

ЗАВДАННЯ ДО СЕМІНАРІВ

Завдання 1. Теми для обговорення, презентацій, доповідей.

1. Сучасні світові тенденції розвитку компенсаційної торгівлі.
2. Необхідність розвитку компенсаційної торгівлі в Україні.
3. Розвиток ринку франчайзингу в Україні.
4. Основні принципи, особливості та необхідність розвитку у міжнародній практиці угод типу «офсет».
5. Місце інвестиційних проектів в укладенні компенсаційних угод.
6. Принципи та техніка здійснення великомасштабної операції на компенсаційній основі.
7. Сучасні проблеми становлення та розвитку торговельно-посередницької діяльності в Україні.
8. Аналіз об'єктивної необхідності розвитку торговельно-посередницької діяльності в Україні.
9. Дослідження переваг та недоліків торговельно-посередницької діяльності при здійсненні ЗЕД.
10. Функції торговельних посередників у міжнародній торгівлі.
11. Чинники, що впливають на вибір форми виходу підприємства на зовнішній ринок.
12. Переваги та недоліки прямого та непрямого експорту.
13. Напрями прямого інвестування за кордон.
14. Передумови і мотивація виходу підприємств на зовнішні ринки.
15. Критерії вибору форм виходу підприємств на зовнішні ринки.
16. Потенційні можливості фірми при виході на зовнішні ринки.
17. Способи встановлення контактів з потенційним партнером.
18. Спільне підприємництво та пряме іноземне інвестування як форми виходу підприємства на зовнішні ринки.
19. Умови функціонування підприємств на зовнішніх ринках.
20. Структура маркетингових досліджень на зовнішньому ринку.

Завдання 2. Вибрати контрагента з країн-партнерів для здійснення експортної угоди.

Таблиця 8.1- Вихідні дані

№ з/п	Оціночні критерії	Коефіцієнт значущості	Країни партнери		
			А	В	С
1	2	3	4	5	6
1	Торгово-політичні відносини з країною контрагента	0,1	Торгові зв'язку мінімальні	Хороший торговий контракт	Стійкі торговельні зв'язку
2	Конкуренція за даним товаром	0,1	Повна відсутність конкуренції	Низька рекламна активність	Цінова війна
3	Комерційний ризик, пов'язаний з реалізацією контракту	0,2	Мінімальний	Ризик, пов'язаний з вивезенням прибутку	Ризик з доставками

4	Передбачувана рентабельність комерційної угоди	0,1	20%	10%	7%
5	Фінансовий стан фірми контрагента	0,2	Стабільний	На межі банкрутства	Стабільний
6	Ділова репутація фірми контрагента	0,3	Сумлінно виконує зобов'язання	Немає відомостей	Мали місце несвоєчасні платежі

Завдання 3. За даними інформаційної служби, інформації торгових радників представництв, даними довідників (галузевих, загальнофірмових, тематичних, адресних), а також за анкетними опитуваннями складена табл. 8.2.

Таблиця 8.2 – **Вихідні дані**

Оціночні критерії країни-імпортера	Країна А	Країна В	Країна С
1	2	3	4
Політична стабільність в країні	Стабільне положення	Можливі державні перевороти	Стабільне положення
Інфляція, % в рік	2-3	25-30	5-8
Конвертованість валюти	Вільно конвертована валюта	Неконвертована валюта	Частково конвертована валюта
Торгово-економічні зв'язки з підприємствами країни-експортера	Стійкі зв'язки з низкою підприємств протягом тривалого часу	Торговельні відносини незначні	Епізодичні зв'язки
Вид конкуренції з даної групи товарів	Цінова війна	Повна відсутність конкуренції	Ринок монополізований транснаціональними компаніями

Користуючись показниками даної таблиці, бальним методом оцінки, визначити, якій країні необхідно віддати перевагу при експорті товарів (офісних меблів).

Завдання 4. Вибрати торгового партнера при експорті товарів (з однієї країни), використовуючи бальний метод (метод ранжирування).

Таблиця. 8.3 – **Вихідні дані**

Оціночні критерії	Фірма А	Фірма В	Фірма С
Передбачувана рентабельність комерційної угоди, %	5-7	15-20	7-10
Фінансовий стан фірми	Кредитоспроможна, платоспроможна	Немає відомостей	Стабільний
Виконання зобов'язань за контрактом	Сумлінне	Не завжди сумлінне	Несумлінне

Форма платежу	Інкасо	Будь-яка форма	Чек, акредитив
Зацікавленість у роботі з фірмою	Не особливо зацікавлена	Дуже зацікавлена	Не зацікавлена
Відстоювання названих цін	Твердо відстоює	Легко йде на поступки	Помірно відстоює
Ділова репутація фірми	Високий імідж фірми в діловому світі	Фірма невідома у діловому світі	Мали місце випадки несвоєчасних платежів

Завдання 5. Перед прийняттям рішення про те, в якій зарубіжній країні розмістити автомобільне виробництво, власники компанії та менеджери повинні зібрати повну інформацію щодо різних країн, де могло б бути розміщене виробництво. У даному матеріалі наводиться інформація стосовно чотирьох країн, що їх ТНК розглядає як потенційні приймаючі країни. Кожна команда повинна прийняти обґрунтоване рішення, в якій країні розмістити автомобільний завод.

