

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»

МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ

Навчально-методичний комплекс з дисципліни

*Рекомендовано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського
як навчальний посібник для здобувачів ступеня бакалавра,
за освітньою програмою «Менеджмент і бізнес-адміністрування»
спеціальності 073 «Менеджмент»*

Київ
КПІ ім. Ігоря Сікорського
2021

Міжнародна торгівля: навчально-методичний комплекс з дисципліни [Електронний ресурс]: навчальний посібник для студентів першого (бакалаврського) рівня спеціальності 073 «Менеджмент» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: К.О. Кузнєцова, В.В. Чорній, О.С. Ченуша. – Електронні текстові дані (1 файл: _____ Мбайт). – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 94 с.

Гриф надано Методичною радою КПІ ім. Ігоря Сікорського (протокол №7 від 13 травня 2021 р.) за поданням Вченої ради факультету менеджменту та маркетингу (протокол №8 від 29 березня 2021 р.)

Електронне мережне навчальне видання

МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ

Навчально-методичний комплекс з дисципліни

Укладачі: *Кузнєцова Катерина Олександрівна, канд. екон. наук, доц.
Чорній Вікторія Валеріївна, канд. екон. наук
Ченуша Олександр Сергійович, канд. екон. наук*

Відповідальний редактор: *Дунська А. Р., д-р екон. наук, доц.*

Рецензенти: *Кириченко С.О., канд. екон. наук., доц., доц. кафедри економіки і підприємництва КПІ ім. Ігоря Сікорського*

У навчальному посібнику наводяться основні методичні рекомендації до вивчення дисципліни "Міжнародна торгівля" на практичних заняттях та самостійній роботі для полегшення сприйняття інформації студентами та системності викладання. За своїм змістом навчальний посібник відповідає програмі навчальної дисципліни "Міжнародна торгівля". Призначений для студентів економічних та управлінських спеціальностей закладів вищої освіти.

© К.О. Кузнєцова, В.В. Чорній, О.С. Ченуша, 2021
© КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021

ЗМІСТ

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 4 |
| I. НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ | 7 |
| II. ТИПОВА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ | 8 |
| III. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ | 10 |
| IV. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ | 39 |
| V. ТЕМАТИКА ТА ОФОРМЛЕННЯ РЕФЕРАТУ | 69 |
| VI. ПОТОЧНИЙ ТА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ | 82 |
| VIII. ТЛУМАЧНИЙ СЛОВНИК | 89 |

ВСТУП

Згідно з навчальними планами підготовки бакалаврів спеціальності 073 «Менеджмент» освітньої програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» на факультеті менеджменту та маркетингу Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» викладається дисципліна «Міжнародна торгівля», що відноситься до вибіркових дисциплін циклу професійної підготовки.

Розвиток країн та їх національних господарств у ХХІ ст. характеризується високим рівнем інтегрованості у світогосподарську систему та взаємозалежністю між різними учасниками світового ринку. В результаті цього спостерігається активне поглиблення міжнародних економічних відносин між різними країн та розширення їх співробітництва, поглиблюється міжнародний поділ праці та формується певна спеціалізація національних господарств, виникає глобальна взаємозалежність країн світу від виробництва та споживання окремих товарів та послуг.

Сучасний стан економіки України зумовлює потребу у пошуку та використанні всіх наявних факторів економічного зростання. Зокрема, переваг міжнародного поділу праці, торгівельної співпраці із розвинутими країнами світу, що і вимагає набуття основних знань із дисципліни «Міжнародна торгівля» для стабілізації економіки України та подальшого сталого розвитку. Оскільки набуття практичного досвіду є важливим та пріоритетним етапом у вивченні теоретичних основ, передусім у використанні отриманих у процесі навчання знань, особлива увага на практичних заняттях приділяється саме реальному застосуванню набутих навичок – розв’язуванню задач та ситуаційних вправ, обробці статистичної інформації макроекономічного характеру як підґрунтя для прийняття управлінських рішень.

Предметом дисципліни виступає система організаційно-економічних взаємовідносин суб’єктів господарювання в процесі реалізації та розвитку міжнародної торгівлі.

Метою дисципліни є мотивація студентів спробувати себе у ролі учасників світового ринку, надання їм можливість отримати комплексні знання та уміння у сфері реалізації менеджменту, маркетингу, психології та права у міжнародному середовищі, зорієнтовані на формування компетенцій,

необхідних для того, щоб здійснювати експортно-імпортні операції та управляти ним.

Дисципліна вивчає теоретичні та практичні аспекти ведення міжнародної торгівлі, отримання знань та практичних навичок щодо сучасних форм організації та методів міжнародного обміну товарами та послугами на національному рівні.

Програма дисципліни спрямована на підготовку студентів до науково-дослідної, інформаційно-аналітичної, організаційно-управлінської та проектної діяльності та розвиток загальних і фахових компетентностей, необхідних для самостійного ведення міжнародної торгівлі, здійснення експортно-імпортних операцій та управління ними, зокрема,

здатності:

- опановувати теоретичні основи міжнародної торгівлі та визначати її роль для національного господарства у сучасному світі;
- проводити дослідження, що передують виходу країни на зовнішні ринки;
- аналізувати засади торговельної політики країни та розвивати вектор здійснення міжнародної діяльності;
- аналізувати результати міжнародної діяльності країни в сфері торгівлі, зіставляти їх з факторами впливу зовнішнього та внутрішнього середовища;
- розуміти принципи психології та використовувати їх у професійній діяльності, формувати та демонструвати лідерські якості та поведінкові навички.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми після засвоєння навчальної дисципліни студенти мають продемонструвати такі результати навчання щодо формування управлінського стилю мислення щодо ведення міжнародної торгівлі, опанування теоретичних знань та розвиток умінь, необхідних для ведення експортно-імпортних операцій національними господарствами, зокрема:

знання:

- сутності концепцій, етапів і показників розвитку міжнародної торгівлі;
- методів менеджменту для забезпечення ефективності діяльності організації – основних особливостей, умов та організаційних заходів щодо започаткування торговельних марок та побудови бренду підприємства;

- основних закономірностей функціонування сучасної міжнародної торгівлі;
- сучасних форм організації міжнародного обміну товарами, послугами, патентами та ліцензіями;
- особливостей і тенденцій застосування методів міжнародної торгівлі.

уміння:

- використовувати основні інструменти економічного аналізу в дослідженнях проблем міжнародної торгівлі;
- формувати та розвивати систему регулювання міжнародної торгівлі на корпоративному, національному, міжнаціональному, наднаціональному та глобальному рівнях;
- укладати міжнародні контракти та вести міжнародні переговори.

Теми навчальної програми дисципліни логічно взаємопов'язані і послідовно розглядають питання організації міжнародної торгівлі, які необхідно опанувати студентам першого (бакалаврського) рівня вищої освіти.

Питання, які передбачені програмою, пов'язані із загальними положеннями організації наукової роботи у закладах вищої освіти; освітньо-кваліфікаційними характеристиками, освітньо-професійними програмами підготовки фахівців.

В перелік дисциплін, які забезпечують вивчення «Міжнародної торгівлі» входять дисципліни загальної підготовки, зокрема, «Менеджмент регіонального розвитку», «Макроекономіка», «Міжнародні економічні відносини».

Інформаційне забезпечення дисципліни складається з силабусу, навчальної та робочої програм, рейтингової системи оцінювання, навчальних посібників та підручників з відповідної тематики, Інтернет-джерел за напрямом, звітів міжнародних організацій тощо.

Навчально-методичний комплекс з дисципліни покликаний допомогти студентам факультету менеджменту та маркетингу спеціальності 073 «Менеджмент» в засвоєнні необхідних теоретичних знань з дисципліни, а також на сформувані власний світогляд щодо процесів, які відбуваються щоденно у цій важливій сфері господарського життя та зумовлюють підвищення фахових знань.

I. НАВЧАЛЬНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН ДИСЦИПЛІНИ

Відповідно до каталогу вибірових дисциплін факультету менеджменту та маркетингу КПІ ім. Ігоря Сікорського, навчальних планів та освітньої програми «Менеджмент і бізнес-адміністрування» запропоновано наступний складений план дисципліни «Міжнародна торгівля» для роботи зі студентами протягом семестру.

Таблиця 1

| <i>Назви розділів, тем</i> | <i>Розподіл годин за видами занять</i> | | | |
|--|--|---------------|-----------------------|------------|
| | <i>Всього</i> | <i>Лекції</i> | <i>Практ. заняття</i> | <i>СРС</i> |
| Тема 1. Сутність та еволюція розвитку міжнародної торгівлі | 10 | 2 | 3 | 4 |
| Тема 2. Теорії міжнародної торгівлі | 10 | 2 | 3 | 4 |
| Тема 3. Регулювання міжнародної торгівлі | 10 | 2 | 4 | 4 |
| Тема 4. Зовнішня політика країни | 10 | 2 | 4 | 4 |
| Тема 5. Міжнародна торгівля товарів та послуг | 10 | 2 | 4 | 4 |
| Тема 6. Організація міжнародної торгівлі | 10 | 2 | 4 | 4 |
| Тема 7. Транспортування та міжнародні перевезення | 10 | 2 | 4 | 4 |
| Тема 8. Інтелектуальна власність в міжнародному бізнесі | 10 | 2 | 3 | 5 |
| Тема 9. Маркетингова діяльність в міжнародному середовищі | 10 | 2 | 3 | 5 |
| МКР | 6 | - | 2 | 4 |
| Реферат | 10 | - | - | 10 |
| Залік | 12 | - | 2 | 10 |
| Разом | 120 | 18 | 36 | 66 |

Розподіл навчальних годин за обсягом може змінюватися залежно від затвердженого навчального плану на відповідний навчальний рік.

II. ТИПОВА ПРОГРАМА ДИСЦИПЛІНИ

Тема 1. Сутність та еволюція розвитку міжнародної торгівлі.

Сутність поняття міжнародна торгівля та основний супутній понятійно-категоріальний апарат. Передумови та фактори розвитку міжнародної торгівлі. Етапи розвитку міжнародної торгівлі та критерії їх виокремлення. Еволюція форм міжнародної торгівлі. Історичні факти становлення міжнародної торгівлі. Показники розвитку міжнародної торгівлі.

Тема 2. Теорії міжнародної торгівлі. Концепції розвитку міжнародної торгівлі. Підходи до визначення сутності міжнародної торгівлі. Меркантилізм та неомеркантилізм. Класичні теорії міжнародної торгівлі: теорія абсолютних і відносних переваг; теорія факторів виробництва. Сучасні теорії міжнародної торгівлі: неотехнологічні; теорія конкурентних переваг М. Портера. Теорія розміру країни. Теорія технологічного розриву. Теорія подібності країн. Теорія обкрадаючого зростання.

Тема 3. Регулювання міжнародної торгівлі. Рівні регулювання міжнародної торгівлі. Корпоративний рівень, національний рівень, наднаціональний рівень, міжнародний рівень, глобальний рівень. Обмежувальна ділова практика. Методи та інструменти обмежувальної ділової практики. Зовнішня політика країни. Зовнішньоторгівельне політика країни. Протекціонізм та фрітрейдерство. Спільні заходи інтеграційних об'єднань. Міжнародні організація з регулювання міжнародної торгівлі.

Тема 4. Зовнішня політика країни. Сучасні принципи міжнародних відносин. Зовнішня політика держави. Національні інтереси. Вестфальська система міжнародних відносин. Ялтинсько-Потсдамська система міжнародних відносин. Теорії пойдльших тенденцій формування нової системи міжнародних відносин. Внутрішня політика. Загальні підходи до формування зовнішньої політики держави. Формування зовнішньої політики України в системі сучасних міжнародних відносин.

Тема 5. Міжнародна торгівля товарами та послугами. Поняття кон'юнктури. Основні кон'юктуроутворюючі фактори. Методи аналізу та прогнозування кон'юнктури світових товарних ринків. Огляд загальногосподарської кон'юнктури. Світові ринки промислових, сировинних та продовольчих товарів. Сучасні тенденції розвитку товарних ринків за категоріями. Класифікація послуг. Особливості міжнародної торгівлі послугами. Тенденції розвитку світового ринку послуг. Ринок послуг в Україні. Фактори розвитку сучасної міжнародної торгівлі послугами.

Тема 6. Організація міжнародної торгівлі. Організаційні аспекти міжнародної торгівлі. Форми міжнародної торгівлі. Міжнародне посередництво. Посередницькі операції та їх суб'єкти на світовому ринку. Міжнародні товарні біржі. Міжнародні картелі. Міжнародні аукціони. Міжнародні ярмарки.

Тема 7. Транспортування та міжнародні перевезення. Транспортно-логістичні системи. Міжнародні транспортні коридори. Міжнародні перевезення автотранспортом. Міжнародні перевезення авіатранспортом. Міжнародні вантажоперевезення морем. Страхування вантажів в міжнародній торгівлі.

Тема 8. Інтелектуальна власність в міжнародному бізнесі. Поняття і об'єкти інтелектуальної власності. Види платежів по об'єктах інтелектуальної власності. Застосування ліцензій у зовнішньоекономічній діяльності. Правова охорона об'єктів промислової вартості.

Тема 9. Маркетингова діяльність в міжнародному середовищі. Визначення та особливості міжнародного маркетингу. Процес виходу підприємства на міжнародний ринок. Аналіз маркетингового середовища міжнародного бізнесу. Міжнародна конкуренція. Міжнародна маркетингова стратегія підприємства

ІІІ. МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ПРОВЕДЕННЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ

Практичне заняття №1

Тема: Сутність та еволюція розвитку міжнародної торгівлі

Зміст заняття:

1. Сутність міжнародної торгівлі та її місце в системі міжнародних економічних відносин.
2. Показники міжнародної торгівлі
3. Еволюція розвитку міжнародної торгівлі

Методичні рекомендації до проведення заняття

Проведення заняття слід розпочати з розгляду сутності основних понять дисципліни - «світове господарство», «внутрішня економіка», «національна економіка», «міжнародна економіка», «міжнародна торгівля». Важливим є формування у студентів розуміння сутності міжнародних економічних відносин та міжнародної торгівлі як комплексного поняття. Готуючись до заняття, студенти повинні дослідити значення міжнародних економічних відносин та міжнародної торгівлі для різних типів країн. Важливим є дослідження передумов розвитку міжнародних економічних відносин.

Важливим є розгляд факторів, котрі спричиняють активізацію торгівельних відносин між країнами. Студентам слід проаналізувати регіональну структуру експорту та імпорту, а також товарну структуру міжнародної торгівлі.

Оскільки важливою характеристикою міжнародної торгівлі є її структура, потрібно звернути увагу на те, що структура міжнародної торгівлі розглядається з точки зору географічного розподілу та товарного наповнення.

Аналіз форм міжнародної торгівлі дає можливість докладніше охарактеризувати обсяги та структуру торгівлі окремої країни, групи країн і світу в цілому, а також визначити певні переваги й недоліки для учасників торгівельних відносин.

Слід розглянути особливості міжнародних торговельних зв'язків стародавнього світу. Потім рекомендується розглянути різновиди міжнародних

відносин Середньовіччя. У рамках заняття слід дослідити сутність доколоніального періоду розвитку світогосподарських зв'язків, а також особливості здійснення та вплив на міжнародні економічні зв'язки Великих географічних відкриттів. Особливої уваги заслуговує дослідження зовнішньої торгівлі та інших форм міжнародних економічних відносин в період первісного нагромадження капіталу. В межах заняття бажано зробити порівняльну характеристику неокolonіального та найновішого періоду розвитку світової економіки.

Методичні рекомендації до вирішення задач

Показники обсягу міжнародної торгівлі (МТ)

- експорт - вивіз товару з країни;
- імпорт - ввіз товару в країну;
- торговий оборот (ТО) – сукупний обсяг експорту й імпорту за визначений період часу;
- фізичний обсяг МТ – оцінка обсягу експорту-імпорту за визначений період часу в постійних цінах;
- генеральна торгівля – вартість ТО і транзитних товарів;
- спеціальна торгівля – чистий ТО;
- реекспорт – вивіз раніше завезеного товару, без його переробки;
- реімпорт – увіз раніше вивезених товарів без переробки.

Показники за критерієм структури міжнародної торгівлі

- товарної (структура експорту й імпорту по товарних позиціях)
- географічної (структура експорту й імпорту по групах країн і регіонам)
- інституціональний (структура експорту й імпорту по суб'єктах і методам товарного обміну)

Показники динаміки міжнародної торгівлі

- темп росту експорту: $Тре = (Езр/Ебр) * 100\%$,
- де $Езр$ - обсяг експорту в звітному році, $Ебр$ - обсяг експорту в базисному році;
- темп росту імпорту: $Трі = (Ізр/Ібр) * 100\%$,
- де $Ізр$ - обсяг імпорту в звітному році, $Ібр$ - обсяг імпорту в базисному році;
- темп росту ТО: $Трто = (ТОзр/ТОбр) * 100\%$,

- де $ТО_{зр}$ - обсяг ТЕ в звітному році, $ТО_{бр}$ - обсяг ТЕ в базисному році;
- темп приросту експорту: $T_{пре} = (T_{резр} / T_{ребр}) * 100\%$,
- де $T_{резр}$ - темп росту експорту в звітному році, $T_{ребр}$ - темп росту експорту в базисному році;
- темп приросту імпорту: $T_{при} = (T_{різр} / T_{рібр}) * 100\%$,
- де $T_{різр}$ - темп росту імпорту в звітному році, $T_{рібр}$ - темп росту імпорту в базисному році;
- темп приросту ТО: $T_{прто} = (T_{ртозр} / T_{ртобр}) * 100\%$,
- де $T_{ртозр}$ - темп росту ТЕ в звітному році, $T_{ртобр}$ - темп росту ТО в базисному році.

Показники результативності міжнародної торгівлі

- торгове сальдо - різниця між вартісним обсягом експорту й імпорту товарів окремої країни за рік;
- сальдо балансу послуг - різниця між вартістю послуг, які надає країна, і вартістю послуг, які вона імпортує;
- сальдо некомерційних операцій - різниця між доходами від інвестицій, грошових переказів, внесків, переміщення коштів у спадщину, при рішенні сімейних проблем;
- сальдо балансу поточних операцій – це сума торгового сальдо, балансу послуг і некомерційних операцій;
- експорт на душу населення - вартісний обсяг експорту за рік, ділений на кількість населення в даній країні;
- імпорт на душу населення - вартісний обсяг імпорту за рік, ділений на кількість населення в даній країні;
- торговий оборот на душу населення - вартісний обсяг ТО за рік, ділений на кількість населення в даній країні;
- експортна квота - відношення вартісного обсягу експорту до ВВП
 - $E_{кв} = E_{зр} / ВВП * 100\%$;
- імпортна квота - відношення вартісного обсягу імпорту до ВВП
 - $I_{кв} = I_{зр} / ВВП * 100\%$;
- квота ТО - відношення вартісного обсягу ТО до ВВП
 - $T_{окв} = T_{озр} / ВВП * 100\%$.

