

**Миколаївський національний університет
імені В.О. Сухомлинського**
Факультет економіки
**Кафедра менеджменту організації та
зовнішньоекономічної діяльності**

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

**з дисципліни «Міжнародна торгівля послугами»
для організації самостійної роботи
студентів денної та заочної форми навчання
галузі знань 07 «Управління і адміністрування»
спеціальності «Менеджмент»**

Миколаїв – 2016

«Міжнародна торгівля послугами»: Методичні рекомендації для організації самостійної роботи студентів денної та заочної форми навчання галузі знань 07 «Управління і адміністрування» спеціальності «Менеджмент». - Миколаїв: МНУ ім. В.С. Сухомлинського, 2016 – 77 с.

Укладач:

А.В. Огієнко - к.е.н., доцент кафедри менеджменту організації та зовнішньоекономічної діяльності МНУ ім. В.О. Сухомлинського

Рецензенти:

В.В. Лагодієнко – д.е.н., професор кафедри світового сільського
господарства і зовнішньоекономічної діяльності
МНАУ

А.В. Обозна – к. е. н., доцент кафедри менеджменту ВП
Миколаївської філії Київського університету культури
і мистецтв

Рекомендовано до видання вченю радою факультету економіки
протокол № 2 від «____» жовтня 2016 р.

Рекомендовано до видання методичною комісією факультету економіки
Миколаївського національного університету ім. В.О. Сухомлинського

протокол № ____ від «____» жовтня 2016 р.

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Програма навчальної дисципліни.....	6
Тема 1.....	7
Тема 2.....	10
Тема 3.....	14
Тема 4.....	17
Тема 5.....	20
Тема 6.....	24
Тема 7.....	28
Тема 8.....	33
Тема 9.....	40
Тема 10.....	46
Тема 11.....	49
Тема 12.....	53
Завдання для самоперевірки.....	59
Рекомендована література.....	63

Вступ

Однією з основних передумов стабільного розвитку країн світової спільноти є постійне розширення їх взаємних господарських зв'язків. Серед останніх центральне місце займають міжнародні торговельні відносини, які зорієнтовані на задоволення потреб країн-партнерів у сировині, паливі, машинах, устаткуванні, новітніх матеріалах і технологіях, товарах широкого вжитку тощо.

Вагомою складовою міжнародних торговельних відносин, що останнім часом набуває все більшого значення, виступає світовий ринок послуг. Це зумовлено, по-перше, бурхливим розвитком сфери послуг у економічно-розвинутих країнах світу. Тут частка сфери послуг у ВВП сягає 70% і більше. По-друге, прискорене зростання міжнародної торгівлі послугами спонукала інтенсифікація інтеграційних та глобалізаційних процесів у світовому господарстві. По-третє, необхідно відмітити надзвичайно широку диверсифікацію послуг на міжнародному рівні, які все більше впливають на розвиток всіх галузей і сфер національного та інтернаціонального виробництва. Наслідком зазначених чинників стало стрімке зростання темпів торгівлі послугами на світовому ринку. Зараз на них припадає більше п'ятої частини світових експортно-імпортних операцій. Все це викликає не тільки науковий і практичний інтерес до проблем розвитку міжнародної торгівлі послугами, але передбачає розв'язання питань з раціонального використання його переваг країнами світу.

Саме тому набуття теоретичних знань і практичних навичок в сфері міжнародної торгівлі послугами є необхідною умовою всебічної і поглибленої підготовки майбутнього фахівця в галузі менеджменту ЗЕД.

Метою навчальної дисципліни — формування системи теоретико-прикладних знань про сучасну роль, функціональне наповнення та інструментарій міжнародної торгівлі послугами у висококонкурентному середовищі.

Завдання навчальної дисципліни вивчення форм організації та інструментів державного регулювання міжнародної торгівлі послугами, практики наднаціонального регулювання міжнародних торговельних відносин; набуття вмінь розраховувати й аналізувати основні показники міжнародної торгівлі послугами, набуття навичок документального оформлення торговельних угод.

У результаті вивчення дисципліни “Міжнародна торгівля послугами” студенти повинні знати: методики ідентифікації цільових сегментів зарубіжного ринку; механізми організації моніторингу цін на зовнішніх ринках; загальні закономірності розвитку міжнародної торгівлі послугами;- форми прояву цих закономірностей у різних секторах і регіонах; основні механізми регулювання та управління розвитком міжнародної торгівлі послугами на національному та міжнародному рівнях; особливості участі України в зовнішній торгівлі послугами на міжнародному рівні.

Студент повинен вміти: встановлювати, підтримувати та розвивати плідні ділові стосунки з іншими іноземними контрагентами; аналізувати динамічні якісні зміни у розвитку міжнародної торгівлі послугами; давати оцінку поточним міжнародним економічним подіям; характеризувати сучасний стан, проблеми та перспективи участі України в міжнародній торгівлі послугами; розраховувати й аналізувати основні показники міжнародної торгівлі послугами.

3. Програма навчальної дисципліни

Змістовний модуль 1. Особливості здійснення та регулювання міжнародної торгівлі послугами

Тема 1. Міжнародна торгівля послугами: критерії та українська специфіка.

Тема 2. Організація міжнародної торгівлі послугами.

Тема 3. Основні показники міжнародної торгівлі послугами, її динаміка, структура і географічні напрямки.

Тема 4. Послуги посередників у міжнародній торгівлі.

Тема 5. Регулювання міжнародної торгівлі послугами.

Змістовний модуль 2. Міжнародні торгові операції послугами

Тема 6. Міжнародні послуги у сфері виробництва, кооперування та реклами: специфіка транзитивної економіки.

Тема 7. Міжнародна торгівля послугами у сфері обміну науково-технічними знаннями.

Тема 8. Лізинг та інші орендні операції в міжнародному співробітництві.

Тема 9. Міжнародні транспортні послуги.

Тема 10. Міжнародні туристичні послуги.

Тема 11. Світовий ринок освітніх послуг.

Тема 12. Особливості зовнішньої торгівлі послугами України. Проблеми та перспективи участі України в міжнародній торгівлі послугами.

Тема1: Міжнародна торгівля послугами: критерії та українська специфіка.

Мета вивчення: формування системи теоретико-прикладних знань про сучасну роль, функціональне наповнення та інструментарій міжнародної торгівлі послугами у висококонкурентному середовищі.

План

1. Поняття міжнародної торгівлі послугами.
2. Види міжнародних послуг та їх класифікація.
3. Міжнародний ринок послуг.
4. Інформаційні та електронні послуги як динамізуючий чинник міжнародної економічної діяльності.
5. Страхові послуги в міжнародній економічній діяльності.

Основні поняття

1. Міжнародна торгівля послугами - система міжнародних товарно-грошових відносин між суб'єктами різних країн з приводу купівлі-продажу різних видів послуг.

Торгівля послугами, за своїми базовими економічними принципами, переважно не відрізняється від звичайної товарної торгівлі, і базові схеми Сміта, Рікардо, Хекшера-Оліна-Самуельсона та інших авторів-теоретиків міжнародної спеціалізації та організації торгівлі, кооперації між різними країнами можуть бути застосовані й щодо неї.

2. За класифікацією ГАТС/СОТ послуги поділяються на групи: комунальні послуги та будівництво; оптова та роздрібна торгівля, ресторани та готелі, транспортування, зберігання та зв'язок і фінансове посередництво; оборона, охорона здоров'я та громадські роботи; інші комунальні послуги, соціальні та особисті послуги.

3. Міжнародний (світовий) ринок послуг - диверсифікована система спеціалізованих ринків послуг, участь у функціонуванні якої у той або інший спосіб беруть усі країни.

Передумови торгівлі послугами:

1. Природні фактори.
2. Історично обумовлена спеціалізація країн.
3. Сучасна тенденція НТП.

Особливості міжнародної торгівлі послугами:

-торгівля переважно здійснюється на прямих контактах між виробниками послуг і їх споживачами;

-її регулювання здійснюється не на кордоні, а всередині країни відповідними положеннями внутрішнього законодавства;

-велика залежність обсягу послуг і їх вартості від складності та наукомісткості товарів;

-значно більша захищеність державою виробництва і реалізації послуг, ніж сфери матеріального виробництва і торгівлі;

-послуги, що надходять в особисте споживання (туризм, освіта, культура тощо), не можуть бути задіяні у господарському обороті.

4.Міжнародний інформаційний обмін - це передача і отримання інформаційних продуктів та надання інформаційних послуг одній країні через державний кордон іншої країни.