США

Протягом останнього десятиріччя безробіття у США становить близько 5-6%. Серед працюючих значна частка належить висококваліфікованій робочій силі. Рівень заробітної плати кваліфікованих працівників у США є одним з найвищих у світі. Середня погодинна оплата праці персоналу на виробництві – близько 17,5 дол., крім того, більшість працівників автомобільної промисловості є членами Об'єднаної профспілки автопрацівників (UAW), в якій між працівниками та менеджерами встановилися досить непрості відносини. Зіткнувшись із потужною конкуренцією з боку японських та інших автокомпаній, деякі американські фірми спробували встановити більш прийнятні відносини.

Деякі іноземні автомобільні компанії (такі як Ніссан, Тойота, Хонда) розмістили у США виробничі потужності, найнявши працівників, які не є членами профспілок.

Політична структура США є винятково стабільною і має стійкі демократичні традиції. Останній великий внутрішній конфлікт – Громадянська війна 1860-х рр. Зміна лідерів країни відбувається спокійно і мирно. Імовірність зміни уряду США революційним способом мізерна. Проте в минулому державне регулювання завдавало збитків автомобільній галузі. Через суворе антитрестовське законодавство кооперація між фірмами-конкурентами майже не відбувалася. На заводах також діє безліч правил щодо безпеки праці, контролю за забрудненням середовища та практики наймання працівників.

Варто також зазначити, що для США характерний низький рівень корупції. Так, 2004 р. серед 91 країн світу вони посіли 17 місце (рівень корупції нижчий, ніж у Німеччині та Японії, але вищий, ніж у Швеції).

Ринок автомобілів США – один з найбільших у світі. Виробництво в США для обслуговування американського ринку останніми десятиліттями набуло популярності – особливо в періоди зниження курсу долара. Це зниження робить виробництво всередині країни більш дешевим, ніж виробництво в іншій країні, та стимулює дальший експорт на американський ринок. Утім слід зауважити, що така «традиційно американська» галузь, як автомобілебудування, вже не є пріоритетною за темпами розвитку, значно поступаючись японському автомобілебудуванню.

США мають добре розвинуту інфраструктуру транспорту та зв'язку, що полегшує розвиток торгівлі не тільки всередині країни, а й з їхніми сусідами.

Німеччина

Німеччина – це суспільство з високим рівнем освіти і великою кількістю кваліфікованих працівників. Рівень безробіття становить у середньому в Німеччині близько 10 %, більш драматичною є ситуація у нових федеральних землях, у деяких з них безробіття сягає 20 %. (Для порівняння: у 1997 р. – 11% у західних землях і 15% у східних). Незважаючи на досить значний рівень безробіття, вартість праці у Німеччині дуже висока. Так, погодинна оплата праці персоналу на виробництві становить близько 32 дол. за годину. Одним із факторів економічного розвитку є іноземна робоча сила, чисельність якої становить нині понад 8 млн чол., або 9% від чисельності населення.

Політична ситуація в Німеччині стабільна, проте існують певні труднощі щодо диференціації рівнів життя населення у Східних та Західних землях. На програми вирівнювання рівнів соціально- економічного розвитку німецьких регіонів уряд Німеччини протягом останнього десятиріччя витратив кілька мільярдів доларів США, при цьому найпоширенішим заходом стало звільнення від податків фірм, розташованих у Східних землях.

Німеччина має кордони з багатьма країнами Європи. Вона зручно розташована з погляду експорту товарів до постсоціалістичних країн. Німеччина є членом ЄС, що знижує витрати, пов'язані з торгівлею всередині інтеграційного блоку. Проте існують інші країни ЄС, де можна побудувати завод, і де праця буде вдвічі дешевшою, ніж у Німеччині, хоч і менш продуктивною.

Найконкурентнішими галузями промисловості Німеччини є: автомобілебудування, літакобудування, виробництво локомотивів і вагонів, верстатобудування, приладобудування, електротехнічна промисловість, точна механіка, оптика, хімічна та фармацевтична промисловість, чорна металургія. Найбільша кількість зайнятих у промисловості припадає на сектор загального машинобудування та верстатобудування, далі йде автомобілебудування, хімічна, харчова, електротехнічна промисловість.