Задачі для самостійного вирішення

Застосувавши формули основних показників міжнародної торгівлі, знайти відсутні дані:

| <i>Показники</i> | <i>2015</i> | <i>2016</i> | <i>2017</i> | <i>2018</i> | <i>2019</i> |
|-------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|
| Експорт | 118,13 | 105,95 | 100,64 | | 101,27 |
| Імпорт | | | 54,68 | 52,13 | |
| Торговий оборот | 178,87 | | | 149,82 | |
| Торгове сальдо | | 3,12 | | | 0,27 |
| ВВП | | 386,93 | | | 402,64 |
| Експортна квота | 0,31 | | 0,25 | | |
| Імпортна квота | | | | 0,13 | |
| Темп росту експорту | | | | | |
| Темп приросту експорту | | | | | |

Контрольне завдання:

1. Користуючись принципами наукового пошуку та аналізу існуючих в літературі визначень студенти (група 2-3 особи) повинні опрацювати визначення 10 поняттям, які, з їх точки зору, пов'язані з міжнародною торгівлею.
2. При цьому для кожного поняття необхідно проаналізувати по 7-10 альтернативних визначень цього поняття від різних авторів. Виконання цього пункту завдання передбачає роботу з першоджерелами. Усі опрацьовані студентами визначення повинні мати обов'язкові посилання на першоджерела.
3. Знайдені визначення студенти має згрупувати за певними критеріями, які студентами пропонуються самостійно.
3. При аналізі поняття «міжнародна торгівля» студентам зручно користуватися побудовою «хмарини» основних характеристик (надалі «хмарини тегів»). Така хмара має узагальнювати і конкретизувати основні слова та мовні вирази, що зустрічалися/повторювалися у проаналізованих студентами визначеннях авторів.
4. На основі аналізу присутніх у сучасній науковій та науково-практичній літературі термінів різних авторів, а також на основі побудованої студентами власної «хмарини тегів» для терміну «міжнародна торгівля»,

порівняння та формування студенти мусять надати власне визначення даному терміну.

5. Результати своєї роботи презентувати на практичному занятті, виносячи на презентацію ті елементи, які він вважає потрібними.

Рекомендована література:

Базова література для підготовки: [1], [5], [7], [13].

Допоміжна література для підготовки: [1], [5], [15].

Практичне заняття №2

Тема: Теорії міжнародної торгівлі

Зміст заняття:

1. Підходи до трактування міжнародної торгівлі
2. Концепції міжнародної торгівлі
3. Класифікація теорій міжнародної торгівлі.

Методичні поради до проведення заняття

У процесі опрацювання цієї теми необхідно вміти:

- навести класифікацію теорій міжнародної торгівлі;
- проаналізувати сутність теорії меркантилізму, її значення та обмеженість;
- сформулювати переваги та обмеженість класичних теорій;
- пояснити, що є основою міжнародної торгівлі та який вигаш від неї отримують країни;
- визначити, які товари є предметом торгівлі та які товари експортує й імпортує кожна країна;
- дати характеристику теорії абсолютних переваг;
- пояснити сутність принципу порівняльної переваги та розкрити значення теорії порівняльних переваг;
- охарактеризувати теорію Хекшера–Оліна;
- визначити сутність теореми вирівнювання цін на фактори виробництва;
- пояснити зміст «парадоксу Леонтьєва».
- охарактеризувати неотехнологічні теорії.
- охарактеризувати теорії конкурентоспроможності.

Слід розглянути основні теорії міжнародної торгівлі, виявити схожі та відмінні риси цих теорій.

При розгляді запропонованої теми слід звернути увагу на те, що альтернативні теорії є спробою пояснити реалії та преспективи міжнародної торгівлі за допомогою динамічних порівняльних переваг, які виникають чи створюються, використовуються і згодом зникають. Вони формулюють причини й наслідки участі окремої країни у міжнародному торговельному обміні з іншої точки зору, ніж класичні теорії, а саме, з точки зору попиту, недосконалої конкуренції, ефекту масштабів виробництва, кваліфікації праці і технологічних досягнень як вирішальних елементів міжнародної спеціалізації.

Важливим є формування у студентів розуміння міжнародного поділу праці як об'єктивної основи міжнародних економічних відносин. Готуючись до заняття, студенти повинні дослідити спеціалізацію обраних країн на певних видах товарів чи послуг з огляду на історичні передумови даного процесу, реалізація конкурентних переваг України. Стабілізація виробництва та його структурна перебудова, залучення іноземних інвестицій в Україну. Обговорення цих питань має підвести аудиторію до дискусії щодо ролі та значення міжнародного поділу праці у розвитку суспільства і економіки України – від часів Київської Русі до сьогодення. Важливо акцентувати увагу на зростанні ролі глобалізації та транснаціоналізації в сучасному суспільстві.

Контрольне завдання

ТОРГІВЕЛЬНІ ВІЙНИ: ЯК ВЕНЕЦІЯ ВТРАТИЛИ СВОЮ ЕКОНОМІЧНУ МОГУТНІСТЬ

Венеція колись була справжньою передовою державою - практично у всіх галузях. Але все ж її могутність порушилась, і країни Північної Європи в якийсь момент просто виграли «гонку лідерів» і відібрали у Венеції її статус.

Новий Світ. До 70-х років XX ст. в історії економіки існувало припущення, що занепад середземноморської торгівлі і розквіт атлантичної пов'язані, з одного боку, з географічними відкриттями, а з іншого - зі зміною самого характеру торгівлі – з внутрішньоевропейської на міжконтинентальну. Мовляв, з відкриттям нових материків виникли нові горизонти і можливості для

комерції, і це виявилось основою зростання торгівлі в деяких країнах Північної Європи - перш за все Голландії та Англії.

Звичайно ж, відкриття Нового Світу і шляху до Індії навколо Африки стало найбільшою подією, що відкрила для європейців і нові ринки збуту, і нові товари, проте в XV-XVI ст. все ж головною була агресивна конкуренція країн Північної Європи з Венецією і Генуєю - стовпами міжнародного ринку Середньовіччя. Адже саме в цій конкуренції Англія і Голландія відпрацювали ті конкурентоспроможні переваги, які пізніше дозволили витіснити інші країни Європи зі значущої світової торгівлі.

Швидше за все, ці переваги і привели до зростання обсягів торгівлі з Новим Світом - згадайте: Америку і шлях до Індії відкрили далеко не голландці і англійці. (Христофор Колумб відкрив Америку в 1492 році (втім, думаючи, що він досяг Індії), а Васко да Гама обігнув Африку і приплив до Індії тільки в 1498 році.)

Венеціанське лідерство. Почнемо з простого - на початку XV ст. Венеція була справжньою передовою державою, причому як у фінансовому, так і в промисловому сенсі. Це був справжній лідер у військово-морському будівництві (Венеціанський Арсенал – підприємство, що вперше започаткувало серійне виробництво кораблів), текстильній і скляній промисловості, а також в таких галузях, як хімія і металургія. Крім того, Венеція була практично головним сховищем технологій Європи - сюди стікалися, тут проводилися і купувалися всі технічні новинки того часу.

В середині XV ст. було два стовпи - Венеція на півдні і Антверпен на півночі. Зрозуміло, що Антверпен піднявся на потоках торгівлі в Північній Європі, однак на той момент південний і північний напрями торгівлі майже не перетиналися. При цьому, якщо атлантична торгівля була в основі своєї сировинної, то середземноморська - високотехнологічної. Грубо кажучи, хоча кораблів, задіяних в торгівлі з Америкою, було більше, прибуток від середземноморських товарів був більшим за прибуток від американських приблизно в два рази.

Проте, до 60-х років XVII ст. Венеція, як торгова і промислова держава, абсолютно зійшла зі сцени. Що ж трапилося? Через різницю цін в Північній і Південній Європі робоча сила на півночі коштувала дешевше. Зрозуміло, що перенесення виробництва в північні країни, з точки зору зменшення витрат на заробітну плату, було обгрунтоване і згідно вимог ринку - особливо з

урахуванням того, що продукти харчування і необхідні для життя товари в Венеції коштували дорожче, ніж в країнах Північної Європи. Це спонукало венеціанських банкірів вкладати гроші в розвиток виробництв в Англії, Голландії та Німеччині. Почався справжній відтік капіталів з Венеції. Крім того, податки в країнах Північної Європи були нижчими за венеціанські, і, згідно із законами економіки, капітал почав рухатися туди, де він дав би найбільший прибуток.

Англійські, німецькі та голландські купці, отримавши такі необхідні оборотні кошти, в період 1570-1620 рр. розгорнули на Середземномор'ї справжню торгівельну війну, причому в хід йшло все: і контрабанда, і контрафакт (новий продукт, створений на основі існуючого оригіналу з порушенням інтелектуальних прав), і піратство, і демпінг. Виробляючи свою тканину, з якістю набагато гіршою за венеціанську, голландці та англійці ставили на неї венеціанське креймо і видавали за венеціанську.

Знамените венеціанське скло - муранське - також не уникло подібної долі: тут відзначилися німецькі купці з Ганзи, які просто заповнили підробками всю Європу. Англійці, німці та голландці, продаючи псевдовенеціанські товари за ціною в півтора-два рази дешевше, мали набагато більший прибуток, ніж власне Венеція, оскільки, по-перше, підробки коштували набагато дешевше оригіналу, а по-друге, користувалися масовим попитом у недосвідченого покупця.

Розрахунок йшов на моду - адже приємно ж якомусь реміснику і купцеві тепер користуватися «венеціанськими» келихами, які раніше були в ходу тільки серед королів і вищої знаті.

Однак через наплив контрафакту венеціанський товар став користуватися меншим попитом у постійних клієнтів Венеції - а це були найчастіше привілейовані верстви населення. Ставка ж країн Північної Європи на «підробки-широкого-вжитку» ще більше знизила відсоток торгового кредиту в Англії, Німеччині та Голландії, до чотирьох-шести відсотків.

В цей же період почався справжній відтік майстрів з Венеції, які спокушались великими окладами та масово покидали Венецію і переїжджали в Голландію, Німеччину й Англію, організовуючи там свої виробництва і навчаючи сіверян секретам ремесла. Так, майстер по муранському склу, переїхавши до Англії, за тиждень отримував стільки, скільки раніше за місяць. Цілий штат ремісників, які таємно переїхали до французького Ліона і

познайомили французів з технікою плетіння золотої парчі, отримували платню в чотири рази більше, ніж раніше.

Це ж стосувалося і венеціанських миловарів, які осіли в Голландії. Але найбільше пощастило двом майстрам печаток - справа в тому, що венеціанський лейбл на бочках і товари було дуже важко підробити. Так ось, ці майстри, вивезені потайки з Венеції, отримали кожен по вісім тисяч дукатів - гігантські гроші в той час!

Конкурентна боротьба. До 1660-х років до промислового шпигунства приєдналася і Франція, в якій балом правил Кольбер. Французьке скло і версальські гобелени були прямими нащадками венеціанських технологій і майже повністю витіснили венеціанські вироби не тільки з ринків Європи, а й з Леванту.

Крім того, не варто забувати, що Венеція в XV-XVI ст. мала централізовану економіку. Грубо кажучи, торгівлю з Європою вели не окремі венеціанські купці, а сама держава або Рада Гільдій за допомогою торгових домів, директивно призначаючи ціни і притримуючи товар на складах в період низьких цін. Німці, голландці і англійці віддали свою комерцію приватникам, і купці Північної Європи, володіючи більшою гнучкістю в прийнятті рішень і ціноутворенні, отримали можливість продавати свої товари там, де не могли цього робити венеціанці.

У статті Томаса Уїллана «Деякі аспекти англійської торгівлі в Леванте в XVI столітті» зазначається, що після створення англійської Левантійській компанії англійці змогли просто вибити венеціанський текстиль з турецького і малоазійського ринків, замінивши його своїм, німецьким і голландським. У хід йшли підкупи турецьких митників, піратство проти венеціанських кораблів, лобіювання вигідних для остров'ян торгових тарифів тощо.

Використовували країни Північної Європи проти Венеції і технологічні переваги. Англія, Ганза і Голландія зробили упор на парусні судна, чия вантажомісткість була більшою, ніж у венеціанських галер. Це дозволило жителям півночі як перевозити більше вантажів на одному кораблі, так і здійснювати більш далекі плавання. Крім того, парусні кораблі дешевші в обслуговуванні, ніж галери, а отже – більш відповідали ринку, оскільки мали екіпаж раз в десять менший.

Річард Рапп в статті «Демонтаж торгової гегемонії Середземномор'я: суперництво в міжнародній торгівлі і комерційна революція» зазначив: «Саме вторгнення на Середземне море, а не експлуатація Атлантики дало старт Золотому віку Амстердама і Лондона». Таким чином, сталося наступне: Північна Європа, ведучи конкурентну боротьбу з Венецією, зробила ставку на товари широкого вжитку, дешевий кредит, дешеві перевезення і дешеву робочу силу. І це стало причиною занепаду Венеції і розквіту Амстердама і Лондона, оскільки венеціанці цю боротьбу виграти не змогли.

Питання до обговорення:

1. Сформулюйте фактори (передумови), що сприяли становленню Північної Європи та спричинили занепад Венеції.
2. Які заходи Ви могли б запропонувати Венеції для виходу із зазначеного протистояння у виграші?
3. Які приклади сучасних торговельних війн Ви можете привести? Яким чином законодавство може обмежити чи захистити від торговельних війн?

Рекомендована література:

Базова література для підготовки: [1], [2], [4], [5], [11].

Допоміжна література для підготовки: [2], [5], [8], [11].

Практичне заняття №3-4

Тема: Регулювання міжнародної торгівлі

Зміст заняття:

1. Система регулювання міжнародної торгівлі.
2. Тарифне та нетарифне регулювання міжнародної торгівлі.
3. Корпоративний рівень регулювання міжнародної торгівлі
4. Національний рівень регулювання міжнародної торгівлі
5. Наднаціональний рівень регулювання міжнародної торгівлі
6. Глобальний рівень регулювання міжнародної торгівлі

Методичні рекомендації до проведення заняття

У рамках розгляду даної теми студентам слід дослідити сутність, механізми та різновиди державного регулювання міжнародної торгівлі. Бажано реалізувати порівняльний аналіз державного регулювання зовнішньоторгівельних відносин розвинутих країн, країн, що розвиваються, та країн із перехідною економікою.

Розгляд тем, які висвітлюють аспекти регулювання міжнародної торгівлі, варто розпочати з розгляду **системи регулювання міжнародної торгівлі**, яка є сукупністю взаємопов'язаних принципів, норм, правил і процедур впливу на формування регіональних і товарних структур експорту й імпорту за допомогою політичних, економічних, фінансових, правових та адміністративних інструментів.

Сучасні тенденції розвитку міжнародної торгівлі зумовили формування багаторівневої системи регулювання міжнародних торговельно-економічних відносин

Слід розглянути також технічні особливості реалізації політики протекціонізму та ліберальної торгівельної політики. Слід розглянути такі методи державного регулювання міжнародної торгівлі як ембарго, демпінг, ліцензування, квотування, субсидування, державні закупівлі, добровільне обмеження експорту. Цікавим для студентів може бути досвід використання різних інструментів державного регулювання міжнародної торгівлі України в періоди рецесії та зростання. В контексті цього, розглянути утворення та діяль Світової організації торгівлі.

Ефективний рівень митного захисту

Якщо врахувати, що тарифні ставки у всіх країнах диференційовані в залежності від того, які товари імпортуються, то особливого значення набуває визначення не **номінального** рівня тарифного захисту, а **ефективного**, тобто дійсного.

Ефективна ставка тарифу – реальний рівень митного обкладання кінцевих імпортних товарів, обчислений з обліком мит, що накладаються на імпорт проміжних товарів.

$$T_e = \frac{T_n - \alpha \cdot T_{im}}{1 - \alpha}, \text{ де}$$

T_e – ефективний рівень митного захисту;

T_n – номінальна ставка тарифу на кінцеву продукцію;

T_{im} – номінальна ставка тарифу на імпортовані частини і компоненти.

α - частка вартості імпортованих компонентів у вартості кінцевого продукту.

Причому,

- якщо у виробництві кінцевої продукції не використовуються імпортні компоненти ($\alpha=0$), ефективний рівень митного захисту дорівнює номінальному ($T_e=T_n$);
- якщо ставка митного тарифу на кінцеву продукцію і на імпортні компоненти однакова ($T_n = T_{im}$), то ефективний рівень митного захисту знову таки дорівнює номінальному ($T_e=T_n$);
- ставка ефективного рівня митного тарифу (T_e) зростає в міру збільшення частки імпортних компонентів у кінцевій продукції (збільшення коэф. α);
- ставка ефективного рівня митного тарифу (T_e) падає в міру росту тарифу на імпортні компоненти (T_{im}), вірно і протилежне;
- номінальна ставка тарифу може бути тільки позитивною, ефективна ставка може бути як позитивною, так і негативною у випадку, якщо тариф на імпортні компоненти значно перевершує тариф на кінцеву продукцію.

Індексні показники при оцінці ефективності зовнішньої торгівлі

Індексом називають відносний показник, якій характеризує зміну величини якого-небудь явища (простого чи складного, що складається з порівнянних чи непорівнянних елементів) у часі чи просторі в порівнянні з будь-яким еталоном (нормативом, планом, прогнозом і т.д.).

Основним елементом індексного відношення є індексуєма величина.

Індексуєма величина – значення ознаки статистичної сукупності, зміна якої є об'єктом вивчення.

Оскільки об'єкти вивчення індексів дуже різноманітні, то вони широко застосовуються в практиці аналізу міжнародної торгівлі. Так, наприклад, у якості індексуємих величин можуть аналізуватися наступні показники:

Бюджетна ефективність – це співвідношення між валютним виторгом за експортну продукцію (BE) і вартістю продукції у внутрішніх цінах (CE):

$$EB = BE / CE.$$

Економічна ефективність – це відношення вартості експортної продукції у внутрішніх цінах до витрат на її виробництво:

$$EE = CE / 3E.$$

Коефіцієнт віддачі коштів, вкладених в експортну продукцію - це відношення валютного виторгу за реалізовану експортну продукцію до величини середніх залишків оборотних коштів для виробництва експортної продукції:

$$DO_{(базис, звіт)} = BE / 3CE.$$

Оборотність коштів, вкладених в експорт – це відношення значення внутрішньої вартості експортної продукції до величини середніх залишків оборотних коштів для виробництва експортної продукції:

$$n = CE / 3CE.$$

Приклади вирішення задач

Дані про показники експортних операцій країни представлені в наступній таблиці

| Показники | Умовні позначення | Базисний рік | Звітний рік |
|--|-------------------|--------------|-------------|
| Валютний виторг за реалізовану експортну продукцію, млрд.грн. | BE | 28,6 | 31,4 |
| Внутрішня вартість експортної продукції, млрд.грн. | CE | 26,4 | 29,9 |
| Середні залишки оборотних коштів для виробництва експортної продукції, млрд.грн. | 3CE | 2,4 | 2,7 |

Необхідно обчислити:

- 1) коефіцієнт віддачі коштів, вкладених в експортну продукцію;
- 2) бюджетну ефективність експорту;
- 3) оборотність коштів, вкладених в експорт.