Інформаційні послуги - це дії власників інформації з забезпечення користувачів інформаційними продуктами.

Електронні послуги - це такі послуги, які задовольняють двом вимогам: передусім поставляються через Інтернет або електронні мережі (тобто потребують підключення до Інтернету і наявності мереж); природа таких послуг практично повністю залежить від інформаційних технологій для їх поставки (тобто послуги переважно автоматизовані, людське втручання в них мінімальне, а за відсутності інформаційних технологій їх надати неможливо).

5.Страхова послуга - це фінансова послуга у вигляді продажу юридично оформленіх зобов'язань з надання страхового захисту, яку пропонують на ринку страховики потенційним страхувальникам.

II. Практичні завдання:

1. Здійснити аналіз зовнішньої торгівлі послугами України за останні 3 роки (географічна та товарна структура).

2. Визначити частку експорту послуг у експорті України за останні 3 роки.

3. Визначити рейтинг Миколаївської області серед областей України як суб'єкта міжнародної торгівлі послугами.

III. Тестові завдання:

1. До основних особливостей ринку послуг слід віднести:
 - а. системність розвитку;
 - б. довший життєвий цикл послуги у порівнянні з товаром;
 - в. нечутливість до ринкових змін;
 - г. низька швидкість обороту капіталу.
2. Підхід до аналізу ринку послуг, який передбачає вивчення взаємозв'язків між структурними елементами системи послуг - це:
 - а. системно-структурний;
 - б. системно-функціональний;
 - в. системно-генетичний.
 - г. системно-інтегративний.
3. Експортні послуги - це:
 - а. надання послуг іноземцям;
 - б. надання послуг резидентам;
 - в. надання послуг нерезидентам;
 - г. надання послуг однією країною іншій.
4. Метод, який передбачає вивчення ринку послуг як цілісного утворення:
 - а. діалектичний;
 - б. статистичний;
 - в. системний;
 - г. економічний.
5. Промислово-розвинені країни спеціалізуються переважно на наданні:
 - а. телекомунікаційних послуг;
 - б. транспортних послуг;
 - в. туристичних послуг;
 - г. фінансових послуг.
6. До послуг, пов'язаних з інвестиціями відносять:
 - а. страхові;
 - б. банківські;
 - в. інформаційні;
 - г. транспортні.
7. Транспорт, комп'ютерні та інформаційні послуги вимагають:
 - а. нерухомості виробника та споживача;

- б. мобільноті виробники та нерухомості споживача;
- в. мобільноті споживача та нерухомості виробника;
- г. мобільноті виробника і споживача.

8. Туризм, освіта та медичні послуги вимагають:

- а. нерухомості виробника та споживача;
- б. мобільноті виробники та нерухомості споживача;
- в. мобільноті споживача та нерухомості виробника;
- г. мобільноті виробника і споживача.

9. Подорожі у треті країни, організовані фірмами-нерезидентами вимагають:

- а. мобільноті виробника і споживача;
- б. мобільноті виробники та нерухомості споживача;
- в. мобільноті споживача та нерухомості виробника;
- г. нерухомості виробника та споживача.

10. Скільки відсотків світового ВНП становлять послуги:

- a. 40%;
- b. 50%;
- c. 60%;
- d. 70%.

Список рекомендованої літератури

1. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. Ч. 1 Х.: Ранок, 2008.
2. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. Ч. 2 Х.: Ранок, 2008.
3. Козик Ю. Г. Основи міжнародної торгівлі: навчальний посібник .К.: ЦНЛ, 2005.
4. Козик Ю.Г. Міжнародна торгівля: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Центр учебової літератури, 2009.

Тема 2: Організація міжнародної торгівлі послугами

Мета вивчення: формування у студентів системи теоретико-прикладних знань про організацію міжнародної торгівлі послугами відповідно до положень Генеральної угоди про торгівлю послугами (ГАТС).

План

1. Транскордонна поставка.
2. Споживання за кордоном.
3. Комерційна присутність.
4. Присутність фізичних осіб.

Основні поняття

1. Транскордонна поставка (поставка послуг з однієї країни до іншої).

До цієї категорії належать поставки послуг фізичним і юридичним особам однієї країни з іншої. З цією метою можуть бути використані міжнародний транспорт, телекомунікації, пошта. Нерідко певні послуги можуть міститися в експортуваних виробах (комп'ютерних дисках, інженерних кресленнях та ін.).

2. Споживання за кордоном (поставка послуги на території однієї країни споживачеві з іншої країни). Наприклад, послуги з ремонту суден однієї країни на території іншої або надання медичної допомоги громадянинові однієї країни у лікарні іншої.

3. Комерційна присутність (поставка послуг з однієї країни завдяки комерційній присутності на території будь-якої іншої країни). За такого способу поставки послуга надається на території країни через представництво або відділення іноземної фірми-постачальника. Наприклад, банківська послуга може бути надана через відділення або філію іноземного банку.

4. Присутність фізичних осіб (поставка послуги завдяки присутності фізичних осіб країни-постачальника на території будь-якої іншої країни). Цей спосіб передбачає фактичне пересування осіб через державний кордон. Наприклад, іноземний консультант може приїздити до країни для надання консультаційних послуг або деякі службовці фірми можуть бути відряджені до іншої країни для надання послуги, яка входить до сфери її діяльності (консультування щодо встановлення, налагодження роботи, техогляду, ремонту придбаних на фірмі техніки, устаткування).

II. Практичні завдання:

1. Навести приклади діючих проектів (програм) транскордонного співробітництва суб'єктів ЗЕД України.
2. Наведіть приклади надання послуг способом присутності фізичних осіб в Україні.

III. Тестові завдання:

1. Організація, яка здійснює регулювання світової торгівлі послугами:
 - а. ГАТТ;
 - б. ГАТС;
 - в. МБРР;
 - г. ЄБРР.
2. До послуг, надання яких вимагає переміщення лише виробника відносяться:
 - а. транспортні;
 - б. інформаційні;
 - в. прямі іноземні інвестиції;
 - г. медичні.
3. До факторних послуг належать:
 - а. транспортні послуги;
 - б. страхові послуги;
 - в. туристичні послуги;
 - г. ліцензійні платежі.
4. До особливостей міжнародної торгівлі послугами не відносяться:
 - а. нерозривність виробництва і споживання;
 - б. здатність послуг до збереження;
 - в. невідчутність;
 - г. невидимість.
5. Системно-інтегративний підхід до вивчення ринку послуг передбачає:
 - а. вивчення взаємозв'язків між структурними елементами сфери послуг;
 - б. аналіз функцій кожного елементу;
 - в. виділення ядра в системі міжнародних послуг, його вивчення та аналіз його впливу на структурні елементи системи послуг;
 - г. визначення окремих структурних елементів системи послуг.
6. Послуга - це:
 - а. зміна в положенні інституціональної одиниці, яке відбулося в результаті дій та без взаємної угоди з іншою інституціональною одиницею;
 - б. такий вид праці, при якому виробництво корисного ефекту не співпадає в часі з його споживанням;
 - в. вид діяльності, в результаті якої створюється новий матеріально-уречевлений продукт;

- г. підприємницька діяльність, спрямована на задоволення потреб інших осіб, за виключенням діяльності на основі трудових правовідносин.
7. Вплив транспортних витрат на економіку країни аналогічний:
- впливові зростаючих витрат збуту;
 - впливові зростаючих витрат виробництва;
 - впливові спадаючих витрат збуту;
 - впливові спадаючих витрат виробництва.
8. Розподіл транспортних витрат між торгуючими країнами залежить від:
- еластичності попиту;
 - еластичності пропозиції;
 - еластичності попиту і пропозиції;
 - взагалі не залежить від будь-якої еластичності.
9. Для оцінки рівня спеціалізації країни на експорті послуг розраховується індекс, який показує:
- відношення частки експорту послуг до частки експорту товарів у ВНП;
 - співвідношення частки експорту і частки імпорту послуг у ВНП;
 - частку експорту послуг у ВНП;
 - частку імпорту послуг у ВНП.
10. Міжнародні кредитні угоди, повітряні та морські перевезення пасажирів та вантажів є послугами, які відносяться до:
- тих, які можуть бути об'єктом міжнародної торгівлі;
 - тих, які не можуть бути об'єктом міжнародної торгівлі;
 - тих, які можуть вироблятися як для внутрішніх потреб, так і на експорт;
 - тих, які можуть вироблятися лише для внутрішніх потреб.

