбана підприємством за гривні, то її:

- а) балансова вартість визначається за курсом НБУ;
- б) балансова вартість дорівнює сумі гривень, сплачених за купівлю валюти;
- в) балансова вартість дорівнює балансовій вартості проданої інвалюти;
- г) усі відповіді правильні.

9. Усунення подвійного оподаткування на здійснення ЗЕД розповсюджується на:

- а) податок на капітал;
- б) податок на прибуток;
- в) податок на приріст капіталу;
- г) усі відповіді правильні.

10. Датою виникнення податкових зобов'язань при імпорті товарів є:

- а) дата оформлення ввізної митної декларації;
- б) дата перетинання митного кордону;
- в) дата підписання контракту;
- г) усі відповіді правильні.

11. Податкові пільги надаються суб'єктам ЗЕД якщо:

- а) їх експорт перевищує імпорт за фінансовий рік;
- б) обсяг їх експорту становить не менш 5% від обсягу реалізованих за фінансовий рік товарів;
- в) експортують наукомісткі товари або товари, у вартості яких частка доданої вартості становить не менше 30%; г) усі відповіді правильні.

Тема 2. Сучасні стратегії менеджменту в міжнародному бізнесі

1. Завдання

Завдання 1. Обґрунтувати управлінське рішення щодо форми виходу підприємства на зовнішній ринок.

- а) підприємство по виробництву готового одягу – на ринок США;
- б) підприємство по виробництву комплектуючих – на ринок Південної Кореї;
- в) підприємство по продажу хутра.

Завдання 2. Підготувати текст твердої оферти від української фірми «Укрпромекспорт» (м. Київ) до італійської фірми «Мітал» на 30 тис. тон металопрокату. В оферті необхідно передбачити всі умови майбутньої угоди: ціну, якість товару, строк поставки, умови платежу, умови здачі-приймки. Товар буде поставлятися морським шляхом від порту Одеса до порту Неаполь.

2. Питання для дискусії

1. Передумови і мотивація виходу підприємств на зовнішні ринки.
2. Класифікація і характеристика форм виходу на зовнішні ринки.
3. Критерії вибору форми виходу підприємства на зовнішні ринки.
4. Дослідження потенційних можливостей фірми при виході на зовнішні ринки.

3. Тести для самоперевірки знань

1. Методи виходу підприємства на зовнішні ринки:
 - а) безпосередній вихід на зовнішній ринок через власну зовнішньоторговельну фірму чи відділ зовнішньоекономічних зв'язків;
 - б) вихід на зовнішній ринок за допомогою посередників;
 - в) вихід на зовнішній ринок за допомогою біржі, аукціону;
 - г) усі відповіді правильні.
2. Головні проблеми виходу підприємства на зовнішні ринки:
 - а) недостатність інформації про зовнішній ринок;
 - б) розробка стратегії, першим етапом якої буде дослідження й аналіз зовнішнього ринку;
 - в) недостатність ресурсів, недостатність кваліфікованого персоналу;
 - г) усі відповіді правильні.
3. Застосовуючи стратегію експорту, підприємство виготовляє свої товари у власній країні, пропонуючи їх на експорт у модифікованому вигляді. Переваги цього способу:
 - а) потребує мінімальних змін у товарному асортименті підприємства, його структури;
 - б) потребує мінімальних інвестиційних витрат та поточних грошових зобов'язань;
 - в) забезпечує мінімальний ризик при вході на ринок та легкість виходу;
 - г) усі відповіді правильні.
4. Експорт буває двох різновидів:
 - а) непрямий та прямий;
 - б) прямий та зворотній;
 - в) нерегулярний та регулярний;
 - г) усі відповіді правильні.
5. Використання посередників при експорті має такі недоліки:
 - а) ізолюваність виробника від ринку, відсутність інформації про реакцію споживача на товар;
 - б) залежність експортера від посередника та відсутність у посередника в силу різних причин прагнення просувати товар експортера на всі доступні сегменти цільового ринку;
 - в) недостатня увага посередника до роботи з товаром експортера;
 - г) усі відповіді правильні.
6. Непрямий експорт має різноманітні форми, а саме:
 - а) передача повноважень з експорту передбачає використання системи збуту, що знаходиться в одній або декількох країнах і належить іншому підприємству;

б) експортна франшиза – такий спосіб організації справи, за якого франчайзі купує у відомої компанії право на продаж її товарів під її товарним знаком; в) комерційні посередники активно беруть участь в експортних операціях; г) усі відповіді правильні.

7. На остаточне рішення про спосіб виходу на зовнішній ринок впливає сукупність внутрішніх та зовнішніх (щодо підприємства) умов:

а) умови ринку – відкритий чи закритий, з передовою чи відсталою торговельною структурою, такий, що функціонує в умовах лібералізованої чи децентралізованої економіки;

б) умови, пов'язані з товаром – фірмова продукція чи товар пересічної якості, з технічним обслуговуванням чи без нього, легко чи важко експортується;

в) умови, пов'язані з діяльністю підприємства – наявність або обмеженість ресурсів, наявність досвіду роботи на міжнародному ринку чи його відсутність; г) усі відповіді правильні.

8. В загальному вигляді на вибір способу виходу на зовнішні ринки впливає:

а) ступінь привабливості інвестування;

б) рівень витрат, пов'язаних із виходом на закордонний ринок та можливість виходу з ринку;

в) рівень конкурентності ринку та рівень ризику;

г) усі відповіді правильні.

9. Основні форми виходу підприємства на зовнішні ринки :

а) експорт;

б) спільна підприємницька діяльність;

в) пряме інвестування.

г) усі відповіді правильні.

10. Чому акцепт вільної офerti не є укладеним контрактом:

а) тому, що вона не має терміну дії;

б) тому, що одна партія товару пропонується багатьом імпортерам;

в) тому, що вона містить мало інформації;

г) усі відповіді правильні.

11. Оферта – це документ, який :

а) має бути пропозицією укласти договір;

б) повинен передбачати, що оферент буде пов'язаний з її умовами у випадку акцепту оферти;

в) має бути достатньо визначеним та вказувати на товар, його якість та ціну; г) усі відповіді правильні.

12. У якому випадку доцільно на підприємстві організовувати службу міжнародного маркетингу:

а) під час великомасштабного збуту широкого асортименту продукції;

б) під час великомасштабного збуту декількох товарних груп;

в) у будь – якому випадку служба міжнародного маркетингу забезпечує максимальну ефективність зовнішньоекономічних операцій; г) немає правильної відповіді.

13. Чинники, які впливають на вибір каналу збуту продукції на зовнішньому ринку:

а) особливості цільових ринків, рівень залежності господарської активності підприємства від зовнішнього ринку;

б) характер продукції, масштаби виробництва, традиційні для підприємства комерційні методи реалізації продукції; в) а+б;

г) немає правильної відповіді.

14. Методи встановлення ділових контактів з контрагентом, які використовуються покупцем при укладанні угоди:

- а) замовлення відомому продавцеві, або запит виробнику товару, комерційний лист;
- б) направляється «тверда» чи «вільна» оферта;
- в) проводиться прийняття та підтвердження замовлення;
- г) правильні відповіді «б» і «в».

15. Обов'язкові умови, які складають зміст оферти:

- а) назва товару, кількість, ціна, якість, умови, термін поставки, умови платежу та інші основні умови поставки;
- б) умови поставки та умови платежу;
- в) назва товару, кількість, якість, ціна, термін поставки;
- г) назва товару та умови платежу.

16. Тверда оферта – це:

- а) письмова пропозиція на продаж певної партії товару одному покупцеві;
- б) письмова пропозиція на продаж певної партії товару декільком покупцям;
- в) письмова пропозиція на продаж певної партії товару декільком покупцям з визначенням терміну відповіді;
- г) письмова пропозиція на продаж певної партії товару лише одному покупцеві з визначенням терміну її дії.

17. Зміст терміну «вільна оферта», як письмової пропозиції на наступну продаж:

- а) певної партії товару одному покупцеві без встановлення терміну відповіді;
- б) певної партії товару декільком покупцям із встановленням терміну відповіді;
- в) певної партії товару декільком покупцям без встановлення терміну відповіді;
- г) певної партії товару одному покупцеві із встановленням терміну відповіді.

18. Акцепт оферти:

- а) покупець дає усну згоду на оферту продавця;
- б) покупець дає усну згоду, але при умові прийому продавцем його пропозицій;
- в) покупець дає письмову відповідь – згоду з умовами оферти, що направлена у визначений термін;
- г) згода покупця з умовами оферти у будь-який термін.

Тема 10. Ціноутворення у зовнішньоекономічній діяльності підприємства

1. Завдання

Завдання 1. Підприємство імпортувало 10 дизельних двигунів на суму 50 тис. євро. Ставка імпортного адвалерного мита – 10 %, ПДВ – 20 %. Розрахувати мінімальну продажну ціну двигуна на ринку України.

Завдання 2. Зовнішньоторговельна фірма з Ростоку отримала від торгового дому, розташованого в Окленді, замовлення на поставку 100 електричних пресів зі згодою здійснити готівковий розрахунок на умовах СІФ Окленд.

Ціна одиниці товару зі складу у Бремені з упаковкою та транспортуванням до Росток 3000 євро; знижка за кількість – 5 %, знижка «сконто» – 2 %.

Зовнішньоторгова фірма працює з торговою надбавкою 15 %. Вартість банківських послуг 1,5 %.

З транспортуванням товару до Окленду пов'язані такі витрати:

- експедиторські витрати від Росток до Окленду складають 18 000 євро;
- витрати на вантажні роботи 1600 євро;
- митне оформлення 690 євро; - сума страхової премії – 2400 євро.

Складіть експортну калькуляцію і розрахуйте ціну, за якою імпортер реалізує товар в Окленді, якщо він передбачає торгову надбавку 12 %.

Завдання 3. Підприємство експортує сухе молоко. Виробнича собівартість 1 кг сухого молока – 3,8 грн. Витрати обігу – 10 %. Експортне мито 50 євро за 1 т. Розрахуйте мінімальну експортну ціну 1 т сухого молока.

2. Питання для дискусії

1. Основні фактори ціноутворення в ЗЕД.
2. Цінова політика підприємства на зовнішніх ринках.
3. Етапи формування контрактної ціни. Рівень ціни, базис ціни, одиниця виміру ціни. Способи фіксації цін. Цінові знижки і надбавки.
4. Принципи визначення світових цін.

3. Тести для самоперевірки знань

1. Порядок визначення одиниці виміру ціни залежить від характеру товару і від практики, що склалася в торгівлі даним товаром на світовому ринку. Ціна може бути встановлена:
 - а) за певну кількісну одиницю товару;
 - б) за певну вагову одиницю;
 - в) за певну одиницю виміру;
 - г) усі відповіді правильні.
2. Залежно від способу фіксації ціни розрізняють наступні види цін:
 - а) тверда та ковзаюча ціна;
 - б) рухома ціна;
 - в) ціна з подальшою фіксацією;
 - г) усі відповіді правильні.
3. Вибір ціни та валюти платежу залежить від:
 - а) співвідношення сил між покупцем і продавцем, від правил міжнародної торгівлі;
 - б) від одиниці виміру;
 - в) від числової одиниці;
 - г) немає правильної відповіді.
4. Якщо за даним контрактом поставляються товари різної кількості й асортименту, то ціна встановлюється:
 - а) окремо за одиницю товару кожного виду, сорту, марки;
 - б) за одиницю маси;
 - в) за товарну партію;
 - г) немає правильної відповіді.

5. Для визначення загального рівня цін продажу товарів користуються:

- а) цінами, які відображають світовий рівень цін;
- б) довідкові ціни;
- в) ціни фактичних угод;
- г) усі відповіді правильні.

6. Довідкові ціни це:

- а) ціни товарів у внутрішній оптовій чи роздрібній торгівлі різних країн, що публікуються;
- б) ціни товарів, що є об'єктом біржової торгівлі;
- в) ціни попередніх угод;
- г) усі відповіді правильні.

7. Спеціальна знижка надається:

- а) привілейованим покупцям;
- б) нараховується з преїскурантної чи довідкової ціни;
- в) знижка за кількість;
- г) усі відповіді правильні.

8. Загальна проста знижка:

- а) знижка, яка нараховується з преїскурантної чи довідкової ціни;
- б) знижка за кількість;
- в) знижка за розрахунок готівкою;
- г) усі відповіді правильні.

9. Бонусна знижка надається:

- а) постійним агентам за реалізацію певної кількості товару;
- б) при продажу товару за сезонами;
- в) при рахунках готівкою.
- г) усі відповіді правильні.

10. Знижка «спонто» це:

- а) знижка при розрахунках готівкою;
- б) знижка за кількість;
- в) знижка, що надається постійним представникам і посередникам.
- г) усі відповіді правильні.

11. Трансферна ціна являє собою ціну:

- а) яка встановлюється на товар між взаємозв'язаними компаніями чи структурними підрозділами однієї компанії у разі, якщо об'єкт торгівлі перетинає митний кордон;
- б) яка встановлюється на товар між взаємозв'язаними компаніями чи структурними підрозділами різних компаній у разі, якщо об'єкт торгівлі перетинає митний кордон;
- в) яка встановлюється на товар між взаємозв'язаними компаніями чи структурними підрозділами однієї компанії у разі, якщо об'єкт торгівлі не перетинає митний кордон;
- г) усі відповіді правильні.

12. Система трансфертного ціноутворення забезпечує наступні функції:

- а) надає інформацію, що стимулює менеджерів підрозділів приймати обґрунтовані економічні рішення;
- б) надає інформацію, яка корисна для оцінки управлінських та економічних показників діяльності підрозділів;

- в) цілеспрямовано переміщує частину прибутку між підрозділами;
- г) усі відповіді правильні.

13. Існують такі види знижок:

- а) загальна (проста) та бонусна;
- б) прогресивна та сезонна;
- в) спеціальна;
- г) усі відповіді правильні.

14. Види оплати ліцензійних угод:

- а) початковий платіж готівкою та періодичні відсоткові відрахування (роялті);
- б) участь в прибутку ліцензіата та передача частини цінних паперів;
- в) паушальний платіж та передача технічної документації;
- г) усі відповіді правильні.

15. Тверда ціна – це:

- а) ціна, що фіксується при укладанні контракту і не підлягає змінам;

- б) середня ціна товарної одиниці;
- в) ціна, що публікується в довідниках;
- г) ціна, що фіксується в момент підписання контракту, але може переглядатися.

16. Рухома ціна – це:

- а) ціна, що фіксується при укладанні контракту і не підлягає змінам;
- б) середня ціна товарної одиниці;
- в) ціна, що публікується в довідниках;
- г) ціна, що фіксується в момент підписання контракту, але може змінюватися у випадку зміни ринкової ситуації та умов, що зафіксовані в контракті.

17. Ціна з наступною фіксацією – це:

- а) ціна, що фіксується при укладанні контракту і не підлягає змінам;
- б) середня ціна товарної одиниці;
- в) ціна, що публікується в довідниках;
- г) ціна, яка встановлюється в ході виконання контракту, в якому визначені правила її фіксації.

Тема 7. Особливості ціноутворення та просування товару на зовнішніх ринках

1. Завдання

Завдання 1.

Змодельуйте декілька ситуацій, в яких доцільний самостійний вихід на зовнішній ринок.

Завдання 2.

Зовнішньоторгова фірма з Марселю отримала замовлення від фірми з Неаполю на поставку товару в кількості 1000 одиниць на умовах розрахунку СІФ Сідней. На основі цього замовлення марсельська фірма розглядає такі пропозиції:

Від фірми А: ціна за одиницю товару 2300, валюта ціни євро, знижка за кількість 15 %, знижка сконто 2 %.

Від фірми В: ціна за одиницю 1800 дол. США, валюта ціни долар США, знижка за кількість 18 %, знижка сконто 2,5 %.

Яку пропозицію обере марсельська фірма, якщо вона домовилась з фірмою з Сіднею про ціну 3900 австралійських доларів за одиницю товару.

2. Питання для дискусії

1. Сутність та види посередницької діяльності.
2. Види посередників: агенти, представники, брокери, маклери.
3. Угоди комісії, їх особливості. Угоди чистої комісії. Договір «делькредере». Угоди консигнації, особливості і можливості здійснення.
4. Торгові агенти, агенти повірені: обов'язки, особливості, регулювання. Дистриб'ютори, дилери, їх місце на ринку. Прості агенти, агенти з правом «першої руки», монопольні (ексклюзивні) агенти.

3. Тести для самоперевірки знань

1. Основні види посередницьких операцій:
 - а) операції з перепродажу, комісійні, агентські, брокерські;
 - б) консигнаційні, комісійні, агентські, брокерські;
 - в) операції з перепродажу, комісійні, консигнаційні;
 - г) усі відповіді правильні.

2. Визначте переваги використання посередників у комерційній діяльності підприємств на зовнішньому ринку:
- а) полегшується вихід експортера на ринки інших країн, прискорюється пошук контрагентів, зменшуються витрати експортера при просуванні товарів на зовнішньому ринку;
 - б) зменшуються витрати експортера при просуванні товарів на зовнішньому ринку, прискорюється пошук контрагентів, посилюється контроль за ринком збуту;
 - в) полегшується вихід експортера на ринки інших країн, посилюється контроль за ринком збуту;
 - г) немає правильної відповіді.
3. Посередницькі операції, які здійснюються від імені торговельного посередника і за його рахунок: а) комісійні і консигнаційні;
- б) дистриб'юторські, дилерські;
 - в) брокерські;
 - г) операції з перепродажу.
4. Посередницькі операції, які здійснюються посередниками від свого імені, але за рахунок експортера: а) брокерські;
- б) комісійні, консигнаційні;
 - в) операції з перепродажу;
 - г) правильні відповіді «а» і «в».
5. Посередницькі операції, які здійснюються від імені експортера та за його рахунок:
- а) брокерські, агентські;
 - б) комісійні і консигнаційні;
 - в) операції з перепродажу;
 - г) дилерські.
6. Посередники можуть підвищити ефективність зовнішньоторговельних операцій за рахунок:
- а) кращого знання ринку;
 - б) зниження витрат на транспортування і зберігання продукції, у тому числі за рахунок операцій з великими партіями, що належать різним виробникам; в) наявності постійної клієнтури;
 - г) усі відповіді правильні.
7. Основні види посередників, що працюють у сфері міжнародної торгівлі, такі:
- а) міжнародний маклер та посередник міжнародної торгівлі;
 - б) агент із закупівлі, агент з продажу та імпортер-дистриб'ютор;
 - в) комісійний агент, концесіонер, брокер;
 - г) усі відповіді правильні.
8. Делькредере – це:
- а) порука комісіонера перед комітентом за договором комісії за виконання третьою особою зобов'язань по тій угоді, яку комісіонер уклав для комітента з цією третьою особою на виконання вказівок комітента;
 - б) комісіонер не тільки продає товари, але і гарантує їх оплату, навіть якщо покупець виявляється неплатоспроможним;

в) порука агента, який бере на себе зобов'язання відшкодувати принципалу збитки, які той може понести через невиконання покупцем, якого знайшов агент, обов'язку сплатити покупну ціну; г) усі відповіді правильні.

9. Функції торговельних посередників, що полегшують експортну діяльність:

- а) стимулювання збуту, одержання замовлень, дослідження ринку;
- б) виконання кредитних досліджень, здійснення платежів і інкасація надходжень;
- в) організація перевезення вантажів за кордон;
- г) усі відповіді правильні.