Рішення

- 1) Коефіцієнт віддачі коштів, вкладених в експортну продукцію:

$$DO_{(базис, звіт)} = BE / 3CE, I_{від} = K_{звіт} / K_{баз}$$

$$K_{баз} = 28,6 / 2,4 = 11,9 \text{ грн. на 1 грн.}; K_{звіт} = 31,4 / 2,7 = 11,6 \text{ грн. на 1 грн.},$$

$I_R = 11,6/11,9 = 0,977$ чи 97,7, тобто віддача коштів, вкладених в експортну продукцію країни скоротилася на 2.3%.

2) Бюджетна ефективність експорту:

$$EB = BE/CE;$$

$$EB_0 = 28,6/26,4 = 1,083, \quad EB_1 = 31,4/29,9 = 1,050 \text{ грн. на 1 грн.}$$

$$I_e = EB_1/EB_0 = 1,050/1,083 = 0,9697 \text{ чи } 97\%, \text{ тобто знизилася на } 3\%.$$

3) Число оборотів коштів, вкладених в експорт:

$$n = CE/3CE,$$

$$n_0 = 26,4/2,4 = 11,0 \text{ про.}, \quad n_1 = 29,9/2,7 = 11,07 \text{ про.}$$

$I_n = n_1/n_0 = 11,7/11 = 1,0067$ чи 100,7%, тобто оборотність коштів, вкладених в експортну продукцію, підвищилася на 0,7%.

Задачі для самостійного вирішення

Задача 1. Ставка імпортного тарифу на телевізори складає 30%, на електронно-променеві трубки для телевізорів – 60%. Розрахувати ефективний рівень митного захисту, якщо вартість трубки складає 40%, 50% і 60% від вартості телевізора. Зробіть висновки.

Задача 2. Маються наступні дані про показники експортних операцій країни:

| <i>Показники</i> | <i>Базисний рік</i> | <i>Звітний рік</i> |
|--|----------------------------|---------------------------|
| Валютний виторг за реалізовану експортну продукцію (млрд грн) | 118,6 | 121,4 |
| Внутрішня вартість експортної продукції (млрд грн) | 96,4 | 109,9 |
| Витрати на виробництво експортної продукції (млрд грн) | 56,6 | 57,4 |
| Середні залишки оборотних коштів для виробництва експортної продукції (млрд грн) | 22,4 | 19,7 |

Використовуючи індексні показники в оцінці ефективності зовнішньої торгівлі визначити: а) повну ефективність експорту; б) бюджетну ефективність експорту; в) оборотність коштів, вкладених в експорт. Зробіть висновки.

Контрольне завдання

ТЕНДЕНЦІЇ У РОЗВИТКУ СУЧАСНОЇ МІЖНАРОДНОЇ ТОРГІВЛІ

У розвитку сучасної світової торговельної системи спостерігаються суперечливі тенденції. З одного боку, все більше число країн приєднується до Світової організації торгівлі. Загальний обсяг міжнародної торгівлі, який припадає на частку країн-членів СОТ, перевищує 97 відсотків.

З іншого боку, практична діяльність Світової організації торгівлі неодноразово ставала мішенню для протестів антиглобалістів, які підкреслювали недемократичний характер організації.

Однак у ринковій, капіталістичній економіці (а саме такою є економіка більшої частини світу) не може бути іншого принципу, крім як формально рівного права на нерівність. Застосування цього права на практиці викликає протиріччя, оскільки крім власне правових аспектів доводиться враховувати і суперечливий характер світової економіки як сукупності або системи держав і країн з самим різним рівнем соціально-економічного розвитку.

Режим найбільшого сприяння, який є одним з основних принципів СОТ, не може в повній мірі однаково успішно застосовуватися в торгівлі між країнами з неоднаковим рівнем соціально-економічного розвитку. Саме тому представники країн, що розвиваються, вважають, що правила СОТ не в повній мірі враховують потреби досягнення економічного і соціального прогресу в країнах, що розвиваються. В умовах глобалізації виразно відчуються протиріччя між групою провідних розвинених країн з ринковою економікою (країн т.зв. «золотого мільярда»), які отримують максимальний економічний ефект від глобалізації («глобальний виграш»), і більшістю інших країн, перш за все найменш розвинених.

Створення торгової організації, подібної СОТ, яка могла б грати роль регулюючого початку в світовій торгівлі, стало об'єктивно необхідним в умовах поглиблення торгово-економічних зв'язків між державами і країнами. З деякою часткою умовності можна стверджувати, що сама СОТ є продуктом глобалізації світової економіки в інституціональному відношенні. Не випадково, що її формування та розвиток припав на середину 1990-х рр., Тобто на період, коли глобалізація стала вже не тільки процесом, панівною тенденцією у світовій господарського життя, а й дала прообраз нового якісного стану світового

господарства. У той же час протиріччя глобалізації в той період ще не проявилися з усією очевидністю.

В останню чверть століття відзначено швидке зростання преференційних торгових угод (ПТУ), кількість яких збільшилася більш ніж в чотири рази і склало 300 угод. За наявними прогнозами, число ПТУ буде збільшуватися і надалі.

На думку ряду дослідників, поява, поряд з СОТ, значного числа двосторонніх і регіональних угод знижує ступінь передбачуваності світової торговельної системи.

Хоча і до створення СОТ були преференційні торговельні угоди, найбільш яскравими прикладами стали ЕЕС і ЄАВТ, проте найбільше число ПТУ було укладено вже після утворення СОТ.

Створення цілого ряду ПТУ стало, зокрема, наслідком того, що деякі важливі проблеми не знаходять і не можуть знайти вирішення в рамках тільки СОТ. До таких проблем відносяться, наприклад, зміна глобального клімату, продовольча безпека, глобальні диспропорції в світовій торгівлі.

На думку колишнього генерального директора СОТ П. Ламі, СОТ потребує реформ, проведення яких призводило б не тільки до більшої відкритості ринків, а й передбачало врахування соціальних наслідків прийнятих рішень.

Питання для обговорення:

1. Які протиріччя проявилися в діяльності СОТ за минулі два десятиліття?
2. Наскільки актуальною є необхідність реформування СОТ?
3. Як відбилося приєднання до СОТ на економіці України? Наведіть приклади з практики інших країн.
4. Чи може Світова організація торгівлі навіть за умови проведення реформ стати фактором, що перешкоджає укладенню преференційних торгових угод?

Рекомендована література:

Базова література для підготовки: [1], [7], [9], [14].

Допоміжна література для підготовки: [4], [7], [19], [20].

Практичне заняття №5-6
Тема: Зовнішня політика країни

Зміст заняття:

1. Сучасна система міжнародних відносин.
2. Тенденції розвитку сучасних міжнародних відносин.
3. Загальні підходи до формування зовнішньої політики держави.
4. Формування зовнішньої політики України в системі сучасних міжнародних відносин.

Методичні поради до проведення заняття

Під час проведення практичного заняття рекомендується розглянути причини зміни систем міжнародних економічних відносин, їх основні риси та особливості. Акцентувати увагу на підходах до формування зовнішньої політики країни та визначити роль національних інтересів в цьому процесі.

Проаналізувати зовнішні політики різних країн світу та систематизувати їх за визначеними класифікаційними ознаками.

Дослідити зміни пріоритетів України на світовій арені за роки незалежності та визначити перспективи подальшого формування її зовнішньої політики.

Контрольні питання:

1. Визначте особливості формування сучасної системи міжнародних відносин та її відмінності від попередніх.
2. Назвіть основні принципи сучасних міжнародних відносин.
 1. У чому полягають ключові національні інтереси України?
3. Назвіть основні функції зовнішньої політики.
5. Визначте взаємозв'язок між зовнішньою і внутрішньою політикою держави?
6. Назвіть внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на зовнішню політику України.

Рекомендована література:

Базова література для підготовки: [2], [5], [8], [14].

Допоміжна література для підготовки: [5], [7], [12], [15].

Практичне заняття №7-8

Тема: Міжнародна торгівля товарами та послугами

Зміст заняття:

1. Міжнародна торгівля товарами
2. Міжнародна торгівля послугами
3. Зовнішня торгівля України

Методичні поради до проведення заняття:

Під час проведення практичного заняття рекомендується розглянути причини успіху країн великої «сімки», їх становлення та світове панування протягом XVIII-XXI ст. Пропонується розглянути декілька варіантів розвитку подій щодо подальших світових лідерів. Дослідити передові товарні ринки промислових та сировинних товарів.

Визначити місце України на світовому ринку товарів та послуг, проаналізувати динаміку експорту та імпорту України, визначити фактори, що спричиняли зміни тенденцій у розвитку міжнародної торгівлі України.

Акцентувати увагу на відмінних рисах торгівлі розвинутих країн для перейняття досвіду Україною.

Визначити причини зростаючої ролі торгівлі послугами та місце України в цьому процесі.

Контрольні питання

1. Яке місце займає торгівля послугами у сучасній міжнародній торгівлі?
2. Які особливості притаманні міжнародній торгівлі послугами?
3. Охарактеризуйте транскордонну поставку як спосіб постачання послуг на світовий ринок.
4. Охарактеризуйте споживання за кордоном як спосіб постачання послуг на світовий ринок.
5. Охарактеризуйте комерційну присутність як спосіб постачання послуг на світовий ринок.
6. Охарактеризуйте присутність фізичних осіб як спосіб постачання послуг на світовий ринок.
7. Наведіть класифікацію послуг.

Рекомендована література:

Базова література для підготовки: [2], [5], [8], [14].

Допоміжна література для підготовки: [5], [7], [12], [15].

Практичне заняття №9-10

Тема: Організація міжнародної торгівлі

Зміст заняття

1. Форми міжнародної торгівлі.
2. Методи міжнародної торгівлі

Методичні поради до проведення заняття

Розгляд цієї теми доцільно розпочати з визначення сутності **організованих товарних ринків**, що являють собою спеціально створені ринки певних товарів, які функціонують за встановленими правилами, зафіксованими в міжнародних та національних нормативних актах, і на яких у заздалегідь визначений час здійснюються міжнародні торгові угоди між продавцями та покупцями товару, формуюючи пропозицію й попит на нього. Слід також розглянути основні групи міжнародних товарних угод (стабілізаційні, адміністративні та товарні угоди щодо заходів сировинного розвитку).

Рекомендовано окремо зупинитися на розгляді певних видів організованих ринків, до яких, зокрема, належать: міжнародні товарні біржі, міжнародні товарні аукціони, міжнародні торги, міжнародні виставки та ярмарки. Торгівля через такі ринки є непрямим методом проведення торговельних операцій.

Контрольні питання

1. Що являють собою міжнародні товарні угоди та які їх основні види?
2. У чому полягають особливості та мета діяльності міжнародної товарної біржі?
3. Охарактеризуйте основні способи проведення аукціонів.
4. Які сучасні тенденції розвитку міжнародної аукціонної торгівлі?
5. Охарактеризуйте специфіку проведення міжнародних торгів.
6. У чому полягають особливості проведення міжнародних виставок / ярмарок?

Рекомендована література:

Базова література для підготовки: [2], [5], [8], [14].

Допоміжна література для підготовки: [3], [7], [13], [19].

Практичне заняття №11-12

Тема: Транспортування та міжнародні перевезення

Зміст заняття

1. Сутність міжнародних перевезень.
2. Міжнародні перевезення морським транспортом.
3. Міжнародні перевезення автотранспортом.
4. Міжнародні перевезення авіатранспортом.

Методичні поради до проведення заняття

Під час вивчення цієї теми особливий наголос бажано зробити на зростаючій ролі інтеграційних процесів в системі міжнародних економічних відносин, які зумовлюють необхідність дослідження міжнародних перевезень у різних умовах співпраці між країнами. Особливої уваги заслуговує розгляд цілей здійснення інтеграції для різних типів країн. Рекомендується розглянути основні документи, необхідні для здійснення міжнародних перевезень різними видами транспорту.

У рамках розгляду цієї теми рекомендується розглянути фактори та передумови становлення сучасних транспортно-логістичних систем. Обов'язковим є розгляд форм інтеграції, а також участь України у деяких інтеграційних угрупованнях. Бажано на прикладі конкретних договорів на транспортування товарів дослідити переваги та недоліки здійснення різних видів транспортування.

Контрольні питання

1. Наведіть основні закони в національному законодавстві, які регулюють автомобільні перевезення в Україні?
2. Перелічіть основні міжнародні документи, які регулюють міжнародні перевезення на автомобільному транспорті у світі.

3. Назвіть основні етапи та аспекти при прийнятті вантажу та виконанні перевезення.

4. У чому полягає відповідальність перевізника при перевезенні вантажу?

5. Як відбувається пред'явленню позова та претензії, та яким може бути срок позовної давності?

6. Які основні документи використовуються при внутрішніх та міжнародних перевезеннях на автомобільному транспорті?

7. Перелічіть основні пункти з яких складається договір перевезення та яка інформація в ньому вказується.

Рекомендована література:

Базова література для підготовки: [2], [5], [8], [14].

Допоміжна література для підготовки: [3], [7], [13], [19].

Практичне заняття №13

Тема: Інтелектуальна власність в міжнародному бізнесі

Зміст заняття:

1. Поняття і об'єкти інтелектуальної власності.
2. Види платежів по об'єктах інтелектуальної власності.
3. Ліцензування у зовнішньоекономічній діяльності.
4. Правова охорона об'єктів промислової вартості.

Методичні поради до проведення заняття:

Під час вивчення цієї теми особливий наголос бажано зробити видах платежів по об'єктах інтелектуальної власності та особливостях отримання авторських прав у різних країнах світу, дослідити процес ліцензування міжнародної торгівлі в Україні з правової точки зору..

Дослідницьким завданням для студентів може бути аналіз отримання патенту чи торгової марки в Україні для захисту свої прав перед виходом підприємства на зовнішній ринок, а також кореляцію українського законодавства з міжнародним щодо визнання прав інтелектуальної власності.

Контрольні питання:

1. Назвіть основні історичні джерела нормативного регулювання суспільних відносин з інтелектуальної власності.
2. Назвіть джерела права інтелектуальної власності.
3. Визначте поняття права інтелектуальної власності.
4. Назвіть основні підходи визначення права інтелектуальної власності.
5. Визначте співвідношення права інтелектуальної власності із правом власності на річ.
6. Що таке творчість? Назвіть основні групи результатів творчої діяльності.
7. Назвіть основні види права інтелектуальної власності.
8. Що таке авторське право? Його основні ознаки.
9. Що таке патентне право? Його основні ознаки.
10. Визначте співвідношення авторського права та патентного права

Рекомендована література:

Базова література для підготовки: [2], [5], [8], [14].

Допоміжна література для підготовки: [5], [7], [12], [15].

Практичне заняття №14-15

Тема: Маркетингова діяльність в міжнародному середовищі

Зміст заняття

1. Визначення та особливості міжнародного маркетингу.
2. Процес виходу підприємства на міжнародний ринок.
3. Аналіз маркетингового середовища міжнародного бізнесу.
4. Міжнародна конкуренція.
5. Міжнародна маркетингова стратегія підприємства.

Методичні поради до проведення заняття

Під час вивчення цієї теми особливий наголос бажано зробити методах міжнародного маркетингу для якісного дослідження ринку, на аналізу міжнародного конкурентного середовища, розглянути приклади успішного виходу відомих компаній на міжнародні ринки та проаналізувати їх конкурентні стратегії.

Аналітичним завданням для студентів може бути аналіз міжнародної конкурентоспроможності обраної галузі промисловості України, її позиції на відповідних світових ринках.

Контрольні питання

1. Дайте визначення міжнародного маркетингу, виходячи з різних критеріїв. На підставі цього виявіть особливості міжнародного маркетингу.
2. Які шляхи залучення фірми до міжнародної маркетингової діяльності ви знаєте? Охарактеризуйте їх.
3. Які є мотиви виходу фірми на закордонний ринок?
4. Назвіть етапи інтернаціоналізації господарської діяльності підприємств.
5. У чому виявляється пріоритетність інтернаціоналізації для українських підприємств?
6. Які типи реалізації міжнародного маркетингу ви знаєте? Охарактеризуйте їх і наведіть приклади.
7. Охарактеризуйте стратегію адаптації мультинаціонального маркетингу.
8. Назвіть основні особливості стратегії адаптованої, диференційованої стандартизації.
9. Охарактеризуйте стратегію стандартизації глобального маркетингу.

Контрольне завдання

СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА

Виробниче підприємство "ГебРаен" є суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності України і засновано у 1998 році. ВП "ГебРаен" є виробником медпрепаратів на ринку України. Реалізація продукції підприємства здійснюється як на вітчизняному ринку, так і на зовнішньому. Підприємство експортує 35% всієї продукції до Російської Федерації, Молдови, Латвії, Естонії, Білорусі. Поступово розширюється коло споживачів продукції. Товариство вже у вересні сформувало портфель замовлень від фірм Польщі, Болгарії, Чехії. У майбутньому планується збільшити обсяги експорту продукції в зазначені країни.

Реалізація продукції підприємства на внутрішньому ринку здійснюється через мережу спеціалізованих аптек, які дотримуються відповідних умов

зберігання продукції. Діяльність підприємства за кордоном опосередкована дистриб'юторами.

Ціноутворення на підприємстві здійснюється на основі мінімальної рентабельності. На підприємстві є резерви підвищення рівня цін на внутрішньому та зовнішньому ринках, що обумовлено стабільним попитом на продукцію та відносно низьким рівнем конкуренції. Проте керівництво підприємства вирішило використовувати ефект масштабу за рахунок розширення виробництва та здійснювати пошук нових сегментів ринку.

У поточному році керівництвом підприємства прийнято рішення щодо поглиблення асортименту продукції та розроблено план впровадження виробництва якісно нової продукції. "Кілька років тому, проаналізувавши ситуацію, ми зрозуміли, що в Україні та й за кордоном, дуже популярні лікувальні трави й ліки на їхній основі", - говорить директор з маркетингу Олексій Ковальов. ВП "ГеБРаен" планує протягом наступних років презентувати на ринку дуже важливу запатентовану новинку "Білобіл" - препарат на основі екстракту гінґко білоба, що поліпшує мозковий кровообіг. ВП "ГеБРаен" на сьогодні - єдине в Україні підприємство, що має патент на виготовлення продукції такого типу.