Список рекомендованої літератури

- Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. Ч. 1 Х.: Ранок, 2008.
- Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. Ч. 2 Х.: Ранок, 2008.
- Козик Ю. Г. Основи міжнародної торгівлі: навчальний посібник .К.: ЦНЛ, 2005.

8. Козик Ю.Г. Міжнародна торгівля: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Центр учебової літератури, 2009
9. <http://www.gatswatch.org/campaign.html>.

Тема 3: Основні показники міжнародної торгівлі послугами, її динаміка, структура і географічні напрямки.

Мета вивчення: формування у студентів системи знань та вмінь розраховувати основні показники МТ послугами. Робити аналіз структурних змін на сучасному етапі та в динаміці. Аналізувати розподіл експорту та імпорту послуг за географічними напрямками.

План

1. Показники МТ послугами їх динаміка і структурні зміни на сучасному етапі.
2. Зовнішня торгівля України послугами (структурна, динаміка обсягів експорту-імпорту послуг, основні країни партнери в експорті-імпорті послуг).

Основні поняття

Всі сфери міжнародного співробітництва потребують розвинених послуг, що є продовженням і розвитком сучасного виробництва.

Основна відмінність торгівлі послугами від торгівлі товарами, з якої витікають особливості міжнародної торгівлі послугами, в тому, що послуги не мають властивості накопичуватися. Темп росту даного сектору світової економіки значно перевищує темп росту світового товарного обігу. Також торгівлі послугами впливає на зайнятість населення національної економіки в значно більшому ступені, ніж товарний ринок.

Міжнародну торгівлю послугами характеризує велика кількість показників, які можна систематизувати за наступними ознаками:



II. Практичні завдання:

1. Розрахуйте за 2013-15 роки зовнішньоторгівельний оборот (ЗТО) послуг, експортну, імпортну квоту, зовнішньоторговельну квоту, темпи росту та приросту: експорту, імпорту, ЗТО. Зробіть відповідні висновки.
2. Проаналізуйте за останні 2 роки обсяги торгівлі послугами України з країнами світу. Зазначте найбільш важливого торгівельного партнера України в експорті послуг ukreksport.gov.ua.

III. Тестові завдання:

1. У структурі послуг США провідне місце займає:
 - торгівля
 - фінансові послуги
 - транспорт і зв'язок
2. В галузевій структурі розвинутих країн провідною галуззю є:
 - промисловість
 - сфера послуг
 - машинобудування
3. Найважливішими складовими інфраструктури є:
 - міжнародний транспорт, міжнародні інформаційно-комунікаційні системи, система міжнародних розрахунків
 - міжнародні інформаційно-комунікаційні системи, система міжнародних розрахунків

в. міжнародний транспорт, міжнародні інформаційно-комунікаційні системи

4. Основну роль в міжнародній торгівлі послугами відіграють:

- а. туризм, транспортні послуги
- б. транспортні послуги, комунікаційні послуги
- в. медичні та освітні послуги, туризм

5. До основних показників міжнародної торгівлі послугами відносяться:

а. експорт, імпорт, зовнішньоторговельний оборот, сальдо торговельного балансу

б. експорт, імпорт, зовнішньоторговельний оборот, сальдо торговельного балансу, структура експорту та імпорту

в. показники обсягів, показники структури, показники динаміки, показники результатів

6. На які групи поділяються вантажі за споживчим призначенням?

- а. продовольчі, промислові
- б. продовольчі, промислові, напівфабрикати
- в. продовольчі, промислові, сировина, напівфабрикати

7. Які є види вантажів за транспортною класифікацією?

- а. генеральні, масові, спеціальні
- б. генеральні, рутинні, тарно-упаковочні
- в. наливні, наволочні, насипні

8. Протяжність яких шляхів найвища на 1 кв.км світової поверхні?

- а. залізничних
- б. автомобільних
- в. внутрішніх водних

9. Яким видом транспорту економічно доцільно здійснювати основні міжнародні перевезення на відстань до 200 км (при інших рівних умовах)?

- а. залізничним
- б. автомобільним
- в. авіа

10. Основними принципами діяльності СОТ є:

- а. відкритість ринків, справедлива конкуренція
- б. відмова від протекціоністських заходів

в. захист внутрішніх ринків за допомогою тарифів

Список рекомендованої літератури

- 10.Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. Ч. 1 Х.: Ранок, 2008.
- 11.Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. Ч. 2 Х.: Ранок, 2008.
- 12.Козик Ю. Г. Основи міжнародної торгівлі: навчальний посібник .К.: ЦНЛ, 2005.
- 13.Козик Ю.Г. Міжнародна торгівля: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Центр учебової літератури, 2009.
- 14.www.ukrstat.gov.ua/

Тема 4: Послуги посередників у міжнародній торгівлі

Мета вивчення: формування системи теоретико-прикладних знань про сучасну роль торгівельних посередників у міжнародній торгівлі послугами.

План

1. Сутність, функції посередницьких операцій у ЗЕД. Переваги та недоліки використання послуг торгівельних посередників.
2. Класифікація та характеристика посередницьких операцій та суб'єктів посередницької діяльності.
3. Юридичне забезпечення торговельного посередництва.
4. Проблеми становлення та розвитку торговельно-посередницької діяльності в Україні.

Основні поняття

Діяльність посередників у міжнародній торгівлі згідно з її природою слід класифікувати як таку, що належить до сфери послуг. Разом з тим основне призначення такої діяльності - обслуговування міжнародної торгівлі товарами, а також іншими послугами.

Торгово-посередницька діяльність - це комплекс операцій з організації та забезпечення операцій купівлі-продажу, що реалізується за дорученням первісних продавців (виробників) та/або кінцевих покупців

(споживачів) незалежними від них торговельними посередниками на підставі окремого контракту або спеціального доручення.

Мета залучення посередників - підвищення ефективності експортно-імпортних операцій за рахунок використання послуг кваліфікованих фахівців, їхньої інформаційної бази та встановлених ними раніше господарських зв'язків, прискорення обігу капіталу, отримання необхідних правових, консультаційних послуг, оформлення необхідної документації.

переваги використання послуг посередників:

- підвищується оперативність збути;
- зростає прибуток за рахунок прискорення обігу капіталу;
- підвищується оперативність реагування на зміни в ринковій кон'юнктурі, що дозволяє реалізувати товар на більш сприятливих для експортера умовах;
- підвищується конкурентоспроможність товарів за рахунок можливості післяпродажного сервісу;
- забезпечується доступ до джерел первинної інформації про рівень якості та конкурентоспроможності товарів.

недоліки використання послуг посередників :

- підвищення цін на імпортні товари та зниження доходів від експорту;
- втрату експортером безпосереднього зв'язку з ринком,
- відсутність інформації про кон'юнктуру ринку та попит покупців.



II. Практичні завдання:

1. Визначте юридичні підстави діяльності посередників міжнародних торговельних операцій.
2. Класифікуйте посередників за обсягом посередницьких збутових прав?
3. Класифікуйте посередників залежно від характеру та обсягу їхніх повноважень?
4. Наведіть приклад посередників-суб'єктів міжнародної торгівлі послугами, що представлені в Миколаївській області.

III. Тестові завдання:

1. Чим відрізняються різні види товарообмінних операцій?
 - видами продукції
 - питомою вагою товарообміну
 - базисними умовами постачання
2. У чому полягає суттєва різниця аукціонних та біржових торгів?
 - у наявності та видах товарів
 - у формах платежів
 - у терміні проведення
3. Особливістю бартерної угоди є:

а. підписання одного контракту, в якому вказані всі умови експортної та імпортної угоди, здійснення угоди без використання грошових переказів, одночасне виконання зустрічних поставок

б. підписання трьох контрактів: на експорт товарів, на контрпоставку і базова угода

в. широке використання банківських кредитів

4. Дистрибутори (збутові посередники) на зовнішньому ринку характеризуються тим, що:

а. продають товар від свого імені і за свій рахунок

б. продають товар від свого імені, але за рахунок експортера

в. отримує винагороду в відсотках до ціни угоди або в формі тантєєми (виплати з чистого прибутку)

5. Крупні посередники у ЗЕД називаються:

а. експортерами

б. агентами

в. трейдерами

г. дилерами

Список рекомендованої літератури

1. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів.: Ранок, 2008.

2. Козик Ю. Г. Основи міжнародної торгівлі: навчальний посібник .К.: ЦНЛ, 2005.

3. Козик Ю.Г. Міжнародна торгівля: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Центр учебової літератури, 2009.