Міністерство освіти та науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра міжнародних економічних відносин

Матеріали до самостійної роботи студентів
з дисципліни

УПРАВЛІННЯ ЗЕД

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
галузь знань 29 «Міжнародні відносини»
спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
освітня програма (спеціалізація) «Міжнародні економічні відносини»
вид дисципліни за вибором
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: викл. Азаренкова О.В.

2018/ 2019 навчальний рік

Ефективність самостійної роботи значною мірою залежить від її організації.

Самостійна робота студентів здійснюється у різних формах і передбачає:

- опрацювання теоретичних основ, роботу з підручниками, навчальними посібниками, конспектами лекцій;
- вивчення окремих тем, що передбачені для самостійного вивчення робочою програмою;
- написання конспекту при самостійному опрацюванні теми (пропущеної лекції) або її окремих питань;
- вивчення та конспектування спеціальної літератури, в якій відображені проблеми, наукові розробки та досвід підприємств щодо зовнішньоекономічної діяльності в Україні та в інших країнах;
- підготовку до виступу на практичному занятті з певної теми;
- виконання індивідуальних завдань з подальшим обговоренням результатів домашньої роботи на практичних заняттях;
- написання рефератів, оглядів літератури з найбільш актуальних проблем зовнішньоекономічної діяльності;

Для своєчасного виконання завдань студент повинен планувати самостійну роботу, визначити термін збору інформації, її обробки, аналізу та оформлення результатів своєї роботи. Ефективність самостійної роботи студентів досягається за допомогою вміння здійснювати пошук необхідної інформації в каталогах бібліотек, через мережу Інтернет, на підприємствах, а також за допомогою використання різних методів проведення наукових досліджень.

Результати самостійної роботи оцінюються і враховуються викладачем при поточній та семестровій атестації успішності студентів. Контроль самостійної роботи студентів здійснюється як під час аудиторних занять, так і в поза аудиторний час відповідно до плану-графіка, складеного викладачем і завчасно доведеного до відома студентів.

Тема 1. Зовнішньоекономічна діяльність: сутність та основний зміст

Питання для самостійного вивчення

1. Основні поняття зовнішньоекономічної діяльності.
2. Принципи зовнішньоекономічної діяльності, їх різновид.

Необхідно розглянути і проаналізувати основні поняття зовнішньоекономічної діяльності, передумови розвитку, функції та принципи її здійснення.

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) – це діяльність українських та іноземних суб'єктів господарювання, яка побудована на взаєминах між ними і здійснюється як на території України, так і за її межами.

Зовнішньоекономічна діяльність побудована на відносинах між суб'єктами господарювання, що перебувають під юрисдикцією різних держав.

Сутність зовнішньоекономічних зв'язків виявляється в їх функціях, до яких відносяться:

– організація і обслуговування міжнародного обміну природними ресурсами і результатами праці в їх натуральному та вартісному виразі. Сутність цієї функції полягає в доведенні продуктів, що видобуваються в якості природних ресурсів, і продуктів, одержаних в процесі міжнародного розподілу праці, до конкретних споживачів через обмін продуктів і результатів праці в їх натуральній і вартісній формі. Організація обміну водночас передбачає і обслуговування цього обміну.

– міжнародне визнання споживчої вартості продуктів міжнародного розподілу праці. У процесі виконання даної функції відбувається завершення акту товарно-грошових відносин і закінчення обміну грошей на продукт міжнародного розподілу праці, в результаті чого споживча вартість, що укладається в цей продукт, одержує міжнародне визнання.

– організація міжнародного грошового обігу. Сутністю цієї функції є створення умов для безперервного руху грошей у процесі впровадження різноманітних міжнародних розрахунків.

Передумови розвитку ЗЕД це: отримання прибутку, розширення ринку збуту продукції, отримання доступу до сировини, нових технологій, дешевої робочої сили, інвестиційних ресурсів, участь у міжнародному розподілі праці, спеціалізації і кооперації.

Принципи зовнішньоекономічної діяльності визначають спрямованість правового регулювання зовнішньоекономічних відносин як на міжнародному, міждержавному рівнях, так і на національному рівні. Існують загальні, специфічні та національні принципи ЗЕД.

Загальні принципи ЗЕД – це загальновизнані правила, яких дотримуються всі учасники міжнародних ділових операцій. До них відносяться принципи науковості, системності та взаємовигідності ЗЕД.

Специфічні принципи ЗЕД закріплені у відповідних міжнародних правових актах і є обов'язковими для виконання всіма державами, які підписали ту чи іншу угоду. До них відносяться принципи суверенітету, рівності, взаємної вигоди, мирного врегулювання спорів, сумлінне виконання міжнародних обов'язків, сприяння міжнародної соціальної справедливості, лібералізації міжнародної торгівлі, встановлення режиму найбільшого сприяння, зменшення митних бар'єрів, уніфікації технічних норм і стандартів, лібералізація фінансових, транспортних послуг, переміщення робочої сили тощо.

Національні принципи ЗЕД закріплюються в законодавчих актах держав та є підґрунтям державного регулювання ЗЕД. До них відносяться принципи: суверенітету народу України у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності, свободи зовнішньоекономічного підприємництва, юридичної рівності і недискримінації, верховенства закону, захисту інтересів суб'єктів ЗЕД та еквівалентності обміну.

Тема 2. ЗЕД на макро-, мезо- і мікрорівнях

Питання для самостійного вивчення 1.

Основні етапи розвитку ЗЕД в Україні.

2. Аналіз сучасного стану ЗЕД в Україні.

Необхідно розглянути і проаналізувати основні етапи розвитку ЗЕД в Україні.

Виділяють три етапи розвитку ЗЕД в Україні.

Перший (1918-1987 р.) – радянські роки і, особливо, десятиріччя до перебудови. В цей період об'єм зовнішнього торгового обігу постійно збільшувався. Проте в середині 80-х років темпи росту зовнішньоторгового обігу Союзу почали різко знижуватись. Це пояснювалось впливом таких негативних факторів, як:

- відстала структура зовнішньоторгового обігу, його переважно сировинна направленість;
- незадовільне використання експортного потенціалу оброблюваної промисловості, особливо, машинобудування;
- нераціональний характер імпорту;
- недостатнє використання нових форм зовнішньоекономічних зв'язків, таких як компенсаційні угоди, ліцензійна торгівля та інші;
- спостерігалась недооцінка ролі ВЕЗ як фактора економічного росту; – відірваність безпосередніх виробників від зовнішніх ринків.

Другий етап (1987-1991 рр.) – роки перебудови економіки. Цей етап характеризувався ліквідацією державної монополії на зовнішню торгівлю та зміною принципів організації управління ЗЕД. В цей період вирішуються два основних завдання:

- розширення прав об'єднань і підприємств для виходу на зовнішній ринок, установлення прямих зв'язків, розвиток виробничої і науково-технічної кооперації;
- подальше вдосконалення державного регулювання ЗЕД.

Підприємства, що одержали право виходу на зовнішній ринок, не володіли належним досвідом ведення експортно-імпортних операцій, достатніми знаннями в галузі ділових відносин і етиці міжнародного бізнесу.

Третій етап (1991 р. до даного часу). Період реформування і розвитку ЗЕД в Україні як суверенній державі. Вступ країни на шлях самостійного розвитку вимагало вироблення нової концепції ЗЕД з урахуванням проведення Україною самостійної зовнішньоекономічної політики.

Суть прийнятої на початковому етапі концепції полягала:

- в розвитку активного співробітництва з країнами дальнього зарубіжжя, входження в світовий інтеграційний процес;
- удосконалення і подальший розвиток економічних зв'язків з країнами ближнього зарубіжжя, переведення їх на ринкові відносини.

На даному етапі ЗЕД розглядається не тільки як складова частина господарської діяльності підприємства, але й як важливий фактор економічного росту, створення передумов інтенсивного розвитку інтеграційних процесів на мікрорівні. В цей період був прийнятий ряд важливих законодавчих актів, зокрема Закони України «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про єдиний митний тариф», «Про режим іноземного інвестування», Декрет Кабінету Міністрів України «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» та ін. За цей період значно збільшилось число суб'єктів, що здійснюють ЗЕД, зріс об'єм зовнішньоторгового обігу, розширилася географія зовнішньоекономічних зв'язків.

Для того щоб *проаналізувати сучасний стан організації й управління ЗЕД* в Україні необхідно з'ясувати невирішені проблеми у сфері ЗЕД, проаналізувати, як на здійснення

міжнародних зв'язків впливають законодавчі засади, а також перспективи і напрями зовнішньоекономічної політики України.

Структура зовнішньоторгового обігу як і раніше має переважно сировинний характер, все ще нераціональним являється імпорт, недостатньо ефективно функціонують підприємства з іноземним капіталом. Великої уваги вимагають і такі питання, як створення стабільної правової бази, сприятливого інвестиційного клімату, ефективної системи управління ЗЕД на рівні підприємства, підвищення якості експортної продукції і багато інших.

Зовнішньоекономічна діяльність дає змогу українським підприємствам прискорювати науково-технічний прогрес завдяки організації спільних досліджень, швидкому переобладнанню сучасною технікою цілих галузей і виробництв, сприяє розв'язанню багатьох соціальних проблем.

Тема 3. Підприємство - основний суб'єкт ЗЕД. Організаційні форми ЗЕД

Питання для самостійного вивчення

1. Недержавні органи регулювання зовнішньоекономічної діяльності: торговопромислові палати, фондові та валютні біржі.

Зазначити, чому торгово-промислові палати, фондові та валютні біржі відносяться до недержавних органів регулювання зовнішньоекономічної діяльності, які особливі функції вони виконують.

Торгово-промислова палата є формою бізнесової мережі (об'єднання підприємств), спрямованої на захист та лобіювання інтересів учасників, які формуються за галузевим, територіальним або загальнонаціональним принципом.

В Україні галузеві торгово-промислові палати заборонені законом.

Торгово-промислова палата України відповідно до Закону – недержавна неприбуткова самоврядна організація, яка на добровільних засадах об'єднує юридичних осіб і громадян України, зареєстрованих як підприємці, а також їх об'єднання.

Необхідно знати, що палати надають практичну допомогу підприємцям у здійсненні торгово-економічних операцій на внутрішньому і зовнішньому ринках, сприяють розвитку експорту українських товарів і послуг, для чого надають своїм членам широкий спектр професійних послуг, у тому числі консультаційні послуги з питань зовнішньої торгівлі та оцінки ринків, проводять незалежну експертизу товарів, здійснюють оцінку нерухомості, декларування зовнішньоторговельних вантажів (за домовленістю з митними органами) надають патентно-ліцензійні послуги, послуги з штрихового кодування товарів та ін.

Також ТПП надає українським та іноземним підприємцям ділову, юридичну інформацію, організовує семінари, конференції, виставки в Україні і за кордоном, забезпечує ділові переговори з економічних питань, надає інші послуги для здійснення підприємницької діяльності.

Поряд з національними ТПП існує *Міжнародна торгова палата* – це міжнародна недержавна організація, яка об'єднує ділові кола та окремі фірми, зокрема торгові палати, торгові та банківські асоціації різних країн світу. Заснована вона в 1920 році, місце розташування – Париж. Її основні функції – сприяти поліпшенню торгівлі між різними країнами і рішенню міжнародних економічних проблем. При МТП діє арбітражний суд для врегулювання торгових суперечок.

Розвиток товарного виробництва втягнув в міжнародний обмін величезну масу товару, що призвело до стихійного утворення постійних ринків з окремих видів товару.

Біржі – постійно діючі ринки, на яких постійно здійснюється торгівля великими масами однорідних товарів.

По суті біржі є комерційними посередниками, які самі не беруть участі в угодах, але сприяють їх укладанню. Біржа як комерційне підприємство забезпечує брокерів приміщенням, зв'язком, здійснює облік операцій, визначає біржові ціни (котирування), сприяє розрахункам, розробляє типові контракти, веде арбітражні розгляди спорів. Для цього в структурі бірж створюються спеціалізовані комітети, якими керують директори, що входять у відповідний орган управління біржі. На чолі стоїть президент.

Операції на біржі здійснюються на стандартні партії товару, які мають певну якість. Це дає можливість здійснювати на біржі операції не тільки без огляду товару, а й взагалі на неіснуючий товар.

Біржі бувають: товарні, фондові, валютні.

Товарна біржа – це асоціація продавців, які забезпечують ринок купівлі-продажу товарів з певними кількісними характеристиками. Самі товари на біржі не доставляються, з ними тільки здійснюються біржові операції, а їх наявність підтверджується документами. Характерною особливістю товарних бірж є їх спеціалізованість. Визначити найбільші товарні біржі світу.

Фондова біржа – спеціалізована фінансова організація, яка зосереджує попит і пропозицію цінних паперів, сприяє формуванню їх біржового курсу.

Основними функціями фондової біржі є:

- мобілізація тимчасово вільних коштів у грошовому вираженні юридичних і фізичних осіб шляхом реалізації цінних паперів;
- встановлення ринкової ціни (біржового курсу) цінних паперів;
- перелив капіталу між компаніями, галузями, сферами виробництва та обслуговування.

Проаналізувати на яких фондових біржах здійснюється найбільша кількість угод з продажу цінних паперів.

Валютна біржа – ринок валют, де здійснюється їх купівля-продаж. Купівля-продаж іноземної валюти здійснюється за ринковими цінами.

Основні функції валютної біржі:

- акумулювання попиту і пропозиції на валюти;
- забезпечення додаткових гарантій при укладанні валютних угод;
- організація торгів та укладання угод з купівлі-продажу іноземної валюти з учасниками торгів;
- проведення розрахунків в іноземній валюті по угодах; – визначення котирування іноземної валюти;
- збір і аналіз інформації о торгівлі валютою.

– Тема 4. Поняття і основні складові зовнішнього середовища підприємства-учасника ЗЕД

Питання для самостійного вивчення

1. Товарна номенклатура ЗЕД.
2. Декларування товарів: форми та процедури.

Товарна номенклатура зовнішньоекономічної діяльності (ТН ЗЕД), що розроблена на базі Гармонізованої системи опису та кодування товарів (ГС) і Комбінованої тарифно-статистичної номенклатури Європейського економічного співтовариства (КН ЄЕС), є основою системи заходів державного регулювання зовнішньоекономічною діяльністю країни.

Система цифрового кодування в ТН ЗЕД дозволяє представляти всю необхідну інформацію в зручній формі для оперувати нею при зборі, передачі та автоматизованій обробці.

Однозначне розуміння класифікаційних угруповань є не тільки перевагою ТН ЗЕД, а й необхідною умовою при визначенні ставок митних зборів та інших платежів, визначенні режимів експорту-імпорту тих чи інших товарів, зіставленні даних по зовнішній торгівлі різних країн та проведенні економікостатистичного аналізу.

Відповідно до законодавства особи, які переміщують товари і транспортні засоби через митний кордон України або здійснюють діяльність, контроль за якою покладено на митні органи, зобов'язані надавати цим органам документи та відомості, необхідні для здійснення митного контролю. Перелік документів та відомостей, необхідних для проходження процедури митного оформлення, визначається Державною митною службою України.

Перелік документів та відомостей, необхідних для здійснення митного контролю, і порядок їх подання визначаються Кабінетом Міністрів України. Як правило, такі переліки містяться в Типових технологічних схемах пропуску через державний кордон України автомобільних, водних, залізничних та повітряних транспортних засобів перевізників.

Залежно від способу переміщення товарів, їх характеру, кількісних та вартісних розмірів, мети переміщення та інших факторів митним органам можуть надаватися різні документи.

Усю сукупність зовнішньоторговельних документів можна систематизувати на (рис.1): оперативно-зовнішньоторговельні, комерційні, розрахункові, транспортні, страхові, дозвільні, митні та інші документи.

Митне оформлення базується на додержанні учасниками ЗЕД вимог законодавства про обов'язкове декларування, тобто наданні відомостей митним органам про всі товари і транспортні засоби, що переміщуються через митний кордон, а також тих, митний режим яких змінюється. *Декларування* виражається в поданні митної декларації в усній, електронній або письмовій формі, інших документів та інформації, необхідних для митного оформлення і митного контролю.

Пояснити коли може застосовуватися *усне декларування*. Прикладом декларування в іншій формі може служити прохід пасажирів у міжнародних аеропортах по «зеленому коридору». У такому разі пасажир своєю дією заявляє співробітникам митниці про відсутність у нього товарів, що підлягають контролю митних органів.

У зв'язку з різними ситуаціями, в яких перебувають декларанти при ввезенні, вивезенні і транзиті товарів і транспортних засобів, процес декларування може сильно відрізнятися за формою, змістом, терміном і т. ін., у тому числі залежно від виду обраного діяльності необхідно отримати ліцензію Митного комітету України, а також мати митного брокера (фахівця з митного оформлення), якому видано кваліфікаційне свідоцтво Державною митною службою України.

Митний брокер має право самостійно здійснювати будь-які операції з митного оформлення, виконувати посередницькі функції за рахунок і за дорученням особи, яку представляє.

Заява на отримання ліцензії Державній митній службі України на право здійснення митної брокерської діяльності розглядається Державною митною службою України протягом двох місяців з дня її отримання.

Для отримання ліцензії необхідно:

- пред'явити гарантію банківської застави на предмет наявності особистого мінімального капіталу у встановленому розмірі для забезпечення відповідальності перед митними органами;
- мати достатнє матеріально-технічне забезпечення для виконання обов'язків митного брокера;
- вести необхідний облік і звітність, які в повному обсязі відображають операції з товарами, які підлягають митному контролю.

Тема 5. Державне регулювання ЗЕД

Питання для самостійного вивчення

1. Проблеми бюджетної заборгованості з ПДВ і шляхи їх вирішення.

Необхідно розглянути та проаналізувати проблеми бюджетної заборгованості з ПДВ та запропонувати можливі шляхи їх вирішення.

Практика оподаткування доданої вартості в Україні свідчить про досить напружену ситуацію в даному сегменті податкових відносин, що зумовлено недосконалістю сучасного механізму розрахунку податкових зобов'язань, наявністю численних і не завжди економічно обґрунтованих пільг. Особливо гострими та постійними проблемами є своєчасне відшкодування ПДВ, а особливо для експортно-орієнтованих виробників, наявність можливостей використання ПДВ для приховування реальних доходів.

Через неврегульованість цієї проблеми фіскальна віддача від ПДВ має тенденцію до стійкого зниження. Це в свою чергу призвело до нарощування заборгованості держави з його відшкодування перед платниками. Проблема заборгованості з ПДВ уряд вирішує через емісію спеціальних цінних паперів. Значною проблемою, яку необхідно вирішити найближчим часом, є створення дієвого механізму попередження незаконного повернення цього податку, адже застосування незаконних схем відшкодування ПДВ при здійсненні експортних операцій породжує проблему виведення капіталу з економіки країни.

Встановлено, що причини бюджетної заборгованості з відшкодування ПДВ мають комплексний характер, а саме:

- недотримання запланованих надходжень ПДВ до державного бюджету, завдяки зростанню податкової недоїмки;
- прорахунки в процесі планування податкових надходжень;
- перевищення фактичним рівнем сальдо експортно-імпортних операцій його прогнозного рівня, внаслідок чого фактичні вимоги на відшкодування ПДВ виявляються вищими від очікуваних, які опосередковано враховані при визначенні планових надходжень ПДВ;
- пред'явлення незаконних вимог на бюджетне та експортне відшкодування ПДВ і зниження податкових зобов'язань;

Таким чином ризик ускладнення процесу відшкодування в Україні є значно вищим, ніж у європейських країнах.