Проект із виробництва біологічної продукції нового покоління - один з небагатьох прикладів стратегічного розвитку в Україні. Директор підприємства Григорій Гора пояснив, що керівництво підприємства визначило технологію виробництва біопродуктів як найвищу. Згідно з цим твердженням, впровадження зазначеної технології у виробничий процес створить додаткові важелі для товариства у конкурентній боротьбі на внутрішньому та зовнішньому ринках. Відповідно до стратегічного плану розвитку підприємства, завод у 2016 році планується перевести у режим диверсифікації за рахунок впровадження у виробничий процес якісно нової продукції.

Починаючи масоване просування "Білобіла", фахівці підприємства намагатимуться враховувати власний негативний досвід з просування продукції на ринку. Декілька років тому керівництво підприємства вирішило збільшити продаж одних своїх відомих ліків. Було проведено маркетингові дослідження, пройшла рекламна кампанія. Однак очікуваного росту досягнуто не було. "Ми звернули увагу на один досить істотний фактор, — говорить Олексій Ковальов. - Виявляється, не всі аптеки однакові. У тому розумінні, що відвідувачі тієї або іншої аптеки можуть не входити до числа покупців наших ліків".

Власні маркетингові дослідження, проведені наприкінці 2009 року, показали, що потенційними споживачами "Білобіла" є представники середнього й вище класів віком від 35 до 50 років. Тобто найактивніша частина населення, що багато працює й, відповідно, найбільше піддана розумовим навантаженням і стресовим ситуаціям.

Вартість "Білобілу" не можна назвати низькою, до того ж проблема безпам'ятності навряд чи ставиться до числа найбільш насущних питань, пов'язаних зі здоров'ям. Це значить, що малозабезпечені категорії громадян "Білобіл" купувати, швидше за все, не будуть. Тому фармацевтам було важливо правильно визначити місця, де "Білобіл" міг би успішно продаватися.

Споконвічно акцент робився, насамперед, на аптеки, розташовані на жвавих міських магістралях, у великих торгових центрах. З іншого боку, середня ціна "Білобілу" - близько \$4 - 10, залежно від форми упакування в 20 або 60 капсул - дешевше від найближчих його конкурентів, які також містять екстракт гінкго білоба ("Танакану" - виробництва французької компанії Ipsen й "Мемопланту" - німецької Dr. Willmar Schwabe), у чотири й два рази відповідно. До того ж препарат планується продавати без рецепта, що збільшує його привабливість для споживача.

Наприкінці 2015 року підприємство планує розширити лінію препарату. До цього моменту "Білобіл" продавався в упакуванні по 20 капсул. Випуск нової форми - 60 капсул - це відгук на пропозиції фахівців, які вони висловлювали.

Налагоджуючи дистрибуцію препарату, фахівці відділів маркетингу та зовнішньоекономічної діяльності підприємства не стали винаходити велосипед. "Регіональні представники компанії та дистриб'ютори постійно перебувають у контакті з менеджерами у закупівлі тих аптек, у яких має продаватись "Білобіл", - розповідає Олексій Ковальов, — що дозволить стежити за наявністю препарату в аптеці, динамікою купівельного попиту". На основі цього медпредставники надаватимуть інформацію про необхідні строки й обсяг поставок препарату дистриб'ютору.

Диверсифікація виробництва підприємства є обґрунтованою, що обумовлено жорсткою конкуренцією. Розширення асортименту, особливо за рахунок якісно нової продукції, дасть змогу вдосконалити виробництво та підвищити рівень його ефективності, стверджує Григорій Гора.

Проте, слід відзначити певну особливість реалізації проекту диверсифікації. Як зазначив Г. Гора, проект виробництва харчової біодобавки планується запроваджувати три роки. Провідні фахівці заводу вважають проект ризикованим. Це обумовлено тим, що він потребує значних інвестицій. При цьому ринок майже не досліджений, продукція не відома споживачу, маркетингові дослідження проводити неможливо. Єдиним орієнтиром у цій справі стала висока популярність аналогічних харчових біопродуктів на західних ринках.

Керівництво вирішило захистити підприємство від збитків за рахунок етапної реалізації проекту диверсифікації. Планується на початковій стадії проекту виготовляти пробні зразки на існуючому обладнанні та у традиційній упаковці. В умовах стабілізації попиту протягом шести місяців планується запровадити у виробничий процес нове обладнання - камери для збагачення та сушки клітковини. На адресу підприємства надійшло дві оферти щодо поставки обладнання - автоматизована сушарка з електричним нагрівом і примусовою циркуляцією фірми "Кроун" (Франція) та напіваавтоматична аеродинамічна сушарка фірми "ABB" (Україна). Керівникові зовнішньоекономічного відділу Яну Хитрику необхідно відібрати з двох пропозицій найефективнішу. Він звернувся до керівника виробничого відділу за інформацією щодо параметральних характеристик обладнання різних постачальників та доручив працівникам відділу провести порівняння поставок обладнання на підприємство.

Згідно з проектом диверсифікації планується внести відповідні зміни і у процес реалізації продукції на внутрішньому та зовнішніх ринках. Товариство планує експортувати близько 35 % нової продукції на зовнішні ринки. Виходячи зі специфіки зберігання продукції (необхідність зберігання при температурі +3+4 С), на підприємстві заплановано поповнити автопарк сімома вантажними, обладнаними холодильниками, машин. Термін зберігання харчової біодобавки планується збільшити до 18-24 місяців (термін зберігання продукції, що сьогодні виготовляється на підприємстві, становить 6-9 місяців). Відповідно до проекту диверсифікації на підприємстві планується створити власні підприємницькі структури (представництва) за кордоном. їхнім обов'язком буде вивчення попиту на продукцію та забезпечення її реалізації.

Питання для обговорення:

1. У чому полягає специфіка розробки і реалізації стратегії диверсифікації на підприємстві?
2. Які ключові складові стратегії диверсифікації?
3. Як сформовано на підприємстві цінову політику, в т.ч. для зовнішніх ринків?
4. Яке рішення слід прийняти Я. Хитрику щодо поставки автоматизованої сушарки з електричним нагрівом і примусовою циркуляцією фірми "Кроун" (Франція) та напіваавтоматичної аеродинамічної сушарки фірми "ABB" (Україна)?
5. Чи є, на Вашу думку, ефективною система просування нової продукції на зовнішніх ринках?

Рекомендована література:

Базова література для підготовки: [2], [5], [8], [14].

Допоміжна література для підготовки: [3], [7], [13], [19].

Практичне заняття №16

Тема: Модульна контрольна робота

Зміст заняття

Контрольна робота для студентів денного відділення виконується наприкінці прочитаного курсу для перевірки залишкових знань по предмету «Міжнародна торгівля».

Методичні поради до проведення заняття

Контрольна робота пишеться на практичному занятті упродовж 80 хвилин. Варіанти завдань роздаються викладачем довільно для підвищення рівня вірогідності знань, що перевіряються. Причому, для виконання першого завдання в кожному варіанті студенту дозволяється користатися довідковою літературою. Оцінка контрольної роботи здійснюється за наступною схемою: теоретичні питання – по 2 бали, задачі – по 2 бали, тестові завдання – по 0,25 балів. Максимальна кількість набраних балів – 20. Одним із критеріїв допуску до здачі заліку є успішне написання контрольної роботи (кількість набраних

балів – не менш 10).

Модульна контрольна робота складається з теоретичних питань дисципліни, тестових завдань та розв'язку задач, які були опрацьовані протягом семестру на практичних заняттях чи самостійному опрацюванні.

Практичне заняття №17

Тема: Презентація за рефератом

Зміст заняття

Результати проведеного дослідження студентами в рамках виконання реферату презентуються у командах на практичному занятті як узагальнення теоретичних та практичних знань з пройденого матеріалу дисципліни «Міжнародна торгівля».

Методичні поради до проведення заняття

Кожна команда презентує результати свого дослідження у вигляді ілюстративного матеріалу з відповідними коментарями щодо обраних заходів та прийнятих рішень. необхідним є висвітлення всіх основних етапів виконаної роботи з урахуванням наданого на виступ часу у 15 хвилин. Головним є вибір торговельного партнера з поміж команд у своїй групі та укладення з ним договору про співробітництво на найвигідніших умовах серед трьох проведених переговорів.

Практичне заняття №18

Тема: Залік

Зміст заняття

На останньому практичному занятті студентам оголошується рейтинг оцінок, отриманих протягом семестру, який і складає їх оцінку за дисципліну у семестровому рейтингу.

Методичні поради до проведення заняття

Якщо студент не набрав необхідної кількості балів для отримання оцінки (від 60 до 100), то він пише залікову роботу. Умовою допуску до заліку є мінімальний рейтинг за семестр – 40 балів та зданий реферат. У раз недостатньої кількості набраних балів, студент має отримати їх шляхом здачі додаткових завдань чи завдань, виконуваних під час семестру.

Залікова робота складається з двох теоретичних питань, двох практичних завдань та 20 тестових питань, що в сумі дає 100 балів. Система оцінювання залікової роботи подана у РСО.

IV. САМОСТІЙНА РОБОТА СТУДЕНТІВ

Тема 1. Сутність та еволюція розвитку міжнародної торгівлі

Питання для самоперевірки знань:

1. Розкрити сутність світового господарства у вузькому та розширеному змісті.
2. Чим відрізняється поняття «світове господарство» від поняття «міжнародні економічні відносини»?
3. У яких формах реалізуються міжнародні економічні відносини? Охарактеризуйте їх.
4. Охарактеризуйте основних суб'єктів міжнародних економічних відносин.
5. Поясніть роль ресурсів в організації виробництва. Охарактеризуйте різні види ресурсів.
 1. Висвітліть сутність міжнародних торговельних зв'язків держав стародавнього світу.
 2. В чому особливість економічних відносин епохи феодалізму?
 3. Охарактеризуйте сутність епохи Великих географічних відкриттів та їх вплив на розвиток міжнародних економічних відносин.
 4. Вкажіть переваги і обмеження зовнішньої торгівлі періоду первісного нагромадження капіталу.
 5. Охарактеризуйте основні ознаки епохи первісного нагромадження капіталу.
 6. Висвітліть особливості нового періоду розвитку економічних зв'язків.
 7. Поясніть як поглиблюється міжнародний поділ праці у постколоніальний період розвитку світу господарських зв'язків.
 8. В чому особливість світогосподарських зв'язків в найновіший період?
 9. Дослідіть зовнішньоекономічні зв'язки Київської Русі та Гетьманської держави.
 10. Поясніть як змінились міжнародні економічні зв'язки у найновіший період з розпадом соціалістичної системи

Тестові завдання

1. Світова економіка - це:

- а) частину ринку країни, що орієнтується на іноземних покупців;
- б) частина національних ринків, яка безпосередньо пов'язана із закордонними ринками;
- в) сфера стійких товарно-грошових відносин між країнами, заснованих на міжнародному поділі праці та русі факторів виробництва;

2. Міжнародна економіка - це:

- а) частину ринку країни, що орієнтується на іноземних покупців;
- б) частина національних ринків, яка безпосередньо пов'язана із закордонними ринками;
- в) сфера стійких товарно-грошових відносин між країнами, заснованих на міжнародному поділі праці та русі факторів виробництва;

3. Фактори виробництва за походженням поділяються на:

- а) основні, розвинені;
- б) загальні, спеціальні;
- в) первинні, набуті;

4. Фактори виробництва за ступенем спеціалізації поділяться на:

- а) основні, розвинені;
- б) загальні, спеціальні;
- в) первинні, вторинні;

5. Ресурси, придбані країною в результаті інтенсивних пошуків і капіталовкладень, відносяться до групи:

- а) розвинені ресурси;
- б) основні ресурси;
- в) спеціальні ресурси;
- г) загальні ресурси.

6. Скільки існує форм міжнародних економічних відносин:

- а) 4;
- б) 5;

- в) 6;
- г) 7.

7. Суб'єктами світової економіки є:

- а) національні економіки та ТНК;
- б) міжнародні організації та інтеграційні об'єднання;
- в) всі відповіді вірні.
- г) всі відповіді невірні.

8. Скільки % охоплює сфера міжнародної торгівлі у міжнародних економічних відносинах?

- а) 80;
- б) 50;
- в) 30.

9. Що відображає міжнародна торгівля?

- а) стан світового ринку;
- б) стан і перспективи просування різних товарних форм як між національними економіками, так і транснаціональними корпораціями;
- в) світ як єдиний світо господарський простір.

10. Визначте чинник, що зумовив необхідність міжнародної торгівлі:

- а) експортно-імпортні операції;
- б) НТР;
- в) нерівномірність розвитку окремих галузей у різних країнах.

11. Сукупність експортно-імпортних операцій окремої країни – це:

- а) зовнішня торгівля;
- б) національне господарство;
- в) зовнішньоекономічна діяльність.

12. З якої точки зору міжнародну торгівлю розглядають як особливий тип суспільних відносин, що виникають у світовій системі господарства в процесі і з приводу обміну товарами та послугами між державами?

- а) з операційної;
- б) з державно-політичної;
- в) з економічної.

Тема 2. Теорії міжнародної торгівлі

Питання для самоперевірки знань:

1. Яке значення має теорія меркантилізму для розвитку міжнародної торгівлі?
2. Які відмінності концепції меркантилістів щодо національного багатства від сучасних поглядів?
3. Чи може країна втратити або набутися абсолютну перевагу? Наведіть приклади.
4. Світове господарство складається з двох країн, які виробляють два товари. Чи може одна країна мати абсолютну перевагу у виробництві обох товарів?
5. Чи можна вважати абсолютну перевагу постійною? Чому?
6. Чи може одна країна мати порівняльну перевагу у виробництві обох продуктів одночасно? Припущення: світове господарство складається з двох країн, які виробляють два товари.
7. Чи може країна постійно мати порівняльну перевагу у виробництві певного товару?
8. У разі, коли країна має порівняльну перевагу у виробництві певного товару, чи означає це, що вона має і абсолютну перевагу в його виробництві?
9. Як, на вашу думку, пов'язані між собою національні порівняльні переваги та конкурентоспроможність на світовому ринку?
10. Відмінності концепції меркантилістів щодо національного багатства від сучасних поглядів.
11. Позитивні риси та недоліки теорії порівняльних переваг і теорії абсолютних переваг.
12. Взаємозв'язок національних порівняльних переваг та конкурентоспроможності на світовому ринку.
13. Переваги та недоліки спеціалізації країн щодо торгівлі.
14. Дайте визначення міжнародної торгівлі з точки зору операційного підходу?
15. Дайте визначення міжнародної торгівлі з точки зору державно-політичного підходу?
16. Назвіть передумови виникнення міжнародної торгівлі та охарактеризуйте основні етапи її розвитку.

Тестові завдання

1. Кару – це:

- а) община факторій, об'єднання, яке виступало посередником у міждержавному обміні за часів Античної Греції та Риму;
- б) торговельний посередник за часів Великих географічних відкриттів;
- в) службова особа або торговельний агент палацу чи храму за часів Античної Греції та Риму;
- г) правильна відповідь відсутня.

2. Одним із видом міждержавної торгівлі за часів Стародавнього світу була:

- а) міжнародна торгівля;
- б) транзитна торгівля;
- в) реекспортний тип;
- г) торгівля відсутня.

3. Історично першою світовою валютною системою є:

- а) Паризька;
- б) Ямайська;
- в) Бреттон-Вудська;
- г) правильна відповідь відсутня.

4. Який вид торгівлі переважав в Стародавній Греції та Римі:

- а) зовнішня;
- б) внутрішня;
- в) в) торгівля відсутня;
- г) правильна відповідь відсутня.

5. Яка країна від середини XVII до середини XX століття була світовим лідером у виробництві залізничного устаткування, парових котлів, виробів хімічної промисловості:

- а) Австро-Угорщина;
- б) Великобританія;
- в) в) Німеччина;
- г) Росія.

6. Найбільшими експортерами позичкового капіталу у XIX-XX ст. були такі країни:

- а) Росія, Японія, США, Австро-Угорщина;
- б) Великобританія, Росія, Канада, Єгипет;
- в) Великобританія, Франція, Німеччина, Бельгія, Швейцарія;
- г) Іспанія, США, Австро-Угорщина;

7. Зародження експортно-імпоротної торгівлі відбулося в:

- а) Вавілонії;
- б) Римі;
- в) Китаї;
- г) Лісабоні.

8. Основними соціально-економічними наслідками Великих географічних відкриттів є:

- а) зміцнення позицій міської і сільської буржуазії;
- б) посилення нових тенденцій в економічній політиці європейського абсолютизму;
- в) формування колоніальної системи;
- г) всі відповіді вірні.

9. На початку XXI ст. у сільському, лісовому і рибному господарстві країн із середнім рівнем економічного розвитку залишалося працювати:

- а) менш як 10 % працездатного населення;
- б) 15-25 % працездатного населення;
- в) 50-70 % працездатного населення;
- г) більш як 80 % працездатного населення.

10. У тезі «Особливість _____ на рубежі 19 – 20 століть полягала в тому, що, як правило, вона формувалася на сімейно-династичній основі. В США, наприклад, олігархія трималася на таких сімействах як Рокфеллери, Мюллери, Дюбони. У Великобританії: Ротшильди, Шредери. В Німеччині панували Сіменси, Тіссони.», упущено слово:

- а) транснаціональна компанія;
- б) міжнародна організація;

- в) фінансова олігархія;
- г) інфраструктура.

11. Тамкару – це:

- а) об'єднання, яке виступало посередником у міждержавному обміні за часів Античної Греції та Риму;
- б) торговельний посередник за часів Великих географічних відкриттів;
- в) службова особа або торговельний агент палацу чи храму за часів Античної Греції та Риму;
- г) правильна відповідь відсутня.

12. У 1976 році почала діяти така світова валютна система:

- а) Паризька;
- б) Ямайська;
- в) Бреттон-Вудська;
- г) правильна відповідь відсутня.

13. Який вид торгівлі переважав в Стародавній Греції та Римі:

- а) зовнішня;
- б) внутрішня;
- в) торгівля відсутня;
- г) транзитна.

14. Яка країна від середини XVII до середини XX століття була світовим лідером у виробництві устаткування, машин, чорних металів:

- а) Австро-Угорщина;
- б) Великобританія;
- в) Франція;
- г) Німеччина.

15. Найбільшими експортерами позичкового капіталу у XIX-XX ст. були такі країни:

- а) Росія, США;
- б) Великобританія, Росія, Канада, Єгипет;
- в) Китай, Канада, Іспанія, Греція;
- г) Великобританія, Китай, Єгипет.