Тема 5: Регулювання міжнародної торгівлі послугами.

Мета вивчення: формування системи теоретико-прикладних знань про рівні та особливості регулювання міжнародної торгівлі послугами на кожному з рівнів. Розгляд державних інститутів та міжнародних організацій, що здійснюють регулювання міжнародної торгівлі послугами.

План

1. Рівні регулювання міжнародної торгівлі послуг.
2. ГАТС / СОТ як найважливіший інструмент багатостороннього регулювання міжнародної торгівлі послугами.
3. Регулювання міжнародної торгівлі в рамках ООН - конференція ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД).
4. Комісія ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ).
5. Міжнародна торгова палата (МТП) та її роль у регулюванні міжнародної торгівлі послугами.

Основні поняття

Складність і численність регулювання міжнародної торгівлі послугами пояснюється тим, що торгівля послугами, як правило, супроводжує або торгівлю товарами або рух капіталу.

Будь-яка зовнішньоторговельна угода з купівлі-продажу товарів не може бути здійснена без міжнародної купівлі-продажу послуг, передусім транспортних, фінансових, страхових (зокрема транспортно-експедиторські операції, обслуговування суден в іноземних портах, здійснення міжнародних розрахунків, міжнародне кредитування тощо). Крім того, традиційні зовнішньоторговельні операції не можуть здійснюватись без міжнародного обміну послугами у сфері зв'язку, ділових поїздок, реклами, юридичних послуг, консалтингу, оподаткування, аудиту та інших видів послуг.

Інструменти регулювання міжнародної торгівлі

1. Заходи регулювання доступу на ринок - включають інструменти торгової політики, які обмежують чи забороняють іноземним фірмам - виробникам послуг оперувати на місцевому ринку.

Заходи вилучення із національного режиму - включають інструменти внутрішньої економічної політики, які дискримінують на внутрішньому ринку іноземних виробників послуг порівняно з місцевими.

Лібералізація міжнародної торгівлі послугами може відбуватися такими шляхами: завдяки діяльності СОТ; в межах окремих угруповань країн; на двосторонній основі.

Зобов'язання сторін не накладати обмеження на міжнародну торгівлю послугами в таких формах:

- квоти на обсяг наданих послуг; обмеження на вартість послуг;
- обмеження загального числа організацій, що надають послуги;
- обмеження числа фізичних осіб, що надають послуги;
- обмеження юридичних форм, у яких можуть бути зареєстровані організації, що надають послуги;
- обмеження участі іноземного капіталу в організаціях, що надають послуги.

II. Практичні завдання:

1. Охарактеризуйте діючі інструменти державного регулювання МТ послугами в Україні?
2. Вкажіть заходи вилучення із національного режиму надавачів послуг.

III. Тестові завдання:

1. Режим найбільшого сприяння - це:

- а. надання іноземцям у певній сфері суспільних відносин таких прав, які мають власні громадяни держави перебування
- б. надання державою іноземцям у певній сфері суспільних відносин таких прав, які передбачені для громадян будь-якої третьої держави, що перебувають на території цієї держави у найвигіднішому правовому становищі
- в. надання іноземцям у певній сфері суспільних відносин таких прав (встановлення таких обов'язків), що відрізняються від тих, які передбачені для громадян країни перебування

2. Міжнародна торгова палата - це

- а. універсальна регіональна недержавна МО
- б. універсальна глобальна недержавна МО
- в. спеціалізована глобальна недержавна МО

3. Найбільш впливовими серед міждержавних галузевих організацій, що сприяють розвитку транспорту і засобів зв'язку є

- а. IКАO, ФАО, МФСР та ін.
- б. IКАO, ФАО, МО та ін.
- в. IКАO, МО, ІКМТ та ін.

4. ЮНКТАД - це

- а. Комісія ООН з права міжнародної торгівлі

б. Конференція ООН з торгівлі і розвитку

в. Міжнародний торговельний центр

5. Головний орган ЮНКТАД -

а. сесія

б. рада

в. конференція

6. З якою метою створена ЮНСІТРАЛ

а. підвищення впливу ООН на процес зменшення і ліквідації правових перешкод, що заважають розвитку міжнародної торгівлі

б. сприяння розвитку світової торгівлі, надання підтримки країнам, що розвиваються

в. допомога країнам, що розвиваються у проблемах розширення експорту

7. Завдання ЮНСІТРАЛ

а. координація роботи МО з правових питань міжнародної торгівлі

б. сприяння ширшій участі держав в існуючих міжнародних конвенціях;

в. розробка нових конвенцій та інших документів стосовно права міжнародної торгівлі

г. сприяння ширшій участі держав в існ.міжнар.конвенціях;розробка нових конвенцій та інших документів стосовно права міжнародної торгівлі;

д. підготовка кадрів і надання допомоги у правовій сфері

8. Вказати державу - найбільшу постачальницю робочої сили на західноєвропейський ринок праці:

а. Туреччина

б. Росія

в. Україна

9. У балансі послуг відображається:

а. співвідношення між експортом та імпортом товарів

б. платежі та надходження по фрахту, поштових, телефонних та телеграфних послугах, страхуванню та банківських послугах

в. сплата відсотків і дивідендів імпортерами капіталу та їх отримання експортерами

10.За Законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» зовнішньоекономічний договір (контракт) укладається:

- а. в усній формі
- б. в усній та письмовій формі
- в. в письмовій формі

Список рекомендованої літератури

- 1.Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. Ч. 1 Х.: Ранок, 2008.
- 2.Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів. Ч. 2 Х.: Ранок, 2008.
- 3.Козик Ю. Г. Основи міжнародної торгівлі: навчальний посібник .К.: ЦНЛ, 2005.
- 4.Козик Ю.Г. Міжнародна торгівля: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Центр учебової літератури, 2009.

Тема 6: Міжнародні послуги у сфері виробництва, кооперування та реклами: специфіка транзитивної економіки.

Мета вивчення: формування системи теоретико-прикладних знань про надання послуг у сфері виробництва, кооперування та реклами на світовому ринку .

План

1. Міжнародні технологічні послуги: основні поняття, форми.
2. Інжиніринг. Консалтинг. Франчайзинг.
3. Реклама в міжнародній економічній діяльності.

Основні поняття

Реалізація патентних угод у міжнародному співробітництві, коли власник патенту поступається правами на використання винаходу покупцеві патенту;

Реалізація ліцензійних угод, згідно з якими власник винаходу або технічних знань надає іншій стороні дозвіл на використання в певних межах своїх прав на технологію;

Торгівля ноу-хау - надання сучасних технологій та досвіду технологічно-менеджерської політики, спрямованої на інноваційну оптимізацію роботи окремих секторів виробництва (включаючи надання інформації технологічного, економічного, адміністративного, фінансового характеру, використання якої забезпечує кращі результати господарської діяльності та переваги у конкурентній боротьбі);

Інжиніринг - надання технологічних знань, проведення технічних робіт, консультування «на місці подій» з метою оптимізації виробничо-комерційної діяльності;

Франчайзинг - надання великою, «материнською», фірмою права дрібній фірмі вести виробничо-підприємницьку діяльність під її опікуванням з наданням відповідного обладнання, права користування «маркою», «брендом» материнської структури, визначенням параметрів збутової діяльності.

Реклама в міжнародній економічній діяльності - є засобом впливу на свідомість інонаціональних цільових аудиторій з метою сприяння експорту продукції, пошуку партнерів по міжнародному інвестиційному співробітництву або реалізації інших комерційних завдань

II. Практичні завдання:

- 1.Проведіть аналіз присутності на ринку Південного регіону України міжнародних консалтингових фірм.
2. Дослідіть кількість франчайзингових мереж в різних регіонах світу.
3. Назвіть та проаналізуйте правила створення ефективної реклами.

III. Тестові завдання:

- 1.Реклама, яка має на меті довести споживачам, що купуючи товари конкретної марки, вони отримують найвищу якість:
 - а) інформативна; б) порівняльна;
 - в) переконуюча; г) нагадуюча.
2. Система регулювання міжнародної рекламної діяльності має:
 - а) одноярусну структуру; б) двоярусну структуру; в) триярусну структуру; г) чотирьохярусну структуру.
3. Публічна демонстрація досягнень у певній галузі науки, економіки, культури:
 - а) ярмарок; б) аукціон;

в) виставка; г) біржа.

