

# **ТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА**

Навчальний посібник

**Роман Москалик**

Львів – 2024

# **TRADE POLICY**

Tutorial

**Roman Moskalyk**

Lviv – 2024

УДК 339.5:338.2

JEL: F13, F5

До друку рекомендувала

Вчена рада факультету міжнародних відносин Львівського національного університету імені Івана Франка

(протокол №3 від 26.02.2024 р.)

Рецензенти:

Завідувач кафедри міжнародних економічних відносин  
факультету міжнародних відносин

Львівського національного університету імені Івана Франка

доктор економічних наук, професор

І. М. ГРАБИНСЬКИЙ

Провідний науковий співробітник

ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І.Долішнього  
НАН України»

доктор економічних наук, професор

А. І. МОКІЙ

Завідувач кафедри державного управління

Українського католицького університету

доктор економічних наук, професор

В. В. БОРЩЕВСЬКИЙ

Москалик Р. Торговельна політика : Навчальний посібник (електронне видання). – Л: ЛНУ імені Івана Франка, 2024. 61 с.

В навчальному посібнику висвітлено основоположні питання формування та проведення торговельної політики країни. Розкрито сутність торговельної політики, її роль в національній економічній політиці, теоретично обґрунтовано вибір і наслідки тієї чи іншої торговельної політики, розглянуто конкретні інструменти та процедури торговельної політики. Особливість викладеного матеріалу – прикладний характер. Кожний розділ навчального посібника містить завдання для самостійної роботи здобувачів вищої освіти.

Навчальний посібник розрахований для студентів спеціальностей «міжнародні економічні відносини» та «міжнародний бізнес».

© Москалик Р. Я., 2024

© Львівський національний університет імені Івана Франка, 2024

## ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. ВСТУП ДО ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	7
1.1. Суть і поняття торговельної політики.	
1.2. Учасники торговельних відносин та їх інтереси.	
1.3. Види торговельної політики.	
1.4. Інструменти торговельної політики.	
1.5. Суб'єкти, які здійснюють торговельну політику.	
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТА ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	11
2.1. Меркантилізм, неомеркантилізм.	
2.2. Класична теорія політекономії, теорія порівняльних переваг.	
2.3. Теорія ресурсомісткості торгівлі.	
2.4. Кейнсіанство.	
2.5. Монетаризм, неокласична теорія.	
2.6. Теорія конкурентних переваг.	
2.7. Ефект масштабу.	
2.8. Торгівля в умовах монополістичної конкуренції.	
2.9. Інституціоналізм.	
2.10. Теорія життєвого циклу товару.	
2.11. Модель технологічного розриву.	
2.12. Теорія обкрадаючого зростання.	
2.13. Модель наукоємної спеціалізації.	
2.14. Теорія нового (ендогенного) зростання.	
2.15. Концепція технологічно інтенсивної торгівлі.	
РОЗДІЛ 3. ВИБІР ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	19
3.1. Переваги та недоліки лібералізму.	
3.2. Переваги та недоліки протекціонізму.	
3.3. Чинники, що впливають на вибір торговельної політики.	
3.4. Поняття чистої вигоди країни від торгівлі.	
3.5. Мотивація державних службовців. Концепція малої групи, об'єднаної спільним інтересом.	
3.6. Лобізм у торговельній політиці.	
РОЗДІЛ 4. ТАРИФНІ ІНСТРУМЕНТИ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	26
4.1. Митний тариф, мито, митна ставка.	
4.2. Класифікація товарів.	
4.3. Принципи СОТ щодо митних тарифів.	
4.4. Види мит.	
4.5. ПДВ при експорті та імпорті.	
4.6. Акцизи.	
4.7. Митні збори.	
4.8. Інші витрати торговців при експорті та імпорті.	

РОЗДІЛ 5. НЕТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ	36
5.1. Кількісні обмеження.	
5.2. Демпінг і антидемпінгові заходи.	
5.3. Субсидії та компенсаційні заходи.	
5.4. Спеціальні захисні заходи.	
5.5. Технічні бар'єри у торгівлі.	
5.6. Санітарні і фітосанітарні заходи.	
5.7. Торгівельні заходи, пов'язані з навколишнім середовищем.	
5.8. Правила визначення походження.	
5.9. Ембарго.	
5.10. Адміністративні бар'єри у торгівлі.	
5.11. Інші бар'єри у торгівлі.	
РОЗДІЛ 6. ВИЗНАЧЕННЯ МИТНОЇ ВАРТОСТІ ТОВАРІВ	48
6.1. Поняття митної вартості.	
6.2. Методи визначення митної вартості.	
6.3. Митні режими та визначення митної вартості.	
6.4. Декларація митної вартості.	
6.5. Документів, що підтверджують митну вартість.	
РОЗДІЛ 7. ПОКАЗНИКИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ДЛЯ АНАЛІЗУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ	53
7.1. Статистичні бази даних.	
7.2. Показники обсягу експорту та імпорту, зовнішньоторговельний оборот, сальдо торговельного балансу.	
7.3. Показник умов торгівлі.	
7.4. Показники відкритості торгівлі.	
7.5. Коефіцієнт покриття імпорту експортом.	
7.6. Індекс виявленої порівняльної переваги.	
7.7. Індекс компліментарності торгівлі.	
7.8. Індекс подібності експорту.	
7.9. Індекс інтенсивності торгівлі.	
7.10. Індекс спеціалізації торгівлі.	
7.11. Індекс внутрішньогалузевої торгівлі.	
Рекомендована література	60

## ВСТУП

В основу навчального посібника покладено сучасні тенденції проведення торговельної політики країн світу в умовах глобалізації. Розглядається комплекс принципів, підходів, правил та процедур формування, реалізації торговельної політики уряду у сфері зовнішньої торгівлі товарами та послугами задля реалізації торговельних інтересів країни, а саме захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції та здобуття доступу вітчизняних товарів/послуг до іноземних ринків. В навчальному посібнику акцентуємо увагу на наслідках імплементації тих чи інших напрямів торговельної політики для основних зацікавлених сторін (уряду, експортерів, імпортерів, виробників та споживачів). Вивчення і запровадження позитивного досвіду в цих сферах є важливим для проведення ефективної торговельної політики і здобуття додаткових переваг в результаті успішно прощтовхування вітчизняних товарів та захисту національних інтересів на світовому ринку.

Об'єктом вивчення є торговельна політика країн світу та України. Предметом вивчення є теоретичне обґрунтування, принципи, механізми, правила формування торговельної політики країни; стратегія і тактика здійснення торговельної політики задари просування національних інтересів на зовнішніх ринках.

Метою цього навчального посібника є: а) ознайомлення з теоретичними підходами, принципами, механізмами, інструментарієм та правилами формування та реалізації торговельної політики, враховуючи світовий досвід; б) вивчення впливу торговельної політики на зовнішню торгівлю; в) вивчення особливостей регулювання зовнішньої торгівлі в Україні.

В результаті вивчення курсу «Торговельна політика» студенти можуть отримати такі знання:

- поняття, види, принципи, механізми, інструменти, правила та процедури торговельної політики;
  - теоретичні концепції регулювання міжнародної торгівлі;
  - підходи до формування, проведення та аналізу торговельної політики;
  - практику проведення торговельної політики зарубіжних країн;
  - наслідки імплементації тих чи інших напрямів торговельної політики для основних зацікавлених сторін (уряду, експортерів, імпортерів, вітчизняних виробників та споживачів);
  - особливості регулювання зовнішньої торгівлі товарами, послугами України;
  - правила та процедури здійснення зовнішньоторговельної діяльності в Україні;
- вміти:
- використовувати інструменти торговельної політики;
  - користуватися підходами до формування, проведення та аналізу торговельної політики;

- користуватися правилами та процедурами для здійснення зовнішньоторговельної діяльності в Україні;
  - використовувати позитивний досвід проведення торговельної політики зарубіжних країн;
- володіти:
- методикою формування і проведення торговельної політики;
  - інструментарієм відповідних управлінських рішень при здійсненні зовнішньоторговельної діяльності в Україні,
  - засобами вдосконалення торговельної політики нашої країни.

Для вивчення курсу «Торговельна політика» студенти потребують базових знань з дисциплін «Вступ до спеціальності міжнародні економічні відносини», «Міжнародні економічні відносини», «Комерційна дипломатія».

## РОЗДІЛ 1 ВСТУП ДО ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

- 1.1. Суть і поняття торговельної політики.
- 1.2. Учасники торговельних відносин та їх інтереси.
- 1.3. Види торговельної політики.
- 1.4. Інструменти торговельної політики.
- 1.5. Суб'єкти, які здійснюють торговельну політику.

### **1. Суть і поняття торговельної політики.**

*Торговельна політика* – це офіційна діяльність центральних державних органів влади у галузі як внутрішньої, так і зовнішньої торгівлі для просування національних торгових інтересів країни.

Торговельна політика реалізується через:

- 1) систему державних органів, які адмініструють торговельні правила в країні, регулюють, контролюють, обліковують торгові потоки та процеси в країні.
- 2) торговельні місії при посольствах держави закордоном та торговельні представництва держави в міжнародних економічних організаціях.
- 3) законодавство держави та міжнародні договори у галузі економіки і торгівлі.

*Основними поняттями торговельної політики є:*

- торговельні режими, експорт, імпорт, реекспорт, реімпорт;
- замитнення товарів (при експорті), розмитнення товарів (при імпорті);
- принципи багатостороннього регулювання торгівлі (режим найбільшого сприяння, національний режим, принципи щодо митних тарифів і кількісних обмежень, доступу до ринку, прозорості, взаємності тощо;
- лібералізм, протекціонізм, чиста вигоди країни від торгівлі, лобізм;
- Гармонізована система опису та кодування товарів (ГС), Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД);
- тарифні та нетарифні бар'єри у торгівлі: митні тарифи, ПДВ, митні збори, квота, тарифна квота, ліцензії, добровільні експортні обмеження, технічні бар'єри у торгівлі, санітарні та фітосанітарні заходи, оцінка відповідності, правила визначення походження, ембарго тощо;
- оцінка митної вартості товарів;
- торговельний баланс, сальдо торговельного балансу;
- індикатори зовнішньої торгівлі: зовнішньоторговельний оборот, умови торгівлі, відкритість торгівлі (trade openness), коефіцієнт покриття імпорту експортом (export/import coverage), індекс виявленої порівняльної переваги (revealed comparative advantage index), індекс компліментарності торгівлі (trade complementarity index), індекс інтенсивності торгівлі (trade intensity index), індекс подібності експорту (Export Similarity Index); індекс внутрішньогалузевої



торгівлі (intra-industry trade index); індекс торгової спеціалізації (trade specialisation index).

Ці та інші поняття торговельної політики ми розглянемо в наступних розділах.

## **2. Учасники торговельних відносин та їх інтереси.**

Розглянемо інтереси основних учасників торговельних відносин:

- *національні виробники та підприємці*, зацікавлені, зокрема, в державних субсидіях, податкових пільгах, сприятливому бізнес кліматі, захисті від іноземної конкуренції, просуванні їх продукції на зовнішні ринки;

- *національні споживачі та домогосподарства*, яких цікавлять розумні ціни, якісні та безпечні товари та послуги, широкий асортимент продукції для задоволення різних споживчих вподобань;

- *експортери*, зацікавлені в ліберальній торговельній політиці, поверненні ПДВ при експорті, прозорих процедурах замитнення, доступі на ринок інших країн, міжнародних угодах щодо сприяння торгових потоків;

- *імпортери*, яких цікавлять ліберальна торговельна політика, низькі митні тарифи та мінімальні нетарифні бар'єри у торгівлі, прозорі та прості процедури розмитнення, міжнародних угодах щодо сприяння торгових потоків;

- *державні органи влади*, зацікавлені в збільшенні надходжень в державний бюджет від експортних та імпортних мит, ПДВ, акцизів, митних зборів, протидії контрабанді та контрафактній торгівлі, максимізації чистої вигоди країни від запроваджених торговельних правил чи обмежень;

- *громадські організації*, сфера інтересів яких: прозорість торговельної політики, боротьба з корупцією, справедливий баланс торговельних інтересів та розподіл доходів від торгівлі, просування інтересів своїх стейкхолдерів, яких вони представляють;

- *міжнародні організації* (міжурядові, надурядові, недержавні), сфера інтересів яких: формування, розвиток та забезпечення ефективного функціонування системи багатостороннього регулювання міжнародної торгівлі країн-членів, узгодження політики з іншими міжнародними організаціями заради створення цілісного світового економічного порядку.

## **3. Види торговельної політики.**

Розглянемо види торговельної політики:

*А. Ліберальна торговельна політика.* Її ще називають лібералізмом, фрітрейдерством, політикою вільної торгівлі. Притаманна головно країнам зі значною відкритістю торгівлі, розвиненими та прозорими інституціями.

*В. Протекціоністська торговельна політика.* Її ще називають протекціонізмом, закритою торговельною політикою, крайніми проявами якої є економічний націоналізм чи автаркія. Притаманна головно країнам з командно плановою економкою, диктаторськими режимами, та слабкими інституціями. Така політики головно не відповідає інтересам більшості учасників торговельних відносин.

*С. Торговельна політика змішаного типу.* Це сегментована, галузева чи регіональна торговельна політика, яка пристосовується до обставин, або до домінуючих торгових інтересів у країні. Це найбільш поширений вид торговельної політики у світі, яка охоплює багато торговельних режимів щодо третіх країн, маневруючи між інтересами різних ключових гравців та іноземних партнерів. Така політика дозволяє максимізувати чисту економічну вигоду для країни від запровадження торговельних правил чи обмежень, може дати відповідь на внутрішні виклики та зовнішні потрясіння.

#### **4. Інструменти торговельної політики.**

Інструменти торговельної політики групують у дві групи:

*А. Тарифні бар'єри у торгівлі, до яких водять:*

- митні тарифи,
- податок на додану вартість,
- акцизи,
- митні збори,
- інші фінансові затрати експортерів та імпортерів.

*В. Нетарифні бар'єри у торгівлі, до яких водять:*

- кількісні обмеження (квоти, ліцензії, добровільні експортні обмеження);
- технічні, санітарні та фітосанітарні заходи;
- антидемпінгові, компенсаційні та спеціальні захисні заходи, а також запровадження субсидій;
- правила визначення походження товарів;
- ембарго, санкції;
- торговельні обмеження, пов'язані із захистом навколишнього середовища;
- валютні обмеження (вплив на валютний курс, валютний контроль за поверненням валютних цінностей при експорті та імпорті, обов'язковий обмін валютної виручки від експорту);
- адміністративні бар'єри (брак прозорості, корупційні дії, складні контроверсійні процедури);
- множинність торгових режимів, вимоги національного вмісту тощо.

#### **5. Суб'єкти, які здійснюють торговельну політику.**

Розглянемо основні органи, задіяні в розробці та реалізації торговельної політики:

- *Уряд*, який розробляє і запроваджує підзаконні нормативні акти, правила і заходи у галузі торгівлі на загальнодержавному рівні.
- *Міністерство в галузі торгівлі*, яке від уряду є профільним виконавцем і адміністратором торговельних заходів і процедур.
- *Законодавчий орган*, який розробляє і запроваджує закони і правила в галузі торгівлі на загальнодержавному рівні.

- *Державна митна служба*, повноваження якої поширюються на зовнішню торгівлю товарами (*не послугами*), проводить замитнення і розмитнення вантажів, адмініструє тарифні та нетарифні заходи, здійснює оцінку митної вартості товарів, облікує експорт та імпорт товарів.
- *Органи сертифікації, стандартизації, санітарна та фітосанітарна служби*, які розробляють та адмініструють технічні регламенти, оцінку відповідності, санітарні та фітосанітарні правила у зовнішній торгівлі товарами.
- *Міністерство закордонних справ*, сферою компетенції якого є двосторонні та багатосторонні переговори і домовленості в галузі торгівлі з іншими країнами та в рамках міжнародних і регіональних інтеграційних об'єднань.
- *Торговельні представництва* країни в міжнародних організаціях та *торговельні місії* при посольствах країни закордоном, метою діяльності яких є просування торговельних інтересів держави, приймати рішення відповідно до мандату від держави, налагоджувати співпрацю з іноземними контрагентами в інтересах національних торговців.
- *Центральний банк*, який проводить валютну політику щодо корегування валютного курсу, валютного контролю, обміну валютної виручки тощо, що впливає на інтереси експортерів та імпортерів.
- *Комерційні банки*, які проводять валютні розрахунки національних торговців відповідно до встановлених вимог, звітують в центральний банк про платежі, проводять облік торгівлі послугами за платежами з та в країну.
- *Регіональні та місцеві органи влади*, які розробляють і запроваджують підзаконні нормативні акти, правила і заходи у сферах, пов'язаних з торгівлею головно послугами у межах своїх повноважень.