16. Для виникнення й розвитку капіталістичного виробництва необхідні такі умови:

а) наявність багатьох бідних людей, юридично вільних, але позбавлених засобів виробництва та існування і змушених найматися на роботу до капіталіста;

б) нагромадження в руках невеликого числа людей значного грошового багатства, необхідного для створення та ведення капіталістичного підприємства;

в) наявність багатьох багатих людей, котрі мають у розпорядженні засоби виробництва та бажають їх перепродати;

г) відповідь а та б.

17. «Майстернею світу» від XVIII до першої половини XX століття вважалася:

а) Великобританія;

б) Австро-Угорщина;

в) Фінляндія;

г) Німеччина.

18. На початку XXI ст. у сільському, лісовому і рибному господарстві економічно розвинутих країн залишалося працювати:

а) менш як 10 % працездатного населення;

б) більш як 15 % працездатного населення;

в) менш як 1 % працездатного населення;

г) більш як 25 % працездатного населення.

19. У тезі «Головну відповідальність за розвиток "_____» несуть, звичайно, економічно розвинуті країни, на які припадає лише 20 % населення Землі і майже 80 % споживаних людством природних ресурсів», упущено слово(:

а) екологічної ситуації;

б) соціальних хвороб;

в) демографічного вибуху;

г) сфери ІТ.

20. Головною відмінною ознакою епохи первісного нагромадження капіталу є:

- а) паралельно з торговим капіталом у цей період розвивався позичковий, або банківський, капітал, який прийшов на зміну середньовічному лихварству;
- б) розвиток торгівлі привів до змін у сфері виробництва — як сільськогосподарського, так і промислового;
- в) розвиток товарно-грошових відносин, становлення ринкової економіки, яка наклала відбиток на всі сторони суспільного життя того часу;
- г) всі відповіді вірні.

21. Операційний підхід є проявом:

- а) протекціонізму;
- б) системності;
- в) фритредерства.

22. Яка з концепцій розвитку міжнародної торгівлі була першою спробою теоретичного обґрунтування причин, напрямів, ефективності міжнародної торгівлі та розробки рекомендацій щодо зовнішньоторговельної політики?

- а) концепція меркантилізму;
- б) концепція переваг;
- в) факторів виробництва.

23. Хто є автором теорії абсолютних переваг?

- а) Давид Рікардо;
- б) Адам Сміт;
- в) Жан-Батист Сей.

24. Що, із зазначеного, не притаманне п'ятьом етапам розвитку міжнародної торгівлі?

- а) особливості торговельних процесів;
- б) певні середовищні чинники розвитку;
- в) зміни в співвідношенні сил на світовому ринку.

Тема 3. Регулювання міжнародної торгівлі

Питання для самоперевірки знань:

1. Аргументи на користь тарифного регулювання міжнародної торгівлі.
2. Розвиток митно-тарифного регулювання в Україні (з 1991 р. до сьогодні).
3. Торговельні війни: сутність, передумови виникнення та економічні наслідки.
4. Наслідки запровадження ембарго.
5. Якими міжнародними організаціями представлена система регулювання міжнародної торгівлі на наднаціональному рівні?
6. Як вплинув на міжнародну торговельну діяльність Уругвайський раунд переговорів?
7. Які головні відмінності механізмів та інструментів СОТ порівняно з ГАТТ 1947 р.?
8. Які особливості практики застосування тарифних та нетарифних інструментів членами СОТ для забезпечення інтересів на внутрішньому та зовнішньому ринках?
9. Як реалізуються національні економічні інтереси за допомогою процедур проведення переговорів та врегулювання суперечок?
10. Як дотримання прав на інтелектуальну власність впливає на світову економіку?
11. Які основні функції ЮНКТАД?
12. Яка роль МТЦ у регулюванні міжнародної торгівлі?
13. Які завдання виконує ЮНСІТРАЛ?
14. Які проблеми залишаються в Україні після вступу до СОТ?
15. Процедура вступу до СОТ.
16. Механізми врегулювання торгових суперечок у межах СОТ.
17. Діяльність СОТ та проблеми охорони навколишнього середовища.
18. Проблеми України після вступу до СОТ.

Тестові завдання

1. Якого застереження в угодах не існує?

- а) фінансове;
- б) валютне;

в) ескалаторне.

2. При якому торговельному режимі застосовують до товарів, що ввозяться, максимальні ставки мита?

- а) дискримінаційний;
- б) звичайний;
- в) преференційний.

3. Що означає «автономна ставка мита» у складному тарифі?

- а) найнижча ставка;
- б) застосовується до товарів з країн, яким надано режим найбільшого сприяння в торгівлі;
- в) найвища ставка, встановлена державою.

4. В чому полягає балансуєча функція мита?

- а) запобігає небажаному експорту товарів, внутрішні ціни яких нижчі від світових;
- б) захищає національних виробників від іноземної конкуренції;
- в) забезпечує поповнення дохідної частини державного бюджету та поліпшує стан платіжного балансу.

5. За методом розрахунку розміру мита ставки поділяються на:

- а) імпорتنі, специфічні, адвалорні, змішані;
- б) адвалорні, специфічні, змішані, альтернативні;
- в) специфічні, імпорتنі, експортні, змішані.

6. Яка ставка мита визначається відповідними державними органами та затверджується країною самостійно?

- а) конвенційна;
- б) номінальна;
- в) автономна.

7. Яка різниця між плинними імпортними податками та митом?

- а) ставка плинних імпортних податків не є фіксованою;
- б) ставка плинних імпортних податків завжди підвищена;

в) ставка плинних імпортних податків не змінюється щоденно.

8. Постійно діючий дозвіл, який надає право імпортувати/експортувати зазначені товари без будь-яких обмежень за вартістю або кількістю – це:

- а) автоматична ліцензія;
- б) генеральна проста ліцензія;
- в) аукціонна ліцензія.

9. За методом розрахунку не існує такого типу індивідуальних квот:

- а) пропорційна;
- б) двостороння;
- в) одностороння.

10. ДОЕ – це:

- а) добровільне обмеження експорту;
- б) довготривале обмеження експорту;
- в) дійсне обмеження експорту.

Тема 4. Зовнішня політика країни

Питання для самоперевірки знань:

1. Чи підтвердився висновок Ф. Фукуями про “кінець історії”?
2. Наскільки, на Вашу думку, є обґрунтованим висновок С. Хантингтона про “зіткнення цивілізацій”?
3. На чому ґрунтується висновок З. Бжезінського про небезпеку для системи міжна-родних відносин спроб відродження російської імперії?
4. Обґрунтуйте або спростуйте висновок І. Валлерстайна про поділ “світ-системи” на “ядро” і “периферію”.
5. Чим зумовлені сучасні тенденції в розвитку міжнародних відносин?
6. На виконання яких завдань спрямована зовнішня політика України?
7. На яких основних рівнях та за допомогою яких інструментів та механізмів здійснюється регулювання міжнародної торгівлі?
8. Які основні типи зовнішньоторговельної політики використовуються у міжнародній практиці?
9. У чому полягає основний зміст тарифного регулювання міжнародної торгівлі?
10. Які існують види нетарифних обмежень у міжнародній торгівлі?
11. Які види торговельної дискримінації застосовуються у сучасній міжнародній торгівлі?
12. З яких причин виникають торговельні війни та які їх наслідки?

Тестові завдання

1. Певний курс дій урядових і владних структур, використання таких принципів, методів та інструментів впливу на розвиток зовнішньої торгівлі країни, завдяки яким забезпечується досягнення визначених цілей та реалізація національних інтересів – це:

- а) зовнішньоторговельна політика;
- б) зовнішня політика країни;
- в) зовнішньоекономічна політика.

2. Які галузі захищаються при наступальному протекціонізмі?

- а) сільське господарство;
- б) галузі, які здатні відразу здійснити наступ на відповідні світові товарні ринки;
- в) сфера послуг.

3. Який протекціонізм в чистому вигляді в сучасних зовнішньоторговельних політиках майже не застосовується?

- а) нетарифний;
- б) прихований;
- в) тарифний.

4. Які протекціоністські заходи слід вважати довгостроковими?

- а) термін дії яких перевищує 2-3 роки;
- б) термін дії яких перевищує 4 роки;
- в) термін дії яких перевищує 5 років.

5. Вставте пропущене слово: «Лібералізація торгівлі є віддзеркаленням об'єктивного процесу _____ національних економік:

- а) глобалізації;
- б) інтернаціоналізації;
- в) поєднання.

6. Коли здійснюється глобальна лібералізація зовнішньоторговельної політики країни?

- а) при наданні країнами одна іншій торговельних преференцій;
- б) при укладанні багатосторонньої угоди про зону вільної торгівлі, вступом у митний союз або інше економічне інтеграційне угруповання;
- в) при вступі в систему ГАТТ-СОТ та в міру участі в роботі цієї організації.

7. Комбінацією селективного і наступального протекціонізму є:

- а) тотальний протекціонізм;
- б) обмежувальний протекціонізм;
- в) національний протекціонізм.

8. Неопротекціонізм – це:

- а) система інструментів і методів прямого та непрямого обмеження імпорту;
- б) обмеження на міжнародну торгівлю, що вводять країни на доповнення до традиційних (тарифних) форм обмеження небажаного імпорту товарів.
- в) поєднання тарифних і нетарифних методів та інструментів впливу на процес досягнення національних торговельно-економічних інтересів;

9. Який тип лібералізації ще називають наднаціональним?

- а) двостороння;
- б) глобальна;
- в) багатостороння.

10. У якому випадку потерпають галузі, які не можуть швидко адаптуватися до нових реалій міжнародного поділу праці?

- а) надто динамічний процес лібералізації;
- б) процес лібералізації послаблений;
- в) процес лібералізації незмінний.

Тема 5. Міжнародна торгівля товарами та послугами

Питання для самоперевірки знань:

1. Основні країни-експортери та країни-імпортери у світовій торгівлі послугами.
2. Сучасні тенденції розвитку міжнародного ринку транспортних послуг.
3. Характеристика ринку міжнародних туристичних послуг.
4. Характеристика ринку міжнародних рекламних послуг.
5. Світовий ринок освітніх послуг.
6. На які види поділяє послуги Світовий банк?
7. На які види поділяють послуги залежно від характеру переміщення продавця й покупця?
8. Які особливості й тенденції притаманні світовому ринку послуг?
9. Назвіть основні країни-експортери та країни-імпортери у світовій торгівлі послугами.
10. У чому проявляється специфіка міжнародної конкуренції у сфері послуг?
11. Охарактеризуйте особливості регулювання міжнародної торгівлі послугами.

Тестові завдання

1. Що є основою системи показників розвитку міжнародної торгівлі?

- а) група обсягових індикаторів;
- б) група динамічних індикаторів;
- в) група індикаторів ефективності.

2. Реімпорт – це:

- а) ввезення товарів, робіт, послуг, результатів інтелектуальної діяльності, в т. ч виняткових прав на них, на митну територію країни з-за кордону без зобов'язання про зворотне вивезення;
- б) ввезення товарів, раніше вивезених, але не перероблених;
- в) вивезення товарів, раніше ввезених, але не перероблених у країні.

3. Сума вартості експорту та імпорту всіх країн світу (вартість усіх товарів, що перетинають державні кордони):

- а) зовнішньоторговельний обіг;
- б) генеральна торгівля;
- в) світовий товарообіг.

4. Товари прямого транзиту в підсумки зовнішньої торгівлі не включаються, але обліковуються:

- а) за видами транспортних засобів;
- б) за кількістю транспорту;
- в) за якістю вантажу.

5. Що є співвідношенням вимог і зобов'язань даної країни щодо інших країн на певну дату, незалежно від термінів надходження платежів?

- а) платіжний баланс;
- б) розрахунковий баланс;
- в) баланс міжнародних розрахунків.

6. Коли баланс називається чистим?

- а) коли експорт перевищує імпорт;
- б) коли імпорт перевищує експорт;
- в) коли експорт дорівнює імпорту.

7. Яку можливість дає коефіцієнт покриття експортом імпорту?

- а) зіставляти країни за станом їх торговельних балансів;
- б) характеризувати зміну положення країни в світовій торгівлі;
- в) визначити відношення обсягу імпорту певного товару до обсягу його споживання в країні.

8. Розподіл загального обсягу імпорту певного товару за країнами (регіонами) походження:

- а) зовнішня регіональна структура імпорту певного товару;
- б) регіональна структура імпорту товару групою країн;
- в) регіональна структура імпорту групи країн.

9. Гривневі надходження від експорту, які розраховуються шляхом перерахування валютної виручки в гривнях за курсом Національного банку

України на день надходження валютної виручки, грн. мінус повні витрати підприємства на експорт, грн. – формула визначення:

- а) ефективність експорту фірми;
- б) рентабельність експорту;
- в) ефект експорту.

10. Які показники доцільно розраховувати перед укладанням зовнішньоторговельних угод, при плануванні зовнішньоторговельної діяльності, а також з метою оцінки ефективності експортно-імпортних операцій за попередній період?

- а) показники ефективності зовнішньоторговельної операції;
- б) структурні показники;
- в) показники економічної ефективності експорту та імпорту.

Тема 6. Організація міжнародної торгівлі

Питання для самоперевірки знань:

1. Сучасні тенденції розвитку біржової торгівлі.
2. Порядок проведення біржових операцій.
3. Етапи проведення міжнародного аукціону.
4. Порядок проведення міжнародних торгів.
5. Які існують способи реалізації непрямого методу міжнародної торгівлі?
6. Сучасне значення міжнародної торгівлі для експортерів, імпортерів та споживачів.
7. Вплив міжнародної конкуренції на розвиток міжнародної торгівлі.
8. Роль міжнародної торгівлі в економічному розвитку країн.
9. Сучасні тенденції розвитку міжнародної торгівлі.
10. Основні риси і тенденції зовнішньої торгівлі України.
11. Яке значення має міжнародна торгівля для експортерів, імпортерів та споживачів?
12. Поясніть роль міжнародної торгівлі в економічному розвитку країн.
13. Проаналізуйте сучасні тенденції розвитку міжнародної торгівлі.
14. Які основні риси і тенденції зовнішньої торгівлі України?
15. З яких позицій розглядається структура міжнародної торгівлі?
16. Наведіть класифікацію форм міжнародної торгівлі за різними ознаками.
17. У чому полягає сутність прямого методу міжнародної торгівлі?

Тестові завдання

1. Під методом міжнародної торгівлі слід розуміти:

- а) організаційну форму та порядок здійснення зовнішньоторговельних операцій;
- б) порядок здійснення зовнішньоторгових операцій;
- в) традиційну форму та порядок здійснення зовнішньоторгових операцій;

2. На підставі яких зв'язків відбувається близько 50% міжнародного товарообміну?

- а) непрямих;
- б) прямих;
- в) торгівля через посередників.

3. Що не включає торгівля через організовані товарні ринки?

- а) міжнародні товарні розпродажі;
- б) міжнародні товарні біржі;
- в) міжнародні виставки/ярмарки.

4. Найчастіше посередників називають:

- а) дилери;
- б) хендлери;
- в) купці.

5. Виняткове право на продаж використовується тоді, коли:

- а) експортер залишає за собою право продавати на договірній території товари самостійно і через інших посередників;
- б) експортер зобов'язується на договірній території продавати визначені товари тільки через даного дистриб'ютора;
- в) експортер зберігає за собою право продажу товарів на договірній території безпосередньо третім особам.

6. На який термін підписуються угоди з дистриб'ютором?

- а) короткий;
- б) середній;
- в) тривалий.

7. Вставте пропущене слово: «Комісіонер однієї країни може одержати від імпортера іншої країни _____ комісійне доручення на купівлю визначеної партії товарів, що називається індементом»:

- а) разове;
- б) багаторазове;
- в) трьохразове.

8. При яких операціях однією зі сторін виступає принципал?

- а) брокерські;
- б) агентські;
- в) комісійні.

9. Яка з рис не характеризує агента як незалежного посередника?

- а) самостійно і за певну винагороду здійснює свою діяльність;
- б) не бере участі в угоді купівлі-продажу, не купує за свій рахунок товар, а лише сприяє здійсненню угоди;
- в) є фізичною особою.

10. Фірми в країні імпортера, які здійснюють операції з експорту й імпорту на основі спеціального договору про консигнаційний склад – це:

- а) стокісти;
- б) дистриб'ютори;
- в) закупівельні контори.

Тема 7. Транспортування та міжнародні перевезення

Питання для самоперевірки знань:

1. Що таке доступність території та якими показниками її характеризують?
2. Які відомості вказуються в Договорі на перевезення вантажів?
3. Які відомості слід вказувати в договорі та заявці на перевезення вантажів?
4. Перерахуйте умови поставки при перевезенні вантажів автомобільним транспортом.
5. Для чого використовують подорожній лист автомобіля?
6. Яка основна інформація міститься в подорожньому листі?
7. Яку роль відіграє залізничний транспорт в міжнародних перевезеннях?
8. Які основні переваги та недоліки має залізничний транспорт в порівнянні з іншими видами перевезень?
9. Яке призначення має товарно-транспортна накладна, та яку інформацію в собі містить?

Тестові завдання

1. Що є продукцією транспорту?

- А. Виробництво матеріальних послуг.
- Б. Переміщення товарів за допомогою залізниць, літаків, автомобілів.
- В. Надання послуг з доставки пасажирів до місць проживання і роботи.
- Г. Переміщення в часі і просторі вантажів та людей.

2. Який вид транспорту має найбільшу провізну здатність?

- А. Залізничний.
- Б. Автомобільний.
- В. Водний.
- Г. Повітряний.

3. Який вид транспорту має найнижчу собівартість перевезень нафтопродуктів?

- А. Залізничний.
- Б. Водний.

В. Трубопровідний.

Г. Автомобільний.

4. Які основні переваги автомобільного транспорту?

А. Низька собівартість перевезень вантажів, комфортабельність перевезення пасажирів, висока продуктивність праці, маневреність.

Б. Високі маневреність, провізна здатність, швидкість доставки вантажів та пасажирів, невелика собівартість перевезень на короткі відстані.

В. Мобільність, швидкість обслуговування, невисока вартість навантажувально-розвантажувальних робіт.

Г. Всі відповіді правильні.

5. В чому сутність економічних проблем на транспорті?

А. Зростання цін на паливо, використання старого рухомого складу, перехід до ринку.

Б. Високий коефіцієнт перевезення, проблеми переходу до ринку, перенасичення ринку.

В. Ефективність перевезення, зростання доходів через зростання тарифів.

Г. Всі відповіді правильні.

6. Вид транспорту, що здійснює перевезення вантажів і пасажирів безрейковими шляхами називають:

А. Залізничний.

Б. Автомобільний.

В. Водний.

Г. Повітряний.

7. В основу класифікації галузей транспорту покладено такі принципи:

А. Економічне призначення наданої послуги;

Б. Характер функціонування продукції в процесі виробництва;

В. Характер впливу на предмет праці та ін;

Г. Немає правильної відповіді.