Проаналізувати та порівняти обсяги відшкодування ПДВ до загальної суми надходжень у 2009 -2011рр.

Проаналізувати такі шляхи розв'язання проблеми бюджетної заборгованості з ПДВ як удосконалення процедури реєстрації платників ПДВ; набуття прав на податковий кредит залежно від факту оплати; заборона відшкодування ПДВ у разі продажу товарів (робіт, послуг) за цінами, які є значно нижчими від рівня звичайних цін.

Щодо пільг з податку на додану вартість то є необхідність приведення вітчизняного законодавства у відповідність з вимогами Шостої директиви ЄС, згідно якої будь-яке звільнення не повинно призводити до такого викривлення конкуренції, яке поставить у невідгідне становище комерційні підприємства, що підпадають під ПДВ.

Тема 2. Сучасні стратегії менеджменту в міжнародному бізнесі

Питання для самостійного вивчення 1.

Вивчення й аналіз умов ринку.

Проблема виходу вітчизняних підприємств, які не можуть адаптуватися і реагувати на всі зміни, на зовнішні ринки без належного планування, управління, аналізу є особливо актуальною. Після вибору найбільш адекватного конкурентним перевагам та

потенціалу підприємства зарубіжного ринку логічно постає питання про форми присутності на цьому ринку, а отже, і спосіб виходу на нього.

Тому для здійснення зовнішньоторгових операцій проводиться маркетингове дослідження зовнішнього ринку, яке передбачає вивчення комплексу характеристик та даних, які передбачають властивості світового ринку або ринків окремих географічних регіонів чи певних країн, а саме:

1. Вивчення ринкового підприємницького середовища на зовнішніх ринках, яке передбачає аналіз демографічних, природних, економічних, науково-технічних, політико-правових, культурних та соціальних факторів розвитку світових ринків.

2. Вивчення вимог світового ринку або зовнішнього ринку до товару, тобто вимог покупців зарубіжних держав до споживчих властивостей продукту та відповідного набору послуг, які супроводжують продаж і споживання товару. Для українського продавця та виробника ці вимоги з боку покупців товару є складовими його конкурентоспроможності, тому є необхідність приділяти велику увагу рівню конкурентоспроможності продукції, що випускається та її відповідності характеру запитів конкретного ринку і його сегментів.

3. Вивчення місткості та характеру зовнішнього ринку, еластичності попиту на нього. Саме ці показники визначають можливі перспективи збуту продукції, динаміки продажів та особливості маркетингових заходів, необхідних для успішного просування товарів.

4. Спостереження за рівнем світових цін та тенденціями їх зміни. Для цього складаються таблиці руху цін та їх індексів, будуються графіки, екстраполюються тренди попередніх періодів на майбутній розвиток цінових рівнів, даються прогноз та оцінка рівня динаміки цін на роки вперед.

5. Дослідження фірмової структури ринку та складу закордонних партнерів, а саме: споживачів, посередників, постачальників, конкурентів. Відносно кожної фірми залежно від її приналежності до тієї чи іншої групи проводяться дослідження ступеня її надійності, платоспроможності, конкурентних слабкостей та переваг тощо.

6. Маркетинговий аналіз ступеня та характеру ринкової конкуренції, методів маркетингової роботи конкурентів, їх товарної, цінової, збутової політики, реклами та політики стимулювання продажів, кадрової політики.

7. Дослідження форм роботи, які прийняті у торговій практиці по даному товару на даному ринку та його сегментах. Спеціалістів у сфері ЗЕД цікавить, прямо чи непрямо здійснюється більшість угод купівлі-продажу на даному зовнішньому ринку, які форми посередницьких угод типові для нього, які види угод можна застосовувати на даному ринку, які форми торгівлі використовуються тощо.

8. Визначення особливостей споживчих пріоритетів та психологія поведінки покупців даного товару на зовнішньому ринку, основних причин, мотивів прийняття рішень іноземними споживачами про купівлю конкретних товарів (як наших, так і конкурентів).

Тема 4. Посередницькі та орендні операції на зовнішніх ринках.

Питання для самостійного вивчення

1. Регулювання посередницьких операцій в Україні.

Для розкриття змісту регулювання посередницьких операцій в Україні необхідно розкрити як державний рівень регулювання посередницьких операцій, так і міжнародний рівень та його складові.

Державний рівень характеризується регулюванням посередницьких операцій безпосередньо на внутрішньому ринку. Основними нормативними актами є Конституція України, кодекси, закони та підзаконні нормативноправові акти.

Особливо важливими є вирішення рівня підприємства у нормативноправовому регулюванні, адже саме підприємства є суб'єктами здійснення даних операцій. На рівні підприємства складаються накази, посадові інструкції, договори, що опосередковано регулюють діяльність посередника.

Найвищу юридичну силу має Конституція України, що забезпечує право громадянина на отримання життєво необхідних благ, в чому можуть сприяти посередники.

Наступний рівень нормативно-правового регулювання забезпечується кодексами. Господарський кодекс України, Цивільний кодекс, Податковий кодекс України, Митний кодекс України визначають загальні аспекти діяльності посередників на ринку, положення щодо договірної регулювання та порядок оподаткування посередницьких операцій.

Господарський кодекс України регулює порядок здійснення агентських відносин та окремими розділами визначає фінансове посередництво. У даному кодифікованому законі увага зосереджена виключно на операціях з цінними паперами як одному із видів фінансового посередництва (регулюються питання ліцензування такої діяльності, суб'єкти та умови укладання угод на фондовому ринку).

У Цивільному кодексі України врегульовано договірне регулювання посередницьких операцій в частині укладання договорів комісії, управління майном, доручення, визначення їх істотних умов. Окремими статтями розглядається порядок проведення розрахунків за кожним із видів договорів.

Податковий кодекс України визначає порядок оподаткування посередницьких операцій у розрізі різних видів договорів, регулює порядок визнання податкових зобов'язань з податку на прибуток та податку на додану вартість.

У Митному кодексі України врегульовані питання посередницьких операцій, що здійснюються в зовнішньоекономічній діяльності (регламентує порядок здійснення діяльності митними брокерами).

Закони України як наступний рівень нормативно-правового забезпечення посередницьких операцій присвячені регулюванню окремих видів посередницьких операцій у різних сферах. Більшість нормативних актів визначають діяльність фінансових посередників в частині здійснення діяльності, отримання ліцензій, порядку проходження фінансового моніторингу, здійснення посередницьких операцій при експорті та імпорті товарів, робіт (послуг). Детальне регламентування діяльності посередників у розрізі окремих операцій містять постанови, правила, умови та положення, які визначають порядок здійснення операцій, проведення розрахунків, оцінку ступеня завершеності послуги.

Важливим є відокремлення в окрему групу листів ДПАУ, які визначають порядок оподаткування, сплати та нарахування податків і зборів під час здійснення посередницьких операцій.

Нормативно-правове регулювання посередницьких операцій на рівні підприємства здійснюється на підставі внутрішніх документів та посередницьких договорів. До складу внутрішніх документів можна віднести: накази, посадові інструкції, розпорядження. Основне призначення наведених вище документів врегулювати порядок здійснення операцій.

Наказ як розпорядчий документ керівника містить інформацію щодо врегулювання порядку здійснення посередницьких операцій, осіб відповідальних за їх здійснення,

порядку укладання та підписання договорів, відображення на рахунках бухгалтерського обліку.

Посадові інструкції як правовий документ в частині посередницьких операцій на рівні підприємства визначає відповідальних осіб за здійснення посередницької операції, обов'язки та їх права.

Розпорядження покликає здійснювати вирішення оперативних питань щодо функціонування посередницьких операцій.

Міжнародний рівень регулювання посередницьких операцій представлений конвенціями, директивами ЄС, модельними законами ЮНСІТРАЛ, міжнародними стандартами. Даний рівень забезпечує регулювання даних операцій між різними країнами для уніфікації єдиних вимог у сфері посередництва.

Слід зауважити, що міжнародний рівень нормативно-правового регулювання має необов'язковий характер виконання, але його врахування є важливим для підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. Дотримання міжнародних вимог у сфері посередництва сприяє уникненню непорозумінь з іноземними контрагентами та швидкому врегулюванню форс-мажорних обставин, що забезпечує зниження витрат діяльності суб'єкта господарювання.

Під час дослідження інформаційної бази нормативно-правових актів країн СНД в частині посередницьких операцій за ключовими словами «посередницькі операції», «посередник» встановлено, що регулювання здійснюється наступними групами документів: кодекси, закони, постанови, накази, положення, правила та інструкції.

Тема 7. Особливості ціноутворення та просування товару на зовнішніх ринках

Питання для самостійного вивчення

1. Специфіка формування цін на сировинні товари, готові вироби.

Для розкриття специфіки формування ціни на сировинні товари, готові вироби, необхідно дати визначення основних понять «сировинні товари», «готові вироби». До узагальненого поняття як правило, належать: мінеральна сировина, продукти її збагачення та переробки (чорні та кольорові метали); сільськогосподарська сировина рослинного і тваринного походження та продукти їх первинної переробки, а також продовольчі товари; хімічна продукція (синтетичний каучук, штучні волокна, пластмаси та ін.).

Найчастіше під сировиною розуміють лише продукти добувної промисловості та сільського господарства, а під основними матеріалами – продукцію обробної промисловості. Західними фахівцями пропонується трактування сировини як комплексу, що об'єднує матеріали, які безпосередньо видобуваються з навколишнього середовища (нафта, руди, ліс тощо), та напівфабрикати, тобто матеріали, що були оброблені, але є непридатними до споживання як готові продукти. Вони, в свою чергу, є сировиною для виробництва готової продукції (метали, лісоматеріали, хімічна сировина, продукти первинної переробки сільськогосподарської продукції).

Так, згідно статистики ООН до сировини відносять продовольство, сировинні матеріали (шкіряна сировина; каучук, включаючи штучний; лісопродукти, включаючи целюлозу і папір; текстильні волокна та ін.), руди та інші мінерали, включаючи природні добрива, паливні матеріали та кольорові метали. Проте чорні метали та продукти хімії, пряжа, тканини належать за цією схемою до готових виробів.

Таким чином, чіткої класифікації сировинних товарів не існує. Тому найчастіше поняття «сировинні товари» об'єднує як саму сировину, так і товари (продукцію) первинної переробки. У міжнародній практиці до *сільськогосподарської сировини* належить продукція рослинництва, продукти тваринництва, рибальства, сировина для харчової промисловості.

Промислова сировина поділяється на сировину мінерального походження (нафта, вугілля, руди, сіль, нерудні копалини) та сировину, що отримується штучним шляхом (штучні волокна, штучний каучук, пластмаси тощо).

У світовому споживанні сировини питома вага паливно-сировинних товарів оцінюється експертами на рівні 75–80 % (за вартістю). До товарів первинної переробки належить продукція переробної промисловості (хімічної, харчової, збагачувальної тощо), яка є результатом першої стадії обробки сировини. Ця продукція, у свою чергу, – сировина для подальшого виробництва.

В основному міжнародна торгівля сировинними товарами характеризується нестабільністю ринку, його залежністю від сукупності різноспрямованих чинників, які можна поділити на дві групи: постійно діючі і тимчасові.

До постійно діючих можна віднести: науково-технічний прогрес у видобуванні, переробці, збереженні та транспортуванні; відносно нечутливий до цін попит на основні товарні групи сировини; циклічність ділової активності; сезонність отримання та споживання, особливо сільськогосподарської продукції; коливання цін; достатньо високий рівень регулювання світових ринків сировини.

Необхідно знати, що саме такі чинники, як стихійні лиха, соціальні конфлікти, політичні зіткнення, спалахи спекуляцій (споживачів і виробників) є тимчасовими, але вони справляють великий вплив на кон'юнктуру світових сировинних ринків.

На місткість світового ринку сировини впливають дві протилежні тенденції:

- зниження матеріало– та енергомісткості у виробництві, що зменшує місткість ринку;
- процес створення національної промисловості в більшості країн, що розвиваються, який збільшує місткість ринку.

Поставки машин та обладнання в готовому до експлуатації вигляді є найпоширенішою формою торгівлі транспортними засобами, виробами верстатобудування, технічними товарами побутово-культурного призначення. Основною ознакою цього виду поставок є те, що товар передається покупцеві в готовому до експлуатації вигляді.

Особливістю торгівлі готовими машинами та обладнанням є те, що відносини між продавцем і покупцем не закінчуються, як це відбувається при поставках сировини, продовольства, товарів широкого вжитку тощо.

Наприклад, при експорті складного технологічного обладнання продавець зобов'язується (якщо це обумовлено контрактом) виконати такі роботи: здійснити монтаж обладнання; навчити місцевий персонал роботі з обладнанням; забезпечити безперебійну роботу обладнання в гарантійний період; забезпечити регулярну поставку запасних частин, а якщо це передбачено умовами додаткової угоди, то здійснювати технічне обслуговування в післягарантійний період.

Експорт стандартного обладнання, яке не потребує монтажу та навчання персоналу, також передбачає продовження взаємовідносин між сторонами з приводу технічного обслуговування в гарантійний період і поставки запасних частин для обладнання протягом всього терміну його експлуатації.

У здійсненні зазначених вище операцій та укладанні відповідних контрактів (на монтаж, підготовку персоналу, технічне обслуговування, поставку запасних частин) заінтересовані обидві сторони. Експортер прагне закріпити свої позиції на ринку країни імпортера, створити імідж надійного партнера та розширити обсяги реалізації своєї продукції. Імпортер, укладаючи угоди на здійснення цих операцій одночасно з підписанням договору на поставку обладнання, має можливість отримати певні преференції на виконання додаткових робіт, зокрема знижки з прейскурантних цін на запасні частини, розмір яких може сягати 20–30 % вартості товарів, що поставляються.

Необхідною умовою стабільного експорту машин, обладнання та приладів завжди було створення на зарубіжному ринку розгорнутої та добре організованої мережі технічного обслуговування. В останні десятиріччя при виборі покупцем машин та

обладнання на світовому ринку визначальним стає не рівень ціни, а саме якісні параметри обладнання та можливість продавця забезпечити належне технічне обслуговування протягом усього періоду експлуатації.

Міністерство освіти та науки України
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
Кафедра міжнародних економічних відносин

Комплект контрольних завдань з дисципліни
(залікові білети/питання/навчальні та контролюючі тести,
пакети контрольних завдань для комплексної перевірки знань
студентів)

УПРАВЛІННЯ ЗЕД

рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
галузь знань 29 «Міжнародні відносини»
спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»
освітня програма (спеціалізація) «Міжнародні економічні відносини»
вид дисципліни за вибором
факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу

Укладач: викл. Азаренкова О.В.

2018/ 2019 навчальний рік

Варіант № 1

1. Розкрити зміст і предмет міжнародного приватного права.
2. Охарактеризувати колізійні питання права власності.
3. Дати характеристику Віденської конвенції 1980 року про договори міжнародної купівлі-продажу товарів.

Варіант № 2

1. Визначити зв'язок міжнародного приватного права з міжнародним публічним правом.
2. Проаналізувати колізійні норми щодо трудових відносин за законодавством України.
3. Розкрити поняття міжнародного перевезення.

Варіант № 3

1. Розкрити поняття національного режиму і режиму найбільшого сприяння.
2. Охарактеризувати колізійні питання зобов'язального права.
3. Проаналізувати форми страхування валютних ризиків у зовнішньоекономічних контрактах.

Варіант № 4

1. Дати оцінку взаємності і реторсії в міжнародному приватному праві.
2. Розкрити суть автономії волі сторін.
3. Охарактеризувати національне законодавство як джерело міжнародного приватного права.

Варіант № 5

1. Охарактеризувати матеріально-правовий метод і його значення.
2. Визначити колізійні норми щодо правочинів, довіреності, позовної давності за законодавством України.
3. Проаналізувати міжнародний договір як джерело міжнародного приватного права.

Варіант № 6

1. Охарактеризувати колізійно-правовий метод і його значення.
2. Проаналізувати основні положення Віденської конвенції 1980 року про договори міжнародної купівлі-продажу товарів.
3. Дати оцінку міжнародному звичаю як джерелу міжнародного приватного права.

Варіант № 7

1. Розкрити поняття і структуру колізійно-правових норм.
2. Обґрунтувати випадки виключної підсудності судам України справ з іноземним елементом.
3. Проаналізувати особистий закон фізичної особи.

Варіант № 8

1. Проаналізувати види колізійних норм.

2. Дати оцінку загальним правилам та підставам визначення підсудності судам України справ з іноземним елементом.
3. Визначити поняття та особливості режиму найбільшого сприяння.

Варіант № 9

1. Розкрити суть тлумачення і застосування колізійних норм.
2. Дати оцінку правовому регулюванню міжнародних залізничних перевезень.
3. Проаналізувати поняття і підстави колізій законів у міжнародному приватному праві.

Варіант № 10

1. Розкрити суть зворотного відсилання і відсилання до права третьої держави.
2. Дати оцінку правовому регулюванню міжнародних морських перевезень.
3. Проаналізувати матеріально-правовий метод і його значення.

Варіант № 11

1. Визначити права і обов'язки іноземних громадян в Україні в аспекті міжнародного приватного права.
2. Дати оцінку правовому регулюванню міжнародних автомобільних перевезень.

3. Розкрити колізійно-правовий метод і його значення.

Варіант № 12

1. Розкрити суть особистого закону фізичної особи.
2. Дати оцінку правовому регулюванню міжнародних повітряних перевезень.
3. Проаналізувати поняття та структуру колізійної норми.

Варіант № 13

1. Розкрити суть особистого закону юридичної особи.
2. Охарактеризувати міжнародні конвенції з питань деліктних зобов'язань.
3. Проаналізувати визнання і виконання іноземних арбітражних рішень.

Варіант № 14

1. Розкрити правове положення транснаціональної корпорації.
2. Дати оцінку колізійним питанням деліктних зобов'язань.
3. Визначити поняття міжнародного цивільного процесу.

Варіант № 15

1. Охарактеризувати Всесвітню конвенцію про авторське право.
2. Проаналізувати колізійні норми недоговірних зобов'язань за законодавством України.
3. Дати оцінку виконанню іноземних судових доручень.

Варіант № 16

1. Охарактеризувати Бернську конвенцію про авторське право.
2. Проаналізувати колізійні норми зобов'язального права за законодавством України.
3. Розкрити поняття і зміст арбітражної угоди.

Варіант № 17

1. Обґрунтувати участь держави у цивільно-правових відносинах з іноземним елементом.
2. Проаналізувати колізійні норми речового права за законодавством України.
3. Розкрити проблему уніфікації норм міжнародного приватного права.

Варіант № 18

1. Визначити поняття міжнародної підсудності.
2. Проаналізувати колізійні норми щодо статусу юридичних осіб за законодавством України.
3. Розкрити сутність проблеми кваліфікації та основні способи її вирішення.

Варіант № 19

1. Дати оцінку процесуальному положенню іноземних фізичних і юридичних осіб.
2. Проаналізувати колізійні норми щодо прав інтелектуальної власності за законодавством України.
3. Охарактеризувати види третейських (арбітражних) судів.