4. Нагадуюча реклама:

- а) має на меті довести споживачам, що при покупці товарів конкретної марки, вони отримують найвищу якість;
- б) важлива для товарів, які знаходяться на етапі зрілості;
- в) повідомляє про появу нового товару на ринку;
- г) повідомляє про нову властивість певного товару.

5. При якому методі керування рекламною кампанією

відділення фірми виробника самостійно або через місцеві рекламні агенції створюють окремі рекламні програми, що зводяться в загальну, яка затверджується керівництвом фірми:

- а) централізований;
- б) децентралізований;
- в) змішаний;
- г) комплексний.

6. Реклама, яка демонструє покупців, що задоволені придбанім товаром:

- а) порівняльна;
- б) нагадуюча;
- в) укріплююча;
- г) інформативна.

7. До особливостей газетної реклами слід віднести:

- а) можливість демонстрації ефекту від купівлі товару або по-слуги;
- б) створення образу солідності та значимості компанії, що рекламує свою продукцію;
- в) порівняно висока вартість створення рекламного звернення;
- г) еластичність в дії.

8. Однією з особливостей використання централізованого методу управління рекламною кампанією є:

- а) можливість координації рекламних заходів фірми і її відділень в різних регіонах;
- б) можливість врахування специфічних умов збути на місцях;
- в) можливість оперативного реагування на зміни попиту в регіонах;
- г) швидке реагування на нові потреби конкретних ринків.

9. До основних принципів інжиніринга слід віднести:

- а) комплексний підхід до здійснення проектів;
- б) розробка проектів з урахуванням власних можливостей;
- в) використання стандартних методів управління;
- г) одноваріантність технічних та економічних розробок.

10. Особливості інжинірингу як особливої форми виробничої діяльності полягають в наступному:

- а) інжинірингові послуги втілюються в матеріальній формі продукту;
- б) послуги не мають комерційного характеру;
- в) послуги не потребують безпосередньої зустрічі замовника та виконавця;
- г) послуги можуть тиражуватися.

11. Передпроектні інжинірингові послуги включають:

- а) дослідження ринку, топографічні зйомки, дослідження ґрунтів;
- б) підготовку генерального плану;
- в) попередню оцінку вартості проекту;
- г) підготовку контрактної документації.

12. Сторонами договору про надання інжинірингових послуг можуть бути:

- а) лише дві юридичні особи;
- б) лише три юридичні особи;
- в) лише чотири юридичні особи;
- г) багато юридичних осіб.

13. Розмір відсоткової частки при розрахунку винагороди за надання інжинірингових послуг за методом фактичні витрати плюс фіксована винагорода коливається в межах:

- а) 1-5%; б) 12-15%; в) 15-20%; г) 10-25%.

14. У світовій практиці вартість інженерно — консультаційних послуг складає:

- а) 1-3% вартості об'єкта, що споруджується;
- б) 3-5% вартості об'єкта, що споруджується;
- в) 5-7% вартості об'єкта, що споруджується;
- г) 3-10% вартості об'єкта, що споруджується.

Список використаних джерел

Базова

1. Румянцев А.П. Світовий ринок послуг: Навчальний посібник. / А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко — К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 456 с.
2. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 1 Х.: Ранок, 2008.
3. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 2 Х.: Ранок, 2008.

Інформаційні ресурси

1. База даних «Законодавство України»: zakon.rada.gov.ua
- 2.Кабінет Міністрів України: <http://www.kmu.gov.ua>
- 3.Міністерство економіки: <http://www.me.gov.ua>
- 4.Міністерство фінансів: <http://www.minfin.gov.ua>
- 5.Національний банк України: <http://www.bank.gov.ua>
- 6.Світовий банк: <http://www.worldbank.org.ru>

Тема 7: Міжнародна торгівля послугами у сфері обміну науково-технічними знаннями.

Мета вивчення: формування системи теоретико-прикладних знань про здійснення міжнародної торгівлі послугами у сфері обміну науково-технічними знаннями.

План

1. Користування правами власності та використання оригіналів або прототипів на основі ліцензії.
2. Комп'ютерні та інформаційні послуги.
3. Фінансові послуги. Фінансове посередництво між резидентами і нерезидентами.

Основні поняття

У практиці міжнародної торгівлі використовують різні терміни стосовно обміну науково-технічними знаннями: "міжнародний технологічний обмін", "обмін промисловою технологією", "міжнародний обмін результатами науково-технічної діяльності", "передача технологій". Виокремлюють такі види технологій, які можна продати:

- знання і досвід, втілені у форму винаходів, корисних моделей, промислових зразків, товарних знаків та інших об'єктів промислової власності, що охороняється законом. Промислові зразки характеризують естетичне оформлення промислових виробів. Товарні знаки вказують на те, яке підприємство, фірма виробляє продукцію або надає певні послуги, і слугують насамперед рекламним і престижним цілям;
- знання і досвід науково-технічного, виробничого, управлінського, комерційного, фінансового або іншого характеру, застосовувані в процесі науково-дослідних розробок, виготовлення, реалізації й експлуатації конкуренто-спроможної продукції, які не захищені охоронними документами і не опубліковані цілком або частково. Вони є об'єктом купівлі-продажу в міжнародних торгівельних угодах і поєднуються поняттям "ноу-хай".

Міжнародні операції з торгівлі патентами і ліцензіями – це реалізація винаходів, передової виробничої технології, технічних знань і досвіду. В основі цих операцій – охорона винаходів за допомогою патентного законодавства, яке надає власникам патенту монопольне (виключне) право на використання винаходу, тобто протягом терміну дії патенту тільки він має право на виготовлення, застосування і продаж товарів, що втілюють цей винахід, або на використання певних методів і способів виробництва цієї продукції. Як відшкодування за надання прав на використання предмета угоди ліцензіат сплачує ліцензіару визначену винагороду.

Форми ліцензійних винагород:

- винагороди, розмір яких розраховується на базі фактичного економічного результату використання ліцензії;
- винагороди, розмір яких безпосередньо непов'язаний з фактичним використанням ліцензії, а заздалегідь встановлюється і

зазначається в договорі, виходячи з оцінок можливого економічного ефекту й очікуваних прибутків ліцензіата від використання ліцензії.

Періодичні відсоткові відрахування, або поточні відрахування (роялті), встановлюються у вигляді фіксованих ставок у % і виплачуються ліцензіатом через певні погоджені проміжки часу (щороку, щокварталу, щомісяця або до визначеної дати).

Участь у прибутку ліцензіата як форма ліцензійної винагороди означає відрахування на користь ліцензіара визначеної частини (відсотка) прибутку, отриманого ним завдяки використанню цієї ліцензії.

Паушальний платіж - це певна, твердо зафіксована в угоді сума ліцензійної винагороди.

Інформаційна технологія - цілеспрямована організована сукупність інформаційних процесів з використанням засобів обчислюальної техніки, що забезпечують високу швидкість обробки даних, швидкий пошук інформації, розосередження даних, доступ до джерел інформації незалежно від місця їх розташування

На сьогодні споживачем інформації може бути будь-яка людина або фірма. Тому, можливості інформаційного ринку є безмежними, хоча і існує досить жорстка конкуренція між основними виробниками. До традиційно сильних виробників, таких як США, Японія, Франція, Великобританія і ФРН наближаються компанії Австралії, Південної Кореї, Тайваню, Сінгапур. Україна за рівнем розвитку інформаційних технологій у світі посідає 75 місце. Єдина конкурентна перевага, яку має наша країна в цьому аспекті, це традиційно сильні ІТ-кадри, тобто в Україні дуже високий рівень підготовки програмістів. Україна є одним зі світових центрів офшорного програмування.

II. Практичне завдання:

1. Проаналізуйте у чому полягає особливість при складанні договору купівлі-продажу ліцензій (патентних).

III. Тестові завдання:

1. Фінансова послуга це:
 - а) операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за власний рахунок;

- б) операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за рахунок цих осіб;
- в) операції з фінансовими активами, що здійснюються у власних інтересах за власний рахунок;
- г) операції з фінансовими активами, що здійснюються в інтересах третіх осіб за рахунок цих осіб або за власний рахунок.

2. Хайринг це:

- а) надкороткострокова оренда майна;
- б) короткострокова оренда майна;
- в) довгострокова оренда майна;
- г) середньострокова оренда майна.

3. Прямыми учасниками лізингової угоди є:

- а) лізингодавці, лізингоотримувачі, постачальники лізингового майна;
- б) лізингодавці, лізингоотримувачі;
- в) лізингодавці, лізингоотримувачі, комерційні банки;
- г) лізингодавці, лізингоотримувачі, інвестиційні банки.