8. Так як транспорт використовується для здійснення не лише зовнішніх перевезень, але і для внутрішніх перевезень, то крім транспорту загального користування є транспорт:

- А. Внутрішньовиробничий або відомчий;
- Б. Загального користування;
- В. Спеціального призначення;
- Г. Всі відповіді правильні.

9. Який вид транспорту є сполучним елементом між усіма іншими видами транспорту і споживачами транспортних послуг.

- А.Залізничний.
- Б.Автомобільний.
- В. Водний.
- Г. Повітряний.

10. Найважливіша ланка транспортної інфраструктури, без якої в умовах ринку не може ефективно функціонувати жодна галузь економіки.

- А.Залізнична колія.
- Б.Автомобільна дорога.
- В. Водний маршрут.
- Г. Повітряний маршрут.

Тема 8. Інтелектуальна власність в міжнародному бізнесі

Питання для самоперевірки знань:

1. Визначте поняття та основні ознаки авторського права.
2. Назвіть джерела авторського права.
3. Що є об'єктом авторського права?
4. Наведіть класифікацію об'єктів авторського права.
5. Які категорії творів не визнаються об'єктом авторського права?
6. Хто є суб'єктом авторського права за Законом України «Про авторське право і суміжні права» та Цивільним кодексом України?
7. Що таке співавторство? Назвіть права та обов'язки співавторів.
8. Що таке авторський договір? Його основні види.
9. Назвіть поняття особистих немайнових прав та їхній зміст.
10. Назвіть поняття майнових прав автора та їхній зміст.
11. Які існують виключні майнові права автора?

Тестові завдання

1. Послуга стає предметом міжнародної торгівлі в тому випадку, якщо:

- А) виробник послуги та її покупець - це резиденти однієї країни, а угода проходить на території іншої країни;
- Б) виробник послуги і покупець її - це резиденти різних країн незалежно від місця укладення угоди між ними;
- В) виробник послуги та її покупець - це резиденти різних країн.

2. Стаття «Транспортні послуги» не включає:

- А) пасажирські перевезення;
- Б) чартерні перевезення;
- В) страхування вантажів.

3. Стаття «Комп'ютерні та інформаційні послуги» не включає:

- А) послуги, пов'язані з апаратним і програмним забезпеченням;
- Б) послуги, пов'язані з базами даних;
- В) послуги в галузі телекомунікацій.

4. Спосіб продажу послуг «Комерційна присутність» полягає в тому, що:

- А) продавець послуги та покупець послуги фізично знаходяться в різних країнах, а угода укладається по телефону, Інтернету, факсу;
- Б) іноземний виробник послуги переміщається на територію країни, де розташований споживач послуги;
- В) іноземний споживач послуги переміщається на територію країни, де проводиться послуга.

5. Вивчення іноземних мов за кордоном - це спосіб продажу послуг:

- А) «Споживання за кордоном»;
- Б) «Комерційна присутність»;
- В) «Присутність фізичних осіб».

6. Інтелектуальна власність - це:

- А) сукупність прав на власність;
- Б) сукупність прав на промислову власність;
- В) сукупність особистих виняткових прав на деяку інформацію.

7. Географічне зазначення - це:

- А) відмітна позначення для індивідуалізації товарів;
- Б) позначення, що використовується на товарах, які мають конкретне географічне походження;
- В) художньо-конструкторське рішення, що визначає зовнішній вигляд виробу.

8. Плата за передані права на використання об'єктів промислової власності і технологічних ноу-хау - це:

- А) роялті;
- Б) ліцензія;
- В) авторське право.

9. Ліцензування імпорту товарів в країні вводиться при:

- А) виконанні міжнародних договорів;
- Б) дискримінаційних недружніх діях інших держав;
- В) різке погіршення платіжного балансу;
- Г) всі відповіді вірні.

10. Вперше в світі патентне законодавство було розроблено в:

- А) США;
- Б) Англії;
- В) Венеціанській Республіці.

Тема 9. Маркетингова діяльність в міжнародному середовищі

Питання для самоперевірки знань:

1. Виявіть тенденції розвитку міжнародного маркетингу в Україні.
2. Систематизуйте чинники необхідності практичного використання стратегій глобального, мультинаціонального, транснаціонального маркетингу сучасними компаніями.
3. Охарактеризуйте середовище міжнародного маркетингу. Опишіть сутність та характерні риси.
4. Опишіть структуру середовища міжнародного маркетингу.
5. Якою є мета вивчення внутрішнього середовища підприємства в процесі міжнародного маркетингового дослідження?
6. Охарактеризуйте напрями дослідження економічного середовища міжнародного маркетингу.
7. Назвіть політико-правові чинники, які слід враховувати під час дослідження зовнішнього середовища міжнародного маркетингу.
8. Охарактеризуйте сутність та опишіть основні складові елементи культурного середовища міжнародного маркетингу.
9. Сформулюйте основні риси відмінностей у середовищі міжнародного маркетингу і визначте, як вони впливають на вибір міжнародної стратегії вітчизняного підприємства

Тестові завдання

1. Аналіз науково-технічного середовища передбачає вивчення:

- А) темпи економічного зростання;
- Б) ступінь розвитку промислової інфраструктури;
- В) доступності сировини і енергоносіїв.

2. Аналіз природного середовища передбачає вивчення:

- А) доступності сировини і енергоносіїв;
- Б) відношення до забруднення зовнішнього середовища;
- В) А і Б.

3. Національні бізнес-культури, які орієнтуються на взаємини / процес здійснення угоди:

- А) Норвегія, Швеція, Італія, Німеччина, Чехія, Австрія;
- Б) Аргентина, Бразилія, Мексика, Єгипет, Японія, Китай;
- В) Франція, Великобританія, Німеччина, Польща, США.

4. Монохромні національні бізнес-культури характеризуються:

- А) пунктуальністю; складанням чітких графіків роботи;
- Б) пунктуальністю; зміною питань на порядку денному;
- В) частими запізненнями; відсутність чітких графіків роботи.

5. До основних факторів, які впливають на конкурентні позиції країни на світовому ринку, М. Портер відносить:

- А) 3 детермінанти;
- Б) 4 детермінанти;
- В) 5 детермінант.

6. Можна виділити такі основні групи можливих конкурентних переваг підприємства:

- А) переваги, засновані на організації бізнесу, а також в конкретних функціональних областях підприємства;
- Б) конкурентні переваги, засновані на взаєминах із зовнішніми аудиторіями;
- В) А і Б.

7. До корпоративному впусу відносяться такі стратегії:

- А) товарна стратегія; цінова стратегія; збутова стратегія;
- Б) стратегія охоплення ринку; стратегія позиціонування; стратегія конкурентної поведінки;
- В) стратегія зростання; портфельна стратегія; конкурентна стратегія бізнесу.

8. Поглинання - це:

- А) об'єднання господарюючих суб'єктів, в результаті якого утворюється єдина економічна одиниця з двох (або більше), які існували структур;
- Б) взяття одного підприємства іншим під свій контроль, управління ним з придбанням абсолютного або часткового права власності на нього;

В) об'єднання підприємств різних галузей, пов'язаних технологічним процесом виробництва готового продукту.

9. Найменш ризикованою стратегією виходу підприємства на зарубіжний ринок є:

- А) непрямий експорт;
- Б) прямий експорт;
- В) ліцензування;
- Г) пряме інвестування.

10. Розподіл ризиків порівню і можливість виходу на закриті для експорту ринки - це переваги стратегії:

- А) ліцензування;
- Б) пряме інвестування;
- В) спільне підприємництво.

11. Стратегія, яка супроводжується високим ступенем ризику, а також великими витратами - це:

- А) прямий експорт;
- Б) пряме інвестування;
- В) ліцензування.

V. ТЕМАТИКА ТА ОФОРМЛЕННЯ РЕФЕРАТУ

Виконання роботи передбачається у командах – по 2-3 особи. **Загальний обсяг** індивідуальної роботи має бути в межах 30–35 сторінок рукописного тексту формату А4.

Типову структуру реферату наведено в табл.2.

Таблиця 2

Структура реферату

| Структурний елемент | Рекомендована кількість сторінок | Нумерація сторінок |
|---|----------------------------------|--|
| Титульний аркуш | 1 | <i>Нумерація на сторінці не ставиться</i> |
| Зміст | 1 | <i>Нумерація на сторінці не ставиться</i> |
| Вступ | 1-2 | 3-4 |
| РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА КРАЇНИ ЯК СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО ГОСПОДАРСТВА | 7- 9 сторінок | <i>Залежно від обсягу вступу</i> |
| РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНОК ТА АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ РОЗВИТКУ КРАЇНИ В ОБРАНІЙ ГАЛУЗІ, ФОРМУВАННЯ ТОРГІВЕЛЬНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ | 12-15 стор | <i>Залежно від обсягу попереднього розділу</i> |
| РОЗДІЛ 3. ЗАКЛЮЧЕННЯ ДОГОВОРУ ПРО ТОРГІВЕЛЬНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО З ІНШОЮ КРАЇНОЮ – ТОРГОВИМ ПАРТНЕРЕОМ | 7- 9 стр | <i>Залежно від обсягу попереднього розділу</i> |
| Висновки | 2-3 | <i>Залежно від обсягу попереднього розділу</i> |
| Список використаних джерел | 2-3 | <i>Залежно від обсягу висновків</i> |
| Додатки (у разі необхідності) | 1-10 | <i>Нумерація на сторінці не ставиться</i> |

ВИМОГИ ДО СТРУКТУРНИХ ЕЛЕМЕНТІВ РЕФЕРАТУ

Зразок **ТИТУЛЬНОГО АРКУШУ** подано у додатку А.

ЗМІСТ має включати найменування та номери початкових сторінок усіх розділів, підрозділів починаючи зі вступу і закінчуючи переліком використаних джерел та додатками (у разі наявності), із зазначенням початкових номерів сторінок усіх структурних елементів.

У **ВСТУПІ** необхідно обґрунтувати актуальність дослідження обраної країни в контексті значущості її економіки в міжнародній торгівлі

РОЗДІЛ 1. ХАРАКТЕРИСТИКА КРАЇНИ ЯК СУБ'ЄКТА МІЖНАРОДНОГО ГОСПОДАРСТВА має складатися із трьох підпунктів:

1.1. Геополітичне положення – необхідно розкрити місце та роль країни на політичній карті світу, перелічити та визначити вплив краї-сусідів на економічний розвиток країни, її значення в економіці регіону та формування її зовнішньоекономічних зв'язків, зовнішню політику країни.

1.2. Основні макроекономічні показники країни - в даному підпункті необхідно опрацювати такі статистичні відомості про країну, як:

- ВВП країни – номінальний та за ПКС, ВВП на душу населення;
- прямі іноземні інвестиції, частка інвестицій у ВВП, темп росту інвестицій;
- сукупний зовнішній борг країни, структура сукупного зовнішнього боргу, частка сукупного зовнішнього боргу у ВВП;
- бюджет країни (доходи / витрати), дефіцит / профіцит бюджету, частка дефіциту / профіциту бюджету у ВВП;
- золотовалютний резерв країни, темп зростання золотовалютного резерву країни;
- рівень інфляції в країні та чинники, що її спричиняють.

1.3. Динаміка показників зовнішньої торгівлі - в даному підпункті необхідно опрацювати такі статистичні відомості про країну, як:

- обсяг експорту/імпорту в реальних цінах, експорт/імпорт на душу населення, частка у світовому експорті/імпорті, частка експорту / імпорту у ВВП, темп зростання експорту / імпорту;
- обсяг торговельного обороту(ТО) та торговельного сальдо (ТС) в реальних цінах, частка ТО у ВВП, темп зростання ТО;
- основні товари експорту/імпорту, основні торговельні партнери.

РОЗДІЛ 2. РОЗРАХУНОК ТА АНАЛІЗ ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ РОЗВИТКУ КРАЇНИ В ОБРАНІЙ ГАЛУЗІ, ФОРМУВАННЯ ТОРГІВЕЛЬНОЇ ПРОПОЗИЦІЇ має здійснюватись в динаміці за останні 5 років та складатися із таких підпунктів:

2.1. Основні показники та тенденції розвитку обраної галузі - обсяг експорту/імпорту галузі в реальних цінах, частка у світовому експорті/імпорті, частка експорту / імпорту галузі у загальному експорті / імпорті країни, темп зростання експорту / імпорту, товарна та географічна структура галузі.

2.2. Визначення міжнародної конкурентоспроможності галузі – на основі попередніх розрахунків визначити місце обраної країни на світовому товарному ринку.

2.3. Формування торгівельної пропозиції – формування пропозиції для продажу товару за кордон із визначенням основних кількісних характеристик (вид товару, перелік – 3 найменування, ціна, обсяг, умови здійснення міжнародної операції, вид розрахунку, строки поставки...).

РОЗДІЛ 3. ЗАКЛЮЧЕННЯ ДОГОВОРУ ПРО ТОРГІВЕЛЬНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО З ІНШОЮ КРАЇНОЮ – ТОРГОВИМ ПАРТНЕРЕОМ має містити таку інформацію, як:

Кожна команда представляє собою країну, яку вона обрала для аналізу та здійснює три етапи переговорів щодо заключення міжнародного договору на поставку товару. Провівши три зустрічі з представниками різних країн, проаналізувавши їх торгові пропозиції (на експорт чи імпорт), проводиться аналіз потенціальних вигод від такого співробітництва. В результаті кожна команда обирає один вид операції – найвигоднішої з їх точки зору – та заключає міжнародний контракт. Кожен етап переговорів фіксується у індивідуальній роботі з вказування теми зустрічі, основних положень, що були представлені сторонами.

ВИСНОВКИ мають містити узагальнення результатів проведених розрахунків, необхідно також зазначити проблеми і перспективи розвитку країни в середньостроковій перспективі за обраним партнером.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ наводять у кінці тексту роботи, починаючи з нової сторінки. На всі пункти використаних джерел повинні бути посилання в основній частині роботи.

ТЕРМІНОЛОГІЧНІ РОЗ'ЯСНЕННЯ ЩОДО ЗБОРУ СТАТИСТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ТА ПРОВЕДЕННЯ РОЗРАХУНКІВ

Статистичний показник – це узагальнююча характеристика соціально-економічного явища чи процесу, в якій поєднуються якісна та кількісна визначеність останнього. **Якісний зміст** – відбиває суть явища чи процесу і відображаються у назві показника. **Кількісний бік явища** – це число та його вимірник. Показники, які використовуються в економічній статистиці, поділяються на абсолютні та відносні.

Абсолютні статистичні величини – кількісні показники, які характеризують розміри соціально-економічних явищ – обсяги сукупності. Абсолютні величини завжди іменовані числа, тобто мають одиниці виміру. Абсолютні показники вимірюються у натуральних, трудових та вартісних одиницях вимірювання.

Відносні статистичні величини характеризують кількісні співвідношення різнойменних чи однойменних показників. Кожна відносна величина, то є дріб, чисельником якого є порівняна величина, а знаменником – база порівняння.

Темп зростання - відношення величини поточного економічного показника до його значення в попередньому періоді, що приймається за базу відрахунку. Вимірюється у відносних величинах або процентах.

Так, як дослідження охоплює період 10 років, то базовим буде перший рік дослідження, а поточним – кожний наступний. У розрахунковій роботі необхідно обрахувати темп зростання таких показників: темп зростання кількості населення, темп зростання безробіття, темп зростання ВВП, темп зростання експорту / імпорту, темп зростання ТО, темп росту інвестицій, темп зростання золотовалютного резерву країни.

Приклад, розрахувати темп зростання експорту країни, якщо у 2000 році обсяг експорту становив 120 млн. дол. США, а в 2001 – 136 млн. дол. США.

Темп зростання експорту розраховуємо за формулою:

$$Тре = (Езр/Ебр) * 100\%$$

де, Езр- обсяг експорту в звітному році,

Ебр- обсяг експорту в базисному році.

Тож, темп зростання експорту у 2001 році у порівнянні із 2000 роком становитиме:

$$Тре = (136/120) * 100\%,$$

$$Тре = 113,3\%$$

Тобто, темп зростання 113,3%, а темп приросту 13,3%.

У розрахунковій роботі необхідно обрахувати такі показники на душу населення, як: ВВП на душу населення, експорт/імпорт на душу населення, інвестиції на душу населення.

Для прикладу, експорт на душу населення обраховується за формулою:

$$Едн = Едр / Чн$$

де Едн - обсяг експорту на душу населення в даному році,

Едр - обсяг експорту в даному році,

Чн - чисельність населення в даному році

Інші показники розраховуються аналогічно, в знаменнику завжди залишається кількість населення за досліджуваний рік.

Показники ВВП

Валовий внутрішній продукт (ВВП) - основний показник загального економічного розвитку країни, котрий відображає ринкову вартість всіх кінцевих продуктів та послуг, що були вироблені на території країни протягом року.

Номінальний ВВП - це обсяг ВВП у поточних (фактичних) цінах.

ВВП обчислений у незмінних цінах (цінах базового року) називається **реальним ВВП**.

Валовий внутрішній продукт за паритетом купівельної спроможності (у доларах США) - це ВВП, скорегований на різницю між вартістю в американських доларах стандартного набору товарів і послуг в США і за їх межами в конкретній країні.

ВВП за виробництвом (за галузями) – це сума доданої вартості за всіма галузями національної економіки. Дозволяє виявити співвідношення і роль окремих галузей у створенні ВВП. Динаміка за ряд років дозволяє виявити зміни структури ВВП, динаміку розвитку окремих галузей національної економіки і характер економічної політики в країні. Додана вартість або умовно чиста продукція окремих галузей являє собою різницю між вартістю валової продукції і сумою поточних виробничих витрат, тобто вартість, привнесена в процесі виробництва на тому чи іншому його етапі. Вона складається з

перенесеної на продукт амортизації основних фондів, заробітної плати, прибутку, податків. Останні враховуються при підрахунку в поточних цінах.

ВВП за використанням (за витратами) – це сума усіх витрат на купівлю загального обсягу зробленої в даному році продукції. Включає наступні статті:

- кінцеві споживчі витрати (товари першої необхідності, предмети споживання тривалого користування та ін.);
- кінцеві витрати органів державного керування (державні витрати на купівлю продукції підприємств і купівлю ресурсів для потреб держави, тобто сума витрат держави на виплату заробітної плати держслужбовцям і на закупівлю товарів і послуг);
- валові капіталовкладення, валові накопичення і зміна запасів матеріальних оборотних коштів;
- сальдо експорту та імпорту (різниця), тобто частина ВВП направляється на експорт і частина витрачається на імпорт товарів і послуг.