Варіант № 20

1. Дати оцінку процесуальному положенню іноземної держави.
2. Проаналізувати колізійні норми щодо правового статусу фізичних осіб за законодавством України.
3. Визначити систему міжнародного приватного права.

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

1. Інтернаціоналізація бізнесу і її форми. Відмінності національного і міжнародного бізнесу.
2. Проведіть PEST-аналіз підприємства – представника машинобудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.
3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Яка діяльність, пов'язана з перетинанням державного кордону розкриває зміст зовнішньоекономічної діяльності підприємств?:

- а) товарів, капіталів, грошей;
- б) грошей, капіталів, робочої сили;
- в) товарів, послуг, робочої сили;
- г) грошей, товарів, капіталів, технологій, послуг, робочої сили.

2. З чим пов'язані операції, які визначають зміст поняття «зовнішньоторговельні операції»?:

- а) імпортом і експортом робочої сили, послуг;
- б) імпортом і експортом товарів, грошей;
- в) імпортом і експортом товарів, послуг;
- г) імпортом і експортом капіталів, товарів.

3. Визначте основні види зовнішньоекономічної стратегії України:

- а) ізоляція;
- б) протекціонізм, вільна торгівля;
- в) насичення дефіцитного ринку з пом'якшеними умовами втілення стратегії;
- г) насичення дефіцитного ринку з жорсткими умовами втілення стратегії.

4. Електротехнічний концерн «Філіпс» впроваджує на зовнішньому ринку глобальні маркетингові стратегії. Визначте їх серед інших:

- а) концентрована, оборонна;
- б) інтернаціоналізації, диверсифікації;
- в) диференціації щодо продукту; сегментації;
- г) дисперсії, атакуючі стратегії.

5. Фірма «Козак» поступово розширює свою долю реалізації конкурентоспроможних товарів на західноєвропейському ринку. Які стратегії пошуку оптимального ринку вона використовує?:

1) концентровані стратегії:

А) атакуючі стратегії:

Б) оборонні стратегії:

2) Дисперсні стратегії:

А) атакуючі стратегії:

Б) оборонні стратегії:

6. Що має забезпечити державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності?:

а) захист економічних інтересів України та захист інтересів суб'єктів ЗЕД;

б) використання заходів оперативного регулювання зовнішньоекономічною діяльністю;

в) створення рівних можливостей для суб'єктів ЗЕД у розвитку всіх видів підприємницької діяльності і всіх напрямків використання доходів та здійснення

інвестицій, захист їх законних інтересів та економічних інтересів України;

г) розвиток і захист конкуренції, запобігання монополізації товарних ринків.

7. За допомогою чого здійснюється регулювання зовнішньоекономічною діяльністю?:

а) економічних заходів оперативного державного регулювання,

б) законодавчих актів України,

в) актами та діями державних і недержавних органів, не передбаченими законодавчими актами України;

г) рішення недержавних органів України у межах їх засновницьких документів; угод між суб'єктами ЗЕД України, які не суперечать її законодавчим актам.

8. Який правовий режим запроваджується на території вільних економічних зон для іноземного суб'єкта господарської діяльності?:

а) національний;

б) спеціальний;

в) найбільшого сприяння.

9. Які із наведених органів здійснюють державне регулювання зовнішньоекономічною діяльністю?:

а) Верховна Рада України, Президент України, Кабінет Міністрів України;

б) місцеві Ради народних депутатів, їх виконавчі органи;

в) Національний банк України; Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України; Державна митна служба України;

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

10. Зазначте функції, які виконує Верховна Рада України при регулюванні зовнішньоекономічної діяльності?:

а) здійснює координацію діяльності міністерств, державних комітетів і відомств України, координує роботу торговельних представництв України в іноземних державах;

б) затверджує головні напрямки зовнішньоекономічної політики України;

в) регулює курс національної валюти України до грошових одиниць інших держав;

г) затверджує законодавчі акти щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаматор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 2

1. Етапи розвитку та реформування сфери ЗЕД в Україні. Стратегічні цілі розвитку і перспективи ЗЕД України.

2. Проведіть PESTEL-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.

3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Які із наведених функцій виконує Кабінет Міністрів України при регулюванні зовнішньоекономічної діяльності?:

- а) забезпечує складання зведеного валютного плану України;
- б) здійснює контроль за додержанням всіма суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності законів України та умов міжнародних договорів України;
- в) виступає гарантом кредиту, що надається суб'єктам ЗЕД іноземними банками, фінансовими та іншими міжнародними організаціями під застави державного майна України;
- г) регулює курс національної валюти України.

2. Які із наведених функцій виконує Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України?:

- а) затверджує списки товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню та квотування, або забороняється, а також загальні обсяги експортних і імпортних квот;
- б) забезпечує проведення єдиної зовнішньоторговельної політики під час виходу суб'єктів ЗЕД на зовнішній ринок, координацію їх діяльності, у т.ч. відповідно до міжнародних договорів України;
- в) затверджує головні напрямки розвитку зовнішньоторговельної діяльності України;
- г) здійснює заходи нетарифного регулювання ЗЕД.

3. Які квоти (контингенти) називають експортними /імпортними/?:

- а) квоти, що встановлюються по товару (товарах) без зазначення конкретних країн (груп країн), куди товар (товари) експортуються, або з яких він (вони) імпортується;
- б) квоти, то встановлюються по товару (товарах) із визначенням групи країн, куди товар (товари) експортуються, або з яких він (вони) імпортується;
- в) квоти, що встановлюються по товару (товарах) із визначенням конкретної країни, куди товар (товари) можуть експортуватися, або з якої він (вона) можуть імпортуватися;
- г) граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено експортувати з території України (імпортувати на територію України) протягом встановленого терміну та який визначається у натуральних чи вартісних одиницях.

4. Які ліцензії називають генеральними ?:

- а) належним чином оформлене право на експорт /імпорт/ протягом встановленого терміну певних товарів або валютних коштів з метою інвестицій та кредитування;
- б) відкритий дозвіл на експортні /імпортні/ операції з певного товару (товарах) та/або з певною країною /групою країн/ протягом періоду дії режиму ліцензування по цьому товару (товарах);

в) дозвіл на експорт /імпорт/ товару протягом певного періоду часу (але не менше одного місяця) з визначенням його загального обсягу;

г) разовий дозвіл, що має іменний характер і видається для здійснення кожній окремій операції конкретним суб'єктам ЗЕД на неменший період, ніж це необхідно для здійснення експортної /імпортної/ операції.

5. Визначте від чого нараховуються усі платежі на митницях:

- а) біржової вартості товару;
- б) ринкової вартості товару;
- в) митної вартості товару;
- г) купівельної спроможності товару.

6. Які ставки мита передбачені Єдиним митним тарифом України ?:

- а) преференційні, часткові, повні;
- б) пільгові, повні, часткові, повні;
- г) часткові, повні;
- д) преференційні пільгові, повні.

7. Визначте ставку мита, яка нараховується в % до митної вартості товару:

- а) компенсаційна;
- б) адвалорна;
- в) комбінована;
- г) специфічна.

8. На який час нараховується митна вартість товарів ?:

- а) при заповненні вантажної митної декларації;
- б) перетинання товаром митного кордону країни споживача;
- в) отримання товару споживачем;
- д) при підписанні зовнішньоекономічного договору /контракту/.

9. Які із приведених показників входять до розрахунку суми податку на додану вартість при імпорті непідакцизних товарів?:

- а) митні збори;
- б) митна вартість;
- в) акциз;
- г) ставка митного податку.

10. На який термін встановлюється сезонне ввізне і вивізне мито?:

- а) не більше 2 місяців з моменту встановлення;
- б) не більше 3 місяців з моменту встановлення;
- в) не більше 4 місяців з моменту встановлення;
- г) не більше 6 місяців з моменту встановлення.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаматор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗИНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 3

1. Ефект від розвитку зовнішньоекономічних зв'язків країни. Роль ЗЕД для економіки країни і економіки регіону.
2. Проведіть PESTELI-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.
3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Який орган України видає сертифікат країни походження товарів?:

- а) Державна митна служба України;
- б) Державний комітет із стандартизації,
- в) Торговельно-промислова палата,
- г) Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України.

2. Які із наведених нижче зовнішньоекономічних комерційних угод відносяться до основних?:

- а) про міжнародні перевезення вантажів; транспортно-експедиційні; страхування міжнародних вантажів; про їх зберігання;
- б) про обмін продукції у матеріально-речовій формі, патентами, ліцензіями, ноу-хау, інженерно-технічними послугами, інжиніринг;
- в) лізингові угоди, про міжнародний туризм, про реалізацію міжнародного та науково-технічного співробітництва;
- г) про міжнародні розрахунки.

3. Які нетарифні обмеження використовує Україна для регулювання зовнішньоторговельної діяльності підприємств?:

- а) повні, преференціальні та пільгові ставки мита;
- б) експортні та імпорتنі квоти; ліцензування експорту, імпорту; антидемпінгові та компенсаційні мита; стимулювання експорту;
- в) ввезні, вивізні, сезонні митні;
- г) імпорتنі податки і депозити, «добровільні» обмеження експорту, митні формальності, національні стандарти (технічні стандарти, санітарні, ветеринарні та інші норми).

4. Визначте головну перевагу використання посередників у комерційній діяльності підприємств на зовнішньому ринку:

- а) полегшується вихід експортера на ринки «третьох» країн;
- б) зменшуються витрати експортера при просуванні товарів на зовнішньому ринку;
- в) прискорюється пошук контрагентів;
- г) посилюється контроль за ринком збуту.

5. Які посередницькі операції здійснюються від імені торговельного посередника і за його рахунок?:

- а) комісійні і консигнаційні;
- б) дистрибуторські;
- в) брокерські;
- г) ділерські.

6. Які із наведених операцій здійснюються посередниками від свого імені, але за рахунок експортера?:

- а) брокерські;
- б) комісійні;
- в) консигнаційні;
- г) операції з перепродажу.

7. Які посередницькі операції здійснюються від імені експортера та за його рахунок?:

- а) брокерські;
- б) агентські;
- в) комісійні і консигнаційні;
- г) операції з перепродажу.

8. АТ «Лакомка» виробляє конкурентоспроможні кондитерські вироби, продає їх на внутрішньому ринку та в країнах СНГ, а також закуповує кондитерські вироби російських підприємств для національного ринку. З метою розширення виробництва і збуту продукції АТ «Лакомка» залучило капітал фірми, яка діє в Татарстані, та створило спільне підприємство. В даний час АТ прийняло рішення про продаж опису технології виробництва цукерок «Запорожець за Дунаєм» в Естонію. Визначте засоби виходу АТ «Лакомка» на зовнішній ринок:

- а) експорт та імпорт товарів, ліцензування;
- б) управління по контракту;
- в) підрядне виробництво, інвестування;
- г) спільне підприємство.

9. Мала фірма «Десна» виробляє запчастини до автомобілів «Жигулі». Якій стратегії розвитку їй слід дотримуватись, щоб звести до мінімуму гостроту конкуренції з крупними фірмами на зовнішньому ринку країн СНГ?:

- а) стратегії копіювання («хибний гриб»);
- б) використання переваг крупних фірм («хамелеон»);
- в) участі у продукті крупної фірми;
- г) стратегії оптимального розміру («премудрий пескар»).

10. Середня фірма «Чернівчанка» успішно реалізує конкурентоспроможне дитяче взуття у країнах СНГ. Яку стратегію росту фірми слід їй дотримуватись?:

- а) зберігання ніші,
- б) виходу за рамки ніші;
- в) пошуку захоплювача,
- г) лідерства в ніші.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаменатор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 4

1. Національна конкурентоспроможність України.

2. Проведіть STEEP-аналіз підприємства машинобудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.

3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Електротехнічний концерн «Філіпс» має близько 350 фабрик, розкиданих по всьому світу. Він часто терпить збитки від неповного завантаження. Асортимент «Філіпс» - від бритви до персонального комп'ютеру. «Філіпс» намагається все до останнього цвяха виробляти сам. Визначте відповіді на наступні запитання ?:

1) До якого типу крупних фірм відноситься «Філіпс»?:

- а) «горді леви»;
- б) «незграбні бегемоти»;
- в) «могутні слони».

2) Які основні характеристики йому притаманні?

А) Зростання:

- а) прискорене;
- б) середнє, стабільне;
- в) уповільнене.

Б) Профіль:

- а) спеціалізація у важливому перспективному та крупному сегменті ринку;
- б) широка диверсифікація у рамках крупного ринку,
- в) надмірна хаотична диверсифікація на багатьох ринках (сегментах);

В) Прибуток:

- а) недостатній, може принести збитки;
- б) достатній для прискореного росту;
- в) достатній для забезпечення стійкості на ринку.

2. Які із наведених основних цілей експортно-імпорتنих операцій висвітлюють цілі експорту підприємства?:

а) розширення виробництва, зростання прибутку за рахунок захоплення нових зовнішніх ринків, досягнення економії у масштабах виробництва;

б) розширення виробництва, зростання прибутку за рахунок захоплення нових внутрішніх ринків, збагачення асортименту на національному споживчому ринку;

в) модернізація та розширення виробничого апарату підприємства, досягнення економії на заміні обладнання, сировини вітчизняного виробництва, більш ефективною закордонною продукцією,

г) підняття та підтримка техніко-економічного рівня виробництва під «тиском» міжнародної конкуренції; збільшення валютних ресурсів підприємства.

3. Фірма «Славутич» виробляє папір, їй життєво необхідний новий станок, але валюти для його закупки недостатньо. Визначте види угод, які будуть доцільними у даній ситуації :

- а) комісійна; консигнаційна;
- б) бартерна; компенсаційна;
- в) зустрічні закупки; викуп застарілої продукції;
- г) операції з давальницькою сировиною.

4. Фірма «Оксана» має середній розмір та невелику частку на ринку одягу України та Молдови. Вона виробляє та реалізує модні дешеві майки з різними малюнками, які користуються підвищеним попитом. Одночасно вона готується до випуску дорогого модного одягу для жінок, закуповує сировину, обладнання, готує кадри. Щоб вижити вона планує дотримуватись стратегії лідерства у ніші.

1) Які цілі ставить перед собою фірма:

А) Короткострокові цілі:

- а) поточний прибуток: максимізація поточного прибутку, швидке отримання готівкових коштів.
- б) живучість: забезпеченість окупності витрат, збереження існуючого положення;

Б) Довгострокові цілі:

- а) збут: максимізація збуту, досягнення певної частки на ринку,
- б) якість: забезпечення та збереження лідерства за показниками якості.

5. Брокерська контора «Козак» постійно виконує доручення фірми «Херсонес» з продажу сільськогосподарської продукції іноземним партнерам через біржу. Якими документами оформлюються їх ділові відносини?:

- а) договір комісії, консигнації;
- б) договір на брокерське обслуговування; договір доручення;
- в) договір постачання; агентський договір; гарантійний лист банку;
- г) довіреність на здійснення відповідних операцій і складська розписка; звіт про здійснення угоди.

6. У чому відмінність біржі від торгового дому ?:

- а) комерційне підприємство; здійснює операції з нестандартизованими споживчими товарами;
- б) некомерційне підприємство; здійснює операції з великими масами однорідних піддатних стандартизації товарів,
- в) діє у сферах виробництва, фінансів;
- г) проводить операції по страхуванню (хеджуванню) угод.

7. Які спроби встановлення ділових контактів з контрагентом використовуються покупцем при укладанні імпоротної угоди ?:

- а) використовуються замовлення відомому продавцеві, або запит виробнику товару відносно того, то цікавить;
- б) направляється оферта;
- в) проводиться прийняття та підтвердження замовлення.
- г) використовується комерційний лист.

8. Які обов'язкові умови складають зміст оферти?:

- а) назва товару, кількість, ціна, якість, умови, термін поставки, умови платежу та інші основні умови поставки;
- б) умови поставки та умови платежу;
- в) назва товару, кількість, якість, ціна, термін поставки;
- г) назва товару та умови платежу.

9. Що означає умова «Інкотермс-2010» CIF [вартість, страхування і фрахт (... назва порту призначення)]?:

- а) продавець оплачує фрахт, перевезення до порту призначення, а перевізник – страхування та експортну ліцензію;
- б) продавець оплачує фрахт, страхування, перевезення до порту призначення, а покупець – експортну ліцензію, всі витрати пов'язані з митними формальностями, а також усі мита, податки, та інші офіційні збори щодо вивозу;
- в) продавець оплачує фрахт, страхування і перевезення до порту призначення, отримує експортну ліцензію, усі витрати, пов'язані з митними формальностями, а також усі мита, податки та інші офіційні збори щодо вивозу, а покупець – усі витрати від можливих втрат або пошкоджень товару, як і будь-які інші витрати, що виникають після відвантаження товару;
- г) продавець оплачує фрахт страхування і перевезення до порту призначення; страхування, а перевізник – експортну ліцензію та очистку від мита щодо вивозу.

10. Які види транспорту використовуються для терміну «Інкотермс-2010» CIF [вартість, страхування і фрахт (...назва пункту призначення)]?:

- а) тільки повітряний;
- б) тільки залізничний;
- в) будь-який;
- г) тільки морський і внутрішній водний транспорт.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)
Екзаменатор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 5

1. Роль зовнішньоекономічного фактора в розвитку національної економіки. Функції зовнішньоекономічної сфери країни.

2. Проведіть PEST-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.

3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Різні форми, засоби і методи зовнішньоекономічних відносин між країнами охоплює поняття:

- а) Зовнішньоекономічний комплекс країни або регіону
- б) Зовнішньоекономічні зв'язки
- в) Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
- г) Зовнішньоекономічна діяльність

2. Демпінг – це:

- а) плата за товар, який перетинає митний кордон;
- б) державна політика захисту внутрішнього ринку за допомогою використання тарифних інструментів;
- в) експорт товарів за цінами нижчими від собівартості цих товарів.