*Питання для самостійної роботи:*

- *як реалізується торговельна політика?*
- *які основні поняття торговельної політики?*
- *чим відрізняються інтереси учасників торговельних відносин?*
- *які особливості кожного виду торговельної політики?*
- *які торговельні інструменти входять до тарифних бар'єрів?*
- *які торговельні інструменти входять до нетарифних бар'єрів?*
- *які державні і недержавні органи здійснюють торговельну політику?*

## РОЗДІЛ 2

### ТЕОРЕТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ ТА ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

- 2.1. Меркантилізм, неомеркантилізм.
- 2.2. Класична теорія політекономії, теорія порівняльних переваг.
- 2.3. Теорія ресурсомісткості торгівлі.
- 2.4. Кейнсіанство.
- 2.5. Монетаризм, неокласична теорія.
- 2.6. Теорія конкурентних переваг.
- 2.7. Ефект масштабу.
- 2.8. Торгівля в умовах монополістичної конкуренції.
- 2.9. Інституціоналізм.
- 2.10. Теорія життєвого циклу товару.
- 2.11. Модель технологічного розриву.
- 2.12. Теорія обкрадаючого зростання.
- 2.13. Модель наукоємної спеціалізації.
- 2.14. Теорія нового (ендогенного) зростання.
- 2.15. Концепція технологічно інтенсивної торгівлі.

Розглянемо кілька теорій міжнародної торгівлі та підсумуємо висновки для торговельної політики.

#### **1. Меркантилізм, неомеркантилізм.**

Меркантилістські ідеї знаходять відображення у сучасній торговельній політиці багатьох країн світу, які прагнуть підтримувати активний торговельний баланс для певних соціальних і політичних цілей. Таку політику називають неомеркантилізмом. У рамках СОТ країни-члени можуть вести так звану "меркантилістську гру", прагнучи, з одного боку, просунути лібералізаційні ініціативи щодо своїх експортних товарів/послуг, та, з іншого боку, обмежити доступ до своїх ринків іноземних товарів/послуг, з якими конкурують їх національні виробники.

*Висновки для торговельної політики:* забезпечити активне сальдо торгового балансу; регулювати зовнішню торгівлю для збільшення експорту і зменшення імпорту; заборонити або обмежити експорт сировини і дозволити безмитний імпорт сировини; експортувати кінцеві товари; обмежити торгівлю своїх колоній/сателітів з іншими країнами, крім метрополії.

#### **2. Класична теорія політекономії, теорія порівняльних переваг.**

Класична теорія - це теорія лібералізму. Торговельна політика має сприяти вільній торгівлі, що базується на порівняльних перевагах країни за Давидом Рікардо. Прихильники цієї теорії стверджують про "невидиму руку" саморегуляції ринку, благо відкритої конкуренції та вільної торгівлі. Роль

держави зводиться до формування розумних правил торгівлі, будівництво інфраструктури, забезпечення прав власності тощо.

*Висновки для торговельної політики:* проводити політику вільної торгівлі в найширшому розумінні, формувати інституції та інфраструктуру для сприяння торгівлі.

### **3. Теорія ресурсомісткості торгівлі.**

Шведські економісти Елі Гекшер і Бертіль Олін стверджували, що країна буде спеціалізуватися на експорті тих товарів, на виробництво яких використовуються надлишкові в країні фактори виробництва. Країна імпортуватиме продукцію, що потребує використання дефіцитних в країні факторів виробництва. Самуельсон додав до цієї концепції теорему про вирівнювання цін на фактори виробництва в результаті торгівлі.

*Висновки для торговельної політики:* проводити галузеву політику, підтримувати експортно-орієнтовані галузі, сприяти власникам надлишкових факторів виробництва.

### **4. Кейнсіанство.**

Джон Кейнс, англійський економіст, радник американського президента Рузвельта. Велика депресія 1929-1932 рр. змусила правлячі кола США відмовитися від ліберальних поглядів про невтручання держави в економіку. За Кейнсом, повна зайнятість сама по собі не створиться, потрібний ефективний попит, тому мають бути державні витрати на суспільні роботи для стимулювання попиту. Економічні кризи, що періодично відбувалися, спонукають уряди запроваджувати широкі регуляторні механізми, узгоджувати національну торговельну політику на багатосторонньому рівні (наприклад, в рамках СОТ) для побудови системи правил світової торгівлі.

*Висновки для торговельної політики:* реагувати на дисбаланси в торгівлі для подолання частих внутрішніх і зовнішніх шоків (надмірна чи недобросовісна іноземна конкуренція, світові фінансові кризи); розвивати державні закупівлі; брати активну участь в міжурядових та наддержавних інституціях, особливо в час глобалізації.

### **5. Монетаризм (неокласична теорія).**

Мілтон Фріман, американський економіст, радник американського президента Рейгана, розробив монетарну теорію. Він обстоював обмежене державне втручання у сферу грошей, низькі податки на доходи, скасування підтримки цін і протекціоністських тарифів. Фріман спирався на ліберальні методи управління, використовуючи фінансово-кредитні, цінові, грошові прийоми. Він вважається одним з головних опонентів підходу Кейнса щодо регулювання національної чи світової економіки. На противагу кейнсіанству, яке розглядає сукупний попит під впливом багатьох чинників, головно державних витрат, монетаризм дивляться на сукупний попит через призму пропозиції грошей, дерегулювання, у тому числі і в торговельній політиці.

*Висновки для торговельної політики:* проводити політику вільної торгівлі; важлива роль центрального банку для впливу на валютний курс, грошову масу, кредитні умови для покращення умов торгівлі країни; недоцільним є використання жорстких валютних обмежень як валютний контроль чи вимога обміну валютної виручки на національну валюту.

## **6. Теорія конкурентних переваг.**

Майкл Портер розробив концепцію конкурентних переваг, за якою успіх фірми та країни на світовому ринку залежить одночасно від правильного вибору конкурентної стратегії фірми та від конкурентних переваг самої країни. Портер виділяє чотири детермінанти конкурентної переваги фірми, галузі чи країни (так званий *національний «ромб»*):

- 1) фактори виробництва, у тому числі природні ресурси, інфраструктура, доступ до капіталу, кваліфікована робоча сила;
- 2) внутрішній попит споживачів, що впливає на кількість, якість, інноваційність виробленої продукції, вихід на зовнішні ринки;
- 3) суміжні галузі, у тому числі рівень розвитку в країні галузей і постачальників важливих для конкретної фірми, галузі чи країни (наприклад, банків для поповнення обігових коштів, страхових та логістичних компаній для ефективного перевезення продукції тощо);
- 4) стратегія фірми, а саме методи організації та управління фірмою, особливості структури фірми та прийняття рішення її менеджменту, підходи до конкурентної боротьби з іншими фірмами галузі.

Також Портер виділяє ще дві важливі додаткові змінні, що формують шести-факторну модель – так званий *«діамант» Портера*:

- уряд, який передбачає систему державних органів та законодавство в галузі економічної політики, що безпосередньо впливає на детермінанти конкурентних переваг країни;
- шанс чи випадкові обставини, які не залежать від фірми, та які слід аналізувати у умовах невизначеності.

Всі компоненти взаємно підсилюються, і кожен детермінант впливає на інші.

За Портером країни мають найбільші шанси на успіх в тих галузях, де всі чотири детермінанти (національний «ромб») та додаткові два детермінанти (національний «діамант») мають найсприятливіший характер.

*Висновки для торговельної політики:* узгоджувати торговельну політику з іншими політиками, які впливають на компоненти національного «ромба» та «діаманта», сприяння торгівлі лідируючих національних компаній і галузей.

## **7. Ефект масштабу.**

Американський економіст Пол Кругман обґрунтував концепцію, за якою, збільшення обсягу випуску скорочує довгострокові середні витрати на виробництво додаткової одиниці продукції. Заводи при збільшенні масштабів виробництва слід розміщувати в країнах з містким внутрішнім ринком.

Міжнародна торгівля дозволяє розширити ринки збуту. В результаті виробники знижують собівартість за рахунок масового виробництва, а споживачі отримують більше продукції і за нижчими цінами.

*Висновки для торговельної політики:* проводити галузеву політику підтримки крупних перспективних виробників, які здатні масштабувати свій бізнес, сприяння формуванню своїх ТНК та просувати лібералізаційні ініціативи на їх користь.

### **8. Торгівля в умовах монополістичної конкуренції.**

Це ситуація олігополії, коли існує невелика кількість фірм, що виробляють певний вид продукції, кожна з яких може впливати на ціну цієї продукції. При цьому товари не є абсолютно однаковими, а відрізняються деякими характеристиками (наприклад, автомобільні, смартфони, комп'ютери). Олігополії як малочисельна група здатні захопити та поділити ринок внутрі країни так і світовий ринок, бути домінуючими торговцями.

*Висновки для торговельної політики:* узгоджувати торговельну політику з антимонопольною політикою, запобігати монополізації ринків і злочинним змовам задля розвитку конкуренції всередині країни, сприяти виходу на зовнішні ринки національного крупного бізнесу та ТНК.

### **9. Інституціоналізм.**

Інституціоналізм або інституціональна економіка – це напрям економічної теорії, який аналізує економічні проблеми, пов'язуючи їх з соціальними, політичними, етичними, правовими проблемами тощо. Інститут – первинний рушійний елемент в суспільстві. Інститутами є держава, підприємства, громадські об'єднання, профспілки, релігійні організації, монополії, приватна власність, інфраструктура. Зазвичай інституції відображають притаманні в країні форми економіки та моделі правової системи. Країни з розвиненими інститутами та інституціями здатні ефективніше розвивати торговельні процеси, проводити ліберальнішу торговельну політику на користь більшості учасників торговельних відносин.

*Висновки для торговельної політики:* розвивати національні торговельні інститути та інституції для ефективного адміністрування, управління, регулювання та стимулювання торговельних процесів, розвивати інфраструктуру для сприяння зовнішньої торгівлі.

### **10. Теорія життєвого циклу товару.**

Раймонд Вернон є розробником цієї теорії, за якою всі товари проходить через такі стадії: 1) виведення на ринок; 2) розвиток; 3) зрілість; 4) занепад. Той самий товар в різних країнах в той самий час може перебувати на різних стадіях життєвого циклу. Країни поділяються на новаторів, послідовників (імітаторів) та аутсайдерів, які останніми починають споживати і виробляти цей товар. Через певний час країна-новатор, яка лідирувала в експорті товару, стає його імпортером, а країна-імітатор перетворюється з імпортера на основного

виробника та експортера у світі. Країни-аутсайдери можуть почати експорт цих товарів вже на стадії, коли товар стандартизованим і добре розповсюдженим. На завершальній стадії життєвого циклу товару країна-новатор припиняє виробництво цього товару, а натомість розробляє і виводить на ринок новий продукт.

*Висновки для торговельної політики:* фокусуватися на інноваційному бізнесі, підтримувати вихід на зовнішні ринки національних експортерів інноваційної продукції, сприяти торгівлі новаторів чи імітаторів у залежності від стадії життєвого циклу їх продукції.

### **11. Модель технологічного розриву.**

За Майклом Познером відмінності в технологічному розвитку країн є головною причиною торгівлі між ними. Країни здобувають лідерство на зовнішніх ринках завдяки прогресивним технологіям, які втілені у виробництві товарів. Технологічний розрив може бути подоланий шляхом абсорбування знань створених закордоном та пряме копіювання нововведень в найкоротші терміни.

*Висновки для торговельної політики країни-новатора:* сприяти експорту технологічно місткої продукції; підтримувати національні наукові дослідження і розробки; активний захист прав інтелектуальної власності в тому числі на міжнародному рівні.

*Висновки для торговельної політики країни-імітатора:* сприяти експорту та імпорту технологічно місткої продукції; підтримувати національні структури, які здатні усвідомити та втілити іноземні знання та інновації у власний випуск інноваційної продукції; помірний захист прав інтелектуальної власності або нехтування ними.

### **12. Теорія обкрадаючого зростання.**

Джагдіш Бхагваті, американський економіст індійського походження, стверджував, що спеціалізація країн, які розвиваються, на експорті сировинних товарів може негативно відобразитись на їх економічному зростанні. Збільшення експорту сировинних товарів збільшує пропозицію цих товарів, а відтак знижує світові ціни на них, що, у свою чергу, призводить до погіршення умов торгівлі для експортерів з країн, що розвиваються.

*Висновки для торговельної політики:* обмежувати експорт сировини, якщо є власна переробка; сприяти поглибленій переробці, доданій вартості всередині країни; стимулювати експорт готової продукції чи напівфабрикатів; розвивати торгівлю послугами.

### **13. Модель наукоємної спеціалізації.**

Ця модель обґрунтовує спеціалізацію індустріально розвинених країн, які володіють передовими технологіями, на виробництві й експорті наукоємних і технологічно складних товарів, а країн, що розвиваються, на виробництві й експорті сировинних і ресурсномістких товарів.



*Висновки для торговельної політики:* сприяти науково-дослідним розробкам, виробникам і торговцям наукоємної продукції з метою стати індустріально розвиненою країною, науковим і технологічним лідером. Україна має підстави для цього.

#### **14. Теорія нового (ендогенного) зростання.**

Зростаюча конкуренція зменшує прибутки. Це змушує шукати способи підвищення продуктивності виробництва або винаходити нові продукти, щоб максимізувати прибутковість. Найбільша цінність для продуктивності це знання. Знання розглядаються як актив для зростання продуктивності, який не піддається обмеженням чи зменшенню прибутковості, як інші активи, такі як капітал чи нерухомість.

Теорія нового (ендогенного) зростання, започаткована Ромером і Лукасом та розвинена багатьма економістами, на протигагу традиційній концепції екзогенного зростання Роберта Солоу, розглядає сукупну продуктивність факторів як ендогенну змінну, на яку впливає низка чинників: торгівля (імпорт), абсорбовані країною іноземні дослідження і розробки (R&D), людський капітал, внутрішні R&D, використання прав інтелектуальної власності, якість інституцій та інші.

Сукупна продуктивність факторів (total factor productivity, TFP) – це економічна концепція, яка пояснює збільшення випуску продукції не залежно від збільшення кількості виробничих факторів (капіталу і робочої сили), і тому вважається мірою операційної ефективності.

Ендогенна теорія зростання передбачає, що відкрита країна до світової торгівлі здатна отримати технологічні товари, які підвищують її технологічність, і тому країна з відкритою економікою може зростати швидше ніж закрита в результаті технологічних вдосконалень<sup>1</sup>. Відкритість торгівлі забезпечує доступ до імпорту технологічної продукції, збільшує ємність ринку для внутрішніх виробників, що підвищує віддачу від інновацій і сприяє спеціалізації країни в наукоінтенсивному виробництві”<sup>2</sup>.

З одного боку, захист виробників знижує мотиви пошуку технологічних удосконалень, а протекціоністську політику загалом розглядають переважно як чинник стримування технологічного розвитку. З іншого боку, підхід Шумпетера показує, що лібералізм і зростаюча конкуренція можуть зменшити мотивацію бізнесу інвестувати в інновації через зниження очікуваних прибутків<sup>3</sup>. Гроссман і Гелпман відзначають, що інтервенції у торгівлю можуть сприяти довгостроковому зростанню, якщо протекціоністська політика заохочує інвестиції в наукоінтенсивні галузі<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Jin J. C. Can Openness Be an Engine of Sustained High Growth Rates and Inflation? Evidence from Japan and Korea / J. C. Jin // *International Review of Economics and Finance*. – 2006. – 15(2). – P. 229.

<sup>2</sup> Harrison A. Openness and Growth: A Time-Series, Cross-Country Analysis for Developing Countries / A. Harrison // *Journal of Development Economics*. – 1996. – 48. – P. 419.

<sup>3</sup> Schumpeter J. A. *Capitalism, Socialism, and Democracy* / J. A. Schumpeter; 3rd edition. – New York: Harper Perennial, 1962. – 431 p.

<sup>4</sup> Grossman G. M. Endogenous Product Cycles / G. M. Grossman, E. Helpman // *Economic Journal*. – 1991. – 101. – P. 1229–1241.

*Що важливіше імпорт чи експорт для зростання продуктивності?* З імпортом продукції надходять нові ідеї, знання, технології, компоненти для власних R&D. Країна може підвищити свою продуктивність через імпорт з країн, які накопичили значний “запас знань”<sup>5</sup>. Ефект “навчання через експорт” не є явним. Це питання потребує подальшого дослідження, перш ніж говорити про експорт як канал залучення іноземних технологій<sup>6</sup>. Більш очевидним є інший зв'язок, що спочатку країна залучає технологічні знання, а потім експортує.

*Висновки для торговельної політики:* узгоджувати ліберальну торговельну політику з іншими політиками: розвиток людського капіталу, удосконалення освіти, стимулювання внутрішніх R&D, використання прав інтелектуальної власності, цифровізація уряду, бізнесу та суспільства.

### **15. Концепція технологічно інтенсивної торгівлі.**

Технологічно інтенсивна відкритість торгівлі країни сприяє зростанню продуктивності її економіки. За гіпотезою Гроссмана і Гелпмана, чим більше країна імпортує з високоінноваційних торговельних партнерів, тим більше вона отримає технологій, втілених у проміжних товарах, що може відобразитися у зростанні продуктивності<sup>7</sup>. Технологічно інтенсивну торгівлю можна виміряти як торгівлю з високоінноваційними країнами, або як торгівлю високотехнологічними товарами. Економіст Майкл Конноллі виявив статистично значимий позитивний зв'язок між високотехнологічним імпортом з розвинених країн, внутрішніми інноваціями й імітацією технологій<sup>8</sup>. Технологічно інтенсивний імпорт, виміряний як імпорт з високоінноваційних країн, позитивно впливає на зростання продуктивності країн, що розвиваються<sup>9</sup>.

Отже, саме технологічно інтенсивна торгівля (головно імпорт) є ключовим каналом міжнародного поширення технологій і чинником зростання продуктивності.