4. Чистий лізинг означає, що:

- а) усі витрати по обслуговуванню майна приймає на себе лізингодавець;
- б) усі витрати по обслуговуванню майна приймає на себе лізингоотримувач;
- в) більшість витрат приймає на себе лізингодавець;
- г) витрати розподіляються пропорційно між лізингодавцем та лізингоотримувачем.

5. Який вид лізингу передбачає, що всі витрати по обслуговуванню майна приймає на себе лізингодавець:

- а) чистий;
- б) повний;
- в) генеральний;
- г) терміновий.

6. Вид лізингу, при якому власник майна самостійно здає об'єкт в оренду:

- а) пряний;
- б) непрямий;
- в) роздільний;
- г) генеральний.

7. Який вид оренди має найбільше поширення у міжнародній торгівлі?
- а). довгострокова
 - б). короткострокова
 - в). лізинг
8. Яка форма лізингу передбачає неодноразове надання в аренду предметів лізингу?
- а). фінансовий лізинг
 - б). оперативний лізинг
 - в). обидві інші відповіді разом
9. Назвіть види лізингу:
- а). лівередж-лізинг, зворотній, компенсаційний, міжнародний
 - б). лівередж-лізинг, зворотній, компенсаційний, міжнародний, комплексний, проектний
 - в). зворотній, компенсаційний
10. Вид оренди, який передбачає орендну плату у вигляді поставок продукції, виготовленої на обладнанні, що орендується – це:
- а). зворотній лізинг
 - б). компенсаційний лізинг
 - в). лівередж-лізинг
11. Крапковий ринок інформаційних послуг - це:
- а). місцеве радіомовлення, газети, журнали;
 - б). інформаційні мережі в наукових установах;
 - в). національне телебачення, радіомовлення та ЗМІ;
 - г). глобальне телебачення та радіомовлення.
12. Найбільш розвиненою частиною інформаційного ринку сьогодні є:
- а). сектор первинної інформації;
 - б). сектор фінансової інформації;
 - в). сектор ділової інформації;
 - г). сектор консалтингової інформації.
13. Методи дослідження міжнародного ринку стосуються:
- а). первинної інформації;
 - б). вторинної інформації;
 - в). первинної та вторинної інформації;

- г). інформації, отриманої шляхом лабораторного дослідження.
14. Інформація про інформації, отримана в результаті співставлення інформацій є:
- а). метаінформацією;
 - б). мегаінформацією;
 - в). псевдоінформацією;
 - г). моноінформацією.

Список використаних джерел
Базова

1. Румянцев А.П. Світовий ринок послуг: Навчальний посібник. / А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко — К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 456 с.
2. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 1 Х.: Ранок, 2008.
3. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 2 Х.: Ранок, 2008.

Тема 8: Лізинг та інші орендні операції в міжнародному співробітництві.

Мета вивчення: формування системи теоретико-прикладних знань про здійснення міжнародних лізингових та інших орендних операцій в міжнародному співробітництві.

План

4. Поняття лізингу.
5. Класифікація лізингових угод.
6. Правове регулювання лізингу в Україні.

Основні поняття

Лізинг – це довготермінова оренда (від 6 місяців до кількох років) машин, обладнання, транспортних засобів, виробничих споруд тощо на умовах поворотності, терміновості й платності і на підставі відповідного договору між орендодавцем і орендарем, що передбачає можливість їх наступного викупу орендарем.

Переваги лізингу: не потребує значних одноразових витрат, дає змогу швидко переходити на нову технологічну базу і постійно вдосконалювати її з допомогою лізингодавця, звільнитися від обслуговування і зосередитися на ефективному використанні нової техніки.

Види міжнародного лізингу

1. Залежно від каналу отримання об'єкта лізингу:

- прямий закордонний лізинг; непрямий закордонний лізинг.

2. Залежно від ролі орендодавця (лізингової компанії) в угоді: експортний лізинг; імпортний лізинг; транзитний лізинг.

3. Залежно від стану об'єкта лізингу:

лізинг нового обладнання; лізинг старого обладнання.

4. Залежно від методу здійснення лізингу або залежно від економічного значення: фінансовий лізинг; виробничий (операційний) лізинг

5. Залежно від обсягу наданих орендодавцем послуг:

чистий лізинг; "мокрий" лізинг, або лізинг зі спеціальними послугами;

повний лізинг; сервісний лізинг.

6. Залежно від способу фінансування:

лізинг із залученням позикових коштів; лізинг без залучення позикових коштів.

7. Залежно від способу виплати орендних платежів:

лізинг із повною виплатою; компенсаційний лізинг; лізинг із частковою виплатою; відновлюваний лізинг

8. Залежно від кількості сторін, що беруть участь в угоді:

лізинг за участю безлічі сторін, або груповий, або акціонерний лізинг
лізинг за участю трьох сторін; лізинг за участю двох сторін

10. Особливі види: ліверидж-лізинг; пекидж-лізинг

В Україні відносини лізингу регулюються:

- Цивільним Кодексом України;
- Господарським Кодексом України (стосовно операцій лізингу між господарчими суб'єктами);
- Законом України «Про фінансовий лізинг» застосовується до такого виду лізингу, як фінансовий;
- Законом України «Про оподаткування прибутку підприємств» регулюється оподаткування таких операцій податком на прибуток;
- Законом України «Про податок на додану вартість» (щодо оподаткування лізингових операцій податком на додану вартість);
- Конвенція УНІДРУА «Про міжнародний фінансовий лізинг» застосовується до операцій міжнародного фінансового лізингу у випадку, якщо місця підприємницької діяльності лізингодавця і лізингоодержувача розташовані в різних країнах і ці держави є країна, в якій здійснюється підприємницька діяльність постачальника, є договірними державами; або і договір постачання, і договір лізингу регулюються законодавством Договірної держави.

II. Практичні завдання:

Розрахуйте лізингові платежі (задача):

- постійні платежі (ануїтет);
- платежі зі змінним відшкодуванням вартості предмета лізингу;
- платежі з відшкодуванням вартості предмета лізингу рівними частинами;
- нерегулярні платежі — лізингові платежі погоджуються сторонами відповідно до графіка, в якому вказані певні строки та суми платежів.

Періодичні лізингові платежі за методами їх розрахунку поділяють:

- регулярні платежі, тобто платежі, що здійснюються через рівні проміжки часу, у тому числі:
 - постійні платежі (ануїтет);
 - платежі зі змінним відшкодуванням вартості предмета лізингу;
 - платежі з відшкодуванням вартості предмета лізингу рівними частинами;
- нерегулярні платежі — лізингові платежі погоджуються сторонами відповідно до графіка, в якому вказані певні строки та суми платежів.

Розглянемо застосування різних методів розрахунку лізингових платежів та з'ясуємо доцільність їх практичного використання.

1. Постійні лізингові платежі (ануїтет)

Постійні платежі передбачають виплату однакової суми лізингового платежу через рівні проміжки часу. Якщо договором передбачено авансовий платіж, то до уваги береться вартість за вирахуванням суми авансового платежу. Отже:

$$P - S \frac{1}{(1+i)^n} = L \cdot \left(\frac{1 - (1+i)^{-n}}{i} \right), \quad (3.1)$$

де P — первісна вартість предмета лізингу;

n — кількість періодів; i — процентна ставка для вказаного періоду;

S — залишкова (викупна) вартість предмета лізингу;

L — лізинговий платеж.

Сума лізингового платежу розраховується за формулою

$$L = \left(P - S \frac{1}{(1+i)^n} \right) \cdot \left(\frac{i}{1 - (1+i)^{-n}} \right). \quad (3.2)$$

Загальна сума лізингових платежів обирається як добуток отриманого лізингового платежу та кількості лізингових платежів.

Розподіл лізингового платежу на амортизацію боргу (відшкодування вартості предмета лізингу) та проценти проводиться послідовно. Сума, що спрямовується на відшкодування вартості предмета лізингу, визначається як різниця між лізинговим платежем і процентами, нарахованими на залишок заборгованості:

$$d_t = L - D_{t-1} \cdot i, \quad (3.3)$$

де d_t — сума, спрямована на відшкодування вартості майна в періоді $t = 1, \dots, n$;

D_{t-1} — залишок заборгованості за предмет лізингу на кінець періоду $t-1$.

Приклад 1

Вартість предмета лізингу становить 100 000 грн., ставка — 15 % річних, або 1,25 % на місяць, строк лізингу приймемо за 5 місяців, залишкова (викупна) вартість — 20 000 грн.