3. Членом якої міжнародної організації стала Україна у 2008 р.:

- а) ЄвроАзЕС.
- б) ГУАМ
- в) СОТ
- г) МВФ

4. Обов'язок України з виконання договорів і зобов'язань у галузі міжнародних економічних відносин – це:

- а) Принцип верховенства закону
- б) Принцип суверенітету народу України
- в) Принцип еквівалентності
- г) Принцип юридичної рівності і недискримінації

5. Етноцентрична концепція міжнародного менеджменту передбачає:

- а) використання єдиного стилю міжнародного менеджменту, який орієнтований на умови ведення бізнесу в країні розміщення головної компанії;
- б) наявність різних стилів управління міжнародним бізнесом залежно від країни базування
- в) використання базових стилів менеджменту незалежно від пріоритетів ринку;
- г) об'єднання головної компанії та її зарубіжних підрозділів, які мають бути пов'язані між собою як складові глобально орієнтованої мережі поділу праці

6. Оберіть характеристики твердої ціни:

- а) переважно використовується в угодах із коротким строком поставки, коли не очікується істотних змін у цінах

- б) зафіксована в контракті, але може переглядатися, якщо на момент поставки товару його ринкова ціна зменшиться
- в) застосовуються у випадках, коли протягом виконання контракту очікується значне підвищення цін, яке важко передбачити та оцінити з достатньою мірою точності
- г) застосовуються в довгострокових контрактах на поставку складних та унікальних товарів, які мають значний термін виготовлення

7. Група "основний фрахт не сплачений" об'єднує наступні базисні умови поставок:

- а) FCA, FAS, FOB
- б) CFR, CIF, CPT, CIP
- в) DAT, DAP, DDP

8. Особливості виробничого франчайзингу:

- а) передбачає тісний контакт франчайзера і франчайзі, детальну регламентацію діяльності і високий ступінь відповідальності франчайзі
- б) характерна вузька спеціалізація франчайзі для реалізації одного виду товару і послуг
- в) часто використовується при експлуатації ресторанів, підприємств громадського харчування швидкого обслуговування
- г) типовою сферою застосування цієї форми контрактних відносин є продаж і обслуговування вантажних і легкових автомобілів, роздрібний продаж нафтопродуктів, безалкогольних напоїв

9. Ціни зовнішнього ринку визначаються:

- а) рівнем цін країни-експортера
- б) цінами бірж та аукціонів
- в) цінами провідних фірм світу
- г) Все перелічене

10. Юридичні особи мають право здійснювати ЗЕД з моменту:

- а) набуття ними статусу юридичної особи;
- б) передбачення в установчих документах права здійснення ЗЕД;
- в) набуття дієздатності.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаматор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 6

1. Діяльність комерційних організацій з іноземними інвестиціями, їх філій та представництв на території України.
2. Проведіть LONGPEST-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.
3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Яка діяльність, пов'язана з перетинанням державного кордону розкриває зміст зовнішньоекономічної діяльності підприємств?:

- а) товарів, капіталів, грошей;
- б) грошей, капіталів, робочої сили;
- в) товарів, послуг, робочої сили;
- г) грошей, товарів, капіталів, технологій, послуг, робочої сили.

2. З чим пов'язані операції, які визначають зміст поняття «зовнішньо-торговельні операції»?:

- а) імпортом і експортом робочої сили, послуг;
- б) імпортом і експортом товарів, грошей;
- в) імпортом і експортом товарів, послуг;
- г) імпортом і експортом капіталів, товарів.

3. Визначте основні види зовнішньоекономічної стратегії України:

- а) ізоляція;
- б) протекціонізм, вільна торгівля;
- в) насичення дефіцитного ринку з пом'якшеними умовами втілення стратегії;
- г) насичення дефіцитного ринку з жорсткими умовами втілення стратегії.

4. Електротехнічний концерн «Філіпс» впроваджує на зовнішньому ринку глобальні маркетингові стратегії. Визначте їх серед інших:

- а) концентрована, оборонна;
- б) інтернаціоналізації, диверсифікації;
- в) диференціації щодо продукту; сегментації;
- г) дисперсні, атакуючі стратегії.

5. Фірма «Козак» поступово розширює свою долю реалізації конкуренто-спроможних товарів на західноєвропейському ринку. Які стратегії пошуку оптимального ринку вона використовує?:

- 1) концентровані стратегії;
- А) атакуючі стратегії;

- Б) Оборонні стратегії;
- 2) Дисперсні стратегії;

- А) атакуючі стратегії;
- Б) оборонні стратегії;

6. Що має забезпечити державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності?:

- а) захист економічних інтересів України та захист інтересів суб'єктів ЗЕД;
- б) використання заходів оперативного регулювання зовнішньоекономічною діяльністю;

- в) створення рівних можливостей для суб'єктів ЗЕД у розвитку всіх видів підприємницької діяльності і всіх напрямків використання доходів та здійснення

інвестицій, захист їх законних інтересів та економічних інтересів України;

- г) розвиток і захист конкуренції, запобігання монополізації товарних ринків.

7. За допомогою чого здійснюється регулювання зовнішньоекономічною діяльністю?:

- а) економічних заходів оперативного державного регулювання,
- б) законодавчих актів України,
- в) актами та діями державних і недержавних органів, не передбаченими законодавчими актами України;
- г) рішення недержавних органів України у межах їх засновницьких документів; угод між суб'єктами ЗЕД України, які не суперечать їй законодавчим актам.

8. Який правовий режим запроваджується на території вільних економічних зон для іноземного суб'єкта господарської діяльності?:

- а) національний;
- б) спеціальний;
- в) найбільшого сприяння.

9. Які із наведених органів здійснюють державне регулювання зовнішньоекономічною діяльністю?:

- а) Верховна Рада України, Президент України, Кабінет Міністрів України;
- б) місцеві Ради народних депутатів, їх виконавчі органи;
- в) Національний банк України; Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України; Державна митна служба України;
- г) територіальні підрозділи (відділення органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України).

10. Зазначте функції, які виконує Верховна Рада України при регулюванні зовнішньоекономічної діяльності?:

- а) здійснює координацію діяльності міністерств, державних комітетів і відомств України, координує роботу торговельних представництв України в іноземних державах;
- б) затверджує головні напрямки зовнішньоекономічної політики України;
- в) регулює курс національної валюти України до грошових одиниць інших держав;
- г) затверджує законодавчі акти щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаменатор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗИНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 7

1. Аутсорсинг. Міжнародні стратегічні альянси. Спільні підприємства. ТНК.

2. Проведіть PEST-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.

3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Які із наведених функцій виконує Кабінет Міністрів України при регулюванні зовнішньоекономічної діяльності?:

- а) забезпечує складання зведеного валютного плану України;
- б) здійснює контроль за додержанням всіма суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності законів України та умов міжнародних договорів України;
- в) виступає гарантом кредиту, що надається суб'єктам ЗЕД іноземними банками, фінансовими та іншими міжнародними організаціями під застави державного майна України;
- г) регулює курс національної валюти України.

2. Які із наведених функцій виконує Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України?:

- а) затверджує списки товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню та квотування, або забороняється, а також загальні обсяги експортних і імпортних квот;
- б) забезпечує проведення єдиної зовнішньоторговельної політики під час виходу суб'єктів ЗЕД на зовнішній ринок, координацію їх діяльності, у т.ч. відповідно до міжнародних договорів України;
- в) затверджує головні напрямки розвитку зовнішньоторговельної діяльності України;
- г) здійснює заходи нетарифного регулювання ЗЕД.

3. Які квоти (контингенти) називають експортними /імпортними/?

- а) квоти, що встановлюються по товару (товарах) без зазначення конкретних країн (груп країн), куди товар (товари) експортуються, або з яких він (вони) імпортується;
- б) квоти, то встановлюються по товару (товарах) із визначенням групи країн, куди товар (товари) експортуються, або з яких він (вони) імпортується;
- в) квоти, що встановлюються по товару (товарах) із визначенням конкретної країни, куди товар (товари) можуть експортуватися, або з якої він (вона) можуть імпортуватися;
- г) граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено експортувати з території України (імпортувати на територію України) протягом встановленого терміну та який визначається у натуральних чи вартісних одиницях.

4. Які ліцензії називають генеральними ?:

- а) належним чином оформлене право на експорт /імпорт/ протягом встановленого терміну певних товарів або валютних коштів з метою інвестицій та кредитування;
- б) відкритий дозвіл на експортні /імпортні/ операції з певного товару (товарах) та/або з певною країною /групою країн/ протягом періоду дії режиму ліцензування по цьому товару (товарах);

в) дозвіл на експорт /імпорт/ товару протягом певного періоду часу (але не менше одного місяця) з визначенням його загального обсягу;

г) разовий дозвіл, що має іменний характер і видається для здійснення кожній окремій операції конкретним суб'єктам ЗЕД на неменший період, ніж це необхідно для здійснення експортної /імпортної/ операції.

5. Визначте від чого нараховуються усі платежі на митницях:

- а) біржової вартості товару;
- б) ринкової вартості товару;
- в) митної вартості товару;
- г) купівельної спроможності товару.

6. Які ставки мита передбачені Єдиним митним тарифом України ?:

- а) преференційні, часткові, повні;
- б) пільгові, повні, часткові, повні;
- г) часткові, повні;
- д) преференційні пільгові, повні.

7. Визначте ставку мита, яка нараховується в % до митної вартості товару:

- а) компенсаційна;
- б) адвалорна;
- в) комбінована;
- г) специфічна.

8. На який час нараховується митна вартість товарів ?:

- а) при заповненні вантажної митної декларації;
- б) перетинання товаром митного кордону країни споживача;
- в) отримання товару споживачем;
- д) при підписанні зовнішньоекономічного договору /контракту/.

9. Які із приведених показників входять до розрахунку суми податку на додану вартість при імпорті непідакцизних товарів?:

- а) митні збори;
- б) митна вартість;
- в) акциз;
- г) ставка митного податку.

10. На який термін встановлюється сезонне вв'їзне і вив'їзне мито?:

- а) не більше 2 місяців з моменту встановлення;
- б) не більше 3 місяців з моменту встановлення;
- в) не більше 4 місяців з моменту встановлення;
- г) не більше 6 місяців з моменту встановлення.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаматор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 8

1. Зміст і сутність ризику. Управління ризиком: сутність та заходи прогнозування. Види ризиків.
2. Проведіть PEST-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.
3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Який орган України видає сертифікат країни походження товарів?:

- а) Державна митна служба України;
 - б) Державний комітет із стандартизації,
 - в) Торговельно-промислова палата,
 - г) Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України.
2. Які із наведених нижче зовнішньоекономічних комерційних угод відносяться до основних?:

- а) про міжнародні перевезення вантажів; транспортно-експедиційні; страхування міжнародних вантажів; про їх зберігання;
- б) про обмін продукції у матеріально-речовій формі, патентами, ліцензіями, ноу-хау, інженерно-технічними послугами, інжиніринг;
- в) лізингові угоди, про міжнародний туризм, про реалізацію міжнародного та науково-технічного співробітництва;
- г) про міжнародні розрахунки.

3. Які нетарифні обмеження використовує Україна для регулювання зовнішньоторговельної діяльності підприємств?:

- а) повні, преференціальні та пільгові ставки мита;
 - б) експортні та імпорتنі квоти; ліцензування експорту, імпорту; антидемпінгові та компенсаційні мита; стимулювання експорту;
 - в) ввезні, вивезні, сезонні митні;
 - г) імпорتنі податки і депозити, «добровільні» обмеження експорту, митні формальності, національні стандарти (технічні стандарти, санітарні, ветеринарні та інші норми).
4. Визначте головну перевагу використання посередників у комерційній діяльності підприємств на зовнішньому ринку:

- а) полегшується вихід експортера на ринки «третьох» країн;
 - б) зменшуються витрати експортера при просуванні товарів на зовнішньому ринку;
 - в) прискорюється пошук контрагентів;
 - г) посилюється контроль за ринком збуту.
5. Які посередницькі операції здійснюються від імені торговельного посередника і за його рахунок?:

- а) комісійні і консигнаційні;
 - б) дистрибуторські;
 - в) брокерські;
 - г) ділерські.
6. Які із наведених операцій здійснюються посередниками від свого імені, але за рахунок експортера?:

- а) брокерські;
- б) комісійні;
- в) консигнаційні;
- г) операції з перепродажу.

7. Які посередницькі операції здійснюються від імені експортера та за його рахунок?:

- а) брокерські;
- б) агентські;
- в) комісійні і консигнаційні;
- г) операції з перепродажу.

8. АТ «Лакомка» виробляє конкурентоспроможні кондитерські вироби, продає їх на внутрішньому ринку та в країнах СНГ, а також закуповує кондитерські вироби російських підприємств для національного ринку. З метою розширення виробництва і збуту продукції АТ «Лакомка» залучило капітал фірми, яка діє в Татарстані, та створило спільне підприємство. В даний час АТ прийняло рішення про продаж опису технології виробництва цукерок «Запорожець за Дунаєм» в Естонію. Визначте засоби виходу АТ «Лакомка» на зовнішній ринок:

- а) експорт та імпорт товарів, ліцензування;
- б) управління по контракту;
- в) підрядне виробництво, інвестування;
- г) спільне підприємство.

9. Мала фірма «Десна» виробляє запчастини до автомобілів «Жигулі». Якій стратегії розвитку їй слід дотримуватись, щоб звести до мінімуму гостроту конкуренції з крупними фірмами на зовнішньому ринку країн СНГ?:

- а) стратегії копіювання («хибний гриб»);
- б) використання переваг крупних фірм («хамелеон»);
- в) участі у продукті крупної фірми;
- г) стратегії оптимального розміру («премудрий пескар»).

10. Середня фірма «Чернівчанка» успішно реалізує конкурентоспроможне дитяче взуття у країнах СНГ. Яку стратегію росту фірми слід їй дотримуватись?:

- а) зберігання ніші,
- б) виходу за рамки ніші;
- в) пошуку захоплювача,
- г) лідерства в ніші.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаматор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 9

1. Інформаційне забезпечення учасників ЗЕД.

2. Проведіть PESTEL-аналіз підприємства машинобудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.

3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Електротехнічний концерн «Філіпс» має близько 350 фабрик, розкиданих по всьому світу. Він часто терпить збитки від неповного завантаження. Асортимент «Філіпс» - від бритви до персонального комп'ютеру. «Філіпс» намагається все до останнього цвяха виробляти сам. Визначте відповіді на наступні запитання ?:

1) До якого типу великих фірм відноситься «Філіпс»?:

- а) «горді леви»;
- б) «незграбні бегемоти»;
- в) «могутні слони».

2) Які основні характеристики йому притаманні?

А) Зростання:

- а) прискорене;
- б) середнє, стабільне;
- в) уповільнене.

Б) Профіль:

- а) спеціалізація у важливому перспективному та великому сегменті ринку;
- б) широка диверсифікація у рамках великого ринку,
- в) надмірна хаотична диверсифікація на багатьох ринках (сегментах);

В) Прибуток:

- а) недостатній, може принести збитки;
- б) достатній для прискореного росту;
- в) достатній для забезпечення стійкості на ринку.

2. Які із наведених основних цілей експортно-імпорتنих операцій висвітлюють цілі експорту підприємства?:

а) розширення виробництва, зростання прибутку за рахунок захоплення нових зовнішніх ринків, досягнення економії у масштабах виробництва;

б) розширення виробництва, зростання прибутку за рахунок захоплення нових внутрішніх ринків, збагачення асортименту на національному споживчому ринку;

в) модернізація та розширення виробничого апарату підприємства, досягнення економії на заміні обладнання, сировини вітчизняного виробництва, більш ефективною закордонною продукцією,

г) підняття та підтримка техніко-економічного рівня виробництва під «тиском» міжнародної конкуренції; збільшення валютних ресурсів підприємства.

3. Фірма «Славутич» виробляє папір, їй життєво необхідний новий станок, але валюти для його закупки недостатньо. Визначте види угод, які будуть доцільними у даній ситуації :

- а) комісійна; консигнаційна;
- б) бартерна; компенсаційна;
- в) зустрічні закупки; викуп застарілої продукції;
- г) операції з давальницькою сировиною.

4. Фірма «Оксана» має середній розмір та невелику частку на ринку одягу України та Молдови. Вона виробляє та реалізує модні дешеві майки з різними малюнками, які користуються підвищеним попитом. Одночасно вона готується до випуску дорогого модного одягу для жінок, закуповує сировину, обладнання, готує кадри. Щоб вижити вона планує дотримуватись стратегії лідерства у ніші.

1) Які цілі ставить перед собою фірма:

А) Короткострокові цілі:

- а) поточний прибуток: максимізація поточного прибутку, швидке отримання готівкових коштів.
- б) живучість: забезпеченість окупності витрат, збереження існуючого положення;

Б) Довгострокові цілі:

- а) збут: максимізація збуту, досягнення певної частки на ринку,
- б) якість: забезпечення та збереження лідерства за показниками якості.

5. Брокерська контора «Козак» постійно виконує доручення фірми «Херсонес» з продажу сільськогосподарської продукції іноземним партнерам через біржу. Якими документами оформлюються їх ділові відносини?:

- а) договір комісії, консигнації;
- б) договір на брокерське обслуговування; договір доручення;
- в) договір постачання; агентський договір; гарантійний лист банку;
- г) довіреність на здійснення відповідних операцій і складська розписка; звіт про здійснення угоди.

6. У чому відмінність біржі від торгового дому ?:

- а) комерційне підприємство; здійснює операції з нестандартизованими споживчими товарами;
- б) некомерційне підприємство; здійснює операції з великими масами однорідних піддатних стандартизації товарів,
- в) діє у сферах виробництва, фінансів;
- г) проводить операції по страхуванню (хеджуванню) угод.

7. Які спроби встановлення ділових контактів з контрагентом використовуються покупцем при укладанні імпоротної угоди ?:

- а) використовуються замовлення відомому продавцеві, або запит виробнику товару відносно того, то цікавить;
- б) направляється оферта;
- в) проводиться прийняття та підтвердження замовлення.
- г) використовується комерційний лист.

8. Які обов'язкові умови складають зміст оферти?:

- а) назва товару, кількість, ціна, якість, умови, термін поставки, умови платежу та інші основні умови поставки;
- б) умови поставки та умови платежу;
- в) назва товару, кількість, якість, ціна, термін поставки;
- г) назва товару та умови платежу.

9. Що означає умова «Інкотермс-2010» CIF [вартість, страхування і фрахт (... назва порту призначення)]?:

- а) продавець оплачує фрахт, перевезення до порту призначення, а перевізник – страхування та експортну ліцензію;
- б) продавець оплачує фрахт, страхування, перевезення до порту призначення, а покупець – експортну ліцензію, всі витрати пов'язані з митними формальностями, а також усі мита, податки, та інші офіційні збори щодо вивозу;
- в) продавець оплачує фрахт, страхування і перевезення до порту призначення, отримує експортну ліцензію, усі витрати, пов'язані з митними формальностями, а також усі мита, податки та інші офіційні збори щодо вивозу, а покупець – усі витрати від можливих втрат або пошкоджень товару, як і будь-які інші витрати, що виникають після відвантаження товару;
- г) продавець оплачує фрахт страхування і перевезення до порту призначення; страхування, а перевізник – експортну ліцензію та очистку від мита щодо вивозу.

10. Які види транспорту використовуються для терміну «Інкотермс-2010» CIF [вартість, страхування і фрахт (...назва пункту призначення)]?:

- а) тільки повітряний;
- б) тільки залізничний;
- в) будь-який;
- г) тільки морський і внутрішній водний транспорт.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)
Екзаменатор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 10

1. Особливості менеджменту в умовах міжнародного бізнесу. Управління фінансами та інвестиціями.
2. Проведіть PEST-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.
3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Різні форми, засоби і методи зовнішньоекономічних відносин між країнами охоплює поняття:

- д) Зовнішньоекономічний комплекс країни або регіону
- е) Зовнішньоекономічні зв'язки
- ж) Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
- з) Зовнішньоекономічна діяльність

2. Демпінг – це:

- г) плата за товар, який перетинає митний кордон;
- д) державна політика захисту внутрішнього ринку за допомогою використання тарифних інструментів;
- е) експорт товарів за цінами нижчими від собівартості цих товарів.