*Висновки для торговельної політики:* стимулювати технологічно інтенсивну торгівлю (імпорт); регламентувати структуру зовнішньої торгівлі через призму технологічної компоненти.

*Питання для самостійної роботи:*

- які теоретичні концепції підтримують політику вільної торгівлі?
- в яких теоріях можна знайти обґрунтування протекціоністських заходів?
- яка теорія ґрунтується на активному сальдо торгового балансу?

<sup>5</sup> Bayoumi T. R&D Spillovers and Global Growth / T. Bayoumi, D. T. Coe, E. Helpman // Journal of International Economics. – 1999 – 47. – P. 5.

<sup>6</sup> Keller W. International Technology Diffusion / W. Keller // Journal of Economic Literature. – 2004. – XLII. – P. 767.

<sup>7</sup> Grossman G. M. Innovation and Growth in the Global Economy / G. M. Grossman, E. Helpman. – Cambridge, MA : MIT Press, 1991. – 375 p.

<sup>8</sup> Connolly M. Dynamic Interaction: A North-South Story of Technological Diffusion / M. Connolly. – Working Paper No. 99-08. – Duke University (USA), Economics Department, 1999. – 24 p.

<sup>9</sup> Москалик Р. Міжнародне поширення технологій у глобалізованій економіці: монографія. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2013. 378 с.

- яка теорія пропонує розвивати багатостороннє регулювання міжнародної торгівлі?
- які теорії ґрунтуються на валютних заходах?
- в чому особливість «ромба» та «діаманта» Портера?
- які теоретичні концепції підтримують розвиток крупного бізнесу?
- які рекомендації для державної політики пропонує інституціоналізм?
- якою має бути торговельна політика за Верноном і Познером?
- які теорії рекомендують обмежувати експорт сировини та розвивати переробку всередині країни?
- яким чином відкритість країни до світової торгівлі може покращити її технологічний рівень?
- який вид торговельної політики пропонує теорія ендогенного зростання?
- яке обґрунтування інтервенцій у торгівлю для зростання продуктивності?
- що таке сукупна продуктивність факторів і які її основні чинники?
- що важливіше імпорт чи експорт для зростання продуктивності країни?
- як обґрунтувати важливість технологічно інтенсивної торгівлі?

## **РОЗДІЛ 3. ВИБІР ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ**

- 3.1. Переваги та недоліки лібералізму.
- 3.2. Переваги та недоліки протекціонізму.
- 3.3. Чинники, що впливають на вибір торговельної політики.
- 3.4. Поняття чистої вигоди країни від торгівлі.
- 3.5. Мотивація державних службовців. Концепція малої групи, об'єднаної спільним інтересом.
- 3.6. Лобізм у торговельній політиці.

### **1. Переваги та недоліки лібералізму.**

*Лібералізм* у торговельній політиці передбачає сприяння вільній торгівлі з низькими або відсутніми тарифними і нетарифними бар'єрами.

Переваги ліберальної торговельної політики:

- стимулювання розвитку конкуренції та обмеження монополізму;
- покращення доступу вітчизняного експорту на ринки інших країн, оскільки лібералізація торгівлі відбувається на взаємній основі;
- розширення номенклатури товарів на внутрішньому ринку за рахунок імпорту;
- спрощення митних процедур, що є економією витрат і часу для експортерів та імпортерів, що підвищує ефективність і прозорість митних органів;
- гармонізація митних процедур з іншими країнами за правилами СОТ, що спрощує міжнародну торгівлю;
- підвищення обсягів зовнішньої торгівлі і, як наслідок, збільшення надходження валютних коштів в країну;
- покращення доступу до імпоротної техніки та устаткування, сприяння технологічно інтенсивного імпорту, з яким в країну потрапляють інновації;
- залучення іноземних інвестицій, оскільки інвестиції і торгівля взаємно зв'язані, а також через торгівлю в країну надходять інвестиційних товарів, машин та обладнання.

До потенційних ризиків слід віднести:

- посилення конкурентного тиску на внутрішні галузі з боку імпорту та витіснення національного виробника з внутрішнього ринку;
- необхідність модернізації виробництва у зв'язку з посиленням іноземної конкуренції, на що в підприємств може не вистарчати коштів.

### **2. Переваги та недоліки протекціонізму.**

*Протекціонізм* – це політика обмеження імпорту товарів чи послуг, направлена на захист внутрішнього ринку від іноземної конкуренції через запровадження тарифних і/або нетарифних обмежень у торгівлі, і як правило задовольняє торгові інтереси певних національних виробників та уряду.

Основні види протекціонізму:

- Селективний – захист конкретного товару чи галузі, або проти конкретної держави, реалізується в рамках галузевої чи регіональної економічної політики.
- Колективний – спільний захист групи держав, об'єднаних в митний союз, спільний ринок чи економічний союз проти третіх країн.
- Прихований – за допомогою не митних засобів, а через використання множинності митних режимів, добровільних експортних обмежень тощо.
- Місцевий – захист продукції і послуг місцевих компаній, політика національного вмісту тощо.
- Зелений – за допомогою екологічного права, встановлення обмежень на імпорт, якщо імпортовані товари виробляються зі шкодою для довкілля або ж екологічні вимоги до імпортованих товарів завищені.
- Корупційний – коли політичні діячі діють в інтересах не масового споживача, а у власних корисних цілях, задовольняючи інтереси близького до них бізнесу.
- Протекціонізм у кризових ситуаціях, таких як криза платіжного балансу, різке зростання імпорту, світова фінансова криза, пандемія, війна.

Є думка, що міжнародна торгівля виникає тоді коли є довіра між партнерами. Навряд чи ви будете продавати покупцю, якому не довіряєте, що він виконає свої зобов'язання за контрактом і оплатить за товар. В міжнародній торгівлі поставка товару від виробника до кінцевого споживача відбувається, як правило, через кількох торговців. Виробник продає експортеру, експортер – міжнародному трейдеру, трейдер – імпортеру в країні, де буде споживатись товар, далі імпортер – оптовій чи роздрібній мережі. Така схема є цілком звичайною. В даному випадку задіяні п'ять ланок торговців. Кризова ситуація збільшує ризик, що якась ланка цього ланцюжка поставки зруйнується, один з п'яти контрагентів підведе іншого (наприклад, не отримує торгового фінансування зі свого банку, або просто збанкрутує), і весь ланцюжок поставок буде порушений. Кризові явища знижують довіру торговців у здатності інших виконати контракт, бо з'явилися нові багатофакторні ризики.

Можна побудувати аналогію і щодо урядів. Уряди країн укладають угоди про взаємну лібералізацію торгівлі з надійними партнерами, з якими є співпраця, яким довіряють. Кризові явища руйнують довіру, бо настав час рятувати в першу чергу себе, свою національну економіку навіть всупереч міжнародним зобов'язанням. В СОТ передбачено винятки з базових принципів міжнародної торгівлі у випадку кризи платіжного балансу, для забезпечення національної безпеки тощо. Тоді за правилами СОТ дозволяється порушувати навіть принцип недискримінації та принцип заборони кількісних обмежень.

*Переваги протекціонізму:*

- Захист молодих галузей країни. Нові підприємства, що лише започатковуються в країні без тимчасового захисту можуть не витримати іноземної конкуренції та збанкрутувати, так і не розвинувшись. На стадії становлення галузі її продукція часто не в змозі конкурувати з продукцією з-за

кордону через низку причин: ще не досягли ефекту масштабу для економії витрат, потрібна адаптація менеджменту і персоналу, слід завершити маркетингову програму виведення продукту на ринок, пошук ринків збуту, завоювання іміджу тощо. Такий протекціонізм може мати сенс коли застосовується короткостроково.

- Збільшення або збереження зайнятості. Протекціонізм може боротись зі структурним безробіттям, принаймні у короткостроковому періоді. Таке безробіття пов'язане зі скороченням національного виробництва в певній галузі внаслідок неможливості конкурувати з імпортом. Скорочення робочих місць може посилити навантаження на бюджет для виплат грошової допомоги безробітнім. Безробіття може вплинути на зниження споживання і ділової активності в країні. Тому тимчасовий протекціонізм може бути меншим «злом».

- Захист внутрішнього ринку від недобросовісної і надмірної конкуренції, а саме демпінгового і субсидованого імпорту товарів, коли запроваджують антидемпінгові (antidumping measures) і компенсаційні (countervailing measures) заходи. У випадку різкого непередбачуваного зростання імпорту за правилами СОТ можна застосовувати спеціальні захисні заходи (safeguards) на тимчасовій основі, для того щоб внутрішня галузь змогла адаптуватись до нових умов конкуренції. Ці інструменти захисту можна вважати економічно обґрунтованими.

- Забезпечення національної безпеки. Для досягнення військово-політичних цілей необхідно ізолювати від іноземної конкуренції внутрішні галузі, що виробляють стратегічну продукцію. До таких галузей відносять військово-промисловий комплекс, енергетика, зв'язок, галузі, що виготовляють товари подвійного призначення (наприклад, мікрочипи). До цього списку також додають сільське господарство та харчову промисловість для забезпечення продовольством армії і населення під час воєнних конфліктів, коли імпорт значно обмежений.

- Створення сприятливих умов для виникнення і підтримки внутрішніх крупних компаній у торгівлі, промисловості, фінансовій сфері. Черпаючи надприбутки на внутрішньому захищеному ринку через завищені ціни, ці підприємства здатні захоплювати зовнішні ринки, формувати ТНК, і домінувати на зовнішньому ринку. Ефект для внутрішніх споживачів очевидно є негативним.

- Створення умов для розвитку інновацій в країні. Протекціонізм може бути виправданий, коли підприємства інвестують свої надприбутки, зароблені на внутрішньому захищеному ринку, в інновації, дослідження та нові розробки, що вплине на їх довгострокову продуктивність.

*Недоліки протекціонізму:*

- підвищення цін через високі імпорتنі мита та обмеження асортименту продукції для внутрішніх споживачів, що є їх чистим збитком;

- ризик формування монополій, олігополій, що пригнічує конкуренцію на внутрішньому ринку;

- скорочення темпів економічного зростання, а відтак і добробуту населення, внаслідок зменшення торгівлі, адже за економічною теорією зростання торгівлі є важливим чинником зростання валового випуску і продуктивності;

- скорочення зовнішньої торгівлі країни, що негативно впливає на світову економіку;

- протекціонізм підриває експорт з країни, призводить до тарифної ескалації, торговельних війн. За принципом взаємності торговельні партнери введуть подібні або й вищі обмеження на торгівлю з країною, яка ініціювала протекціонізм;

- не обґрунтований протекціонізм суперечить правилам СОТ, а відтак забороняється. Країна-порушник наражається на заходи у відповідь, сплату компенсації і може бути позбавлена членства в СОТ, що матиме для країни крім всього іншого серйозні іміджеві втрати.

### **3. Чинники, що впливають на вибір торговельної політики.**

Серед чинників, що впливають на вибір торговельної політики, можна назвати:

- Наділеність країни природними ресурсами, які мають попит на світовому ринку: енергоносії, дорогоцінні метали, мінерали, кремній для виробництва мікрочипів, в майбутньому – питна вода. В такому випадку уряд країни може обрати політику селективного протекціонізму, щоб мати змогу контролювати імпорт, бо з експортом і так все гаразд. Немає потреби здобувати доступ до іноземних ринків для своїх товарів на взаємній основі, надаючи іноземцям доступ до свого ринку. Їхні природні ресурси і так добре збуваються. Прикладом могут бути Туркменістан, який володіє енергоносіями, запасами численних мінералів, і який навіть не подав заявки на вступ у СОТ.

- Розмір країни. Чим більша економіка, тим більше вона є самодостатньою і менше залежить від зовнішньої торгівлі. Тому лібералізація зовнішньої торгівлі не є екзистенційною потребою великої країни, на відміну від малих та середніх економік, які прямо залежать від зовнішніх ринків. Індикатор відкритості торгівлі, який розраховується як відношення експорту і імпорту до ВВП, може показати залежність економіки від зовнішньої торгівлі. Так відкритість торгівлі США становить приблизно 23%, Китаю – 35%, Великобританії – 55%, України – 80%, Сінгапуру – понад 300%.

- Структура економіки. Чим більша кількість галузей розвинена в економіці, тим більша номенклатура вітчизняних товарів доступна на внутрішньому ринку, тим менше країна потребує імпорту, тим більший вплив внутрішніх галузей на уряд, щоб захистити їх від іноземної конкуренції.

- Якість інституцій, що включає прозорість, ефективність, некорумпованість державних органів влади. Країни з вищим рівнем розвитком інституцій віддають перевагу політиці лібералізму, де рішення приймаються на користь всієї країни, за критерієм чистої вигоди для країни. І, навпаки, корумпований уряд з слабкими інституціями приймають рішення на користь

певних бізнес груп чи виробників, вираші яких від цих рішень є меншими, ніж втрати інших учасників ринку (інших підприємств чи споживачів).

- Інші фактори: політичний режим, культурно-етичні вподобання населення тощо.

#### **4. Поняття чистої вигоди країни від торгівлі.**

Це показник, який розраховується як різниця між сукупним вирашем і сукупним програшем від певного рішення у сфері торговельної політики для всіх національних учасників торговельних відносин (виробників, споживачів, імпортерів, експортерів, уряду, громадських чи бізнесових об'єднань тощо).

Цей показник можна і слід розраховувати для прийняття управлінських рішень, зокрема за допомогою статистичних пакетів як GTAP (General Trade Analysis Project). GTAP базується на концепції загальної економічної рівноваги, здатний прогнозувати вигоди і збитки від певних лібералізаційних чи протекціоністських заходів для різних галузей чи груп в економіці країни.

#### **5. Мотивація державних службовців. Концепція малої групи, об'єднаної спільним інтересом.**

Державні службовці поділяються на тих, що обираються на загальнодержавних виборах, і тих, що призначаються. Обрані держслужбовці, які перемогли на виборах, формують свій уряд, який призначає інших держслужбовців міністерств. А відтак призначені держслужбовці виконують програму обраних держслужбовців.

Обрані держслужбовці у прийнятті рішень, в тому числі щодо торговельних заходів, керується головно мотивом бути переобраними на наступний термін. Відтак вони мали б керуватися задоволенням інтересів більшості. З точки зору економічної теорії для більшості країни ймовірно буде вигіднішим лібералізм. Проте для кожного члена більшості (великої кількості споживачів, малих та середніх фірм) позитивний вплив лібералізаційних торговельних заходів може виявитись незначним, або відтермінованим у часі. Це дає можливість держслужбовцям приймати рішення в інтересах не більшості, а малих груп (певної асоціації виробників чи фінансово-промислових груп), які значно виграють від іншого рішення (від протекціонізму).

*Концепція малих груп, об'єднаних спільним інтересом*, стверджує, що чим менш чисельна група (наприклад, 5-10 учасників), тим вона більш об'єднана спільним інтересом, здатна до швидкої організації та мобілізації зусиль для просування своїх інтересів, у тому числі в уряді. Велика група (наприклад, сотні тисяч учасників) є більш аморфною, їй складніше оперативно зібратися для обговорення проблеми. В середині великої групи можуть бути не зовсім однакове бачення щодо реалізації цього, на перший погляд, спільного інтересу.

Мала група, об'єднана спільним інтересом, працює швидко, потужно, точно, тим саме досягає успіху. Коли така група впливає на уряд для прийняття важливих для неї рішень, то використовує потужний лобізм,



направлений на ключових держслужбовців. В умовах слабких інституцій, малій об'єднаній групі ще легше реалізувати вплив на урядові органи.

Держслужбовці в усіх країнах керуються однаковими ключовими мотивами як влада, слава, вигода (фінанси, послуги, статус), помста конкурентам тощо. Видається, що ключову роль у домінуванні позитивної мотивації держслужбовців приймати рішення на благо всієї країни відіграє громадянське суспільство, недержавні організації, медіа, опозиційні партії. Як показує досвід розвинених економік світу ці суб'єкти є надзвичайно важливими для контролю за рішеннями влади, дотримання прозорості, запобігання впливу на уряд малих об'єднаних груп з корисливою метою. Бути не байдужим, про-активним є важливим для кожного громадянина, платника податків, який має право і обов'язок контролювати ефективне використання владою своїх сплачених податків. Це запорука ефективних рішень держслужбовців на користь всієї країни. Інакше наша держава (а це ми), приречена на бідність та слабкість, в яку може вдертися агресор, зруйнувати наше теперішнє і майбутнє.

## **6. Лобізм у торговельній політиці.**

*Лобіювання, лобізм* (англ. *lobbying, lobbyism*) – цілеспрямований вплив на органи державної влади або на конкретних державних службовців від імені іншої особи чи організації. Мета лобіювання просунути власні інтереси чи інтереси клієнтів в рішеннях, що ухвалюються державними органами влади.

Лобіювання передбачає конкуренцію між різними групами інтересів за вплив на чиновників, що приймають рішення. Така конкуренція може підвищити прозорість процесу ухвалення рішень та не має передбачати застосування корупційних інструментів.

Поняття «лобізм» (від англ. *lobby* – кулуари, коридори) виникло в Великобританії, коли у центральному вестибюлі Британського Парламенту громадяни відвідували депутатів. Свій класичний сенс термін лобізм здобув у США в XIX ст., коли 18-й американський президент Уліс Грант (1869-1877 рр.) зі своєю командою часто відпочивали ввечері в лобі одного готелю, де бізнесмени чи активісти намагались викласти їм свої аргументи на користь того або іншого рішення.