ВВП за доходами – це сума доходів, отриманих у країні від виробництва продукції даного року (сума доходів від економічних ресурсів, використаних у процесі виробництва суспільного продукту за певний час). Включає наступні статті:

- заробітну плату найманих робітників;
- прибуток фірм і корпорацій;
- доходи некорпоративних підприємств, що знаходяться в індивідуальній власності, і доходи працівників вільних професій;
- рентні платежі (доходи від власності – землі, нерухомості та ін.);
- відсоток на позичковий капітал (виплати за капітал, використаний при виробництві ВВП);
- амортизаційні відрахування – відрахування на створення грошового фонду, що відшкодовує знос основних фондів, які беруть участь у створенні ВВП;
- непрямі податки – ПДВ, акцизи, мита та ін., – тобто незароблений дохід, що одержує держава шляхом збільшення цін для свого утримання.

Показники міжнародної торгівлі

- експорт - вивіз товару з країни;
- імпорт - ввіз товару в країну;

- торговий оборот (ТО) – сукупний обсяг експорту й імпорту за визначений період часу;
- торгове сальдо (ТС) - різниця між вартісним обсягом експорту й імпорту товарів окремої країни за рік;
- експорт на душу населення - вартісний обсяг експорту за рік, ділений на кількість населення в даній країні;
- імпорт на душу населення - вартісний обсяг імпорту за рік, ділений на кількість населення в даній країні;
- торговий оборот на душу населення - вартісний обсяг ТО за рік, ділений на кількість населення в даній країні.

Основні макроекономічні показники

Прямі іноземні інвестиції (ПІІ) – капіталовкладення в іноземні підприємства, які забезпечують контроль над об'єктом розміщення капіталу і відповідний дохід. Прямі іноземні інвестиції здійснюються у формі створення дочірніх компаній, асоційованих (змішаних) компаній, відділень, спільних підприємств тощо. Сьогодні найчастіше створюються змішані компанії за участю місцевого капіталу. Змішані компанії, в яких іноземному інвестору належить більше від половини акцій, називають компаніями переважного володіння, а якщо 50% - іноземному інвестору і 50% - місцевому - компаніями однакового володіння, якщо іноземний інвестор має менше ніж 50% акцій – змішаним підприємством з участю іноземного капіталу.

ПІІ за міжнародною класифікацією поділяються на :

- а) вкладання компаніями за кордон власного капіталу (капітал філій і частка акцій у дочірніх та асоційованих компаніях);
- б) реінвестування прибутку;
- в) внутрішньокорпоративні переміщення капіталу у формі кредитів і позик між прямим інвестором та дочірніми, асоційованими компаніями і філіями.

Валові іноземні інвестиції - це загальний обсяг інвестування, що спрямоване на нове будівництво, реконструкцію або розширення, придбання товарно-матеріальних засобів виробництва за розрахунковий період на території іноземних держав.

Зовнішній державний борг — це сукупність боргових зобов'язань держави, що виникли в результаті запозичень держави на зовнішньому ринку.

Зовнішній державний борг має такі дві складові:

- борг органів державної влади і управління, який виникає в результаті залучення кредитів іноземних держав та випуску державних цінних паперів, що розміщуються на міжнародних ринках капіталів;

- борг суб'єктів господарювання, гарантований Урядом.

Державний борг можна поділити на дві складові:

- капітальний, який включає всю сукупність боргових зобов'язань держави на певну дату;

- поточний, що складається з платежів по зобов'язаннях, які позичальник повинен погасити у звітному періоді.

Державний бюджет характеризується певними грошовими відносинами, що виникають між державою, з одного боку, і юридичними та фізичними особами - з іншого, із приводу утворення фонду фінансових ресурсів держави та його використання на соціально-економічний розвиток відповідно до державних функцій.

У залежності від співвідношення між доходами та видатками Державний бюджет може бути:

- збалансованим, коли видатки дорівнюють доходам, до чого, відповідно до Конституції України, і повинна прагнути держава;

- дефіцитним, тобто з від'ємним сальдо, коли видатки перевищують доходи;

- профіцитним, тобто з позитивним сальдо, що спостерігається у разі перевищення доходів над видатками.

Відповідно до нормативно-правових актів Національного банку України **золотовалютний резерв** - це частина національного багатства України, до складу якої входять активи, визнані світовим співтовариством як міжнародні і яка перебуває під контролем Національного банку та призначена для прямого чи непрямого регулювання платіжного балансу шляхом проведення валютних інтервенцій та інших цілей, передбачених законодавством України. Золотовалютний резерв Національного банку України містить такі активи:

- монетарне золото;
- спеціальні права запозичення;
- вільно конвертовану валюту у вигляді банкнот, монет, інших платіжних інструментів, а також коштів на рахунках і депозитах в іноземних банках;
- векселі, ноти, облігації (крім емітованих резидентами України), номіновані у вільно конвертованій валюті;

- інші вимоги у вільно конвертованій валюті, передбачені чинним законодавством України.

Основними резервними валютами для Національного банку є долари США, євро, СПЗ, швейцарські франки, англійські фунти стерлінгів, японські єни. Як базова валюта, тобто як валюта для підрахунку обсягу, визначення структури золотовалютного резерву, а також для складання звітності для міжнародних фінансових організацій використовується долар США.

Інфляція - це знецінення грошей внаслідок надмірного зростання їх маси в обороті, що виявляє себе через зростання цін.

У роботі не варто наводити формули чи алгоритм розрахунків, теоретичні аспекти тощо. Акцентується увага на представленні статистично-аналітичних даних розвитку країни за 5 років, виявлення основних тенденцій її розвитку, встановлення причинно-наслідкових зв'язків.

ОФОРМЛЕННЯ РЕФЕРАТУ

Загальні вимоги. Текстовий матеріал друкується комп'ютерним способом на одному боці аркуша паперу формату. Текст роботи слід друкувати, додержуючись таких розмірів берегів: верхній, лівий і нижній – не менше 15 мм, правий – не менше 10 мм. Шрифт – Times New Roman, 14 кегль, міжрядковий інтервал – 1, масштаб 100%, звичайний, абзац 1,0 см.

Розділи та підрозділи повинні містити заголовки. Заголовки структурних елементів і розділів слід розміщувати посередині рядка і друкувати великими літерами без крапки в кінці. Заголовки підрозділів необхідно починати з абзацу. Заголовки друкуються шрифтом Times New Roman, 14 кегль.

Розділи, та підрозділи нумеруються арабськими цифрами. Номер підрозділу складається з номера розділу та порядкового номера підрозділу, розділених крапкою, наприклад, 1.1, 1.2, 1.3. Кожний структурний елемент реферату має починатися на новій сторінці. Лише підпункти починаються відразу після закінчення попереднього підпункту, а не із нової сторінки.

Рисунки, таблиці, формули. Рисунки, таблиці розташовують після першого посилання на них у тексті, або не далі як на наступній сторінці. На рисунки та таблиці у тексті роблять посилання скороченням слів та порядковим номером – табл.1.2 (друга таблиця першого розділу), рис. 1.2 (другий рисунок першого розділу). На всі таблиці та рисунки повинні бути посилання в тексті. У

разі повторного посилання вказують скорочено слово «дивись» у скороченому виді – «див. табл. 1.3».

Таблиця. Кожна таблиця повинна мати назву, яку розміщують над нею і друкують симетрично до тексту. Назву і слово «Таблиця» починають з великої літери. Слово «Таблиця» вказують один раз над першою частиною таблиці, над іншими частинами таблиці пишуть: «Продовження таблиці ____» з зазначенням номера таблиці. Назва таблиці розміщується по правому краю сторінки. Заголовки граф таблиці починають з великої літери, а підзаголовки – з малої, якщо вони складають одне речення з заголовком. В таблиці використовують шрифт Times New Roman, 12 кегль, міжрядковий інтервал – 1 (табл. 3).

Таблиця 3

Країни із найбільшим річним ВВП на душу населення в 2017 році

| Країна | ВВП, тис. дол. | Країна | ВВП, тис. дол. |
|---------------|----------------|---------------|----------------|
| 1. Люксембург | 74,0 | 6. Канада | 37,1 |
| 2. США | 49,4 | 7. Ісландія | 36,3 |
| 3. Катар | 46,1 | 8. Австрія | 36,0 |
| 4. Норвегія | 45,3 | 9. Гонконг | 35,7 |
| 5. Ірландія | 40,7 | 10. Австралія | 35,7 |

Джерело: [12]

Рисунки. Рисунки (схеми, діаграми і т. ін.). Рисунки слід розміщувати безпосередньо після тексту, де вони згадуються вперше, або не далі як на наступній сторінці. На всі ілюстрації мають бути посилання у тексті роботи. Назву рисунка розміщують під ілюстрацією. За необхідності під ілюстрацією розміщують пояснювальні дані (підрисунковий текст). Графічний матеріал позначають словом «Рис. ____». Наприклад, «Рис. 1. Еволюція форм ринку» (рис.1).



Рис. 1. Еволюція форм ринку [13]

Формули. Формули та рівняння розташовують безпосередньо після тексту, в якому вони згадуються, посередині сторінки. Їх слід нумерувати порядковою нумерацією в межах розділу. Номер формули або рівняння складається з номера розділу і порядкового номера, відокремлених крапкою, наприклад, формула (1) . Номер зазначають на рівні формули або рівняння в круглих дужках, у крайньому на рівні відповідної формули.

Пояснення значень символів і числових коефіцієнтів слід наводити безпосередньо під формулою у тій послідовності, в якій вони наведені у формулі чи рівнянні. Пояснення значення кожного символу та числового коефіцієнта слід давати з нового рядка. Перший рядок пояснення починають з абзацу словом «де» без двокрапки.

Приклад. Валовий внутрішній продукт розраховується за формулою:

$$ВВП = A + TC \quad (1),$$

де А – абсорбція;

ТС - торгове сальдо.

Додатки. Матеріал, що доповнює положення роботи, допускається розміщувати в додатках. Додатки необхідно розміщувати в порядку появи посилань на них у тексті.

Додатки позначають великими літерами української абетки, починаючи з А, за винятком літер Г, Є, З, И, І, Ї, О, Ч, Ь. Після слова «ДОДАТОК» друкують літеру, що позначає його послідовність. Допускається позначення додатків літерами латинської абетки, за винятком літер І, О.

Кожен додаток слід починати з нової сторінки. Додаток повинен мати заголовок, який друкують симетрично відносно тексту з великої літери окремим рядком.

Скорочення. Існують наступні загальноприйняті умовні скорочення:

а) скорочення, які роблять після переліку: і т.д. (і так далі), і т.п. (тому подібне) та ін. (і інші). Слова «і тому подібне», «та інші» усередині речення не скорочують;

б) скорочення у випадку позначення цифрами століть і років: ст. (століття), р. (рік), рр. (роки);

в) скорочення що роблять у випадку посилань: див. (дивися), порівн. (порівняй).

Не допускаються скорочення наступних слів: «так званий» (т. зв.), «наприклад» (напр.), «близько» (бл.), «формула» (ф-ла), «рівняння» (рів-ня) тощо.

Нумерація сторінок. Нумерація сторінок розрахункової роботи здійснюється арабськими цифрами в правому верхньому кутку, зі збереженням наскрізної нумерації усього тексту. Номер сторінки проставляють у правому верхньому куті сторінки без крапки в кінці. Усі сторінки нумеруються, крім титульного аркуша та змісту.

Система оцінювання реферату

Бали, отримані за виконання реферату, враховуються в семестровому рейтингу студента виходячи із наступних критеріїв:

Ваговий бал – 30.

Критерії оцінювання:

- «відмінно» - робота виконання в повному обсязі, розрахунки без помилок, з поясненнями та повними відповідями на поставлені задачі, всі структурні елементи реферату присутні – 30-28 балів;
- «дуже добре» - в роботі містяться деякі неточності або розрахункові помилки – 27-25 балів;
- «задовільно» - є недоліки щодо виконання вимог до роботи, розрахункові помилки, помилку по змісту представленого матеріалу – 24-21 балів;
- «достатньо» - відсутні деякі структурні елементи роботи, наявні грубі помилки змістовного характеру, відсутні розрахунки - 18-20 балів
- «незадовільно» - не відповідає вимогам до «достатньо» – 0-17 балів.

Крім того, окремий бал виставляється за презентацію свого індивідуального завдання. Захист реферату відбувається у формі проведення ділової гри, в якій команди ведуть переговори, шукаючи торгового партнера та представляючи свою торгову пропозицію.

Кожна команда має обмежений час - 15 хвилин, протягом якої необхідно представити результати виконаного дослідження із використанням програми з побудови презентацій.

Оцінка за презентацію реферату у команді входить до загального рейтингу з дисципліни та має ваговий бал – 5.

Критерії оцінювання:

- «відмінно» - повна відповідь (не менше 90% потрібної інформації), чітко спланована робота, діяльність рівномірно розподілена між членами групи – 5 балів;
- «дуже добре» - достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації) або повна відповідь із незначними неточностями – 4 балів;
- «задовільно» - неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації) та незначні помилки – 3-2 бали;
- «незадовільно» - незадовільна відповідь (не відповідає вимогам на «задовільно») – 0-1 бал.

VI. ПОТОЧНИЙ ТА ПІДСУМКОВИЙ КОНТРОЛЬ

Поточний контроль знань студентів протягом вивчення дисципліни включає: відповіді на практичних заняттях; експрес-контролі; модульну контрольну роботу; виконання реферату.

Відповіді на практичних заняттях. Під час проведення практичних занять студенти відповідають на поставлені запитання викладача, виконують задачі та ситуаційні вправи.

Експрес-контролі. Протягом семестру рівень знань студентів перевіряються короткими самостійними роботами, що включають тестові питання.

Модульна контрольна робота. Метою модульної контрольної роботи є виявлення рівня засвоєних студентом знань. Мета модульної контрольної роботи – виявити рівень знань студентів за опрацьованими темами.

Виконання реферату. Реферат є роботою студента та включає в себе узагальнення елементів різних тем дисципліни.

Семестрову атестацію студента проводять за результатами підсумкового значення рейтингу з дисципліни. Рейтингова оцінка (RD), семестрова атестація з якого передбачена у вигляді заліку, формується як сума всіх рейтингових балів і складає 100 балів.

Рейтинг студента з дисципліни складається з балів, що він отримує за:

- 1) відповіді на практичних заняттях – $7 * 5$ балів = 35 балів;
- 2) два експрес-контролі – $2 * 5$ балів = 10 балів;
- 3) модульну контрольну роботу – 20 балів;
- 4) виконання реферату – 30 балів;
- 5) презентація за рефератом – 5 балів.

Система рейтингових балів

1. Практичні заняття.

Ваговий бал – 5.

Критерії оцінювання:

- «відмінно» - повна відповідь (не менше 90% потрібної інформації) – 5 балів;
- «добре» - достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації), або повна відповідь з незначними неточностями – 4 балів;

- «задовільно» - неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації) та незначні помилки – 3-2 балів;
- «незадовільно» - незадовільна відповідь (не відповідає вимогам на «задовільно») – 0-1 балів.

Одному або двом кращим студентам на кожному практичному занятті може додаватися як заохочування 1 бал.

2. Експрес-контроль.

Ваговий бал – 5.

Критерії оцінювання:

- «відмінно» - повна відповідь (не менше 90% потрібної інформації) – 5 балів;
- «добре» - достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації), або повна відповідь з незначними неточностями – 4 бали;
- «задовільно» - неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації) та незначні помилки – 3 бали;
- «незадовільно» - незадовільна відповідь (не відповідає вимогам на 3 бали) – 1-2 балів.

3. Модульна контрольна робота.

Ваговий бал – 20.

Критерії оцінювання:

- «відмінно», повні відповіді на теоретичні запитання і вірно розв'язана задача – 20-18 балів;
- «добре» - присутні неточності в відповідях на теоретичні питання або розрахункові помилки в задачі – 17-15 балів;
- «задовільно», робота містить відповіді на теоретичні запитання з несуттєвими неточностями і не повний розв'язок практичного завдання – 14-12 балів;
- «незадовільно», незадовільна відповідь (не відповідає вимогам на «задовільно») – 0-11 балів.

4. Реферат.

Ваговий бал – 30.

Критерії оцінювання:

- «відмінно» - робота виконання в повному обсязі, розрахунки без помилок, з поясненнями та повними відповідями на поставлені задачі, всі структурні елементи реферату присутні – 30-28 балів;
- «дуже добре» - в роботі містяться деякі неточності або розрахункові помилки – 27-25 балів;
- «задовільно» - є недоліки щодо виконання вимог до роботи, розрахункові помилки, помилку по змісту представленого матеріалу – 24-21 балів;
- «достатньо» - відсутні деякі структурні елементи роботи, наявні грубі помилки змістовного характеру, відсутні розрахунки - 18-20 балів
- «незадовільно» - не відповідає вимогам до «достатньо» – 0-17 балів.

5. Презентація по реферату.

Ваговий бал – 5.

- «відмінно» - повна відповідь (не менше 90% потрібної інформації), чітко спланована робота, діяльність рівномірно розподілена між членами групи – 5 балів;
- «дуже добре» - достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації) або повна відповідь із незначними неточностями – 4 балів;
- «задовільно» - неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації) та незначні помилки – 3-2 бали;
- «незадовільно» - незадовільна відповідь (не відповідає вимогам на «задовільно») – 0-1 бал.

Максимальна сума балів дорівнює 100. Умовою позитивної першої атестації є отримання не менше 20 балів. Умовою позитивної другої атестації – отримання не менше 40 балів. У разі, якщо студент не набрав достатньої кількості балів для отримання оцінки автоматом за залік (від 60 до 100 балів), то він виконує залікову роботу. Умовою його допуску до заліку є сданий реферат.

Залікова робота містить два теоретичних питання, одне практичне та 20 тестових питань. Перелік питань наведений у методичних рекомендаціях до засвоєння кредитного модуля. Кожне теоретичне питання оцінюється у 20 балів, практичне – у 20 балів, тестові завдання оцінюються у 2 бали.

Система оцінювання теоретичних відповідей:

- «відмінно» - повна відповідь (не менше 90% потрібної інформації) – 20-18 балів;

- «добре» - достатньо повна відповідь (не менше 75% потрібної інформації, або незначні неточності) – 17-15 балів;
- «задовільно» - неповна відповідь (не менше 60% потрібної інформації та деякі помилки) – 14-12 балів;
- «незадовільно» - незадовільна відповідь – 0-11 балів.

Система оцінювання практичного завдання:

- «відмінно» - повний розв'язок завдання – 20-18 балів;
- «добре» - повний розв'язок завдання з несуттєвими неточностями – 17-15 балів;
- «задовільно» - завдання виконане з недоліками – 14-12 балів;
- «незадовільно» - завдання не виконано або виконано з суттєвими змістовними помилками – 0-13 балів.