Розрахуйте регулярні лізингові платежі, застосовуючи різні методи.

Побудуйте графіки лізингових платежів. Який із методів найпривабливіший для лізингодавця та лізингоодержувача?

2. Лізингові платежі зі змінним відшкодуванням вартості предмета лізингу

Умови відшкодування вартості предмета лізингу передбачають можливість зміни (збільшення чи зменшення) лізингових платежів з постійним темпом приросту (зменшення) в кожному періоді. Отже, реалізується схема прискореного (зменшеного) відшкодування вартості предмета лізингу. Розміри лізингових платежів розраховуються так:

$$L_t = L_1 \cdot (1 + k)^{t-1}, \quad (3.4)$$

де L_t — лізинговий платіж у періоді t ;

L_1 — розмір першого лізингового платежу;

t — період лізингу = 1, п;

k — темп приросту.

Якщо $k > 0$ — відбувається прискорена амортизація боргу, якщо $k < 0$ — навпаки, уповільнюються темпи відшкодування вартості предмета лізингу.

Розмір першого лізингового платежу визначається за такою формулою:

$$L_1 = \left(P - S \frac{1}{(1+i)^n} \right) \left(\frac{i-k}{1 - \left(\frac{1+k}{1+i} \right)^n} \right). \quad (3.5)$$

Розподіл лізингового платежу на амортизацію боргу (відшкодування вартості предмета лізингу) та проценти проводиться так само, як і в попередньому прикладі: сума, що спрямовується на погашення вартості майна, обчислюється як різниця між лізинговим платежем та процентами, нарахованими на залишок заборгованості.

Приклад 2

Використовуючи дані прикладу 1, розрахуйте розмір першого лізингового платежу та побудуйте графік лізингових платежів за умов 3 % -го щомісячного темпу їх приросту та умов послідовного зменшення розміру лізингових платежів з темпом 3 % на місяць.

3. Лізингові платежі з відшкодуванням вартості предмета лізингу рівними частинами

При застосуванні цього методу відшкодування вартості предмета лізингу відбувається рівними частинами. Розмір періодичного відшкодування вартості предмета лізингу визначається з урахуванням вартості, що підлягає погашенню, та кількості періодів:

$$d = \frac{P-S}{n} = \text{const}, \quad (3.6)$$

де d — сума періодичного відшкодування вартості предмета лізингу. Розмір лізингового платежу вираховується як сума відшкодування вартості предмета лізингу та процентів, а обчислення процентів здійснюється з огляду на величину заборгованості за предмет лізингу на початок періоду.

Розмір лізингового платежу обчислюється за такою формулою:

$$L_t = D_{t-1} \cdot i + d. \quad (3.7)$$

Залишок заборгованості за предмет лізингу (D_t) на початок кожного наступного періоду визначається як різниця залишку заборгованості на початок попереднього періоду (D_{t-1}) та розміру періодичного відшкодування вартості предмета лізингу (d).

Приклад 3

Скориставшись даними прикладу 1, розрахуйте лізингові платежі за умов відшкодування вартості предмета лізингу рівними частинами та побудуйте графік лізингових платежів.

Залишок заборгованості за предмет лізингу (D_t) на початок кожного наступного періоду визначається як різниця залишку заборгованості на початок попереднього періоду (D_{t-1}) та розміру періодичного відшкодування вартості предмета лізингу (d).

Приклад 3

Скориставшись даними прикладу 1, розрахуйте лізингові платежі за умов відшкодування вартості предмета лізингу рівними частинами та побудуйте графік лізингових платежів.

4. Нерегулярні лізингові платежі

Нерегулярними називають лізингові платежі, що здійснюються в різних сумах за різні проміжки часу.

Слід зауважити, що у разі застосування схеми нерегулярних платежів лізингова компанія може збільшити відсоткову ставку.

Послідовність розрахунку нерегулярних лізингових платежів:

1. Погоджуємо графік лізингових платежів.
2. Здійснюємо розподіл платежу на відшкодування вартості предмета лізингу та проценти на основі використання формули.
3. Дисконтуємо потік лізингових платежів за винятком останнього платежу, оскільки його розмір потребує уточнення.

Розрахунок суми дисконтованих лізингових платежів здійснюється на основі використання формули

$$L = \sum_{t=1}^{n-1} L_t \cdot \frac{1}{(1+i)^t}. \quad (3.8)$$

4. Обчислюємо теперішню вартість останнього лізингового платежу як різницю між вартістю майна та продисконтованою сумою лізингових платежів:

$$L_n = \left(P - S \frac{1}{(1+i)^n} - \sum_{t=1}^{n-1} L_t \cdot \frac{1}{(1+i)^t} \right). \quad (3.9)$$

Розмір останнього лізингового платежу забезпечує рівність сум виплат і заборгованості за предмет лізингу.

5. Вираховуємо майбутню вартість останнього лізингового платежу. Розмір останнього лізингового платежу визначається за формулою

$$L_n = \left(P - S \frac{1}{(1+i)^n} - \sum_{t=1}^{n-1} L_t \cdot \frac{1}{(1+i)^t} \right) \cdot (1+i)^n. \quad (3.10)$$

Дотримуючись наведеної вище послідовності розрахунку нерегулярних лізингових платежів, здійснимо необхідні обчислення та побудуємо графік платежів для такого прикладу.

Приклад 4

Вартість предмета лізингу становить 100 000 грн., процентна ставка за лізингом — 1,25 % на місяць, строк лізингу — 5 місяців, залишкова (викупна) вартість предмета лізингу становить 20 000 грн. Погоджено такі лізингові платежі: у 1-й період — 2000 грн., 2-й — 0,00,3-й — 5000,4-й період — 35 000 грн. Визначте суму останнього лізингового платежу та побудуйте графік платежів.

Список використаних джерел

Базова

1. Румянцев А.П. Світовий ринок послуг: Навчальний посібник. / А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко — К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 456 с.
2. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 1 Х.: Ранок, 2008.
3. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 2 Х.: Ранок, 2008.

Тема 9: Міжнародні транспортні послуги.

Мета вивчення: формування системи теоретико-прикладних знань про сучасні тенденції розвитку транспорту в контексті світової динаміки.

План

1. Сучасні тенденції розвитку транспорту в контексті світової динаміки.
2. Україна в системі міжнародних транспортних комунікацій.
3. Геостратегічні перспективи транспортного забезпечення міжнародного співробітництва.
4. Морський та річковий транспорт: світові тенденції та українські реалії.
5. Залізничний транспорт: сучасні тенденції та роль у міжнародній економічній діяльності.
6. Міжнародні автоперевезення. Авіатранспортні сполучення: стан та перспективи розвитку.
7. Трубопровідний транспорт України.

Основні поняття

Порівняльні переваги, які сьогодні зумовлюють особливе місце української держави в системі міжнародної торгівлі послугами, значною мірою мають на увазі її вигідне географічне положення між країнами на Сході та Заході Євразії. Традиційно високий рівень індустріального розвитку та вигідне географічне розташування зумовило те, що Україна має розвинену транспортну інфраструктуру, розгалужену мережу шляхів сполучень, велику кількість транспортних засобів. Ідеться про автомобільні та залізничні шляхи, морські та річкові порти, аеропорти, потужну систему нафто- та газопроводів.

Усе це зумовлює транзитний статус країни. Через її територію прокладено стратегічні трубопроводи, за допомогою яких здійснюється постачання країн Західної та Центральної Європи енергоносіями з родовищ на півночі та сході материка. Крім того, Україна забезпечує

залізничні, морські, автошляхові, повітряні транспортні коридори, що цілком відповідає її історичній спеціалізації.

Складові системи українського транспорту:

Морський транспорт:

Судноплавні, стивідорні та бункерні компанії, порти, суднобудівні і судноремонтні підприємства, суднове обладнання, морське страхування, морські перевезення, контейнерні перевезення, експедиторські компанії;

Автомобільний транспорт:

Вантажні автомобілі й причепи, легковий автотранспорт, запасні частини і аксесуари, автокосметика, перевізники, експедитори, розвиток автомобільної інфраструктури, страхові компанії, дорожня техніка;

Залізничний транспорт:

Експедиторські компанії, виробники рухомого складу й обладнання для залізниць, розвиток залізничної інфраструктури, страхування залізничних перевезень;

Авіаційний транспорт:

Авіакомпанії, вантажні авіаперевезення, страхування авіаперевезень, виробники авіаційного обладнання, міжнародні аеропорти;

Логістика:

Управління транспортом, організація інформаційних систем.