Зараз феномен лобізму існує у більшості демократичних країн. Часто при законодавчих органах мають свої контори лобісти. Якщо лобізм відбувається прозоро, то громадяни можуть бачити, чиї інтереси відстоює той або інший політик.

*Лобізм у США.* У 1946 р. у США був прийнятий федеральний закон про лобістську діяльність. Цей закон посилив вимоги до лобістів у 1995 р. За цим законом передбачається обов'язкова реєстрація лобістів секретарем Сенату і клерком Палати Представників. Лобісти повинні повідомити сферу їхніх інтересів чи інтересів їх клієнтів та представити інформацію про місцезнаходження своєї установи, хто є їхнім клієнтом, протягом якого часу лобісти працюють на клієнта, розмір винагороди за послуги лобістів, а також куди лобісти витрачають цю винагороду. Чотири рази на рік лобісти повинні

подавати свій фінансовий звіт у відповідні органи. В США не обмежується розмір винагороди лобістів. Водночас федеральні кошти не можна витратити на лобіювання. Крім того,

За цим законом лобіст – це особа найнята клієнтом для організації контактів (більше одного) з держслужбовцем від імені клієнта, витрачаючи не менш ніж 20% свого часу протягом шести місяців на надання послуг цьому клієнту. Лобіст може створити фірму, яка провадить підприємницьку діяльність, може мати від одного працівника.

Під лобістським контактом розуміють усну або письмову комунікацію між лобістом і державними службовцями виконавчої або законодавчої влади від імені клієнта.

Є приклади офіційного лобіювання і у сфері торговельної політики США, коли лобісти намагались вплинути на рішення Офісу торгового представника США (профільний орган уряду США з торговельної політики) та Торгової палати США.

*Лобізм у ФРН.* У більшості країн Західної Європи немає спеціальних законів про лобізм, проте певні регуляторні правила лобіювання можуть міститися в ряді законів. У ФРН правила лобіювання присутні в Кодексі поведінки члена Бундестагу 1972 р. За цим Кодексом народні обранці ФРН можуть здійснювати діяльність за винагороду для вирішення чи обговорення проблем в комітетах парламенту. Але ці парламентарі повинні наперед оголосити, що вони представляють інтереси тих чи інших замовників.

*Питання для самостійної роботи:*

- чи завжди лібералізм кращий за протекціонізм?
- чому в одних країнах переважає лібералізм, в інших – протекціонізм?
- чому одні уряди прагнуть вступити в СОТ, інші не хочуть і заявки подати?
- хто і що впливає на вибір торговельної політики в країні?
- який найкращий спосіб вибору виду торговельної політики?
- хто такі державні службовці і чим вони керуються при виборі політики?
- чому рішення можуть прийматися на користь меншості у збиток для країни загалом?
- як виник лобізм і як він регламентується на сучасному етапі?
- як громадянське суспільство і бізнес можуть вплинути на вибір торговельної політики?

## РОЗДІЛ 4. ТАРИФНІ ІНСТРУМЕНТИ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

- 4.1. Митний тариф, мито, митна ставка.
- 4.2. Класифікація товарів.
- 4.3. Принципи СОТ щодо митних тарифів.
- 4.4. Види мит.
- 4.5. ПДВ при експорті та імпорті.
- 4.6. Акцизи.
- 4.7. Митні збори.
- 4.8. Інші витрати торговців при експорті та імпорті.

### **1. Митний тариф, мито, митна ставка.**

*Митний тариф* – це систематизований перелік ставок мит на товари чи групи товарів відповідно до товарної номенклатури (класифікації товарів) зовнішньоекономічної діяльності.

Митний тариф складається з двох основних елементів:

- товарної номенклатури (класифікації товарів);
- митних ставок.

*Мито* – це податок на товари у момент перетину ними митного кордону держави при експорті чи імпорті.

*Митна ставка* (ставка мита) - це розмір мита. Ставки мита відрізнятися залежно від самого товару і можуть відрізнятися залежно від країни походження товару.

Середній рівень імпортних митних ставок країн світу (близько 6%) на сьогодні є відносно невисоким завдяки лібералізації торгівлі в рамках ГАТТ і СОТ, а середньозважена імпортна митна ставка країн світу, зважена за обсягом імпортованих товарів, становить приблизно 2%.

*Митний кордон* – це кордон митної території держави, де вона здійснює власну митну справу. Митна територія може не співпадати з географічною територією держави у випадках:

- митного союзу, коли країни-члени формують спільну митну територію по відношенню до третіх країн (наприклад, ЄС);
- вільних (спеціальних) економічних зон/режимів, де діють митні правила відмінні від решти території країни (наприклад, Гонконг).

*Функції мита:*

- протекціоністська – імпортні мита захищають національних виробників від імпорту, а відтак від іноземної конкуренції;
- фіскальна – мита є джерелом надходження коштів до бюджету держави;
- регулююча – мита корегують товарну структуру торгівлі країни;
- балансуюча – за допомогою мит можна вирівнювати чи покращувати сальдо торговельного балансу країни, який є частиною платіжного балансу,

впливаючи на обсяги експорту та імпорту, а також на валютні надходження від експорту і валютні оплати закордон за імпорт.

*Митний тариф України* – це систематизований перелік митних ставок відповідно до Української класифікації товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД). Чергова зміна Митного тарифу України вступила в дію 1 січня 2023 року відповідно до Закону України від 19 жовтня 2022 року № 2697-IX «Про Митний тариф України».

## **2. Товарна номенклатура.**

Для коректного обкладання митом певного товару уряд країни запроваджує товарну номенклатуру, за якою всі товари систематизовано в певні групи залежно від їх фізичних і функціональних особливостей.

Більшість країн світу використовують товарні номенклатури на основі Гармонізованої системи опису та кодування товарів (ГС, англ. Harmonized System, HS), яка була прийнята у рамках Міжнародної Конвенції про гармонізовану систему опису та кодування товарів 1983 р. ГС розроблена Радою Митного Співробітництва (Council of Customs Cooperation), яка з 1994 р. трансформувалась в Світову митну організацію (World Customs Organisation). ГС набула чинності 1 січня 1988 р. В 2022 р. вийшла оновлена сьома версія ГС.

Під ГС розуміється товарна номенклатура, яка містить класифікацію товарів за розділами, групами, підгрупами, позиціями та субпозиціями. Кожному товару призначається цифровий код, який містить десять цифр і складається з п'яти пар (розрядів) двозначних чисел.

Усі товари поділені на 21 розділ, при чому номер розділу не включається в цифровий код товару. Далі товари поділяються на 96 товарних груп. Номер групи (Chapter) відповідає першим двом цифрам у коді товару. Товарні групи поділяються на товарні позиції (Heading), номери яких відповідають третій та четвертій цифрам коду товару. Є 1241 товарних позицій. П'ята та шоста цифри коду означають товарну підпозицію (Subheading). Є 5019 підпозицій. Решта 4 цифр називають категоріями і підкатегоріям та служать для докладнішої диференціації товарів за різними підставами. Якщо товар більше не деталізується, то в десятизначному цифровому коді товару останні чотири цифри – нулі.

### *Приклад.*

Код такого товару як електромобіль – 8703 80 10 10:

Розділ XVII: (з 86 по 89) Транспортні засоби, устаткування та пристрої, пов'язані з транспортом.

Група (Chapter) 87 - Засоби наземного транспорту, крім залізничного або трамвайного рухомого складу, їх частини та обладнання.

Позиція (Heading) 8703 – Автомобілі легкові та інші моторні транспортні засоби, призначені головно для перевезення людей (крім моторних транспортних засобів товарної позиції 8702), включаючи вантажопасажирські автомобілі-фургони та гоночні автомобілі.

Підпозиція (Subheading) 8703 80 – інші транспортні засоби, що приводяться в рух тільки електричним двигуном.

Категорія 8703 80 10 – нові (8703 80 90 – вживані).

Підкатегорія 8703 80 10 10 – оснащені виключно електричними двигунами (одним чи декількома).

Класифікатор товарів, який використовується митницею України, називається Українська класифікація товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД), раніше називалась Товарна номенклатура зовнішньоекономічної діяльності (ТН ЗЕД). УКТ ЗЕД повністю базується на ГС. Україна застосовує ГС з 1 січня 1991 року. З 1 січня 2023 року в Україні застосовуються коди товарів за сьомою версією ГС 2022 року.

### **3. Принципи СОТ щодо митних тарифів.**

В рамках СОТ діє низка принципів щодо митних тарифів:

*Принцип зниження митних ставок.* Митні ставки повинні знижуватися, а не підвищуватися, і в майбутньому досягти нульового значення. Для цього в рамках ГАТТ і тепер в СОТ проводяться регулярні переговори щодо зниження митних ставок.

*Принцип зв'язування митних ставок.* Зв'язані митні ставки (bound tariffs) – це максимально допустимі розміри мит на товари. Кожна країна-член СОТ формує свої власні зв'язані митні ставки на всі товари і погоджує з іншими членами СОТ. Зв'язані митні ставки фіксуються в індивідуальному Розкладі поступок щодо товарів (Schedules of Concessions on Goods) кожної країни-члена СОТ. Реальна діюча митна ставка на конкретний товар може бути нижчою, але не вищою, ніж зв'язана митна ставка на цей товар.

*Принцип тарифікації.* Він означає, що митні тарифи повинні застосовуватись замість кількісних обмежень, а саме квот, оскільки квоти в СОТ заборонені, крім деяких винятків. Тобто квоти тарифікуються, замінюються на еквівалентну величину мита.

*Принцип заборони квот.* Він означає, що квоти при експорті та імпорті не припустимі для застосування за деякими винятками: криза платіжного балансу; у торгівлі сільськогосподарськими товарами; у рамках спеціальних захисних заходів.

Ще одним важливим принципом багатостороннього регулювання світової торгівлі в системі СОТ є *принцип недискримінації*, який має два основних компоненти:

1. *Режим найбільшого сприяння* (РНС). Члени СОТ зазвичай не можуть дискримінувати своїх торговельних партнерів. Надаючи торговельному партнеру особливу поступку (наприклад, нижчу ставку мита на певний товар), країна повинна поширити цю саму поступку на всіх інших членів СОТ. Допускаються деякі винятки з РНС:

- для регіональних торговельних угод (зона вільної торгівлі, митний союз тощо), коли торговельна поступка стосується лише учасників цих угод;

- для країн, що розвиваються, в рамках Генеральної системи преференцій ЮНКТАД для сприяння торгівлі цих країн;  
- для прикордонної торгівлі з сусідніми країнами;  
- для певних країн, які проводять нечесну конкуренцію, щодо яких після проходження визначених процедур можна застосовувати додаткові торговельні бар'єри.

2. *Національний режим (НР)*, який означає не гірше ставлення до іноземних товарів, послуг, прав інтелектуальної власності, торговців, інвесторів, ніж до місцевих. Національний режим застосовується лише після того, як продукт, послуга чи об'єкт інтелектуальної власності вже потрапив на митну територію країни (пройшов розмитнення). Допускаються деякі винятки з НР:

- субсидії виключно національним суб'єктам;
- державні закупівлі.

Іншими принципами СОТ є: взаємність, обов'язковість зобов'язань, прозорість, доступ до ринку та інші.

Варто зазначити, що ці принципи СОТ є універсальними, тобто стосуються більшості багатосторонніх угод СОТ у тому числі щодо торгівлі товарами, торгівлі послугами та щодо торговельних аспектів прав інтелектуальної власності.

#### **4. Види мит.**

Можна систематизувати види мит за такими групами:

##### **- Експортні, імпорتنі, транзитні мита.**

*Експортні* мита застосовуються не часто, як правило до певних видів сировини. В Аргентині є експортне мито на сою. В Україні є експортне мито на насіння соняшнику та льону, металобрухт чорних та кольорових металів, шкіри тварин. Експортні мита головно не дозволяються за правилами СОТ, крім особливих узгоджень між країнами-членами.

*Імпорتنі* мита є звичним явищем. З 1947 року, коли підписали Генеральну угоду з тарифів та торгівлі (ГАТТ), до тепер імпорتنі мита суттєво знижені. Середньозважена імпортна митна ставка на всі товарні групи по всіх країнах-членах СОТ знижено з приблизно 40% (1947 р.) до приблизно 2% на сьогодні.

*Транзитні* мита не застосовуються в сучасних країнах, та заборонені в СОТ. Немає логіки платити транзитній державі за переміщення товару через її територію. Натомість транзитна країна може стягувати плату за користування дорогами, встановлювати вимоги до безпеки перевезень, транспортних засобів та максимальної ваги транспортного засобу з товаром.

##### **- Адвалорні, специфічні, комбіновані мита.**

*Адвалорні* митні ставки розраховуються у відсотках від митної вартості товару, наприклад, 10% імпортне адвалорне мито. Вони є пріоритетними для застосування за правилами СОТ.

*Специфічні* митні ставки розраховуються як фіксована плата за фізичну одиницю товару: тону, літр, штуки тощо. Наприклад, 50 євро за 1000 сигарет.

*Комбіновані* митні ставки поєднують адвалорні та специфічні мита. Наприклад, 5% імпордне адвалорне мито на автомобіль плюс 0,5 євро за один кубічний сантиметр двигуна автомобіля.

**- Антидемпінгові, компенсаційні, спеціальні захисні мита.**

*Антидемпінгове мито* (англ. antidumping duty) – це мито на імпорт товару, що демпінгується. За правилами СОТ, розмір цього мита не може бути більший за розмір демпінгової маржі (різниці між експортною ціною країни-експортера та нормальною ринковою ціною), яка розраховується урядом країни-імпортера в рамках антидемпінгового розслідування. Антидемпінгове мито може стягуватися в адвалорному або специфічному форматі.

*Компенсаційне мито* (англ. countervailing duty) – це мито на імпорт товару, який субсидувався в країні-експортері. За правилами СОТ розмір компенсаційного мита країни-імпортера не може перевищувати розміру субсидії країни-експортера в ціні товару, і визначається в рамках компенсаційного розслідування. Компенсаційне мито може стягуватися в адвалорному або специфічному форматі.

*Спеціальне захисне мито, СЗМ* (англ. safeguard duty, safeguards) – це імпордне мито на певний товар, яке застосовується в надзвичайних умовах, коли мають місце такі обставини (за правилами СОТ):

- 1) різке непередбачуване зростання імпорту певного товару;
- 2) серйозна шкода національній галузі, яка виробляє цей товар (зниження частки ринку національних виробників, збитки галузі, збільшення безробіття у галузі та інші критерії);
- 3) причинно-наслідковий зв'язок між різким зростанням імпорту та серйозною шкодою національної галузі.

За правилами СОТ СЗМ може стягуватися лише на тимчасовій основі, максимум 4 роки в рамках одного спеціального захисного розслідування, причому величина СЗМ протягом цього періоду має зменшуватися. Слід зазначити що спеціальні захисні заходи можуть застосовуватися як мита і як квоти.

**- Преференційні, дискримінаційні мита.**

*Преференційні мита* встановлюються на рівні нижче існуючого мита для третіх країн з метою створення сприятливих умов торгівлі певним товаром або з певною країною.

*Дискримінаційні мита*, рівень яких вище ставок існуючого мита для третіх країн. Серед них можна виділити санаційні, спеціальні, компенсаційні, антидемпінгові мита.

**- Автономні і конвенційні мита.**

*Автономні мита* – це мита, які держава запроваджує в залежності від власних інтересів.

*Конвенційні (договірні) мита* формуються в результаті переговорів щодо тарифних поступок на товари. Торгові партнери можуть підписати відповідні угоди (конвенції), де прописують митні ставки на товари один одного. Конвенційне мито не може бути зміненим в односторонньому порядку.

Конвенційні мита сприяють лібералізації міжнародної торгівлі, оскільки знижуються мита всіх учасників угоди на взаємній основі.

**- Діючі та зв'язані мита.**

*Діюча* митна ставка діє в країні на даний час. Вона є нижчою або рівною зв'язаній митній ставці.

*Зв'язана* митна ставка є максимально допустимим рівнем для конкретного товару в цій країні відповідно до зобов'язань країни в СОТ. Зв'язані митні ставки на всі товарні позиції чи підпозиції кожної країни прописані у її Розкладі тарифних поступок при вступі до СОТ, або в результаті чергового раунду переговорів про зниження митних ставок у СОТ.

**- Фіскальні, протекціоністські, забороняючі мита, тарифні піки.**

*Фіскальне* мито – оптимальна ставка мита, яка максимізує приплив надходжень у державний бюджет. Дохід держави в цьому випадку визначається як добуток митної ставки на обсяг торгівлі даним товаром.

*Протекціоністське* мито встановлюються для захисту національних виробників від більш конкурентоспроможної іноземної продукції.

*Забороняюче* мито – це така митна ставка, при якій імпорт стає не вигідним і припиняється.

*Тарифний пік* – це високі митні ставки понад 30% за практикою СОТ.

**- Постійні та сезонні мита.**

*Постійні* мита діють протягом всього періоду, доки не будуть внесені зміни у рівні митних ставок.

*Сезонні* мита встановлюються на певні дати чи місяці року.

**- Номінальні і ефективні (реальні) мита.**

*Номінальне* мито відповідає діючій в країні митній ставці на кінцевий товар.