3. Членом якої міжнародної організації стала Україна у 2008 р.:

- д) ЄвроАзЕС.
- е) ГУАМ
- ж) СОТ
- з) МВФ

4. Обов'язок України з виконання договорів і зобов'язань у галузі міжнародних економічних відносин – це:

- д) Принцип верховенства закону
- е) Принцип суверенітету народу України
- ж) Принцип еквівалентності
- з) Принцип юридичної рівності і недискримінації

5. Етноцентрична концепція міжнародного менеджменту передбачає:

- д) використання єдиного стилю міжнародного менеджменту, який орієнтований на умови ведення бізнесу в країні розміщення головної компанії;
- е) наявність різних стилів управління міжнародним бізнесом залежно від країни базування
- ж) використання базових стилів менеджменту незалежно від пріоритетів ринку;
- з) об'єднання головної компанії та її зарубіжних підрозділів, які мають бути пов'язані між собою як складові глобально орієнтованої мережі поділу праці

6. Оберіть характеристики твердої ціни:

- д) переважно використовується в угодах із коротким строком поставки, коли не очікується істотних змін у цінах

- е) зафіксована в контракті, але може переглядатися, якщо на момент поставки товару його ринкова ціна зменшиться
- ж) застосовуються у випадках, коли протягом виконання контракту очікується значне підвищення цін, яке важко передбачити та оцінити з достатньою мірою точності
- з) застосовуються в довгострокових контрактах на поставку складних та унікальних товарів, які мають значний термін виготовлення

7. Група "основний фрахт не сплачений" об'єднує наступні базисні умови поставок:

- г) FCA, FAS, FOB
- д) CFR, CIF, CPT, CIP
- е) DAT, DAP, DDP

8. Особливості виробничого франчайзингу:

- д) передбачає тісний контакт франчайзера і франчайзі, детальну регламентацію діяльності і високий ступінь відповідальності франчайзі
- е) характерна вузька спеціалізація франчайзі для реалізації одного виду товару і послуг
- ж) часто використовується при експлуатації ресторанів, підприємств громадського харчування
- з) типовою сферою застосування цієї форми контрактних відносин є продаж і обслуговування вантажних і легкових автомобілів, роздрібний продаж нафтопродуктів, безалкогольних напоїв

9. Ціни зовнішнього ринку визначаються:

- 4. рівнем цін країни-експортера
- 5. цінами бірж та аукціонів
- 6. цінами провідних фірм світу
- 7. Все перелічене

10. Юридичні особи мають право здійснювати ЗЕД з моменту:

- г) набуття ними статусу юридичної особи;
- д) передбачення в установчих документах права здійснення ЗЕД;
- е) набуття дієздатності.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаменатор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 11

1. Менеджмент якості, його роль в міжнародному бізнесі.
2. Проведіть PEST-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.
3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Яка діяльність, пов'язана з перетинанням державного кордону розкриває зміст зовнішньоекономічної діяльності підприємств?:

- а) товарів, капіталів, грошей;
- б) грошей, капіталів, робочої сили;
- в) товарів, послуг, робочої сили;
- г) грошей, товарів, капіталів, технологій, послуг, робочої сили.

2. З чим пов'язані операції, які визначають зміст поняття «зовнішньоторговельні операції»?:

- а) імпортом і експортом робочої сили, послуг;
- б) імпортом і експортом товарів, грошей;
- в) імпортом і експортом товарів, послуг;
- г) імпортом і експортом капіталів, товарів.

3. Визначте основні види зовнішньоекономічної стратегії України:

- а) ізоляція;
- б) протекціонізм, вільна торгівля;
- в) насичення дефіцитного ринку з пом'якшеними умовами втілення стратегії;
- г) насичення дефіцитного ринку з жорсткими умовами втілення стратегії.

4. Електротехнічний концерн «Філіпс» впроваджує на зовнішньому ринку глобальні маркетингові стратегії. Визначте їх серед інших:

- а) концентрована, оборонна;
- б) інтернаціоналізації, диверсифікації;
- в) диференціації щодо продукту; сегментації;
- г) дисперсії, атакуючі стратегії.

5. Фірма «Козак» поступово розширює свою долю реалізації конкуренто-спроможних товарів на західноєвропейському ринку. Які стратегії пошуку оптимального ринку вона використовує?:

1) концентровані стратегії:

А) атакуючі стратегії:

Б) оборонні стратегії:

2) Дисперсні стратегії:

А) атакуючі стратегії:

Б) оборонні стратегії:

6. Що має забезпечити державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності?:

а) захист економічних інтересів України та захист інтересів суб'єктів ЗЕД;

б) використання заходів оперативного регулювання зовнішньоекономічною діяльністю;

в) створення рівних можливостей для суб'єктів ЗЕД у розвитку всіх видів підприємницької діяльності і всіх напрямків використання доходів та здійснення

інвестицій, захист їх законних інтересів та економічних інтересів України;

г) розвиток і захист конкуренції, запобігання монополізації товарних ринків.

7. За допомогою чого здійснюється регулювання зовнішньоекономічною діяльністю?:

а) економічних заходів оперативного державного регулювання,

б) законодавчих актів України,

в) актами та діями державних і недержавних органів, не передбаченими законодавчими актами України;

г) рішення недержавних органів України у межах їх засновницьких документів; угод між суб'єктами ЗЕД України, які не суперечать її законодавчим актам.

8. Який правовий режим запроваджується на території вільних економічних зон для іноземного суб'єкта господарської діяльності?:

а) національний;

б) спеціальний;

в) найбільшого сприяння.

9. Які із наведених органів здійснюють державне регулювання зовнішньоекономічною діяльністю?:

а) Верховна Рада України, Президент України, Кабінет Міністрів України;

б) місцеві Ради народних депутатів, їх виконавчі органи;

в) Національний банк України; Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України; Державна митна служба України;

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

10. Зазначте функції, які виконує Верховна Рада України при регулюванні зовнішньоекономічної діяльності?:

а) здійснює координацію діяльності міністерств, державних комітетів і відомств України, координує роботу торговельних представництв України в іноземних державах;

б) затверджує головні напрямки зовнішньоекономічної політики України;

в) регулює курс національної валюти України до грошових одиниць інших держав;

г) затверджує законодавчі акти щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаматор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 12

1. Технології та інновації в галузі міжнародного бізнесу.

2. Проведіть PEST-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.

3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Які із наведених функцій виконує Кабінет Міністрів України при регулюванні зовнішньоекономічної діяльності?:

- а) забезпечує складання зведеного валютного плану України;
- б) здійснює контроль за додержанням всіма суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності законів України та умов міжнародних договорів України;
- в) виступає гарантом кредиту, що надається суб'єктам ЗЕД іноземними банками, фінансовими та іншими міжнародними організаціями під застави державного майна України;
- г) регулює курс національної валюти України.

2. Які із наведених функцій виконує Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України?:

- а) затверджує списки товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню та квотування, або забороняється, а також загальні обсяги експортних і імпортних квот;
- б) забезпечує проведення єдиної зовнішньоторговельної політики під час виходу суб'єктів ЗЕД на зовнішній ринок, координацію їх діяльності, у т.ч. відповідно до міжнародних договорів України;
- в) затверджує головні напрямки розвитку зовнішньоторговельної діяльності України;
- г) здійснює заходи нетарифного регулювання ЗЕД.

3. Які квоти (контингенти) називають експортними /імпортними/?

- а) квоти, що встановлюються по товару (товарах) без зазначення конкретних країн (груп країн), куди товар (товари) експортуються, або з яких він (вони) імпортується;
- б) квоти, то встановлюються по товару (товарах) із визначенням групи країн, куди товар (товари) експортуються, або з яких він (вони) імпортується;
- в) квоти, що встановлюються по товару (товарах) із визначенням конкретної країни, куди товар (товари) можуть експортуватися, або з якої він (вона) можуть імпортуватися;
- г) граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено експортувати з території України (імпортувати на територію України) протягом встановленого терміну та який визначається у натуральних чи вартісних одиницях.

4. Які ліцензії називають генеральними ?:

- а) належним чином оформлене право на експорт /імпорт/ протягом встановленого терміну певних товарів або валютних коштів з метою інвестицій та кредитування;
- б) відкритий дозвіл на експортні /імпортні/ операції з певного товару (товарах) та/або з певною країною /групою країн/ протягом періоду дії режиму ліцензування по цьому товару (товарах);

в) дозвіл на експорт /імпорт/ товару протягом певного періоду часу (але не менше одного місяця) з визначенням його загального обсягу;

г) разовий дозвіл, що має іменний характер і видається для здійснення кожній окремій операції конкретним суб'єктам ЗЕД на неменший період, ніж це необхідно для здійснення експортної /імпортної/ операції.

5. Визначте від чого нараховуються усі платежі на митницях:

- а) біржової вартості товару;
- б) ринкової вартості товару;
- в) митної вартості товару;
- г) купівельної спроможності товару.

6. Які ставки мита передбачені Єдиним митним тарифом України ?:

- а) преференційні, часткові, повні;
- б) пільгові, повні, часткові, повні;
- г) часткові, повні;
- д) преференційні пільгові, повні.

7. Визначте ставку мита, яка нараховується в % до митної вартості товару:

- а) компенсаційна;
- б) адвалорна;
- в) комбінована;
- г) специфічна.

8. На який час нараховується митна вартість товарів ?:

- а) при заповненні вантажної митної декларації;
- б) перетинання товаром митного кордону країни споживача;
- в) отримання товару споживачем;
- д) при підписанні зовнішньоекономічного договору /контракту/.

9. Які із приведених показників входять до розрахунку суми податку на додану вартість при імпорті непідакцизних товарів?:

- а) митні збори;
- б) митна вартість;
- в) акциз;
- г) ставка митного податку.

10. На який термін встановлюється сезонне вв'їзне і вив'їзне мито?:

- а) не більше 2 місяців з моменту встановлення;
- б) не більше 3 місяців з моменту встановлення;
- в) не більше 4 місяців з моменту встановлення;
- г) не більше 6 місяців з моменту встановлення.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаматор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 13

1. Роль соціокультурного фактора в міжнародному бізнесі.

2. Проведіть PEST-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.

3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Який орган України видає сертифікат країни походження товарів?:

- а) Державна митна служба України;
- б) Державний комітет із стандартизації;
- в) Торговельно-промислова палата;
- г) Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України.

2. Які із наведених нижче зовнішньоекономічних комерційних угод відносяться до основних?:

- а) про міжнародні перевезення вантажів; транспортно-експедиційні; страхування міжнародних вантажів; про їх зберігання;
- б) про обмін продукції у матеріально-речовій формі, патентами, ліцензіями, ноу-хау, інженерно-технічними послугами, інжиніринг;
- в) лізингові угоди, про міжнародний туризм, про реалізацію міжнародного та науково-технічного співробітництва;
- г) про міжнародні розрахунки.

3. Які нетарифні обмеження використовує Україна для регулювання зовнішньоторговельної діяльності підприємств?:

- а) повні, преференціальні та пільгові ставки мита;
 - б) експортні та імпорتنі квоти; ліцензування експорту, імпорту; антидемпінгові та компенсаційні мита; стимулювання експорту;
 - в) ввізні, вивізні, сезонні митні;
 - г) імпорتنі податки і депозити, «добровільні» обмеження експорту, митні формальності, національні стандарти (технічні стандарти, санітарні, ветеринарні та інші норми).
4. Визначте головну перевагу використання посередників у комерційній діяльності підприємств на зовнішньому ринку:
- а) полегшується вихід експортера на ринки «третьох» країн;
 - б) зменшуються витрати експортера при просуванні товарів на зовнішньому ринку;
 - в) прискорюється пошук контрагентів;
 - г) посилюється контроль за ринком збуту.

5. Які посередницькі операції здійснюються від імені торговельного посередника і за його рахунок?:

- а) комісійні і консигнаційні;
- б) дистрибуторські;
- в) брокерські;
- г) ділерські.

6. Які із наведених операцій здійснюються посередниками від свого імені, але за рахунок експортера?:

- а) брокерські;
- б) комісійні;
- в) консигнаційні;
- г) операції з перепродажу.

7. Які посередницькі операції здійснюються від імені експортера та за його рахунок?:

- а) брокерські;
- б) агентські;
- в) комісійні і консигнаційні;
- г) операції з перепродажу.

8. АТ «Лакомка» виробляє конкурентоспроможні кондитерські вироби, продає їх на внутрішньому ринку та в країнах СНГ, а також закуповує кондитерські вироби російських підприємств для національного ринку. З метою розширення виробництва і збуту продукції АТ «Лакомка» залучило капітал фірми, яка діє в Татарстані, та створило спільне підприємство. В даний час АТ прийняло рішення про продаж опису технології виробництва цукерок «Запорожець за Дунаєм» в Естонію. Визначте засоби виходу АТ «Лакомка» на зовнішній ринок:

- а) експорт та імпорт товарів, ліцензування;
- б) управління по контракту;
- в) підрядне виробництво, інвестування;
- г) спільне підприємство.

9. Мала фірма «Десна» виробляє запчастини до автомобілів «Жигулі». Якій стратегії розвитку їй слід дотримуватись, щоб звести до мінімуму гостроту конкуренції з крупними фірмами на зовнішньому ринку країн СНГ?:

- а) стратегії копіювання («хибний гриб»);
- б) використання переваг крупних фірм («хамелеон»);
- в) участі у продукті крупної фірми;
- г) стратегії оптимального розміру («премудрий пескар»).

10. Середня фірма «Чернівчанка» успішно реалізує конкурентоспроможне дитяче взуття у країнах СНГ. Яку стратегію росту фірми слід їй дотримуватись?:

- а) зберігання ніші;
- б) виходу за рамки ніші;
- в) пошуку захоплювача;
- г) лідерства в ніші.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаматор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 14

1. Посередництво у міжнародній торгівлі. Права посередників на ринках.

2. Проведіть PESTEL-аналіз підприємства машинобудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.

3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Електротехнічний концерн «Філіпс» має близько 350 фабрик, розкиданих по всьому світу. Він часто терпить збитки від неповного завантаження. Асортимент «Філіпс» - від бритви до персонального комп'ютеру. «Філіпс» намагається все до останнього цвяха виробляти сам. Визначте відповіді на наступні запитання ?:

1) До якого типу крупних фірм відноситься «Філіпс»?:

- а) «горді леви»;
- б) «незграбні бегемоти»;
- в) «могутні слони».

2) Які основні характеристики йому притаманні?

А) Зростання:

- а) прискорене;
- б) середнє, стабільне;
- в) уповільнене.

Б) Профіль:

- а) спеціалізація у важливому перспективному та крупному сегменті ринку;
- б) широка диверсифікація у рамках крупного ринку,
- в) надмірна хаотична диверсифікація на багатьох ринках (сегментах);

В) Прибуток:

- а) недостатній, може принести збитки;
- б) достатній для прискореного росту;
- в) достатній для забезпечення стійкості на ринку.

2. Які із наведених основних цілей експортно-імпорتنих операцій висвітлюють цілі експорту підприємства?:

а) розширення виробництва, зростання прибутку за рахунок захоплення нових зовнішніх ринків, досягнення економії у масштабах виробництва;

б) розширення виробництва, зростання прибутку за рахунок захоплення нових внутрішніх ринків, збагачення асортименту на національному споживчому ринку;

в) модернізація та розширення виробничого апарату підприємства, досягнення економії на заміні обладнання, сировини вітчизняного виробництва, більш ефективною закордонною продукцією,

г) підняття та підтримка техніко-економічного рівня виробництва під «тиском» міжнародної конкуренції; збільшення валютних ресурсів підприємства.

3. Фірма «Славутич» виробляє папір, їй життєво необхідний новий станок, але валюти для його закупки недостатньо. Визначте види угод, які будуть доцільними у даній ситуації :

- а) комісійна; консигнаційна;
- б) бартерна; компенсаційна;
- в) зустрічні закупки; викуп застарілої продукції;
- г) операції з давальницькою сировиною.

4. Фірма «Оксана» має середній розмір та невелику частку на ринку одягу України та Молдови. Вона виробляє та реалізує модні дешеві майки з різними малюнками, які користуються підвищеним попитом. Одночасно вона готується до випуску дорогого модного одягу для жінок, закуповує сировину, обладнання, готує кадри. Щоб вижити вона планує дотримуватись стратегії лідерства у ніші.

1) Які цілі ставить перед собою фірма:

А) Короткострокові цілі:

- а) поточний прибуток: максимізація поточного прибутку, швидке отримання готівкових коштів.
- б) живучість: забезпеченість окупності витрат, збереження існуючого положення;

Б) Довгострокові цілі:

- а) збут: максимізація збуту, досягнення певної частки на ринку,
- б) якість: забезпечення та збереження лідерства за показниками якості.

5. Брокерська контора «Козак» постійно виконує доручення фірми «Херсонес» з продажу сільськогосподарської продукції іноземним партнерам через біржу. Якими документами оформлюються їх ділові відносини?:

- а) договір комісії, консигнації;
- б) договір на брокерське обслуговування; договір доручення;
- в) договір постачання; агентський договір; гарантійний лист банку;
- г) довіреність на здійснення відповідних операцій і складська розписка; звіт про здійснення угоди.

6. У чому відмінність біржі від торгового дому ?:

- а) комерційне підприємство; здійснює операції з нестандартизованими споживчими товарами;
- б) некомерційне підприємство; здійснює операції з великими масами однорідних піддатних стандартизації товарів,
- в) діє у сферах виробництва, фінансів;
- г) проводить операції по страхуванню (хеджуванню) угод.

7. Які спроби встановлення ділових контактів з контрагентом використовуються покупцем при укладанні імпортової угоди ?:

- а) використовуються замовлення відомому продавцеві, або запит виробнику товару відносно того, то цікавить;
- б) направляється оферта;
- в) проводиться прийняття та підтвердження замовлення.
- г) використовується комерційний лист.

8. Які обов'язкові умови складають зміст оферти?:

- а) назва товару, кількість, ціна, якість, умови, термін поставки, умови платежу та інші основні умови поставки;
- б) умови поставки та умови платежу;
- в) назва товару, кількість, якість, ціна, термін поставки;
- г) назва товару та умови платежу.

9. Що означає умова «Інкотермс-2010» CIF [вартість, страхування і фрахт (... назва порту призначення)]?:

- а) продавець оплачує фрахт, перевезення до порту призначення, а перевізник – страхування та експортну ліцензію;
- б) продавець оплачує фрахт, страхування, перевезення до порту призначення, а покупець – експортну ліцензію, всі витрати пов'язані з митними формальностями, а також усі мита, податки, та інші офіційні збори щодо вивозу;
- в) продавець оплачує фрахт, страхування і перевезення до порту призначення, отримує експортну ліцензію, усі витрати, пов'язані з митними формальностями, а також усі мита, податки та інші офіційні збори щодо вивозу, а покупець – усі витрати від можливих втрат або пошкоджень товару, як і будь-які інші витрати, що виникають після відвантаження товару;
- г) продавець оплачує фрахт страхування і перевезення до порту призначення; страхування, а перевізник – експортну ліцензію та очистку від мита щодо вивозу.

10. Які види транспорту використовуються для терміну «Інкотермс-2010» CIF [вартість, страхування і фрахт (...назва пункту призначення)]?:

- а) тільки повітряний;
- б) тільки залізничний;
- в) будь-який;
- г) тільки морський і внутрішній водний транспорт.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)
Екзаменатор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 15

1. Міжнародне транспортне страхування.

2. Проведіть PEST-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.

3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Різні форми, засоби і методи зовнішньоекономічних відносин між країнами охоплює поняття:

- и) Зовнішньоекономічний комплекс країни або регіону
- к) Зовнішньоекономічні зв'язки
- л) Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
- м) Зовнішньоекономічна діяльність

2. Демпінг – це:

- ж) плата за товар, який перетинає митний кордон;
- з) державна політика захисту внутрішнього ринку за допомогою використання тарифних інструментів;
- и) експорт товарів за цінами нижчими від собівартості цих товарів.