Найбільшими і найвідомішими корпораціями ФРН є виробники автомобілів: «Фольксваген», «БМВ» та «Дамлер-Бенц».

Китай

Китай має найбільшу чисельність населення у світі – понад 1,3 млрд людей. Істотною проблемою є письменність населення. В Китаї існує великий сільськогосподарський сектор, в якому близько 100 млн осіб працює на умовах часткової зайнятості. Відносини між фірмами та працівниками, як правило, добрі.

Атмосфера для бізнесу в Китаї відрізняється від більшості сучасних країн. По-перше, необхідно рахуватися з великим державним сектором. Так, хоч у власності держави перебуває близько 15,7 тис. великих та середніх підприємств, що становить менше 0,2% всіх підприємств у промисловості, державні підприємства володіють 44,5% власності і формують близько 43% прибутку всіх промислових підприємств. На державний сектор промисловості припадає 60% фінансових доходів держави. У ньому зайнято близько 2/3 міських працівників і службовців. Наприкінці 1990-х років центр тяжіння індустріального розвитку країни зосередився на таких галузях промисловості, як машинобудування, електроніка, автомобілебудування, нафтохімія, будівництво.

Ті ТНК, які бажають закріпитися на східних ринках, не можуть ігнорувати факт існування певної напруженості відносин між Китаєм і Кореєю, Китаєм і Тайванем, Китаєм і Австралією. Проте звідси відкривається зручний доступ до всього Азіатського регіону. Китай може торгувати з Далеким Сходом, його зв'язки поширюються й на Росію, країни колишнього СРСР та Південно-Східну Азію.

У механізмі економічного розвитку КНР зовнішній фактор ві- діграє неабияку роль. Він розглядається урядом як важливий важіль модернізації економіки, переводу її на ринкові засади, інтеграції зі світовим господарством. У сфері зовнішньоекономічних зв'язків була проголошена і послідовно здійснювалася політика відкритості зовнішньому

світу. Важливим напрямом реалізації даної політики стало створення вільних економічних зон (ВЕЗ) різної спрямованості. Наприкінці 1990-х років у КНР функціонувало 120 ВЕЗ. Ринок КНР і досі перебуває у стадії інтенсивного розвитку. Можливо, попит на автомобілі сьогодні не дуже високий, утім, зважаючи на розміри країни та чисельність населення, можна стверджувати, що як тільки ринок у Китаї сформується остаточно, він буде винятково містким, і ситуація з попитом зміниться на краще.

Бразилія

Бразилія – найбільша країна Південної Америки і за чисельністю населення, і за розміром території. У середині 1990-х років кількість населення становила 160 млн людей. Бразилія межує майже з усіма країнами Латинської Америки. Крім того, ця держава входить до регіонального інтеграційного угруповання МЕР-КОСУР – митного союзу, що його створили Аргентина, Бразилія, Парагвай та Уругвай. Це має особливе значення, оскільки нещодавні дослідження засвідчили виникнення в регіоні митного союзу – місткого споживчого ринку автомобілів.

Уряд Бразилії намагається стимулювати прямі іноземні інвестиції. Для залучення іноземних інвесторів він лібералізував торговельну політику. Крім того, Бразилія володіє великою базою технологій, а уряд планує здійснити зміцнення інфраструктури транспорту і зв'язку.

Останнім часом уряду країни вдалося стабілізувати споживчі ціни і зменшити темпи інфляції, хоч їх високий рівень протягом 1990-х років створив проблему зовнішньої заборгованості. Крім того, серед значних проблем країни варто відзначити низький рівень письменності та бідність населення.

Завдання 5. Контрагент з Болгарії замовляє в українського суднобудівного заводу виготовлення морського транспортного судна. На переговорах після узгодження ціни судна болгарський замовник ставить неодмінною умовою контракту покупку виробником у замовника частини устаткування і приладів для комплектації судна і передає йому заздалегідь складений список таких деталей. Замовник мотивує цю умову тим, що його вітчизняне устаткування зручніше для експлуатації, ніж іноземне, хоча насправді це може бути викликано і іншими причинами. Предметом контрактів постачань на комплектацію може бути будь-яке складне комплектне устаткування й установки, а комплектуючі прилади і деталі – це в основному стандартні двигуни, насоси, акумулятори і т. д.

Проаналізуйте ситуацію і дайте відповіді на запитання:

1. Якими причинами може бути викликано бажання замовника неодмінно закупити виробником у замовника частини устаткування і приладів для комплектації судна?