*Ефективне* мито відображає реальний рівень мита на кінцевий товар, розрахований з урахуванням митної ставки на імпорتنі компоненти для виробництва кінцевого товару. Ставка номінального мита може бути тільки додатною. Ставка реального мита може бути як додатною, так і від'ємною. Від'ємна реальна митна ставка означає, що митна ставка на імпорتنі комплектуючі є більшою ніж митна ставка на готову продукцію.

*Приклад:*

Нехай Україна і Норвегія – країни, що імпортують електричні автомобілі, мають намір розвивати на своїх територіях власне виробництво електрокарів. При цьому Україна вводить імпортне адвалерне мито у розмірі 15% на готові електрокари і не застосовує мита на імпорتنі комплектуючі. Натомість Норвегія вводить імпортне адвалерне мито у розмірі 10% на комплектуючі, які використовуються для збору електрокарів, і не застосовує митний тариф на імпорт готових електрокарів. Визначимо фактичний рівень митного захисту готової продукції (ефективну ставку мита) в Україні та Норвегії, якщо світова ціна цього автомобіля складає 20 тис. дол.



США, а ціна всіх компонентів (деталей і механізмів) до нього становить 15 тис. дол. США. Яка з двох країн стимулює виробництво готових електрокарів, а яка підтримує вітчизняних виробників комплектуючих до цих автомобілів?

Рівень ставки ефективного тарифу ( $T_e$  %) розраховується за формулою:

$$T_e = (T_n - A * T_{ком}) / (1 - A)$$

де  $T_e$  – ефективне мито;  $T_n$  – номінальне мито на кінцевий товар;  $A$  – частка комплектуючих у кінцевому товарі,  $T_{ком}$  – номінальне мито на комплектуючі.

Україна:  $A = 15 \text{ тис.} / 20 \text{ тис.} = 0,75$ .

$T_e = (15\% - 0,75 * 0\%) / 1 - 0,75 = 15 / 0,25 = 60\%$ .

Норвегія:  $A = 15 \text{ тис.} / 20 \text{ тис.} = 0,75$ .

$T_e = (0\% - 0,75 * 10\%) / 1 - 0,75 = -7,5\% / 0,25 = -30\%$ .

Отже, Україна застосовує ефективне мито на електрокари в розмірі 60%, що надає значний захист для вітчизняної галузі складання електрокарів, бо запровадила мита на готову продукцію і не запровадила мита на комплектуючі. Норвегія має мінусове ефективне мито на готові електрокари в розмірі -30%, бо немає мита на готові електрокари і має мито на комплектуючі. Так Норвегія підтримує вітчизняних виробників комплектуючих, а не готових електрокарів.

## 5. ПДВ при експорті та імпорті.

Податок на додану вартість (ПДВ) – це непрямий податок на споживання товару чи послуги, який стягується в країні, де відбувається кінцеве споживання товару. На всі товари і послуги, що купуються підприємствами чи фізичними особами всередині країни обкладається ПДВ. Виробник наперед сплачує ПДВ в бюджет і продає свою продукцію всередині країни за вищою ціною, яка включає ПДВ. Тим самим кінцевий споживач компенсує виробнику сплачений наперед ПДВ, купуючи товар в магазині чи мережі з ПДВ.

*При експорті* товар не споживається всередині країни. Експортер виробив чи купив товар в Україні, сплативши наперед ПДВ в бюджет. Оскільки кінцевий споживач буде сплачувати ПДВ закордоном, цей податок має бути відшкодовано експортеру з бюджету після факту вивезення товару за межі країни.

При експорті, для повернення собі сплаченого ПДВ експортер повинен засвідчити факт купівлі товару з ПДВ всередині країни і факт експорту цього товару з країни, надавши в державну фіскальну службу пакет документів:

- оформлену вантажну митну декларацію (ВМД);
- зовнішньоекономічний контракт з іноземним покупцем;
- копії відвантажувальних документів;
- внутрішній контракт на купівлю товару з ПДВ всередині країни;

- рахунок фактуру (інвойс), виданий експортером іноземному покупцю;
- податкові накладні;
- видаткові накладні на переміщення товару.

Протягом наступного звітного періоду, якщо подані документи в порядку, держава повинна відшкодувати ПДВ експортеру.

*При імпорті*, імпортер підчас розмитнення вантажу повинен сплатити ПДВ на імпортований товар разом з імпортним митом та іншими митними зборами, оскільки імпортований товар буде споживатися всередині країни-імпортера.

## **6. Акцизи.**

Акциз (акцизний збір) – це непрямий податок на так звані підакцизні товари. Перелік підакцизних товарів формує уряд. При імпорті цих підакцизних товарів імпортер сплачує акцизний збір в бюджет. Також акцизи застосовуються на вироблені товари всередині країни.

В Україні акцизами обкладалися такі товари:

- алкогольні;
- тютюнові;
- електроенергія;
- автомобілі;
- нафтопродукти.

## **7. Митні збори.**

До митних зборів належить оплата послуг митниці за огляд транспортних засобів і товару, експертизу та митну оцінку вантажу тощо. Як правило урядом фіксується ставки митних зборів за годину роботи митника і кількість годин на виконання тих чи інших робіт, наприклад 30 євро за годину огляду контейнера в порту.

Митні збори сплачуються за такі види послуг митниці:

- митне оформлення товарів у зонах митного контролю;
- митне оформлення реекспорту чи реімпорту;
- оформлення транзиту товарів;
- перебування та зберігання товарів на митному ліцензійному складі;
- митне оформлення в приміщеннях підприємств.

Митне оформлення здійснюється державним митним органом лише після сплати юридичними чи фізичними особами належних митних зборів, або після надання митним органом відстрочення чи розстрочення сплати митних зборів.

## **8. Інші витрати торговців при експорті та імпорті.**

*Митні брокери.* Експортери та імпортери можуть використовувати послуги митних брокерів для замитнення та розмитнення вантажів, результатом чого стає оформлення *вантажної митної декларації*. Митні брокери – це комерційні фірми, які встановлюють вартість своїх послуг, наприклад 100 дол. США за одну ВМД. На кожного експортера і на кожний транспортний засіб з вантажем,

який перетинає кордон, оформляється окрема ВМД. Окрема ВМД оформляється на кожний автомобіль, залізничний вагон, судно. Щодо морських контейнерів то можна оформити одну ВМД на всю партію контейнерів одного експортера для одного імпортера з товаром, що експортується чи імпортується на одному судні.

*Приклад.*

Одна фірма експортує 220 тн соняшникової олії, яка вивозиться на 10-х вантажівках по 22 тн. На цю партію товару оформляється 10 ВМД.

Три різні фірми експортери на одному судні відвантажують пшеницю насипом всього 5000 тн. Тоді оформляється три ВМД, по одній на кожного експортера.

Один імпортер завозить 20 морських контейнерів оргтехніки на одному судні, тоді можна оформити одну ВМД на всю партію 20 контейнерів.

*Послуги фітосанітарної служби.* При оформленні експорту продукції рослинного походження, як правило, видається фітосанітарний сертифікат (Phytosanitary Certificate) на бланку державної фітосанітарної служби на кожного експортера на кожен транспортний засіб, включаючи на кожний морський контейнер. За оформлення кожного такого сертифікату держава стягує платню за бланк сертифікату і за проведені лабораторні аналізи, наприклад 20 дол. США за один сертифікат.

*Послуги Торгово-промислової палати.* При експорті продукції на вимогу покупця експортер оформляє сертифікат походження (Certificate of Origin) на партію продукції. Такий сертифікат видає місцева Торгова палата (Chamber of Commerce), в Україні – це Торгово-промислова палата (Chamber of Commerce and Industry). Орієнтовна вартість кожного сертифікату походження залежно від терміновості видачі становить 50-100 дол. США.

*Послуги органів сертифікації і стандартизації.* При імпорті багатьох товарів країною-імпортером часто вимагається оформлення Сертифікату відповідності (Certificate of Conformity). Вартість експертизи та видачі такого сертифікату може відрізнятись залежно від товару.

Можливі й інші витрати експортерів та імпортерів на оформлення вантажу залежно від товару і країни.

*Питання для самостійної роботи:*

- що таке митний тариф, мито, митна ставка?
- чим відрізняється митний кордон від державного кордону?
- які функції мита і його вплив на торгівлю і ринок?
- що таке ГС, ТН ЗЕД, УКТ ЗЕД?
- як СОТ регламентує використання митних тарифів?
- види мит та їх характеристика?
- чим відрізняється адвалерне мито від специфічного?

- яка відмінність між номінальними і ефективними(реальними) митами?
- як обкладається ПДВ при експорті та імпорті?
- на які товари, як правило, застосовуються акцизи?
- для чого потрібні митні брокери?
- як оформляється вантажно-митна декларація?
- які функції фітосанітарної служби, торгово-промислової палати, органів сертифікації і стандартизації?

## РОЗДІЛ 5. НЕТАРИФНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

- 5.1. Кількісні обмеження.
- 5.2. Демпінг і антидемпінгові заходи.
- 5.3. Субсидії та компенсаційні заходи.
- 5.4. Спеціальні захисні заходи.
- 5.5. Технічні бар'єри у торгівлі.
- 5.6. Санітарні і фітосанітарні заходи.
- 5.7. Торгівельні заходи, пов'язані з навколишнім середовищем.
- 5.8. Правила визначення походження.
- 5.9. Ембарго.
- 5.10. Адміністративні бар'єри у торгівлі.
- 5.11. Інші бар'єри у торгівлі.

### **1. Кількісні обмеження.**

*Квота (quote)* – це визначена урядом фізична кількість певного товару, який можна вивозити чи ввозити в країну. Відповідно бувають експортні та імпорتنі квоти. При перевершенні квоти експорт чи імпорт товар забороняється. Наприклад, експортна квота на 10 млн тон продовольчої пшениці; імпортна квота на 500 тис. тон тростинового цукру. Національна митна служба просто не пропустить з чи на митну територію товар понад визначену кількість (квоту). Уряд може надавати або продавати адресні квоти певним експортерам чи імпортерам або за принципом хто перший вивіз чи ввіз товар. Для прикладу уряд прем'єр міністра Азарова запровадив експортну квоту на українську пшеницю, при чому квоти надавались адресні, і за неофіційними даними від зернотрейдерів квоту можна було отримати корупційним шляхом, сплативши 20 дол. США за тонну експортованої пшениці. В Україні мали місце експортні квоти на експорт металобрухту кольорових металів та імпорتنі квоти на тростиновий цукор.

*Тарифна квота (tariff quote)* – це квота, коли на імпорт чи експорт товару в рамках визначеної кількості застосовується звичайна митна ставка, а понад квоту – збільшена ставка мита. Наприклад, тарифна квота на імпорт 500 тис. тон тростинового цукру за звичайною митною ставкою 20%, а на імпорт понад 500 тис. тон митна ставка 120%.

Квоти мають більш деформуючий ефект для торгівлі ніж митні тарифи, оскільки прямо забороняють торгівлю понад визначену кількість і є менш прозорими. За правилами СОТ квоти забороняються крім таких винятків:

- криза платіжного балансу;
- в рамках спеціальних захисних заходів;
- для сільськогосподарських товарів.

*Ліцензії (license)*. Дія ліцензій подібна до квоти. Уряд надає дозвіл (ліцензію) на експорт чи імпорт певного товару. Види ліцензій у торгівлі:

- експортні та імпортні;
- адресні (певним фірмам) та неадресні (всім фірмам, які відповідають певним визначеним критеріям);
- одноразові (на певний обсяг товару) чи універсальні (багаторазові на обмежену або необмежену кількість товару протягом періоду дії ліцензії).

*Добровільні експортні обмеження, ДЕО (voluntary export restrictions, VER).* Уряди країн можуть домовитись між собою про взаємне обмеження експорту певних товарів. Іноді уряд однієї країни під тиском іншої країни в односторонньому порядку обмежує власний експорт саме в цю іншу країну. При цьому ні експортні мита, ні експортні квоти не запроваджуються. Уряд тисне на національних експортерів обмежити експорт у визначену країну, аргументуючи заходами податкової чи промислової політики до експортерів. Також уряд може надавати підтримку експортерам для пошуку нових ринків збуту. В результаті консультацій між урядом і експортерами може бути підписаний меморандум про обмеження експорту. ДЕО є вкрай непрозорим і неринковим інструментом торговельної політики, оскільки не запроваджуються офіційні обмеження експорту. Фактично експорт з країни зупиняється, а в міжнародній спільноті не розуміють причини таких процесів. ДЕО є забороненими в рамках СОТ.

## **2. Демпінг та антидемпінгові заходи.**

*Демпінг (dumping)* - це цінова дискримінація, коли конкретне підприємство занижує експортну ціну свого товару порівняно з ринковою ціною на цей товар.

*Демпінгова маржа, ДМ (dumping margin)* – це різниця між експортною ціною і ринковою ціною товару.

*Експортна ціна (ЕЦ)* – це ціна продажу на експорт товару конкретного виробника країни А для постачання в країну В на певному базисі поставки (наприклад, DAP, FOB або CIF) по конкретному контракту.

Питання полягає у визначенні ринкової ціни. За правилами СОТ демпінгова маржа розраховується за трьома формулами, в порядку пріоритетності з першої до третьої:

1)  $DM = \text{Ціна продажу того самого товару того самого виробника на внутрішньому ринку} - \text{ЕЦ}$ .

2)  $DM = \text{Ціна експортна того самого товару того самого виробника країни А в третю репрезентативну країну} - \text{ЕЦ}$ . Репрезентативна країна – це країна з подібною економікою, структурою попиту тощо. Вибір репрезентативної країни необхідно обґрунтувати.

3)  $DM = \text{Собівартість виробництва того самого товару того самого виробника} + \text{транспортні витрати до певного базису поставки (FOB)} + \text{Витрати на продаж/маркетинг експортера} + \text{Митні витрати експортера відповідно до базису поставки} + \text{Обґрунтована норма прибутку експортера} - \text{ЕЦ}$ .

Очевидно, що перша формула розрахунку демпінгової маржі є найпростішою, найпрозорішою і тому є пріоритетною для застосування за правилами СОТ. Друга формула застосовується якщо виробник продає свою

продукцію лише на експорт або ціну продажу на внутрішньому ринку неможливо достовірно визначити. Третя формула застосовується лише якщо неможливо визначити відповідну репрезентативну країну чи експортну ціну в цю репрезентативну країну. Третя формула передбачає розрахунок великої кількості параметрів собівартості та інших витрат, джерела даних яких можуть бути неоднозначними.

*Антидемпінгові заходи (antidumping measures)* – це особливі заходи обмеження імпорту демпінгового товару, запроваджуються країною-імпортером виключно на товар конкретного виробника з країни-експортера, а не на товари інших чи всіх виробників галузі країни-експортера. Інші виробники цього товару з країни-експортера можуть просто не демпінгувати. Антидемпінгові заходи у вигляді антидемпінгового мита запроваджуються лише в результаті антидемпінгового розслідування за чітко визначеною процедурою за правилами СОТ.

*Антидемпінгове мито (antidumping duty)* – це мито запроваджуються на імпорт демпінгового товару, коли доведено факт демпінгу і факт матеріальної шкоди (material injury) для національної галузі країни-імпортера. За правилами СОТ розмір антидемпінгового мита не повинен перевищувати розміру демпінгової маржі. Антидемпінгове мито повинно запроваджуватися на період не більше п'яти років в рамках одного антидемпінгового розслідування.

*Антидемпінгове розслідування (antidumping investigation) за правилами СОТ.* Певні виробники чи асоціація виробників певної галузі країни-імпортера, які страждають від демпінгового імпорту з країни-експортера, звертаються до свого уряду (уповноваженого органу чи міністерства) ініціювати антидемпінгове розслідування щодо факту демпінгу, який вони обґрунтовують у своєму зверненні. Це звернення має бути підтримано виробниками, які разом складають мінімум 25% національного виробництва цього товару в країні-імпортері. Якщо уряд вважає звернення обґрунтованим, то починає антидемпінгове розслідування і може накласти попередні антидемпінгові мита. Уряд надсилає так званий запитальник (Questionary) всім сторонам – *позивачу* (учасникам звернення) *і відповідачу* (підприємству-виробнику в країні експорту, який підозрюється в демпінгу). Отримавши заповнений запитальник з відповідями з обох сторін уряд може задавати додаткові питання, заслуховувати представників сторін. Зібравши та проаналізувавши дані, уряд розраховує демпінгову маржу і в разі підтвердження факту демпінгу запроваджує антидемпінгове мито на демпінговий товар конкретного виробника з країни-експортера. Можливий варіант укладення мирової угоди між позивачем і відповідачем, за якою виробник-експортер піднімає експортну ціну на свій товар і демпінг зникає, водночас і знижується його конкурентоспроможність на ринку країни-імпортера.

Сам початок антидемпінгового розслідування можна вважати як обмежувальний антидемпінговий захід для виробника в країні експорту, оскільки для ефективної участі в антидемпінговому розслідуванні йому

доведеться понести значні витрати на юридичну підтримку, які з практики можуть скласти від 100 до 500 тис. дол. США.