3. Членом якої міжнародної організації стала Україна у 2008 р.:

- и) ЄвроАзЕС.
- к) ГУАМ
- л) СОТ
- м) МВФ

4. Обов'язок України з виконання договорів і зобов'язань у галузі міжнародних економічних відносин – це:

- и) Принцип верховенства закону
- к) Принцип суверенітету народу України
- л) Принцип еквівалентності
- м) Принцип юридичної рівності і недискримінації

5. Етноцентрична концепція міжнародного менеджменту передбачає:

- и) використання єдиного стилю міжнародного менеджменту, який орієнтований на умови ведення бізнесу в країні розміщення головної компанії;
- к) наявність різних стилів управління міжнародним бізнесом залежно від країни базування
- л) використання базових стилів менеджменту незалежно від пріоритетів ринку;
- м) об'єднання головної компанії та її зарубіжних підрозділів, які мають бути пов'язані між собою як складові глобально орієнтованої мережі поділу праці

6. Оберіть характеристики твердої ціни:

- и) переважно використовується в угодах із коротким строком поставки, коли не очікується істотних змін у цінах

- к) зафіксована в контракті, але може переглядатися, якщо на момент поставки товару його ринкова ціна зменшиться
- л) застосовуються у випадках, коли протягом виконання контракту очікується значне підвищення цін, яке важко передбачити та оцінити з достатньою мірою точності
- м) застосовуються в довгострокових контрактах на поставку складних та унікальних товарів, які мають значний термін виготовлення

7. Група "основний фрахт не сплачений" об'єднує наступні базисні умови поставок:

- ж) FCA, FAS, FOB
- з) CFR, CIF, CPT, CIP
- и) DAT, DAP, DDP

8. Особливості виробничого франчайзингу:

- и) передбачає тісний контакт франчайзера і франчайзі, детальну регламентацію діяльності і високий ступінь відповідальності франчайзі
- к) характерна вузька спеціалізація франчайзі для реалізації одного виду товару і послуг
- л) часто використовується при експлуатації ресторанів, підприємств громадського харчування
- м) типовою сферою застосування цієї форми контрактних відносин є продаж і обслуговування вантажних і легкових автомобілів, роздрібний продаж нафтопродуктів, безалкогольних напоїв

9. Ціни зовнішнього ринку визначаються:

- 4. рівнем цін країни-експортера
- 5. цінами бірж та аукціонів
- 6. цінами провідних фірм світу
- 7. Все перелічене

10. Юридичні особи мають право здійснювати ЗЕД з моменту:

- ж) набуття ними статусу юридичної особи;
- з) передбачення в установчих документах права здійснення ЗЕД;
- и) набуття дієздатності.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаматор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 16

1. Світові ціни і умови їх формування. Фактори, що впливають на динаміку світових цін. Види зовнішньоторговельних цін.
2. Проведіть PEST-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.
3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Яка діяльність, пов'язана з перетинанням державного кордону розкриває зміст зовнішньоекономічної діяльності підприємств?:

- а) товарів, капіталів, грошей;
- б) грошей, капіталів, робочої сили;
- в) товарів, послуг, робочої сили;
- г) грошей, товарів, капіталів, технологій, послуг, робочої сили.

2. З чим пов'язані операції, які визначають зміст поняття «зовнішньоторговельні операції»?:

- а) імпортом і експортом робочої сили, послуг;
- б) імпортом і експортом товарів, грошей;
- в) імпортом і експортом товарів, послуг;
- г) імпортом і експортом капіталів, товарів.

3. Визначте основні види зовнішньоекономічної стратегії України:

- а) ізоляція;
- б) протекціонізм, вільна торгівля;
- в) насичення дефіцитного ринку з пом'якшеними умовами втілення стратегії;
- г) насичення дефіцитного ринку з жорсткими умовами втілення стратегії.

4. Електротехнічний концерн «Філіпс» впроваджує на зовнішньому ринку глобальні маркетингові стратегії. Визначте їх серед інших:

- а) концентрована, оборонна;
- б) інтернаціоналізації, диверсифікації;
- в) диференціації щодо продукту; сегментації;
- г) дисперсні, атакуючі стратегії.

5. Фірма «Козак» поступово розширює свою долю реалізації конкуренто-спроможних товарів на західноєвропейському ринку. Які стратегії пошуку оптимального ринку вона використовує?:

1) концентровані стратегії:

А) атакуючі стратегії:

Б) Оборонні стратегії:

2) Дисперсні стратегії:

А) атакуючі стратегії:

Б) оборонні стратегії:

6. Що має забезпечити державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності?:

а) захист економічних інтересів України та захист інтересів суб'єктів ЗЕД;

б) використання заходів оперативного регулювання зовнішньоекономічною діяльністю;

в) створення рівних можливостей для суб'єктів ЗЕД у розвитку всіх видів підприємницької діяльності і всіх напрямків використання доходів та здійснення

інвестицій, захист їх законних інтересів та економічних інтересів України;

г) розвиток і захист конкуренції, запобігання монополізації товарних ринків.

7. За допомогою чого здійснюється регулювання зовнішньоекономічною діяльністю?:

- а) економічних заходів оперативного державного регулювання,
- б) законодавчих актів України,
- в) актами та діями державних і недержавних органів, не передбаченими законодавчими актами України;
- г) рішення недержавних органів України у межах їх засновницьких документів; угод між суб'єктами ЗЕД України, які не суперечать їй законодавчим актам.

8. Який правовий режим запроваджується на території вільних економічних зон для іноземного суб'єкта господарської діяльності?:

- а) національний;
- б) спеціальний;
- в) найбільшого сприяння.

9. Які із наведених органів здійснюють державне регулювання зовнішньоекономічною діяльністю?:

- а) Верховна Рада України, Президент України, Кабінет Міністрів України;
- б) місцеві Ради народних депутатів, їх виконавчі органи;
- в) Національний банк України; Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України; Державна митна служба України;
- г) територіальні підрозділи (відділення органів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України).

10. Зазначте функції, які виконує Верховна Рада України при регулюванні зовнішньоекономічної діяльності?:

- а) здійснює координацію діяльності міністерств, державних комітетів і відомств України, координує роботу торговельних представництв України в іноземних державах;
- б) затверджує головні напрямки зовнішньоекономічної політики України;
- в) регулює курс національної валюти України до грошових одиниць інших держав;
- г) затверджує законодавчі акти щодо зовнішньоекономічної діяльності підприємств.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаматор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 17

1. Інструменти просування товару на зовнішніх ринках збуту.
2. Проведіть PEST-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.
3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Які із наведених функцій виконує Кабінет Міністрів України при регулюванні зовнішньоекономічної діяльності?:
а) забезпечує складання зведеного валютного плану України;
б) здійснює контроль за додержанням всіма суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності законів України та умов міжнародних договорів України;
в) виступає гарантом кредиту, що надається суб'єктам ЗЕД іноземними банками, фінансовими та іншими міжнародними організаціями під застави державного майна України;
г) регулює курс національної валюти України.

2. Які із наведених функцій виконує Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України?:
а) затверджує списки товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню та квотування, або забороняється, а також загальні обсяги експортних і імпортних квот;
б) забезпечує проведення єдиної зовнішньоторговельної політики під час виходу суб'єктів ЗЕД на зовнішній ринок, координацію їх діяльності, у т.ч. відповідно до міжнародних договорів України;
в) затверджує головні напрямки розвитку зовнішньоторговельної діяльності України;
г) здійснює заходи нетарифного регулювання ЗЕД.

3. Які квоти (контингенти) називають експортними /імпортними?:
а) квоти, що встановлюються по товару (товарах) без зазначення конкретних країн (груп країн), куди товар (товари) експортуються, або з яких він (вони) імпортується;
б) квоти, то встановлюються по товару (товарах) із визначенням групи країн, куди товар (товари) експортуються, або з яких він (вони) імпортується;
в) квоти, що встановлюються по товару (товарах) із визначенням конкретної країни, куди товар (товари) можуть експортуватися, або з якої він (вона) можуть імпортуватися;
г) граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено експортувати з території України (імпортувати на територію України) протягом встановленого терміну та який визначається у натуральних чи вартісних одиницях.

4. Які ліцензії називають генеральними?:
а) належним чином оформлене право на експорт /імпорт/ протягом встановленого терміну певних товарів або валютних коштів з метою інвестицій та кредитування;
б) відкритий дозвіл на експортні /імпортні/ операції з певного товару (товарах) та/або з певною країною /групою країн/ протягом періоду дії режиму ліцензування по цьому товару (товарах);

в) дозвіл на експорт /імпорт/ товару протягом певного періоду часу (але не менше одного місяця) з визначенням його загального обсягу;
г) разовий дозвіл, що має іменний характер і видається для здійснення кожній окремій операції конкретним суб'єктам ЗЕД на неменший період, ніж це необхідно для здійснення експортної /імпортної/ операції.

5. Визначте від чого нараховуються усі платежі на митницях:
а) біржової вартості товару;
б) ринкової вартості товару;
в) митної вартості товару;
г) купівельної спроможності товару.

6. Які ставки мита передбачені Єдиним митним тарифом України?:
а) преференційні, часткові, повні;
б) пільгові, повні, часткові, повні;
г) часткові, повні;
д) преференційні пільгові, повні.

7. Визначте ставку мита, яка нараховується в % до митної вартості товару:
а) компенсаційна;
б) адвалорна;
в) комбінована;
г) специфічна.

8. На який час нараховується митна вартість товарів?:
а) при заповненні вантажної митної декларації;
б) перетинання товаром митного кордону країни споживача;
в) отримання товару споживачем;
д) при підписанні зовнішньоекономічного договору /контракту/.

9. Які із приведених показників входять до розрахунку суми податку на додану вартість при імпорті непідакцизних товарів?:
а) митні збори;
б) митна вартість;
в) акциз;
г) ставка митного податку.

10. На який термін встановлюється сезонне вв'їзне і вив'їзне мито?:
а) не більше 2 місяців з моменту встановлення;
б) не більше 3 місяців з моменту встановлення;
в) не більше 4 місяців з моменту встановлення;
г) не більше 6 місяців з моменту встановлення.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаматор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗИНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 18

1.Форми і методи реалізації товару на зовнішніх ринках. Основні вимоги до вибору каналу розподілу експортної продукції.

2.Проведіть PEST-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.

3.Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Який орган України видає сертифікат країни походження товарів?:

- а) Державна митна служба України;
- б) Державний комітет із стандартизації,
- в) Торговельно-промислова палата,
- г) Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції України.

2. Які із наведених нижче зовнішньоекономічних комерційних угод відносяться до основних?:

- а) про міжнародні перевезення вантажів; транспортно-експедиційні; страхування міжнародних вантажів; про їх зберігання;
- б) про обмін продукції у матеріально-речовій формі, патентами, ліцензіями, ноу-хау, інженерно-технічними послугами, інжиніринг;
- в) лізингові угоди, про міжнародний туризм, про реалізацію міжнародного та науково-технічного співробітництва;
- г) про міжнародні розрахунки.

3. Які нетарифні обмеження використовує Україна для регулювання зовнішньоторговельної діяльності підприємств ?:

- а) повні, преференціальні та пільгові ставки мита;
 - б) експортні та імпорتنі квоти; ліцензування експорту, імпорту; антидемпінгові та компенсаційні мита; стимулювання експорту;
 - в) ввезні, вивізні, сезонні митні;
 - г) імпорتنі податки і депозити, «добровільні» обмеження експорту, митні формальності, національні стандарти (технічні стандарти, санітарні, ветеринарні та інші норми).
4. Визначте головну перевагу використання посередників у комерційній діяльності підприємств на зовнішньому ринку:
- а) полегшується вихід експортера на ринки «третьох» країн;
 - б) зменшуються витрати експортера при просуванні товарів на зовнішньому ринку;
 - в) прискорюється пошук контрагентів;
 - г) посилюється контроль за ринком збуту.

5. Які посередницькі операції здійснюються від імені торговельного посередника і за його рахунок?:

- а) комісійні і консигнаційні;
- б) дистриб'юторські;
- в) брокерські;
- г) ділерські.

6. Які із наведених операцій здійснюються посередниками від свого імені, але за рахунок експортера?:

- а) брокерські;
- б) комісійні;
- в) консигнаційні;
- г) операції з перепродажу.

7. Які посередницькі операції здійснюються від імені експортера та за його рахунок?:

- а) брокерські;
- б) агентські;
- в) комісійні і консигнаційні;
- г) операції з перепродажу.

8. АТ «Лакомка» виробляє конкурентоспроможні кондитерські вироби, продає їх на внутрішньому ринку та в країнах СНГ, а також закуповує кондитерські вироби російських підприємств для національного ринку. З метою розширення виробництва і збуту продукції" АТ «Лакомка» залучило капітал фірми, яка діє в Татарстані, та створило спільне підприємство. В даний час АТ прийняло рішення про продаж опису технології виробництва цукерок «Запорожець за Дунаєм» в Естонію. Визначте засоби виходу АТ «Лакомка» на зовнішній ринок:

- а) експорт та імпорт товарів, ліцензування;
- б) управління по контракту;
- в) підрядне виробництво, інвестування;
- г) спільне підприємство.

9. Мала фірма «Десна» виробляє запчастини до автомобілів «Жигулі». Якій стратегії розвитку їй слід дотримуватись, щоб звести до мінімуму гостроту конкуренції з крупними фірмами на зовнішньому ринку країн СНГ ?:

- а) стратегії копіювання («хибний гриб»);
- б.) використання переваг крупних фірм («хамелеон»);
- в) участі у продукті крупної фірми;
- г) стратегії оптимального розміру («премудрий пескар»).

10. Середня фірма «Чернівчанка» успішно реалізує конкурентоспроможне дитяче взуття у країнах СНГ. Яку стратегію росту фірми слід їй дотримуватися?:

- а) зберігання ніші,
- б) виходу за рамки ніші;
- в) пошуку захоплювача,
- г) лідерства в ніші.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаматор _____ (Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 19

1. Роль зовнішньоекономічного фактора в розвитку національної економіки. Функції зовнішньоекономічної сфери країни.
2. Проведіть PESTEL-аналіз підприємства машинобудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.
3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Електротехнічний концерн «Філіпс» має близько 350 фабрик, розкиданих по всьому світу. Він часто терпить збитки від неповного завантаження. Асортимент «Філіпс» - від бритви до персонального комп'ютеру. «Філіпс» намагається все до останнього цвяха виробляти сам. Визначте відповіді на наступні запитання ?:

1) До якого типу крупних фірм відноситься «Філіпс»?:

- а) «горді леви»;
- б) «незграбні бегемоти»;
- в) «могутні слони».

2) Які основні характеристики йому притаманні?

А) Зростання:

- а) прискорене;
- б) середнє, стабільне;
- в) уповільнене.

Б) Профіль:

- а) спеціалізація у важливому перспективному та крупному сегменті ринку;
- б) широка диверсифікація у рамках крупного ринку,
- в) надмірна хаотична диверсифікація на багатьох ринках (сегментах);

В) Прибуток:

- а) недостатній, може принести збитки;
- б) достатній для прискореного росту;
- в) достатній для забезпечення стійкості на ринку.

2. Які із наведених основних цілей експортно-імпортних операцій висвітлюють цілі експорту підприємства?:

- а) розширення виробництва, зростання прибутку за рахунок захоплення нових зовнішніх ринків, досягнення економії у масштабах виробництва;
- б) розширення виробництва, зростання прибутку за рахунок захоплення нових внутрішніх ринків, збагачення асортименту на національному споживчому ринку;
- в) модернізація та розширення виробничого апарату підприємства, досягнення економії на заміні обладнання, сировини вітчизняного виробництва, більш ефективною закордонною продукцією,
- г) підняття та підтримка техніко-економічного рівня виробництва під «тиском» міжнародної конкуренції; збільшення валютних ресурсів підприємства.

3. Фірма «Славутич» виробляє папір, їй життєво необхідний новий станок, але валюти для його закупки недостатньо. Визначте види угод, які будуть доцільними у даній ситуації :

- а) комісійна; консигнаційна;
- б) бартерна; компенсаційна;
- в) зустрічні закупки; викуп застарілої продукції;
- г) операції з давальницькою сировиною.

4. Фірма «Оксана» має середній розмір та невелику частку на ринку одягу України та Молдови. Вона виробляє та реалізує модні дешеві майки з різними малюнками, які користуються підвищеним попитом. Одночасно вона готується до випуску дорогого модного одягу для жінок, закуповує сировину, обладнання, готує кадри. Щоб вижити вона планує дотримуватись стратегії лідерства у ніші.

І) Які цілі ставить перед собою фірма:

А) Короткострокові цілі:

- а) поточний прибуток: максимізація поточного прибутку, швидке отримання готівкових коштів.
- б) живучість: забезпеченість окупності витрат, збереження існуючого положення;

Б) Довгострокові цілі:

- а) збут: максимізація збуту, досягнення певної частки на ринку,
- б) якість: забезпечення та збереження лідерства за показниками якості.

5. Брокерська контора «Козак» постійно виконує доручення фірми «Херсонес» з продажу сільськогосподарської продукції іноземним партнерам через біржу. Якими документами оформлюються їх ділові відносини?:

- а) договір комісії, консигнації;
- б) договір на брокерське обслуговування; договір доручення;
- в) договір постачання; агентський договір; гарантійний лист банку;
- г) довіреність на здійснення відповідних операцій і складська розписка; звіт про здійснення угоди.

6. У чому відмінність біржі від торгового дому ?:

- а) комерційне підприємство; здійснює операції з нестандартизованими споживчими товарами;
- б) некомерційне підприємство; здійснює операції з великими масами однорідних піддатних стандартизації товарів,
- в) діє у сферах виробництва, фінансів;
- г) проводить операції по страхуванню (хеджуванню) угод.

7. Які спроби встановлення ділових контактів з контрагентом використовуються покупцем при укладанні імпортової угоди ?:

- а) використовуються замовлення відомому продавцеві, або запит виробнику товару відносно того, то цікавить;
- б) направляється оферта;
- в) проводиться прийняття та підтвердження замовлення.
- г) використовується комерційний лист.

8. Які обов'язкові умови складають зміст оферти?:

- а) назва товару, кількість, ціна, якість, умови, термін поставки, умови платежу та інші основні умови поставки;
- б) умови поставки та умови платежу;
- в) назва товару, кількість, якість, ціна, термін поставки;
- г) назва товару та умови платежу.

9. Що означає умова «Інкотермс-2010» CIF [вартість, страхування і фрахт (... назва порту призначення)]?:

- а) продавець оплачує фрахт, перевезення до порту призначення, а перевізник – страхування та експортну ліцензію;
- б) продавець оплачує фрахт, страхування, перевезення до порту призначення, а покупець – експортну ліцензію, всі витрати пов'язані з митними формальностями, а також усі мита, податки, та інші офіційні збори щодо вивозу;
- в) продавець оплачує фрахт, страхування і перевезення до порту призначення, отримує експортну ліцензію, усі витрати, пов'язані з митними формальностями, а також усі мита, податки та інші офіційні збори щодо вивозу, а покупець – усі витрати від можливих втрат або пошкоджень товару, як і будь-які інші витрати, що виникають після відвантаження товару;
- г) продавець оплачує фрахт страхування і перевезення до порту призначення; страхування, а перевізник – експортну ліцензію та очистку від мита щодо вивозу.