Семестрова оцінка з дисципліни переводить з рейтингових балів згідно з таблицею:

Таблиця 4

| Бали | Залікова оцінка |
|-------------------------|-----------------|
| 95-100 | відмінно |
| 85-94 | дуже добре |
| 75-84 | добре |
| 65-74 | задовільно |
| 60-64 | достатньо |
| Менше 60 | незадовільно |
| Є незарахований реферат | не допущено |

ВІІ. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

Базова література

1. Авдокушин Е.Ф. Международные экономические отношения. – М.: ИКТЦ "Маркетинг", 2001.– 340 с.
2. Аксютіна А.В., Нестерцова-Собакаръ О.В., Тропін В.В. та ін. А 41 Інтелектуальна власність: навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / За заг ред канд. юрид. наук, доц. НестерцовоїСобакаръ О.В. – Дніпро: Дніпроп. держ. ун-т внутр. справ, 2017. – 140 с.
3. Григорова-Беренда Л. І. Теорія і практика зовнішньої торгівлі : навчальний посібник / Л. І. Григорова-Беренда, М. В. Шуба. – Харків : Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2016. – 136 с.
4. Дергачова В.В., Кузнецова К.О., Манаєнко І.М. Міжнародні економічні відносини: навчальний посібник. К.: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2020. 424 с.
5. Киреев А.П. Международная экономика. Ч.1.– М.: "Международные отношения", 2001.– 416 с.
6. Козик В.В. Міжнародні економічні відносини : навч. посіб. / В.В. Козик, Л.А. Ланкова, Б.Даниленко. - 7-е вид. - К. : Знання, 2008. - 406 с.
7. Михайлушкин А.И., Шимко П.Д. Международная экономика. – СПб.: Питер, 2008. – 464 с.
8. Міжнародний маркетинг: навч. посібник / Т. В. Князева, Ю. П. Колбушкін, С. В. Петровська та ін. – К. : НАУ, 2019. – 164 с.
9. Міжнародні перевезення : теорія та практика : навч. посібник : у 2 кн. / Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків :ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018 – . Кн. 1 / А. С. Галкін, В. П. Левада, Ю. А. Давідіч, Н. В. Давідіч, К. Є. Вакуленко. – 2018. – 182 с.
10. Міжнародна торгівля: конспект лекцій [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. спеціальності 051 «Економіка», спеціалізації «Міжнародна економіка» / КПІ ім. Ігоря Сікорського; уклад.: Моїсєєко Т. Є. – Електронні текстові дані (1 файл: 4,52 Мбайт). – Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2018. - 287 с.
11. Новицький В.Є. Міжнародна економічна діяльність України: Підручник. – К.: КНЕУ, 2003. – 948.
12. Пугель Т.А., Линдерт П.Х. Международная экономика. Учебник / пер. англ. – М.: Изд-во «Дело и сервис», 2003. – 800с.

13. Україна і світове господарство: взаємодія на межі століть / А.С.Філіпенко, В.С.Будкін, А.С. Гальчинський та ін.— К.: "Либідь", 2002.— 470 с.

Допоміжна література

1. Ажнюк М. О. Основи економічної теорії : навч. посіб. / М. О. Ажнюк, О. С. Передрій. — К. : Знання, 2008. — 368 с.

2. Антонович М. Міжнародне право : навч. посіб. / М. Антонович. — К. : Юрінком Інтер, 2011. — 384 с.

3. Бабій Л. Роль наднаціональності міжнародних економічних організацій у формуванні глобального економічного правопорядку / Л. Бабій // *Право України*. — 2010. — № 1. — С. 155–162.

4. Бахчеванова Н. В. Міжнародні економічні відносини : навч. посіб. / Н. В. Бахчеванова, С. М. Макуха. — Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. — 403 с.

5. Білецька Л. В. Економічна теорія: Політекономія. Мікроекономіка. Макроекономіка : навч. посіб. / Л. В. Білецька, О. В. Білецький, В. І. Савич. — 2-ге вид. переробл. та допов. — К. : Центр учб. л-ри, 2009. — 688 с.

6. Бураковський І. В. Глобальна фінансова криза: уроки для світу та України / І. В. Бураковський, О. В. Плотніков. — Х. : Фоліо, 2009. — 299 с.

7. Гнатюк О. В. Тенденції розвитку глобальних світових процесів до 2015 року (на основі доповіді Національної ради з розвідки США) / О. В. Гнатюк // *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. — К., 2010. — Вип. 93, ч. 1. — С. 120–122.

8. Грищенко А. Європейський та євразійський вектори економічної інтеграції України / А. Грищенко // *Економіка України*. — 2012. — № 7. — С. 80–88.

9. Дахно І. І. Міжнародна торгівля. - К.: МАУП, 2003. - 296 с.

10. Дахно І. І. Міжнародне економічне право / І. І. Дахно. — 3-тє вид., переробл. і допов. — К. : Центр учб. л-ри, 2009.

11. Довгополов А. А. Глобальные проблемы мировой экономики / Довгополов А. А. // *Евразийский юридический журнал*. — 2010. — № 2. — С. 12–14.

12. Международные экономические отношения: Учебник, Под общ. Ред. В.Е.Рыбалкина. — 3е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.

13. Міжнародні економічні відносини: Підручник / За ред. І. М. Школи. - К.: КНЕУ, 2003. - 589с.

14. Міжнародна економіка: Підручник / А. П. Румянцев, Г. Н. Климко, В. В. Рокоча та ін.; за ред. А. П. Румянцева. - К.: Знання-Прес, 2003. - 447 с.
15. Мировая экономика. Экономика зарубежных стран: Учебник/ под ред. Колесова В.П., Осьмовой М.Н. – М.: Флинта: МПСИ, 2000. – 480 с.
16. Основи економічної теорії : підручник / за заг. ред. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2010. – 448 с.
17. Сергеев В.П. Мировая экономика: Вопросы и ответы. – М.: Юриспруденция, 2000.
18. Старостіна А. О. Економіка зарубіжних країн / А. О. Старостіна, А. О. Длігач, Н. В. Богомаз. – К. : Знання, 2009. – 454 с.
19. Філіпенко А. С. МЕН: історія: Підручник. - К.: Либідь, 2006. - 392с.
20. Шевчук В.О. Міжнародна економіка: теорія і практика: підручник / В.О. Шевчук. - К. : Знання, 2008. - 663 с.

Інформаційні ресурси

1. www.wto.org - сайт Світової організації торгівлі.
2. www.unicc.org/unctad - сайт конференція ООН з торгівлі та розвитку.
3. www.iccwbo.org - сайт Міжнародної торгової палати.
4. www.europa.eu.int, <http://www.eurunion.org> - сайт Європейського Союзу.
5. www.europa.eu.int/en/comm/eurostat/serven/par6/bsom.html — сайт Statistical Office of The European Communities (EUROSTAT).
6. www.adb.org - сайт Азійського банку розвитку.
7. www.un.org - сайт ООН.
8. www.wto.org - сайт Світової організації торгівлі.
9. www.cisstat.com - сайт статистики країн-членів СНД.
10. www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook - сайт ЦРУ США (The World Factbook).

VIII. ТЛУМАЧНИЙ СЛОВНИК

Антидемпінгові мита – мита, що діють у відношенні імпортованих за заниженими, або демпінговими, цінами товарів в якості заходів, нейтралізуючи ефект демпінгу.

Базисні умови контрактів – це такі типові економіко-правові схеми реалізації експортно-імпортних операцій, які визначають взаємні зобов'язання продавця та покупця у зв'язку з укладанням і реалізацією контрактів.

Валютні ринки – офіційні центри, де відбувається купівля – продаж іноземної валюти за національну валюту за курсом, який складається на основі попиту і пропозиції.

Вимоги про зміст місцевих компонентів – прихований метод торгової політики держави, який законодавчо встановлює частку участі національних виробників у виробництві імпортованого товару.

Внутрішні податки і збори – приховані методи торгової політики, направлені на підвищення внутрішньої ціни імпортного товару і скорочення внаслідок цього його конкурентоспроможності на внутрішньому ринку.

Внутрішній ринок – форма господарського спілкування, при якій все призначене для продажу збувається самими виробниками усередині країни.

Глобальний маркетинг – концепція маркетингу, що ґрунтується на виявленні однорідних потреб, загальних для різних країн; передбачається вихід з єдиним товаром і комплексом маркетингу відразу на всі закордонні ринки, тобто орієнтований на стандартизацію маркетингової активності на всіх ринках.

Демпінг – це продаж товару за кордоном по ціні, нижчій її звичайної ціни, що завдає або загрожує завдати матеріальної шкоди промисловості на території країни-імпортера, це засіб просування товару на зарубіжний ринок.

Державні закупівлі – прихований метод торгової політики, який вимагає від державних органів і підприємств купувати певні товари лише у національних фірм, незважаючи на те, що ці товари можуть бути дорожче ніж імпортні.

«Добровільне» обмеження експорту – угода між урядом країни-імпортера і урядом або компаніями країни-експортера про обмеження поставок товару в рамках узгоджених обсягів в обмін на відмову країни-імпортера від введення жорстоких обмежень на імпорт.

Експорт – продаж товару, що передбачає його вивіз за кордон.

Експортне кредитування – це фінансовий метод нетарифного регулювання, який передбачає фінансове стимулювання державного розвитку експорту національними виробниками.

Ембарго – заборона імпорту та / або експорту.

Життєвий цикл товару – визначений період часу, що відображає основні етапи розвитку товару з моменту його розробки до виходу з ринку.

Імпорт – покупка товару, що передбачає його ввезення з-за кордону.

Інкотермс, або базисні умови контрактів, — це комплекс правил, які розроблені відповідно до практики реалізації контрактних зобов'язань між народних контрагентів з поставки товарів.

Квотування – це кількісне лімітування розміру імпорту / експорту за допомогою глобальних, індивідуальних, групових, сезонних, тарифних та інших видів процентних або вартісних обмежень (квот).

Компенсаційні мита – мита, що діють відносно ввезення товарів за субсидованими цінами і покликані нейтралізувати ефект заниження їх ціни.

Конкуренція – суперництво між окремими господарюючими одиницями, зацікавленими в досягненні однієї і тієї самої мети.

Конкурентне середовище – умови, сили, чинники, що прямо чи опосередковано впливають на ступінь конкуренції на ринку, а отже – і на свободу дій підприємства.

Конкурентоспроможність товару (послуги) – перевага товару (послуги) порівняно з якимось іншим товаром (аналогічним чи його заміником) при вирішенні потенційним покупцем своїх проблем; характеристика товару, у якій відображається його відмінність від товару-конкурента як за ступенем відповідності конкретної потреби, так і за витратами на її задоволення; такий товар, що на одиницю своєї вартості (ціни) задовольняє більше потреб і на більш високому рівні, ніж товари конкурентів.

Кон'юнктура – сформована на ринку економічна ситуація, яку характеризують співвідношення між попитом та пропозицією, рівень цін, товарні запаси, портфель замовлень за галузями та інші економічні показники.

Культура – історично визначений рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини, відображений у типах, формах організації життя і діяльності людей, а також у створених ними матеріальних і духовних цінностях.

Ліцензування передбачає видачу державою імпортеру або експортеру через спеціально уповноважений державний орган дозволу (ліцензії) на ввезення або вивезення певних товарів протягом певного терміну.

Міжнародна економічна інтеграція являє собою процес економічної взаємодії країн, що приводить до зближення господарських механізмів, який приймає форму міждержавних угод і регульований міждержавними органами.

Міжнародна торгівля – сфера міжнародних товарно-грошових відносин, що представляють собою сукупність зовнішньої торгівлі всіх країн світу.

Міжнародні економічні відносини – господарські відносини між резидентами (тобто постійно перебуваючими в даній країні юридичними та фізичними особами) та нерезидентами (тобто іноземними юридичними та фізичними особами).

Міжнародний маркетинг – 1) маркетингова діяльність фірми за межами національних кордонів; 2) прикладна дисципліна і практичний вид діяльності, спрямовані на задоволення потреб за допомогою обміну між суб'єктами ринку, розташованими у різних державах; 3) філософія бізнесу, що вивчає можливості задоволення потреб закордонних ринків, які формуються під впливом специфічного для підприємства маркетингового середовища; 4) специфічна функція, набір інструментів управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, його активністю на світовому ринку

Міжнародний ринок – частина національних ринків, яка безпосередньо пов'язана з закордонними ринками.

Міжнародний поділ праці – це найвищий ступінь розвитку суспільно-територіального поділу праці між країнами, основою якого є економічно вигідна спеціалізація окремих країн і обмін випущеною продукцією визначеної кількості та якості.

Міжнародні маркетингові дослідження – 1) систематичний збір, реєстрація й аналіз проблем, що стосуються міжнародного маркетингу товарів і послуг; 2) систематичне визначення даних, потрібних у зв'язку з маркетинговою ситуацією, їх збір, аналіз і звіт про результати.

Місткість ринку – кількісна оцінка пропозиції товарів на ринку; можливий обсяг збуту товару на ринку при сформованому рівні цін протягом визначеного періоду часу (зазвичай року). Може бути розрахована за формулою: $\text{місткість ринку} = \text{НВ} - \text{Е} + \text{І} + \text{З}$, де НВ – обсяг виробництва всередині країни; Е – експорт; І – імпорт; З – зміна складських запасів (залишок запасів товарів, виготовлених у даній країні, на складах підприємств).

Мультинаціональне середовище – середовище, у якому домінують місцеві особливості – смаки, традиції поведінки і правові норми, притаманні лише цьому середовищу.

Національний ринок – внутрішній ринок, частина якого орієнтується на іноземних покупців.

Позиціонування товару – дії із забезпечення товару конкурентоспроможного становища на ринку і розробка відповідного комплексу маркетингу.

Реекспорт – вивезення раніше завезеного товару, без його переробки.

Реімпорт – ввезення раніше вивезених товарів, без його переробки.

Світове господарство – система взаємопов'язаних і взаємозалежних економік, що функціонують і розвиваються за єдиними об'єктивним законам ринку.

Світовий ринок – сфера стійких товарно-грошових відносин між країнами, заснованих на міжнародному поділі праці, та інших факторів виробництва.

Стратегія адаптації товару – товарна стратегія, що полягає в модифікації продукту спеціально для іноземних ринків.

Стратегія базисних цін – цінова стратегія, яка полягає в тому, що фіксується ціна в певному територіальному місці (фрахтовому чи базисі базисному пункті), а у всіх інших до неї додаються витрати з транспортування від цього місця до місця розташування покупця, митного очищення і т.д.

Стратегія «вхідного квитка на зовнішній ринок» – цінова стратегія, яку використовують фірми, що ще не мають переваг у техніко-економічних характеристиках пропонованої продукції: вона або приблизно така сама, або гіршої якості. Ціновий чинник для проникнення на зовнішній ринок за цієї ситуації розглядається як вирішальний.

Стратегія єдиних цін – цінова стратегія, що полягає у встановленні єдиної ціни для всіх споживачів незалежно від їхнього місця знаходження, із включенням у неї витрат із постачання (фрахту) за усередненою ставкою.

Стратегія «зняття вершків» – цінова стратегія, що полягає у встановленні підприємством тимчасової максимально високої ціни, що забезпечує норму прибутку, яка значно перевищує середньогалузеву.

Стратегія зональних цін – цінова стратегія, за якої фірма розділяє ринок на дві чи більше зони. Усі покупці всередині однієї зони платять за товар однакову загальну ціну. У більш віддалених зонах ціна вища.

Стратегія «орієнтація на конкурентів» – цінова стратегія, за якої фірма орієнтується або на середній у галузі рівень цін, або на ту ціну, за якою продають свою продукцію більшість конкурентів. Цю стратегію застосовують на ринках чистої чи монополістичної конкуренції.

Стратегія «першокласний імідж продукту» – цінова стратегія, яка полягає у встановленні експортером підвищеної ціни на пропонований товар, що виділяє його не з технічного, якісного, але й цінового погляду.

Стратегія «проб і помилок» – цінова стратегія, що означає для підприємства, яке працює на зовнішніх ринках, обов'язкове експериментування з цінами. До встановлення остаточних цін підприємство направляє свої товари до торговельної мережі, накопичуючи інформацію, яку потім обробляє експортер, і визначає кінцеві ціни реалізації на експортному ринку.

Стратегія прогресивного винаходу – створення принципово нового товару спеціально для зовнішніх ринків задля задоволення дефіциту, що існує в іншій країні.

Стратегія прориву чи проникнення на ринок – цінова стратегія, що полягає у встановленні підприємством початкових низьких цін на зовнішньому ринку (відхилення 10–15 % і більше від ціни конкурентів) для залучення якомога більшої кількості покупців і усунення конкурентів. Потім, зростаючи і розвиваючись, фірма підвищує ціну на товар до нормального рівня. Стратегію застосовують, коли фірма виходить на нові закордонні ринки, коли товар ще не має достатнього патентного захисту і його легко можуть відтворити конкуренти.

Стратегія «проходження за лідером» – цінова стратегія, за якої фірма орієнтується на рівень цін найбільшої в цій галузі компанії. Це типова ситуація, коли в галузі існує олігополія.

Стратегія регресивного, тобто «зворотного», винаходу – поновлення випуску товарів у формах, які раніше існували, але виявилися добре пристосованими для задоволення дефіциту тієї чи іншої країни.

Стратегія стандартизації товару – товарна стратегія; полягає в тому, що фірма переносить на міжнародні ринки свою товарну позицію (якість, товарний знак, дизайн, упаковку), яка застосовується на внутрішньому ринку.

Стратегія стимулювання комплексних продажів («збиткового лідера») – цінова стратегія, відповідно до якої фірма встановлює низькі ціни на один базовий виріб у комплекті, що стимулює продаж усього комплекту і забезпечує одержання всього обсягу прибутку.

Стратегія ціни за місцем виготовлення – цінова стратегія, що полягає у встановленні базової ціни (ФОБ) для всіх клієнтів і включення в неї фактичних витрат із доставки товару до місця перебування замовника.

Стратегія «що ринок винесе» – цінова стратегія, яка означає встановлення фірмою максимально високої ціни, яку готові платити покупці, за умови, що поточний обсяг продажів буде збережено.

Субсидія – фінансова або інша економічна підтримка в будь-якій формі, яка здійснюється урядом країн-учасниць зовнішньо-торговельних операцій, і яка може надаватися індивідуально, окремої галузі, окремому регіоні на основі об'єктивних критеріїв.

Технічні бар'єри – усі державні заходи контролю та обмежень, пов'язані з вимогами до технічних параметрів товару, які можуть бути використані як засіб обмеження доступу тих чи інших товарів на внутрішній ринок країни.

Торговий оборот – сума вартісних обсягів експорту та імпорту.

Торгівельне сальдо – різниця вартісних обсягів експорту та імпорту.

Фактори виробництва – економічні ресурси, які необхідно затратити, щоб виробити товар.