### **3. Субсидії і компенсаційні мита.**

**Субсидії** (subsidies) в розумінні правил СОТ – це *фінансова підтримка підприємств, яка надається урядовими органами або уповноваженими ними неурядовими організаціями, в результаті якої ці підприємства отримують вигоду (перевагу).*

За рахунок отриманих субсидій фірми можуть знижувати ціни і отримувати цінову перевагу на внутрішньому чи зовнішньому ринках. Тим самим субсидії спотворюють ринкове ціноутворення і суперечать добросовісній конкуренції. Субсидовані товари потрапляють на міжнародний ринок і деформують його. Субсидований експорт може завдавати шкоди ринкам країн-імпортерів та заслуговує на покарання у вигляді компенсаційних заходів.

Проте не всі субсидії деформують ринок. В рамках СОТ виділяють 3 види субсидій:

1) *Заборонені субсидії.* Для промислових і сільськогосподарських товарів експортні субсидії (ті що направлені на стимулювання вивозу товарів закордон) заборонені. Для промислових товарів також заборонені субсидії, що направлені на імпортозаміщення. Бо й експортні, так і імпортозаміщуючі субсидії прямо обмежують міжнародну торгівлю.

2) *Субсидії, що не дають підстав для вжиття заходів* (компенсаційних заходів). Ці субсидії є дозволеними і компенсаційні мита на такий субсидований імпорт не застосовуються. До таких субсидій належать:

- Субсидії для депресивних регіонів.
- Субсидії на дослідження та розробку зразків (прототипів).
- Для екологічних цілей.

Кожна з цих субсидій мають відповідати детальним вимогам СОТ.

3) *Субсидії, що дають підстави для вжиття заходів.* Це всі інші субсидії, які прямо не пов'язані з експортом чи імпортозаміщенням, але все таки деформують міжнародний ринок. Вони часто є адресними (надаються окремим фірмам). До такого субсидованого імпорту застосовують компенсаційні заходи.

**Компенсаційні заходи** (countervailing measures) – це особливі заходи обмеження *імпорту субсидованого* товару. До компенсаційних заходів можна віднести компенсаційне розслідування і компенсаційне мито.

*Компенсаційне розслідування* (countervailing investigation) детально визначається правилами СОТ та за процедурою подібне до антидемпінгового розслідування.

*Компенсаційне мито* (countervailing duty) – це мито, яке накладає країна-імпортер на субсидований товар, що завозиться з країни-експортера, незалежно від виробника. Навіть якщо субсидія надавалась лише окремим виробникам, всі виробники цієї галузі країни-експортера підпадають під негативний вплив компенсаційного мита. Бо це вина не певних фірм отримувачів субсидій, а



уряду, який надав цю субсидію і створив недобросовісну конкуренцію. Запроваджуючи компенсаційне мито, уряд країни-імпортера компенсує своєму ринку шкоду заподіяну недобросовісною конкуренцією з боку уряду країни-експортера. Щоб ця компенсація була еквівалентною і надмірно не обмежувала міжнародну торгівлю, за правилами СОТ розмір компенсаційного мита не повинен перевищувати розміру субсидії.

#### **4. Спеціальні захисні заходи.**

*Спеціальні захисні заходи, СЗЗ (safeguard measures або safeguards)* застосовуються в надзвичайних випадках, коли:

- 1) різко непередбачувано зростає імпорт в країну в результаті зміни кон'юнктури світового ринку, вступом в дію лібералізаційної угоди тощо;
- 2) наявність серйозної шкоди для внутрішньої галузі країни-імпортера, яка має бути доведена урядом в результаті проведеного розслідування;
- 3) причинно-наслідковий зв'язок між першим і другим.

СЗЗ можуть застосовуватися у вигляді імпортних *мит*, а також *квот*. Це є одним з винятків коли квоти все ще дозволяються за правилами СОТ. Тому спеціальні захисні заходи можна віднести до нетарифним бар'єрів у торгівлі.

СЗЗ можна застосовувати на тимчасовій основі, максимум на 4 роки, щоб дати можливість внутрішній галузі адаптуватися до нових умов конкуренції. При чому протягом періоду застосування СЗЗ слід поступово послаблювати обмеження.

Країна-імпортер, яка застосувала СЗЗ, за правилами і процедурами СОТ повинна сплатити компенсацію країнам, які постраждали від цього СЗЗ. Логіка компенсації полягає в тому, що країни-експортери не порушували добросовісної конкуренції чи правил СОТ і не винуваті в різкому зростанні імпорту в країні-імпортері, а їхні ринкові переваги у торгівлі були погіршені чи звелись нанівець через СЗЗ іншої країни.

#### **5. Технічні бар'єри у торгівлі.**

*Технічні бар'єри у торгівлі, ТБТ (technical barriers in trade)* стають все популярнішими обмеженнями імпорту в умовах, коли імпортні мита значно знижені, а квоти фактично заборонені в рамках СОТ. ТБТ мають на меті забезпечити безпеку для життя та здоров'я людей, тварин, рослин, охорону довкілля, протидію шахрайству (коли на упаковці товару не повноцінно викладено дані про склад, характеристики, нетто-вагу тощо). Прикладами ТБТ можуть бути стандарти щодо безпечності та якості продукції, розміру, ваги, інгредієнтів, пакування, маркування, етикетування, транспортування, зберігання, тестування, інспектування, сертифікації товарів, а також оцінки відповідності імпорту національним технічним вимогам.

Можна виділити такі види ТБТ:

- (і) *Технічні стандарти*, які склалися історично і підтримуються в країні. Наприклад, стандарт напруги в одних країнах 220 вольт, а в інших 110 вольт; різні стандарти конфігурацій розеток та вилок електроприладів; певні форми,

дизайн та технічні характеристики побутових приладів та машин, яким віддають перевагу споживачі тих чи інших країн. Ці технічні стандарти як правило не є перешкодою для проникнення товарів на митну територію країни-імпортера, в якій діють інші технічні стандарти. Просто навряд чи ці товари будуть купувати споживачі, які привикли до товарів з іншими стандартами.

(ii) *Технічні регламенти*. Це обов'язкові технічні вимоги до товарів, прописані в нормативно-правових актах країни. Якщо імпортований товар не відповідає технічним регламентам, то він не буде допущений до митної території країни. Наприклад, регламент норм викидів вуглекислого газу автомобілів, граничний рівень токсичних фарбників одягу чи шкідливих речовин в дитячих товарах тощо.

(iii) *Оцінка відповідності* – це доказування, що продукція або процес її виробництва відповідають встановленим технічним регламентам країни. Уповноважені органи здійснюють оцінку відповідності шляхом інспектування, випробування та сертифікації продукції або процесу виробництва продукції. Процедура оцінки відповідності передбачає визначення чи імпортовані товари відповідають встановленим технічним регламентам країни-імпортера. Оцінка відповідності може охоплювати відбір зразків, їх випробування та контроль якості, перевірку технічних характеристик, реєстрацію, акредитацію та затвердження висновків. Підтвердженням відповідності є видача документа – Сертифікату відповідності (Certificate of Conformity). Виробники і торговці затрачають кошти і час на оцінку відповідності, що є додатковим бар'єром у торгівлі.

В рамках СОТ діє Угода про технічні бар'єри у торгівлі, яка формує правила щодо застосування технічних регламентів і процедур оцінки відповідності, щоб зменшити негативний вплив на торгівлю, в тому числі шляхом гармонізації стандартів на основі стандартів Міжнародної організації зі стандартизації (англ. International Organization for Standardization, ISO) та взаємовизнання стандартів між країнами.

## **6. Санітарні і фітосанітарні заходи.**

*Санітарні і фітосанітарні заходи*, СФЗ (sanitary and phytosanitary measures) є ще одним з нетарифних бар'єрів у торгівлі. СФЗ обмежують імпорт товарів з метою захисту життя та здоров'я людей, тварин і рослин від хвороб, шкідників та забруднень, а також піклування про екосистему загалом.

СФЗ передбачають санітарно-епідеміологічний, ветеринарний, фітосанітарний, екологічний та інші види контролю за імпортом продукції тваринного та рослинного походження. При цьому продукція тваринного походження регламентується *санітарним заходами*, а продукція рослинного походження – *фітосанітарними заходами*.

В рамках СОТ укладено окрему Угоду про санітарні та фітосанітарні заходи, якою визначено правила регулювання імпорту сільськогосподарських товарів, кормів і продуктів харчування. Згідно з цією угодою країни-члени СОТ повинні:

- розробляти свої санітарні та фітосанітарні стандарти на основі міжнародних рекомендацій;

- гармонізувати свої санітарні та фітосанітарні стандарти на глобальному рівні через активну участь у низці міжнародних організацій з цих питань (Codex Alimentarius Commission, International Office Epizootics, International Plant Protection Convention);

- створити "довідкові точки" (enquiry points), де можна буде отримати інформацію про прийняті та заплановані обов'язкові та добровільні санітарні і фітосанітарні правила, процедури оцінки відповідності, контрольно-інспекційні процедури, заходи щодо карантину, схвалення харчових добавок, процедури оцінки ризику тощо.

Також країни-члени СОТ заохочуються взаємно визнавати СФЗ один одного, підписуючи відповідні протоколи.

Ця угода, порівняно з Угодою про технічні бар'єри в торгівлі, надає країнам-членам можливість застосовувати жорсткіші національні стандарти порівняно з міжнародними, якщо це є науково обґрунтовано. Країни можуть застосовувати так званій *принцип запобігання* на тимчасовій основі для обмеження імпорту, коли науково обґрунтувати небезпечність імпортованого товару поки неможливо, наприклад для імпорту генетично-модифікованих продуктів.

СФЗ в Україні здійснює Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, яка утворилась в 2014 році і об'єднала Державну ветеринарну та фітосанітарну службу, Державну інспекцію з питань захисту прав споживачів і Державну санітарно-епідеміологічну службу.

## **7. Торговельні бар'єри, пов'язані з навколишнім середовищем.**

Досить новітнім інструментом нетарифного регулювання можна вважати торговельні заходи, пов'язані з навколишнім середовищем. Ці заходи можуть стати торговельними бар'єрами та впливати на доступ до ринку певних товарів, які вважаються «недружніми» до довкілля. Метою обмеження імпорту цих товарів є захист навколишнього середовища та здоров'я населення в країні-імпортері від шкідливих наслідків споживання або утилізації імпортованої продукції. До таких торговельних заходів можуть входити вимоги до екологічно безпечного виробництва імпортованих текстильних виробів, енергоощадності приладів, викидів CO<sub>2</sub> автомобілів, вторинної переробки упаковки, обмеження використання поліетилену тощо. Багато з цих заходів можуть трансформуватися в технічні регламенти.

Торговельні заходи, пов'язані з навколишнім середовищем, можна об'єднати в такі групи:

- (i) Екологічні норми та стандарти.
- (ii) Екологічне маркування.
- (iii) Економічні інструменти.

(i) Екологічні норми та стандарти. Може бути два типи стандартів, пов'язаних із продуктами: стандарти продукції та стандарти виробництва. Стандарти продукції стосуються характеристик, якими повинні володіти товари, наприклад, вимог щодо споживання енергії приладами, тоді як стандарти виробництва стосуються умов, за яких виготовляється продукція, наприклад, вимоги до хімічних заводів мати фільтраційне обладнання викидів в атмосферу.

Країни-імпортери можуть застосовувати ці вимоги до товарів з країн, що розвиваються, і найменш розвинених країн. Наприклад, азобарвники, які використовуються в країнах, що розвиваються, для фарбування в шкіряній і текстильній промисловості, в Європейському Союзі заборонені для використання.

Процедури допуску та реєстрації в країні-імпортері також можуть застосовуватися до низки продуктів. Наприклад, в ЄС діє система REACH допуску та реєстрації фармацевтичних препаратів, добрив і пестицидів.

Правила СОТ дозволяють країнам вводити заборони на такий імпорт, якщо такі заборони однаково стосуються вітчизняної продукції.

Зобов'язання щодо повернення товарів є ще одним обмеженням для торгівлі, і є угодою між виробниками та роздрібними торговцями прийняти назад використані товари чи їх упаковки для утилізації за межами країни-імпортера. Зобов'язання щодо повернення існують для таких продуктів, як відпрацьоване масло, автомобілі, акумулятори, баки з під хімікатів, та побутова електроніка. Такі зобов'язання передбачають транспортні витрати.

(ii) Екологічне маркування. Це вимога до виробників маркувати на продукції й упаковці інформацію про вплив продукції на здоров'я та навколишнє середовище. Це дозволяє споживачам бути поінформованими про екологічність продукту або умови його виробництва. Такі маркування можуть бути обов'язковими або добровільними. Ці маркування можуть вказувати на негативне попередження, наприклад про вогнебезпечність та екотоксичність, або вказувати на позитивні екологічні характеристики, наприклад, здатність до біологічного розкладання або не використання мінеральних добрив, пестицидів у вирощуванні певних культур.

Хоча маркування менше обмежує торгівлю, ніж багато інших регуляторних заходів, маркування все одно може впливати на доступ до ринку. Оскільки вимоги до маркування відрізняються від ринку до ринку, виробники можуть зіткнутися з труднощами в дотриманні таких вимог, особливо в країнах, що розвиваються, і найменш розвинених країнах.

Підвищення обізнаності про екологічні проблеми призвело до ситуації, коли екологічні характеристики продуктів стають все більш важливими для споживачів, що призводить до зростання ринку в розвинених країнах так званих «зелених продуктів». На цих продуктах розміщено екомаркування, яке підкреслює їхні екологічні властивості.

(iii) Економічні інструменти: екологічні податки та збори на продукцію. Податок на продукцію може ґрунтуватися на деяких характеристиках

продукції, наприклад, на вмісті сірки в нафтопродуктах. Такі податки та збори очевидно обмежують виробництво, споживання і торгівлю цими продуктами.

## **8. Правила визначення походження.**

Правила визначення походження, ПВП (rules of origin) направлені на визначення країни походження товару, оскільки на той самий товар але з різних країн можуть застосовуватися різні митні ставки. Коли виробничі процеси товару відбуваються в кількох країнах, важко однозначно стверджувати, з якої країни походить товар. Уряд може маніпулювати ПВП, щоб країною походження цього імпортованого товару була країна, для якої діє вища митна ставка. Крім того різні країни застосовують відмінні підходи до ПВП на той самий товар, що ускладнює розуміння ПВП торговельних партнерів. В таких випадках ПВП можна розглядати як нетарифний бар'єр у торгівлі.

В Україні, як і в більшості країн світу, імпортер зобов'язаний декларувати країну походження товару на митниці, надавши відповідний Сертифікат походження (Certificate of Origin). Сертифікат походження видає торгова палата країни-експортера за запитом фірми-експортера.

ПВП можна поділити на:

- **Преференційні**, які застосовуються у рамках преференційних торговельних режимів між країнами, зокрема односторонні зобов'язання країни надавати тарифні поступки певній країні в рамках Генеральної системи преференцій ЮНКТАД, або в рамках угод про вільну торгівлю, які передбачають нульові (знижені) ставки імпортного мита.

- **Непреференційні**, які застосовується у торгівлі між країнами без підписання преференційних торговельних угод.

Право на застосування пільгових імпортних мит виникає коли має місце преференційне походження товарів. Україна має угоди про вільну торгівлю, зокрема з ЄС, Канадою, Об'єднаним Королівством, Ізраїлем, Молдовою, Грузією, Вірменією, Казахстаном, Киргизстаном, Таджикистаном, Туркменістаном, Узбекистаном.

Товар вважається виробленим у певній країні, якщо він:

- 1) *повністю отриманий* (wholly obtained), тобто повністю вирощений/добутий, у країні або вироблений з матеріалів, які повністю вирощені/добуті в країні, наприклад, живі тварини, сільськогосподарські культури, виловлена риба в територіальних водах країни, корисні копалини.

- 2) *пройшов суттєву переробку* (substantial transformation) – країною походження вважається та країна, де відбулась остання суттєва переробка товару. Загалом в СОТ застосовуються три критерії визначення суттєвої переробки:

- **Зміна митної групи або позиції** (change in chapter, change in heading), тобто країною походження буде та країна, в якій змінився митний код готового товару, а саме перші дві або перші чотири цифри коду. Тобто митний код переробленого товару відрізняється від митного коду використаних матеріалів.

- *Вміст регіональної вартості* (regional value content), визначається мінімальний відсоток доданої вартості в країні, щоб вважатися країною походження, наприклад мінімум 50%.

- *Зазначений процес* (specified process), тобто уряд зазначає конкретний процес переробки товару в країні, щоб ця країна вважалась країною походження.

Для ознайомлення з ПВП за товарами і країнами зручно використовувати довідковий онлайн ресурс Rules of origin facilitator, розроблений за участі Світової організації торгівлі, Світової митної організації, Міжнародного торгового центру. Цей онлайн ресурс містить інформацію про митні тарифи та торговельні угоди між країнами на ті чи інші товари за тарифним кодом.

#### *Приклад*

Зайдемо за посиланням <https://findrulesoforigin.org/en?culture=en>. Виберемо для прикладу митний код 1512199010 – олія соняшникова рафінована дезодорована. Виберемо країну експорту Україну, і низку країн-імпортерів як Польща, Об'єднане Королівство, США, Канада, Китай, Японія, Молдова, і подивимось на ПВП і тарифи, які діють на українську соняшникову олію в наших торгових партнерах.

В рамках СОТ укладено окрему Угоду про правила та процедури визначення походження товарів, яка зобов'язує країни-члени СОТ обирати один із трьох критеріїв суттєвої переробки, дотримуватись прозорості, недискримінації та інших принципів СОТ.