10. Які види транспорту використовуються для терміну «Інкотермс-2010» CIF [вартість, страхування і фрахт (...назва пункту призначення)]?:

- а) тільки повітряний;
- б) тільки залізничний;
- в) будь-який;
- г) тільки морський і внутрішній водний транспорт.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____(Казакова Н. А.)
Екзаменатор _____(Азаренкова О.В.)

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗИНА

Спеціальність: Міжнародні економічні відносини.

Семестр 4.

Навчальна дисципліна: Управління ЗЕД.

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 20

1. Роль зовнішньоекономічного фактора в розвитку національної економіки. Функції зовнішньоекономічної сфери країни.
2. Проведіть PEST-аналіз підприємства – представника авіабудівної галузі України (в сучасних умовах розвитку), складіть таблицю за результатами аналізу.
3. Тестові завдання (одна вірна відповідь).

1. Різні форми, засоби і методи зовнішньоекономічних відносин між країнами охоплює поняття:

- н) Зовнішньоекономічний комплекс країни або регіону
- о) Зовнішньоекономічні зв'язки
- п) Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
- р) Зовнішньоекономічна діяльність

2. Демпінг – це:

- к) плата за товар, який перетинає митний кордон;
- л) державна політика захисту внутрішнього ринку за допомогою використання тарифних інструментів;
- м) експорт товарів за цінами нижчими від собівартості цих товарів.

3. Членом якої міжнародної організації стала Україна у 2008 р.:

- н) ЄвроАзЕС.
- о) ГУАМ
- п) СОТ
- р) МВФ

4. Обов'язок України з виконання договорів і зобов'язань у галузі міжнародних економічних відносин – це:

- н) Принцип верховенства закону
- о) Принцип суверенітету народу України
- п) Принцип еквівалентності
- р) Принцип юридичної рівності і недискримінації

5. Етноцентрична концепція міжнародного менеджменту передбачає:

- н) використання єдиного стилю міжнародного менеджменту, який орієнтований на умови ведення бізнесу в країні розміщення головної компанії;
- о) наявність різних стилів управління міжнародним бізнесом залежно від країни базування
- п) використання базових стилів менеджменту незалежно від пріоритетів ринку;
- р) об'єднання головної компанії та її зарубіжних підрозділів, які мають бути пов'язані між собою як складові глобально орієнтованої мережі поділу праці

6. Оберіть характеристики твердої ціни:

- н) переважно використовується в угодах із коротким строком поставки, коли не очікується істотних змін у цінах
- о) зафіксована в контракті, але може переглядатися, якщо на момент поставки товару його ринкова ціна зменшиться
- п) застосовуються у випадках, коли протягом виконання контракту очікується значне підвищення цін, яке важко передбачити та оцінити з достатньою мірою точності
- р) застосовуються в довгострокових контрактах на поставку складних та унікальних товарів, які мають значний термін виготовлення

7. Група "основний фрахт не сплачений" об'єднує наступні базисні умови поставок:

- к) FCA, FAS, FOB
- л) CFR, CIF, CPT, CIP
- м) DAT, DAP, DDP

8. Особливості виробничого франчайзингу:

- н) передбачає тісний контакт франчайзера і франчайзі, детальну регламентацію діяльності і високий ступінь відповідальності франчайзі
- о) характерна вузька спеціалізація франчайзі для реалізації одного виду товару і послуг
- п) часто використовується при експлуатації ресторанів, підприємств громадського харчування
- р) типовою сферою застосування цієї форми контрактних відносин є продаж і обслуговування вантажних і легкових автомобілів, роздрібний продаж нафтопродуктів, безалкогольних напоїв

9. Ціни зовнішнього ринку визначаються:

- 4. рівнем цін країни-експортера
- 5. цінами бірж та аукціонів
- 6. цінами провідних фірм світу
- 7. Все перелічене

10. Юридичні особи мають право здійснювати ЗЕД з моменту:

- к) набуття ними статусу юридичної особи;
- л) передбачення в установчих документах права здійснення ЗЕД;
- м) набуття дієздатності.

Затверджено на засіданні кафедри міжнародних економічних відносин
протокол № 1 від 28.08.2018 р.

Завідувач кафедри _____ (Казакова Н. А.)

Екзаменатор _____ (Азаренкова О.В.)

Організаційно-методичні рекомендації до самостійної роботи студентів і проведення контролю знань

Рівень поточних знань студентів оцінюється відповідно до методики рейтингової оцінки. Сутність методики полягає у визначенні поточного рейтингу студента, що розраховується як сума балів за всіма видами завдань протягом семестру.

Успіх курсу залежить від регулярної роботи студентів на лекційних, семінарських заняттях, а також самостійної роботи студентів з підготовки до занять. Робота на практичних заняттях включає обговорення проблемних питань теми, тестування та з виконання практичних робіт і розв'язання задач.

Самостійна робота студентів припускає позааудиторну роботу, що є обов'язковою умовою для засвоєння всіх тем курсу.

Об'єктом поточного контролю знань студентів є:

- рівень активності, систематичності та самостійності роботи протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни (максимальна оцінка — 60 балів);

Контроль систематичності та активності роботи студента протягом семестру базується на оцінюванні активності та рівня знань студентів при обговоренні питань та виконанні практичних робіт.

При вивченні дисципліни «Управління ЗЕД» застосовуються наступні методи контролю: усний, письмовий та тестовий. Контроль з дисципліни складається з поточного контролю, який проводиться у формі усного опитування або письмового експрес-контролю на практичних заняттях та лекціях, у формі виступів студентів при обговоренні питань на семінарських заняттях, у формі тестування, тощо. Результати поточного контролю (поточна успішність) є базовою інформацією при проведенні підсумкового контролю і враховуються при визначенні підсумкової екзаменаційної оцінки з дисципліни.

Засвоєння тем (поточний контроль) контролюється на практичних заняттях відповідно до конкретних цілей, засвоєння розділів (проміжний контроль) – на практичних та семінарських заняттях та/або виконанням індивідуальної семестрової роботи.

Застосовуються такі засоби діагностики рівня підготовки студентів:

- тестові завдання;
- розв'язування задач;
- виконання творчих завдань;
- виконання індивідуальної семестрової роботи.

Семестровий підсумковий контроль з дисципліни є обов'язковою формою контролю навчальних досягнень студента. Він проводиться відповідно до навчального плану у вигляді семестрового екзамену в терміни, встановлені графіком навчального процесу та в обсязі навчального матеріалу, визначеному програмою дисципліни.

Сумарна оцінка за вивчення дисципліни розраховується як сума поточного контролю та балів, отриманих за результатами підсумкового

семестрового контролю. Загальна сума балів поточного і підсумкового семестрового контролю складає 100.

Підсумковий контроль здійснюється під час проведення іспиту. Загальна кількість балів за успішне виконання завдань іспиту - 40.

Час виконання - 45 хвилин.

Критерії оцінювання відповідей на іспиті:

Теоретичне питання – 10 балів

Творче питання – 15 балів

Тести – 15 балів

УВАГА! У випадку використання заборонених джерел студент на вимогу викладача залишає аудиторію й одержує загальну нульову оцінку (0).

Розподіл балів, які отримують студенти

Поточний контроль та самостійна робота													Сума
Розділ 1					Розділ 2							Екзамен	100
T1	T2	T3	T4	T5	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7		
60												40	

T1, T2 ... – теми.

Студент допускається до підсумкового семестрового контролю, якщо за результатами поточного контролю він набрав **не менше 31** балу та **виконав семестрову контрольну роботу**

Набрана сума балів з 100-бальної шкали оцінки переводиться в 5- бальну шкалу за системою ECTS у такий спосіб:

Шкала оцінювання

Сума балів за всі види навчальної діяльності протягом семестру	Оцінка за національною шкалою	
	За чотирирівневою шкалою	За дворівневою шкалою
90 – 100	відмінно	зараховано
70-89	добре	
50-69	задовільно	
1-49	незадовільно	не зараховано

Поточне оцінювання знань студентів здійснюють під час проведення практичних занять і має метою перевірку рівня підготовленості студента до виконання конкретної роботи. Об'єктами поточного контролю є:

- активність та результативність роботи студента протягом семестру над вивченням програмного матеріалу дисципліни, відвідування занять;
- виконання завдань на практичних заняттях; - виконання завдань поточного контролю.

Роботу студентів на практичних заняттях оцінюють за 4-бальною системою і згідно з Методикою переведення показників успішності знань студентів перекладають у систему оцінювання за шкалою ECTS. При оцінюванні виконання практичних завдань увагу приділяють їх якості й самостійності.

Поточний модульний контроль рівня знань передбачає виявлення опанування студентом матеріалу лекційного модуля і вміння застосувати його для вирішення практичної ситуації і проводиться у вигляді письмового контролю (тестування). Поточний контроль проводять у письмовій формі двічі по закінченні кожного зі змістових модулів після того, як розглянутий увесь теоретичний матеріал і проведені практичні завдання в межах кожного з двох змістових модулів.

Знання оцінюють за системою оцінювання за шкалою ECTS (тестові завдання).

Порядок і критерії оцінювання тестового контролю знань, навичок і вмінь студентів

Тестовий контроль знань, умінь і навичок студентів дозволяє ефективно й об'єктивно оцінювати успішність студентів. Критерії оцінювання тестових завдань залежать від їх типу.

Тестові завдання закритої форми

Тест-завдання закритої форми різняться за принципами побудови і відповідно мають і різні оцінювальні бали.

Прості альтернативні тест-завдання використовують для грубої перевірки правильності вибору або прийняття рішення у згорнутій формі й передбачають наявність двох варіантів організації відповіді типу „так - ні”; „правильно - неправильно” тощо. Оцінюють 1 бал.

Тест-завдання з простим множинним вибором за принципом класифікації використовують тоді, коли кількість можливих варіантів відповідей менше трьох, але відповідь більш складна, ніж відповідь типу „такні”. Їх доцільно використовувати під час перевірки умінь вільно орієнтуватися у групі схожих понять, явищ, процесів тощо. Оцінюють в 1 бал.

Тестові завдання з множинним вибором за принципом кумуляції, доцільно використовувати для перевірки повноти знань і умінь. Запитальна частина таких завдань в основному має порівняльний зміст: одна з декількох відповідей має бути найкращою, можливо правильною, найбільш правильною, найбільш повною, що частіше трапляється. У зв'язку з цим у запитальній

частині завдань використовують вирази типу „як правило”, „звичайно”, „частіше за все” „головна причина”, „найбільш часто”, „найчастіше”.

Оцінюють у 2 бали.

Тестові завдання з множинним вибором за принципом циклічності, використовуються для перевірки знань та умінь, якщо відповіді побудовані за принципом циклічності. Оцінюються у 2 бали.

Тестові завдання за принципом подвійної альтернативи передбачають, що після запитання, яке є незакінченим твердженням, фрагментом, ситуацією тощо, подають п'ять (два, три,...) відповідей і серед них необхідно обрати одну найбільш правильну (найповнішу) відповідь. Оцінюють у 2 бали.

Тестові завдання на відповідність (на асоціативні зв'язки) дають можливість установити знання фактів, взаємозв'язків і знання термінології, позначень, методик тощо. Оцінюються в 1 бал одна правильна відповідь.

Тестові завдання на порівняння і протиставлення (на аналіз взаємозв'язку), рекомендують для перевірки умінь виявляти розпізнавальні ознаки різних явищ, ситуацій тощо. Виконання таких завдань передбачає аналіз запропонованого матеріалу, його синтез та вміння зробити висновки. У разі аналізу запропонований для тестування матеріал поділяють на окремі частини і визначають їхні взаємовідносини; у разі синтезу – окремі частини або елементи

запропонованого матеріалу поєднують в одне ціле. Оцінюють у 5 балів.

Тестові завдання, що побудовані за принципом запитань із множинними відповідями. Тестові завдання з множинними відповідями „правильно/неправильно” використовують у ситуаціях, коли відповіді або рішення можуть бути тільки правильними або неправильними, не мають жодних відтінків і є категоричними. Крім того, досить часто на запропоновані запитання існує декілька правильних відповідей. У такому разі вважають, що тестують глибину знань, розуміння різних аспектів явищ, процесів тощо.

Завдання цього типу містять основу, до якої, як правило, пропонується чотири пронумеровані відповіді. Така основа може подаватися у формі твердження, фрагмента тексту, ілюстрації тощо. Відповіді мають бути тільки правильними або тільки неправильними (на відміну від ТЗ з однією найбільш правильною відповіддю). В інструкції наведене правило вибору відповіді.

Оцінюють в 5 балів.

Тестові завдання на визначення причинної залежності використовують з метою перевірки розуміння певної причинної залежності між двома явищами. Запитання складається так, що кожне з двох тверджень, що пов'язані сполучником „тому, що”, є повним і чітко сформульованим реченням. При виконанні такого завдання спочатку необхідно визначити правильне чи неправильне кожне з двох тверджень окремо, а тільки потім, якщо обидва твердження правильні, визначити, правильна чи неправильна причинна залежність між ними. Оцінюють такі тест-завдання в 5 балів.

Тест-задачі передбачають перевірку навиків практичного застосування теоретичних знань, умінь робити економічні висновки й прогнози щодо

діяльності економічних суб'єктів у певних виробничих ситуаціях. Оцінюють такі тест-завдання в 5 балів.

Тестові завдання відкритого типу.

Тестові завдання відкритого типу передбачають вільні відповіді. Вони не мають запропонованих варіантів відповідей і використовують для виявлення знань термінів, визначень, понять тощо. За змістом тестові завдання відкритого типу являють собою твердження з невідомою змінною. Оцінюються – в 1 бал - одне правильно вставлене слово, позначення, показник тощо.

Вид діяльності	Оцінка / Відсоток	Опис критеріїв оцінки
Контрольна робота	5 (90-100%)	Даною оцінки заслуговує студент, який виявив всебічне, систематичне і глибоке знання навчально-програмного матеріалу по темі або розділу, котрим присвячується означена контрольна робота, вміння вільно виконувати завдання, передбачені контрольною роботою, засвоїв основну та знайомий з додатковою літературою, рекомендованою по темі контрольної роботи. Дана оцінка виставляється студентам, що засвоїли взаємозв'язок основних понять розділу / теми дисципліни, які виявили творчі здібності в розумінні, викладі і використанні навчально-програмного матеріалу.
	4 (70-89%)	Даною оцінки заслуговує студент, який виявив всебічне, систематичне і глибоке знання навчально-програмного матеріалу по темі або розділу, котрим присвячується означена контрольна робота, вміння вільно виконувати завдання, передбачені контрольною роботою, засвоїв основну та знайомий з додатковою літературою, рекомендованою по темі контрольної роботи. Дана оцінка виставляється студентам, що засвоїли взаємозв'язок основних понять розділу / теми дисципліни в їх значенні для професії.
	4 (50-69%)	Даною оцінки заслуговує студент, який виявив знання основного навчально-програмного матеріалу по темі або розділу в обсязі, необхідному для подальшого навчання і майбутньої роботи за фахом, справляється з виконанням основних завдань, передбачених контрольною роботою, знайомий з основною літературою, рекомендованою по темі контрольної роботи. Дана оцінка виставляється студентам, допустившим похибки в виконанні контрольних завдань, які володіють необхідними знаннями для їх усунення за участю викладача.

	2 (менше 50%)	Дана оцінка виставляється студенту, котрий виявив значні прогалини в знаннях матеріалу, якому присвячена контрольна робота, яка допустила принципові помилки у виконанні передбачених контрольною роботою завдань. Дана оцінка ставиться студентам, які не можуть продовжити вивчення дисципліни без додаткових займаюся виготовленням ятий за відповідною темі / розділу.
Робота на практичному занятті	5 (90-100%)	Даною оцінки заслуговує студент, який виявив всебічне, систематичне і глибоке знання навчально-програмного матеріалу по темі або розділу, яким присвячений семінар, вміння вільно виконувати завдання, передбачені семінаром, який засвоїв основну та знайомий з додатковою літературою, рекомендованою по темі семінару. Дана оцінка виставляється студентам, що засвоїли взаємозв'язок основних понять теми семінару в їх значенні для майбутньої професії, які виявили творчі здібності в розумінні, викладі і використанні навчально-програмного матеріалу.
	4 (70-89%)	Даною оцінки заслуговує студент, який виявив всебічне, систематичне і глибоке знання навчально-програмного матеріалу по темі семінару, вміння вільно виконувати завдання, передбачені семінаром, який засвоїв основну та знайомий з додатковою літературою, рекомендованою по темі семінару. Дана оцінка виставляється студентам, засвоїли взаємозв'язок основних понять теми семінару в їх значенні для майбутньої професії.
	3 (50-69%)	Даною оцінки заслуговує студент, який виявив знання основного навчально-програмного матеріалу по темі або розділу, яким присвячений семінар, в обсязі, необхідному для подальшого навчання і майбутньої роботи за фахом, справляється з виконанням основних завдань, передбачених семінарських заняттям, знайомий з основною літературою, рекомендованою по темі семінарського заняття. Дана оцінка виставляється студентам, які допустили недоліки підготовки до семінару і участю в ньому, але володіє необхідними знаннями для їх усунення за участю викладача.

	2 (менше 50%)	Дана оцінка виставляється студенту, котрий виявив значні прогалини в знаннях матеріалу, якому присвячено семінар, який допустив принципові помилки у виконанні передбачених семінаром завдань. Дана оцінка ставиться студентам, які не можуть продовжити вивчення дисципліни без додаткових занять з відповідної теми / розділу дисципліни.
Відповідь на іспиті	5 (90-100%)	Заслужує студент, який виявив всебічне, систематичне і глибоке знання навчально-програмного матеріалу, вміння вільно виконувати завдання, передбачені програмою, засвоїв основну та знайомий з додатковою літературою, рекомендованою програмою. Дана оцінка виставляється студентам, засвоїли взаємозв'язок основних понять дисципліни в їх значенні для майбутньої професії, які виявили творчі здібності в розумінні, викладі і використанні навчально-програмного матеріалу.
	5 (70-89%)	Заслужує студент, який виявив всебічне, систематичне і глибоке знання навчально-програмного матеріалу, вміння вільно виконувати завдання, передбачені програмою, засвоїв основну та знайомий з додатковою літературою, рекомендованою програмою. Дана оцінка виставляється студентам, засвоїли взаємозв'язок основних понять дисципліни в їх значенні для майбутньої професії.
	3 (50-69%)	Заслужує студент, який виявив знання основного навчально-програмного матеріалу в обсязі, необхідному для подальшого навчання і майбутньої роботи за фахом, справляється з виконанням основних завдань, передбачених програмою, знайомий з основною літературою, рекомендованою програмою. Дана оцінка виставляється студентам, які допустили похибки у відповіді на іспиті або при виконанні екзаменаційних завдань, але володіє необхідними знаннями для їх усунення за участю викладача.

	2 (менше 50%)	Дана оцінка виставляється студенту, котрий виявив прогалини в знаннях основного навчально-програмного матеріалу, допустив принципові помилки у виконанні передбачених програмою завдань. Дана оцінка ставиться студентам, які не можуть продовжити навчання або приступити до професійної діяльності після закінчення вузу без додаткових занять з відповідної дисципліни.
--	---------------	--