2. Які переваги буде мати замовник і виробник від проведення зовнішньоекономічної операції на виготовлення українським суднобудівним заводом морського транспортного судна

Схематично окресліть етапи проведення зазначеної вище операції.

Завдання 6. Підприємство-резидент (комітент) уклало договір комісії знерезидентом (комісіонером) на купівлю матеріалів, вартість яких - 5000 дол. США. Курс НБУ на дату оформлення ВМД (вантажної митної декларації) - 38,19 грн. за 1 дол. США. Сума мита - 2000 грн. митного збору - 50 грн. Винагороду комітент перераховує після виконання комісіонером своїх зобов'язань і підписання документа, що підтверджує факт надання/одержання послуг. Комісійна винагорода становить 10% від вартості матеріалів. Курс НБУ на дату підписання документа про надання послуг - 38,25 грн. за 1 дол. США.

Визначити:

- 1) суму імпортного ПДВ, що нараховується при перерахуванні валюти комісіонеру за куплені матеріали;
- 2) суму комісійної винагороди;
- 3) суму ПДВ за імпортованими послугами комісіонера.

Завдання 7. Підприємство-резидент (комісіонер) уклало з нерезидентом (комітентом) договір комісії на купівлю товарів, за яким комісійна винагорода визначається як різниця між вартістю товару, зазначеного в договорі, і витратами, понесеними на виконання зобов'язань за договором. Комітент перерахував 5000 грн. комісіонеру, який після цього придбав у постачальника-резидента за 4000 грн. товар для комітента. Сума мита – 400 грн., митного збору – 100 грн. (сплачуються за рахунок комітента). Знайти суму комісійної винагороди.

Завдання 8. Підприємство-резидент (далі – комітент) уклало договір комісії з нерезидентом (далі – комісіонер) на реалізацію товару за межами України. Згідно з договором комісіонер одержав товари, які потім продав за 10000 дол. США. Комісіонер перерахував комітенту валютну виручку за курсом 38,19 грн. за 1 дол. США за вирахуванням комісійної винагороди, яка складає 10% від суми реалізованих товарів, у тому ж звітному періоді, в якому відбулося відвантаження товару. Комітент оформив ВМД на суму 10000 дол. США. Курс НБУ на дату оформлення ВМД і підписання акта – 38,25 грн. за 1 дол. США. Сума мита – 2000 грн. митного збору – 100 грн. Знайти суму витрат комітента та курсову різницю, яка утворилася при перерахуванні валютної виручки комітента на дату оформлення ВМД.

Завдання 9. Згідно з укладеним бартерним контрактом, українське підприємство відважило на адресу німецької фірми хутрові вироби, а отримало від іноземного партнера апарат радіотелефонного зв'язку.

На основі наведених нижче умов визначте ефективність бартерного контракту:

Таблиця 10.1 – Вихідні дані

Експортна частина контракту		Імпортна частина контракту	
Контрактна вартість товару	40000 дол. США	Контрактна вартість товару	40000 дол. США
Курс НБУ на дату відвантаження	32,1900 грн./ дол. США	Курс НБУ на дату відвантаження	27,2536 грн./ дол. США
Сума обов'язкового збору на митниці приймається	586 грн.	Сума обов'язкового збору на митниці приймається	596,28 грн.
Акцизний збір	30%	Акцизний збір	10%
Позавиробничі витрати	600 грн.	Мито	10%
ПДВ	20%	ПДВ	20%

Завдання 10. Замовник іноземна фірма уклала контракт з українською швейною фабрикою. Згідно з контрактом іноземний партнер поставляє 20000 м тканини для пошиття чоловічих сорочок в оцінці по митній вартості 10000 дол. США. Відповідно до норм виготовлення однієї сорочки передбачені витрати тканини у розмірі 2 м, а середня митна вартість 1 м тканини складає 1,50 дол. США (10000:20000). Згідно з умовами договору замовник сплачує вартість пошиття сорочок у розмірі 30% від кількості тканини, що імпортується. У відповідності із 39 законодавством України, при ввезенні на територію країни тканини, з неї стягується мито у розмірі 10%. Курс НБУ на дату митного контролю становить 37,25 грн/дол. США.

Завдання:

- 1) Визначити суму простого векселя, що буде оформлений при ввезенні давальницької сировини
- 2) Обчислити суму платежів, сплачених українським переробником при ввезенні сировини на територію України, що є розрахунком за надані послуги
- 3) Визначити ефективність переробки сировини замовника, якщо відомо, що собівартість виробництва 1 сорочки обходиться підприємству у 20,6 грн.

Визначити ефективність переробки сировини, що залишена на підприємстві, як плата за переробку, якщо відомо, що поза виробничі витрати становлять 634 грн., а ціна реалізації 1 сорочки на внутрішньому ринку – 60,7 грн.