### **9. Ембарго.**

*Ембарго* (з ісп. *Embargo* – перешкода) – це вид торговельних санкцій, які передбачають часткову чи повну заборону на проведення торговельних операцій з певною країною чи групою країн з метою завдати їй матеріальної шкоди. Ембарго є серйозним санкційним заходом, хоча не слід плутати ембарго і торговельну блокаду, яка часто вважається актами війни.

Ембарго стосується обмеження чи заборони експорту, імпорту, вантажних транспортних перевезень, застосування імпортних квот, зборів, податків, заморожування чи арешт активів, банківських рахунків, бар'єри для трансферу технологій чи високотехнологічного обладнання. Крайнім наслідком ембарго є закрита економіка чи автаркія. Чим тіснішою є інтеграція країни у міжнародну економіку, тим ефективнішим буде ембарго проти цієї країни. Водночас деякі країни можуть розвинути самодостатність в результаті довгострокового ембарго.

Різновиди ембарго:

- Заборона на експорт в санкційну країну чи імпорт з санаційної країни окремих товарів, зброї та ін.

- Заборона державою заходу в свої порти суднам з санкційної країни.

- Повне припинення торгівлі з санкційною країною за рішенням ООН або іншої міждержавної організації як репресивний захід до певної держави за порушення Статуту ООН або інших негативних дій.

#### **10. Адміністративні бар'єри у торгівлі.**

*Адміністративні бар'єри* - це обмежувальні норми адміністративного характеру, метою яких є обмеження імпорту, а отже, зовнішньої торгівлі. Прикладами адміністративних бар'єрів можуть бути:

- Догляд товару в порту або на митному пості.
- Контроль якості.
- Складні санітарні та фітосанітарні правила.
- Надмірна кількість перевірок вантажу і вантажотransпортних документів.
- Затримка митного оформлення.
- Впровадження спеціальних дозволів або ліцензій.

#### **11. Інші бар'єри у торгівлі.**

*Вимоги про вміст місцевих компонентів.* Це прихований метод торговельної політики, за яким уряд встановлює мінімальну частку національних комплектуючих чи доданої вартості у виробництві імпортованого товару. Така вимога про вміст місцевих компонентів реалізується у рамках політики імпортозаміщення, або з метою запобігання переміщення виробництва в інші країни. Наприклад, США запроваджували обмеження до японських постачальників автомобілів, а саме вимога використання комплектуючих американського виробництва, американської робочої сили та послуг у сфері реклами.

*Державні закупівлі.* Це ще один прихований нетарифний інструмент торговельної політики, який передбачає, що державні органи та підприємства купують товари і послуги лише у національних виробників, незважаючи на те, чи ці товари і послуги дорожчі ніж імпортні. Тим самим відбувається порушення принципу недискримінації, а саме національного режиму. Проте відповідно до правил СОТ державні закупівлі є одним з винятків з національного режиму, лише вимагається дотримання принципу прозорості за державними закупівлями. Отже, уряди мають право купувати дорожче виключно у національних виробників, але громадяни (виборці) повинні знати про це нераціональне витрачання коштів платників податків урядом.

*Множинність торговельних режимів.* Уряд країни може укласти велику кількість різнорівневих торговельних угод з своїми торговими партнерами: преференційні угоди, про вільну торгівлю, митні союзи, причому прописуючи різноманітні винятки та вилучення з цих лібералізаційних угод для певних товарів чи умов, перехідні періоди тощо. Це ускладнює розуміння торговельних правил для торгових партнерів.

*Кредитні обмеження для імпортерів* – це заходи уряду, які обмежують максимальну суму та термін кредиту, збільшують відсоткову кредитну ставку, якщо кредит має цільове призначення імпорту товарів чи послуг.

*Портові збори за обробку імпортованих вантажів.* Уряд може схилити адміністрації портів збільшувати тарифи на захід торгових суден з імпортом, розвантаження імпортованих вантажів, зберігання в портовій зоні тощо.

*Питання для самостійної роботи:*

- що таке нетарифні бар'єри у торгівлі?
- які види і функції кількісних обмежень у торгівлі?
- чим відрізняється тарифна квота від квоти?
- що таке демпінг і антидемпінгові заходи?
- як розраховується демпінгова маржа?
- яка процедура антидемпінгових розслідувань за правилами СОТ?
- що таке субсидія і компенсаційні заходи в розумінні правил СОТ?
- коли можна застосовувати спеціальні захисні заходи за правилами СОТ?
- які види і як застосовуються технічні бар'єри у торгівлі ?
- яка специфіка санітарних і фітосанітарних заходів?
- що таке торговельні бар'єри, пов'язані з навколишнім середовищем?
- чому правила визначення походження є нетарифними бар'єрами у торгівлі?
- яка суть трьох критеріїв визначення суттєвої переробки?
- кому потрібний і хто видає Сертифікат походження товару?
- що таке ембарго та які його різновиди?
- яка суть та різновиди адміністративних бар'єрів у торгівлі?
- які ще можуть бути види нетарифних бар'єрів у торгівлі?



## **РОЗДІЛ 6. ВИЗНАЧЕННЯ МИТНОЇ ВАРТОСТІ ТОВАРІВ**

- 6.1. Поняття митної вартості.
- 6.2. Методи визначення митної вартості.
- 6.3. Митні режими та визначення митної вартості.
- 6.4. Декларація митної вартості.
- 6.5. Документів, що підтверджують митну вартість.

### **1. Поняття митної вартості.**

*Митна вартість товару* – ціна, що фактично сплачена або підлягає сплаті покупцем (імпортером) продавцю (експортеру) за товари, які підлягають митному обкладенню, при перетині митного кордону країни.

*Ціна, що була фактично сплачена або підлягає сплаті* – це загальна сума всіх платежів покупця (імпортера) оцінюваних товарів на користь продавця (експортера) та/або на користь продавця через третіх осіб. При цьому платіжні інструменти можуть бути будь-якими, наприклад передоплата, акредитив, інкасо, вексель, передача цінних документів тощо.

До митної вартості товару зазвичай включають ціну товару в рахунку-фактурі (інвойсі), а також фактичні витрати, якщо їх не включено до рахунку-фактури, наприклад:

- транспортні, страхові, навантажувальні, розвантажувальні, перевантажувальні витрати до пункту перетину митного кордону країни-імпортера;
- комісійні та брокерські винагороди;
- платежі за використання прав інтелектуальної власності.

За митну вартість товар не купують і не продають. Митна вартість розраховується виключно для митних цілей, для оподаткування митом у відсотковому значенні (адвалорна ставка).

Для визначення митної вартості і сплати мита іноземну валюту, зазначену в рахунку-фактурі, перераховують у валюту України за курсом Національного банку України на день подання вантажної митної декларації (ВМД).

Порядок визначення митної вартості товарів, які переміщуються через митний кордон України, регулюються розділом III Митного кодексу України та Генеральною угодою з тарифів і торгівлі.

### **2. Методи визначення митної вартості.**

Визначення митної вартості товарів, які ввозяться на митну територію України, здійснюється такими методами:

Метод 1: за ціною угоди щодо товарів, які імпортуються.

Метод 2: за ціною угоди щодо ідентичних товарів.

Метод 3: за ціною угоди щодо подібних (аналогічних) товарів.

Метод 4: на основі віднімання вартості.

Метод 5: на основі додавання вартості.

Метод 6: резервний.

Метод 1 є пріоритетним для застосування. У випадку неможливості визначити митну вартість методом 1, митний орган і декларант проводять консультації для вибору методу 2 чи 3. У разі неможливості застосувати методи 2 і 3, для розрахунку митної вартості використовують методи 4 або 5. У разі неможливості застосувати жодного з цих методів, митна вартість може визначатися резервним методом.

*Метод 1.* Цей метод передбачає визначення митної вартості товару за ціною угоди. При чому це ціна фактично сплачена або до сплати за імпортований товар з додаванням до неї таких витрат:

- 1) витрати на завантаження, розвантаження, перевантаження товару до митного кордону країни-імпортера;
- 2) витрати на страхування товару;
- 3) витрати на транспортування товару до митного кордону країни-імпортера;
- 4) роялті та ліцензійні платежі за використання прав інтелектуальної власності, пов'язаних з імпортованим товаром, якщо такі платежі не включено у ціну товару.

За правилами СОТ митний орган, застосовуючи метод 1, повинен перевірити:

1. Чи є можливість застосувати метод 1?
2. Чи достовірною є задекларована митна вартість?
3. Чи достовірними є дані додаткових витрат, які додаються до митної вартості?

Після успішної перевірки цих даних митний орган має прийняти ціну угоди як базу для визначення митної вартості.

*Метод 2.* Цей метод застосовуються коли неможливо визначити митну вартість першим методом. Метод 2 передбачає визначення митної вартості товару за ціною угоди щодо ідентичних товарів. Для цього проводиться перевірка ідентичності товарів за фізичними характеристиками, якістю, країною походження та виробником. Незначні зовнішні відмінності товарів не є підставою відмовити вважати товари ідентичними. Розглядаються лише ідентичні товари, які ввезені протягом 90 днів від ввезення оцінюваних товарів. При чому мають бути приблизно однаковими й умови поставки та кількість партії ідентичних і оцінюваних товарів.

*Метод 3.* Цей метод передбачає визначення митної вартості товару за ціною угоди щодо подібних (аналогічних) товарів. Подібними до оцінюваних є товари зі схожими якісними параметрами, виготовлені зі схожих компонентів, мають однакове застосування, вважаються комерційно взаємозамінними. Для цього необхідно перевірити якісні характеристики товарів, товарний знак, репутацію товарів на ринку, країну походження.

Для застосування методів 2 і 3 оцінювані товари та ідентичні товари або подібні (аналогічні) товари повинні:

- бути вироблені в тій самій країні;
- бути вироблені тим самим виробником або іншим виробником, при чому повинно бути підтверджено, що ці товари є ідентичними або подібними (аналогічними);
- походити не з країни-імпортера. Не допускається навіть, щоб проектування, дослідно-конструкторські роботи, художнє оформлення, дизайн, ескізи, креслення було зроблено в країні-імпортері.

*Метод 4.* Цей метод передбачає визначення митної вартості товару на основі віднімання вартості. Метод 2 застосовується, якщо ідентичні чи подібні товари продаються в країні-імпортері. Для розрахунку митної вартості оцінюваного товару береться ціна продажу ідентичних чи подібних товарів на внутрішньому ринку країни-імпортера. При чому береться ціна найбільшої партії товарів чинна не пізніше 90 днів від дати введення оцінюваного товару. Важливо, щоб продавець і покупець не були взаємозалежними.

Для визначення митної вартості ввезеного товару від ціни ідентичного чи подібного товару, що продається в країні-імпортері, віднімаються:

- комісійні платежі чи винагорода брокерам,
- звичайна норма прибутку,
- витрати на продаж, рекламу,
- платежі у вигляді імпортних мит, ПДВ, інших податків і зборів;
- транспортні та страхові витрати;
- витрати на навантаження, розвантаження, перевантаження в країні-імпортері;
- суму доданої вартості, якщо ідентичний чи подібний товар зазнав переробки.

*Метод 5.* Цей метод передбачає визначення митної вартості товару на основі додавання вартості. При чому розраховується ціна оцінюваного товару додаванням вартості матеріалів, інших витрат на виробництво цього товару, витрат на транспортування, страхування, навантаження, розвантаження, перевантаження до моменту перетину митного кордону країни-імпортера, а також звичайної норми прибутку експортера.

*Метод 6 – резервний.* У випадку неможливості визначити митну вартість товару методами 1-5, існує резервний метод. Цей метод 6 передбачає встановлення митної вартості оцінюваного товару на основі нормальної ринкової ціни методом експертної оцінки товару спеціально створеною комісією. В цьому випадку дозволяється використання цінових довідників, що містять повний опис товарів за асортиментом; біржових цін; статистичних даних про звичайні норми транспортних, страхових та інших витрат, норми прибутку, комісійних, знижок, імпортних тарифів тощо.

### **3. Митні режими та визначення митної вартості.**

Можна назвати такі митні режими:

- 1) ввезення товару на митну територію країни-імпортера і декларування в режимі імпорту;

2) ввезення товару на митну територію країни-імпортера і декларування в інших митних режимах зі сплатою митних платежів (крім транзиту);

3) ввезення і декларування товару в інших митних режимах без сплати митних платежів;

4) вивезення (експорт) товару за межі митної території країни.

У випадку першого і другого митних режимів визначення митної вартості відбувається за одним з шести методів, які ми розглянули вище. У випадку третього і четвертого митних режимів визначення митної вартості відбувається виключно за методом 1, тобто за ціною товару у рахунку-фактурі чи рахунку-проформі.

Рахунок-фактура або інвойс – це документ на оплату комерційних товарів чи послуг, видається продавцем на покупця.

Рахунок-проформа – це той самий документ, що й комерційний інвойс, але для умовно вартісних контрактів (якщо товар не є об'єктом купівлі-продажу), наприклад для відправки зразків.

#### **4. Декларація митної вартості.**

Декларант або уповноважена ним особа (митний брокер) самостійно декларує митниці ДФС України митну вартість товарів і метод її визначення шляхом подання Декларації митної оцінки (ДМВ). Декларант (митний брокер) самостійно заповнює декларацію митної вартості крім граф відміток митниці.

ДМВ разом з вантажною митною декларацією (ВМД) подається митному органу для митного оформлення товару. Як ВМД, так і ДМВ можна подати у паперовій формі або в формі електронного документа.

Відповідно до Митного кодексу України подавати ДМВ обов'язково лише в випадках:

- необхідності додати чи відняти певних складових митної вартості вказаної в рахунку-фактурі;
- коли експортер і імпортер (покупець) пов'язані між собою;
- якщо митна вартість товару перевищує 5000 євро.

#### **5. Документи, що підтверджують митну вартість.**

До таких документів належать:

- 1) декларація митної вартості (ДМВ);
- 2) зовнішньоекономічний контракт і додатки до нього;
- 3) рахунок-фактура (інвойс) або рахунок-проформа;
- 4) банківські документи, що засвідчують сплату рахунку;
- 5) пакувальні листи;
- 6) інші документи, що підтверджують митну вартість ввезеного товару;
- 7) договір (контракт) про надання транспортно-експедиторських послуг з перевізником, а також транспортні та страхові документи;
- 8) рахунок-фактуру (інвойс) на надані транспортно-експедиційні послуги;
- 9) ліцензію на ввезення (вивезення) товарів (якщо вимагається).

*Питання для самостійної роботи:*

- що включається у митну вартість товару?
- які методи визначення митної вартості?
- яка пріоритетність застосування методів визначення митної вартості?
- які види митних режимів?
- для чого потрібна Декларації митної оцінки?
- які документи підтверджують митну вартість?

## РОЗДІЛ 7. ПОКАЗНИКИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ДЛЯ АНАЛІЗУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

- 7.1. Статистичні бази даних.
- 7.2. Показники обсягу експорту та імпорту, зовнішньоторговельний оборот, сальдо торговельного балансу.
- 7.3. Показник умов торгівлі.
- 7.4. Показники відкритості торгівлі.
- 7.5. Коефіцієнт покриття імпорту експортом.
- 7.6. Індекс виявленої порівняльної переваги.
- 7.7. Індекс компліментарності торгівлі.
- 7.8. Індекс подібності експорту.
- 7.9. Індекс інтенсивності торгівлі.
- 7.10. Індекс спеціалізації торгівлі.
- 7.11. Індекс внутрішньогалузевої торгівлі.

### 1. Статистичні бази даних.

Важливим інструментарієм аналізу зовнішньоторговельних відносин є низка показників зовнішньої торгівлі, які застосовуються міжнародними організаціями та урядами країн, які дозволяють визначити якісні параметри торговельного співробітництва, виявити загрозливі та деструктивні тенденції, оцінити перспективи відносин країн-партнерів з урахуванням результатів торговельної політики країни. Для вимірювання показників зовнішньої торгівлі можна використовувати наступні бази даних:

1. World Development Indicators, WDI, база даних Світового банку (колекція 1486 показників розвитку, в т.ч. торгівлі, охоплює 266 країн та груп країн, річні дані починаючи з 1960 року, вибрані дані можна завантажити в Excel, в пошукову систему інкорпоровано понад 80 інших баз даних), <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators> .

2. WTO Stats, база даних Світової організації торгівлі (понад 250 індикаторів торгівлі, 292 країни та групи країн, річні дані починаючи з 1948 року), <https://stats.wto.org/> .

3. UN Comtrade, база даних ООН (торгівля за товарами і торговими партнерами, річні та місячні дані, приблизно 200 країн, понад 99% світової торгівлі товарами, дані в різних форматах, доступ до частини даних лише для абонентів), <https://comtradeplus.un.org/> .

4. Trade Map, база даних Центру міжнародної торгівлі (International Trade Centre), яка охоплює показники експорту, імпорту, міжнародних ринків, довідник компаній-імпортерів і експортерів у формі таблиць, графіків і карт для 220 країн і територій і 5300 товарів Гармонізованої системи, місячні, кварталні та річні дані, агреговані та на рівні тарифної лінії), <https://www.trademap.org/Index.aspx> .

5. База даних Державної служби статистики України (зовнішня торгівля України в динаміці, за галузевою і регіональною структурою), <https://www.ukrstat.gov.ua/>.

## **2. Показники обсягу експорту та імпорту, зовнішньоторговельний оборот, сальдо торговельного балансу.**

До показників обсягу експорту та імпорту входить група обсягових індикаторів експорту, реекспорту, імпорту, реімпорту. Аналіз абсолютних і відносних показників обсягів експорту та імпорту країни проводять як правило в поточних або постійних дол. США, в динаміці за певний період, за галузевою (товарною) та регіональною (по країнам) структурою.

*Зовнішньоторговельний оборот* – це сума вартості експорту та імпорту країни або групи країн за певний період (рік, місяць).

$$\text{ЗТО} = \text{E} + \text{I} ,$$

де ЗТО – зовнішньоторговельний оборот; E – обсяг експорту; I – обсяг імпорту.

Світовий товарооборот – це сума вартості експорту та імпорту всіх країн світу. Вартість світового експорту є меншою за вартість світового імпорту приблизно на 3-6%, що дорівнює вартості перевезення (фрахту) і страхування товару. Загальноприйнятою світовою практикою є облік експорту за цінами FOB, а імпорту – за цінами CIF (FOB < CIF).

*Сальдо торговельного балансу* – це різниця експорту та імпорту (у вартісних одиницях) країни за певний відрізок часу, зазвичай за рік.

$$\text{СТБ} = \text{E} - \text{I} ,$$

де СТБ – сальдо торговельного балансу; E – обсяг експорту; I – обсяг імпорту.

Цей показник розраховується за даними балансу поточних операцій платіжного балансу. Позитивне сальдо торговельного балансу означає перевищення експорту над імпортом, негативне сальдо торговельного балансу – переважання імпорту над експортом.

## **3. Показник умов торгівлі.**

Показник "*умови торгівлі*" (terms of trade, ТТ) – це відношення експортних цін країни до її імпортних цін. Для багатьох товарних груп цей індекс розраховується як співвідношення індексу експортних та індексу імпортних цін.

$$TT_i = \frac{\sum_{i=1}^n P_i^X}{\sum_{i=1}^n P_i^M} ,$$

де  $TT$  – умови торгівлі,  $P_i^X$  – експортні ціни  $i$ -го товару чи групи товарів,  $P_i^M$  – імпортні ціни  $i$ -го товару чи групи товарів.

Якщо експортні ціни зростають більше, ніж ціни на імпорт, то індекс "умови торгівлі" більше одиниці. Тоді країна має сприятливі умови торгівлі, оскільки за такого ж обсягу експорту вона може придбати більше імпорту. Цей показник є важливим для моніторингу змін зовнішньої торгівлі країн у динаміці. Інтерпретацію цього індексу доцільно робити лише разом з іншими показниками обсягів торгівлі та аналізом причин коливання експортних та імпортних цін.

#### **4. Показники відкритості торгівлі.**

Відкритість торгівлі (trade openness,  $TO$ ) – це сума експорту ( $X$ ) та імпорту ( $M$ ) всіх товарів і послуг, поділена на валовий внутрішній продукт ( $GDP$ ) країни за звітний період, виражений у відсотках. Цей показник засвідчує залежність економіки від зовнішньої торгівлі. Іншими словами, це залежність доходів країни від торговельної співпраці з іншими країнами.

$$TO = \frac{X + M}{GDP} \times 100$$

Відкритість експорту (export openness,  $XO$ ) – це експорт ( $X$ ) всіх товарів і послуг, поділений на валовий внутрішній продукт ( $GDP$ ) країни за звітний період, виражений у відсотках.

$$XO = \frac{X}{GDP} \times 100$$

Відкритість імпорту (import openness,  $MO$ ) – це імпорт ( $M$ ) всіх товарів і послуг, поділений на валовий внутрішній продукт ( $GDP$ ) країни за звітний період, виражений у відсотках.

$$MO = \frac{M}{GDP} \times 100$$

#### **5. Коефіцієнт покриття імпорту експортом.**

Коефіцієнт покриття імпорту експортом (Export/Import Coverage,  $XMC$ ) відображає співвідношення обсягів загального експорту ( $X$ ) та загального імпорту ( $M$ ), тобто рівня зовнішньоторговельної самозабезпеченості країни. Коефіцієнт  $XMC$  розраховується за формулою:

$$XMC = \frac{X}{M}$$



Цей коефіцієнт приймає значення від 0 (повна відсутність експорту) до нескінченності (повна відсутність імпорту). Значення ХМС = 1 відображає повне покриття імпорту експортом, тобто ідеальну збалансованість торгівлі.

## **6. Виявлена порівняльна перевага.**

Індекс виявленої порівняльної переваги (Revealed Comparative Advantage,  $RCA_{ij}$ ) застосовується для оцінки рівня спеціалізації країни на виробництві конкретних видів товарів, як один з чинників конкурентоспроможності у глобальному середовищі:

$$RCA_{ij} = \frac{x_{ij} / X_j}{x_{iw} / X_w},$$

де  $j$  – країна-експортер;  $w$  – всі країни або група країн, торгівля між якими аналізується;  $i$  – вид товару або група товарів;  $X$  – загальний обсяг експорту;  $x$  – обсяг експорту  $i$ -го товару або галузі.

Значення індексу від 0 до 1 відповідає недостатній спеціалізації економіки у виробництві  $i$ -го товару (товарної групи). Якщо значення індексу перевищує одиницю, це свідчить про виявлену порівняльну перевагу або спеціалізацію на виробництві  $i$ -го товару.

Порівняльний аналіз торгівлі країни з торговельним партнером дозволяє визначити схожість спеціалізації цих країн у міжнародній торгівлі. Вважається, якщо індекси  $RCA$  на аналогічні товарні позиції співпадають, розширення двосторонньої торгівлі між цими країнами є недоцільним.

Проте цей індекс виявленої порівняльної переваги має низку обмежень:

- зміна частки ринку може спричинятися не лише зміною внутрішньої порівняльної переваги країни-експортера, але й кон'юнктурними коливаннями попиту країн-імпортерів;
- не враховується зміна сукупного виробництва товарів країни, що обумовлює величину експорту цієї країни;
- індекс  $RCA$  не враховує частку  $i$ -го товару в сукупному експорті країни;
- цей індекс показує конкурентоспроможність товару в умовах застосування поточних інструментів торговельної політики країни.

## **7. Індекс компліментарності торгівлі.**

Взаємодоповнюваність пропозиції експорту та попиту на імпорт у країнах-партнерах є важливою особливістю двосторонньої торгівлі, яку відображає індекс компліментарності торгівлі (Trade Complementarity Index,  $TCI_{js}$ ). Цей індекс показує наскільки експортовані товари користуються попитом у країні-імпортері. Для розрахунку індексу зіставляють експортний профіль однієї країни з імпортним профілем іншої:

$$TCI_{js} = \left[ 1 - \left( \sum \left| \frac{m_{ij}}{M_j} - \frac{x_{is}}{X_s} \right| \div 2 \right) \right] \times 100,$$

де,  $j$  – країна-імпортер;  $s$  – країна-експортер;  $i$  – товар або група товарів;  $x_i$  – обсяг експорту  $i$ -го товару або групи товарів;  $X$  – загальний обсяг експорту;  $M$  – загальний обсяг імпорту;  $m_i$  – обсяг імпорту  $i$ -го товару або групи товарів.

Індекс компліментарності торгівлі може мати значення від 0 до 100 в залежності від ступеня взаємодоповнюваності експортного профілю однієї країни імпортному профілю її країни-партнера. При значенні  $TCI=100$ , експорт та імпорт двох країн-партнерів повністю співпадають, при значенні  $TCI=0$  припускається, що країни не доповнюють одна одну в двосторонній торгівлі.

### 8. Індекс подібності експорту.

Для країн з подібними експортними портфелями більше вірогідна конкуренція на обмежених ринках збуту товарів. Це показує Індекс подібності експорту (Export Similarity Index, ESI), який розраховується за формулою:

$$ESI_{js} = \left\{ \sum_i \min\left(\frac{x_{jw}^i}{X_{jw}}, \frac{x_{sw}^i}{X_{sw}}\right) \right\} \times 100,$$

де  $j$  та  $s$  – це країни, експортні портфелі яких порівнюються;  $w$  – всі країни світу або група країн, торгівля між якими аналізується;  $i$  – товар або група товарів;  $x^i$  – обсяг експорту  $i$ -го товару або групи товарів;  $X$  – загальний обсяг експорту.

Індекс може приймати значення від 0 до 100%. При значенні  $ESI_{js}=0$  між двома країнами немає однакових експортних товарних груп. Тому ці країни не варто розглядати як конкуренти. Значення  $ESI_{js}=100$  означає повну подібність експортних портфелів двох країн. Тоді ці дві країни можуть бути конкурентами за умови експорту на ті самі зовнішні ринки.

### 9. Індекс інтенсивності торгівлі.

Індекс інтенсивності торгівлі (Trade Intensity Index, ТІ) характеризує інтенсивність торговельних потоків між країнами у зіставленні з їх позиціями у світовій торгівлі. Цей індекс може слугувати індикатором ефективності товарообороту, або для визначення ступеня послідовності та стабільності торговельних відносини між країнами:

$$TII_{js} = \frac{X_{js}/X_{jw}}{X_{ws}/X_w},$$

де,  $j$  та  $s$  – країни, торгівля між якими аналізується;  $X_{js}$  – загальний обсяг експорту з країни  $j$  до країни  $s$ ;  $X_{ws}$  – загальний обсяг експорту всього світу до

країни  $s$ ;  $X_{jw}$  – загальний обсяг експорту країни  $j$  у всі країни світу;  $X_w$  – загальний обсяг світового експорту.

Так індекс  $TI_{js}$  показує, як співвідноситься експорт країни  $j$  до країни  $s$  з сукупним обсягом експорту інших країн до країни  $s$ . Якщо частка експорту країни  $j$  до країни  $s$  вища за частку країни  $s$  у світовому експорті, то можна вважати торгівлю між цими країнами інтенсивною.

Індекс  $TI_{js}$  приймає значення від 0 до безмежності. Значення індексу більше одиниці означає, що торговельні зв'язки між двома країнами є інтенсивними. Цей індикатор засвідчує, що створення торговельного об'єднання чи підписання регіональної торговельної угоди між цими країнами може сприяти поживленню торгівлі. Коли індекс приймає значення менше одиниці, то можна вважати, що країни недостатньо реалізують свій двосторонній торговельний потенціал.

### 10. Індекс спеціалізації торгівлі.

Важливою є також оцінка спеціалізації торгівлі, яку можна визначити за допомогою розрахунку індексу спеціалізації торгівлі (Trade Specialization Index,  $TSI_{js}$ ). Цей індекс відображає взаємні порівняльні конкурентоспроможності виробництва товарів двох країн-партнерів в процесі двосторонньої торгівлі:

$$TSI_{js} = \frac{X_{js} - M_{js}}{X_{js} + M_{js}},$$

де,  $j$  та  $s$  – країни-партнери двосторонньої торгівлі;  $X_{js}$  – загальний обсяг експорту країни  $j$  в країну  $s$ ;  $M_{js}$  – загальний обсяг імпорту країни  $j$  з країну  $s$ .

Індекс  $TSI_{js}$  приймає значення від -1 до 1. Наявність конкурентної переваги, наслідком якої є спеціалізація країни на виробництві та експорті товару, відображається додатнім значенням індексу, що наближається до одиниці із зростанням рівня спеціалізації.

### 11. Індекс внутрігалузевої торгівлі.

Для аналізу внутрішньогалузевої торгівлі можна використовують індекс Грубеля-Ллойда.

$$GL = 1 - \frac{\sum_{i=1}^n |X_i - M_i|}{\sum_{i=1}^n (X_i + M_i)},$$

де  $X_i$  – експорт  $i$ -го товару або товарної групи,  $M_i$  – імпорт  $i$ -го товару або товарної групи.

Індекс Грубеля-Ллойда може мати значення 1 в випадку рівності експорту та імпорту, що показує інтенсивну внутрішньогалузеву торгівлю. Якщо індекс Грубеля-Ллойда дорівнює 0, це означає, що немає внутрішньогалузевої торгівлі (має місце лише експорт або лише імпорт). Наближення значення індексу до 1

відображає збільшення взаємної двосторонньої торгівлі тією самою товарною групою. Індекс Грубеля-Ллойда можна застосовувати для аналізу групи галузей, так і групи країн.

*Питання для самостійної роботи:*

- для чого потрібні показники зовнішньої торгівлі?
- звідки черпати достовірні дані про глобальну та двосторонню торгівлю?
- які показники входять до групи обсягових індикаторів зовнішньої торгівлі?
- як виміряти ЗТО і сальдо торговельного балансу?
- що таке показник "умови торгівлі"?
- які показники відображають відкритість торгівлі?
- як інтерпретувати коефіцієнт покриття імпорту експортом та індекс виявленої порівняльної переваги?
- як розрахувати індекси компліментарності торгівлі та подібності експорту?
- як виміряти індекси інтенсивності торгівлі, торгової спеціалізації, внутрігалузевої торгівлі?

## Рекомендована література

1. Бураковський І. Теорія міжнародної торгівлі / І. Бураковський. – К. : Основи, 2010. 242 с.
2. Економічний розвиток і державна політика : Навч. Посібник / Ю. Бажал, О. Кілієвич, О. Мертенс та ін. ; за заг. ред. Ю. Єханурова, І. Розпутенка. – К. : Вид-во УАДУ, 2001. 72 с.
3. Комерційна дипломатія: торговельна політика і право : Навч. посібник. Друге видання, доповнене та перероблене. – Львів: Астролябія, 2006. 704 с.
4. Кубатко О. В. Торговельна політика ЄС та Україна : Навч. посібник / О. В. Кубатко, Т. В. Пимоненко. – Суми : Сумський державний університет, 2019. 143 с.
5. Осика С. Г. Світова організація торгівлі / С. Г. Осика, В. Т. П'ятницький. – 3-тє вид., переробл. і допов. – К. : К.І.С., 2008. 514 с.
6. Розвиток національної торговельної політики для підвищення конкурентоспроможності економіки України : Колективна монографія / за ред. д-ра екон. наук, чл.-кор. НААН України Т.О. Осташко; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАН України». – Електрон. дані. – К., 2021. 313 с. – Режим доступу: <http://ief.org.ua/docs/mg/353.pdf> .
7. Рокоча В.В. Міжнародна торговельна діяльність: Підручник / В.В. Рокоча, В.Г. Алькема. В.І. Терехов, Б.М. Одягайло [та ін.], за наук. ред. В.В. Рокочої. – К.: Університет економіки та права “КРОК”, 2018. 698 с. – Режим доступу: [https://library.krok.edu.ua/media/library/category/pidruchniki/rokocha\\_0004.pdf](https://library.krok.edu.ua/media/library/category/pidruchniki/rokocha_0004.pdf) .
8. Торговельна політика та комерційна дипломатія: тестові й аналітичні завдання : Навч.-метод. посібник / укл.: Т.В. Марченко. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 96 с.
9. Управління зовнішньоекономічною діяльністю : Навч. посібник / Під заг. Ред. А.І. Кредісова / Пер. з рос. Н. Кіт, К. Серажим. – К., 1997. 448 с.
10. Філіпенко А.С. Міжнародні економічні відносини: Історія, Теорія, Політика : Підручник / А.С. Філіпенко. – К.: Либідь, 2019. 960 с.
11. Циганкова Т. М. Глобальна торгова система: розвиток інститутів, правил, інструментів СОТ : Монографія. Київ: КНЕУ, 2003. 660 с.
12. Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. Міжнародна торгівля : Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 2001. 448 с.
13. Щербина С. В. Світова гео економічна кон'юнктура та її вплив на торговельну політику держави : Навч. матеріали до вивч. дисципліни “Торговельна політика” / С. В. Щербина. – К. : НАДУ, 2010. 48 с.
14. Щербина С. В. Торговельна політика : Конспект лекцій для слухачів спеціальності “Державне управління” / С. В. Щербина. – К.: НАДУ, 2012. 60 с.
15. A Practical Guide to Trade Policy Analysis 2013. – Режим доступу: [https://unctad.org/system/files/official-document/gds2012d2\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/gds2012d2_en.pdf) .
16. Comtrade. UN. – Режим доступу: <https://comtrade.un.org/data>.

17. Mia Mikic & John Gilbert, 2007. “Trade Statistics In Policymaking – A Handbook Of Commonly Used Trade Indices And Indicators”, studies in trade and investment, United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (ESCAP).

18. Suranovic S. International Trade: Theory and Policy. Saylor Foundation, 2010. – Режим доступа: [https://saylordotorg.github.io/text\\_international-trade-theory-and-policy/](https://saylordotorg.github.io/text_international-trade-theory-and-policy/).

19. Trademap. International trade center. – Режим доступа: <http://www.trademap.org>.

20. Trebilcock M. J., Howse R. The Regulation of International Trade. – NY: Routledge, 1999. – 612 p.

Навчальне видання

ТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА

Навчальний посібник

Автор: Москалик Роман Ярославович,  
к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин,  
факультет міжнародних відносин,  
Львівський національний університет імені Івана Франка

Рекомендовано до друку 26.02.2024.  
(протокол Вченої ради факультету міжнародних відносин Львівського  
національного університету імені Івана Франка №3 від 26.02.2024 р.)