Метою розвитку національної транспортної системи є забезпечення стабільних умов участі України в різноманітних формах міжнародної економічної діяльності, що, у свою чергу, має гарантувати динамічний розвиток соціально-економічної сфери країни. Швидке та ефективне транспортне забезпечення — важлива умова прискорення економічного поступу, тоді як транзит стає потужним джерелом валютних надходжень. Отже, подальший розвиток міжнародної транспортної спеціалізації України є справжньою вимогою часу, важливим засобом формування відкритої економіки.

II. Практичні завдання:

1. Назвіть конкурентні переваги України, які повинні сприяти збільшенню вантажопотоків.
2. Сформулюйте завдання державної транспортної політики у сфері взаємодії з ЄС.

3. Визначте природу транспортних послуг, відмінність міжнародних транспортних перевезень від національних.
4. Охарактеризуйте геостратегічний контекст розвитку транспорту в Україні.

III. Тестові завдання:

1. Вплив транспортних витрат на міжнародну економіку проявляється в:
 - а. підвищенні рівня спеціалізації країн та змін в територіальному поділі праці;
 - б. підвищенні рівня спеціалізації країн та обсягів торгівлі;
 - в. зниженні обсягів торгівлі та рівня спеціалізації країн;
 - г. зниженні обсягів торгівлі та підвищенні рівня спеціалізації країн.
2. Галузі, у яких транспортні витрати на перевезення готової продукції значно нижчі, ніж на перевезення сировини, з якої вона виготовляється це:
 - а. галузі, орієнтовані на ресурси;
 - б. галузі, орієнтовані на ринок;
 - в. галузі, орієнтовані на виробництво;
 - г. вільно орієнтовані галузі.
3. В трамповому судноплавстві суда:
 - а. закріплюються за визначеними напрямками;
 - б. не закріплюються за визначеними напрямками;
 - в. мають визначені маршрути;
 - г. експлуатуються на регулярній основі.
4. Кількість оригінальних екземплярів коносаменту:
 - а. 1; б. 2; в. 3; г. 4.
5. Демерідж - це:
 - а. штраф, який сплачує перевізник фрахтувателю;
 - б. штраф, який сплачує фрахтуватель перевізнику;
 - в. премія за швидку погрузку, яку сплачує перевізник фрахтувателю;
 - г. премія за швидку погрузку, яку сплачує фрахтуватель перевізнику.
6. Відкритий чартер - це:
 - а. документ стандартної форми;
 - б. документ із зазначенням роду вантажу та пункту призначення;

- в. документ без зазначення роду вантажу з зазначенням пункту призначення;
- г. документ без зазначення роду вантажу і без зазначення пункту призначення.

7. Коносамент - це:

- а. документ на розпорядження товаром в лінійному судноплавстві;
- б. документ на розпорядження товаром в трамповому судноплавстві;
- в. документ на розпорядження товаром в лінійному та трамповому судноплавстві;
- г. документ на розпорядження товаром при перевезеннях залізницею.

8. Коносамент виписується:

- а. один раз для перевезення певної партії вантажу;
- б. один раз для перевезення декількох партій вантажу;
- в. один раз для перевезення вантажів протягом місяця;
- г. для перевезення вантажів протягом року.

9. Додаткові рейси здійснюються:

- а. за особливим розкладом та особливим маршрутом;
- б. за особливим розкладом та за маршрутом регулярних рейсів;
- в. за звичайним розкладом за особливим маршрутом;
- г. за звичайним розкладом та за маршрутом регулярних рейсів.

10. Однією з особливостей транспортних послуг є:

- а. створення транспортних послуг не співпадає в часі з їх споживанням;
- б. транспортна галузь виробляє нові товари;
- в. завдяки переміщенню товарів, транспорт забезпечує подовження процесу виробництва і обігу;
- г. транспортні послуги не залежать від факторів розвитку ринкової економіки.

11. Галузі, які виробляють дуже дорогу, але легку кінцеву продукцію є:

- а. галузями, орієнтованими на ринок;
- б. галузями, орієнтованими на ресурси;
- в. галузями, орієнтованими на виробництво;
- г. вільно орієнтованими галузями.

12. Рейси, які виконуються відповідно до опублікованого розкладу по договірних авіалініях:

- а. нерегулярні;
- б. регулярні;

в. додаткові; г. спеціальні.

13. Регулювання забезпечення виробництва сировиною та матеріалами, контроль за доставкою готової продукції є завданнями:

- а. транспортної логістики;
- б. інформаційної логістики;
- в. виробничої логістики;
- г. постачально-збутової логістики.

14. До особливостей морського транспорту слід віднести:

- а. необхідність в побудові гідротехнічних споруд;
- б. відсутність впливу на оточуюче середовище;
- в. сезонність перевезень;
- г. ефективність при перевезеннях на відстані більше 200 км.

15. Незалежність від оточуючого середовища характерна для:

- а. морського транспорту;
- б. залізничного транспорту;
- в. повітряного транспорту;
- г. трубопровідного транспорту.

16. Рейси, які здійснюються на основі контракту між перевізником та замовником:

- а. спеціальні; б. чартерні;
- в. додаткові; г. основні.

17. На який вид перевезення припадає близько 60% обсягу вантажу, який перевозиться між країнами світового співробітництва:

- а) авіаційні
- б) автомобільні
- в) залізничні
- г) морські.

18. Не регулярні рейси морських суден без чіткого розкладу, які здійснюються на основі угоди між судновласником і суб'єктом ЗЕД – це

- а) лінійне судноплавство
- б) трампове судноплавство
- в) пряме судноплавство
- г) комбіноване судноплавство.

19. На основі якого договору здійснюється трампові перевезення

- а) коносаменту

б) авіанакладної

в) чартеру

г) фрахтування

20. Товарнотранспортна накладна при морських перевезеннях:

а) коносамент

б) чартер

в) тайм-чартер

г) димайз-чартер

21. Умова поставки „франко вздовж борту судна”

а) DES

б) CPT

в) CIF

г) FAS

Список використаних джерел

Базова

1. Румянцев А.П. Світовий ринок послуг: Навчальний посібник. / А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко — К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 456 с.

2. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / I.Мазаракі. Ч. 1 Х.: Ранок, 2008.

3. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / I.Мазаракі. Ч. 2 Х.: Ранок, 2008.

Інформаційні ресурси

1. База даних «Законодавство України»: zakon.rada.gov.ua

2. Кабінет Міністрів України: <http://www.kmu.gov.ua>

3. Міністерство економічного розвитку і торгівлі:
<http://www.me.gov.ua>

4. Міністерство фінансів: <http://www.minfin.gov.ua>

5. Національний банк України: <http://www.bank.gov.ua>

6. Світовий банк: <http://www.worldbank.org.ru>

Тема 10: Міжнародні туристичні послуги.

Мета вивчення: формування системи теоретико-прикладних знань про сучасні тенденції розвитку міжнародних туристичних послуг.

План

1. Поняття міжнародного туризму.
2. Класифікація різновидів міжнародного туризму.
3. Суб'єкти міжнародного туризму, специфіка їх цілей та діяльності.
4. Туристична дестинація.
5. Інститути та інструменти регулювання міжнародного туризму в Україні.

Основні поняття

Міжнародний туризм є важливим джерелом інформації про країну перебування, він є засобом пом'якшення напруженості в міжнародних відносинах та спілкування між народами.

Міжнародний туризм - це реалізація комплексу туристичних послуг на території країни, в якій їх споживач є іноземним громадянином, причому отримання зазначених послуг є основним цільовим призначенням перебування споживача у цільовій країні, де він не веде оплачуваної діяльності.

Фірма, яка організовує виїзд туриста за кордон, може бути однонаціональною стосовно нього (і так, частіше за все, і трапляється). Але в будь-якому разі власними силами або через посередників у цільовій країні виїзду туриста необхідно налагодити готельне, транспортне, екскурсійне, рекреаційне та інші види обслуговування. Отже, визначальною рисою міжнародного туризму є надання відповідних послуг фізичній особі в іноземній щодо нього країні, незалежно від національної юрисдикції фірми-контрактора туристичної угоди.

Туристичні послуги переважно є «невидимими товарами», щоправда, як і в інших випадках, у характеристиці цих послуг як «невидимих», міститься чимала умовність.

По-перше, сутністю видовищно-оглядового, історичного туризму саме і є візуальне ознайомлення, отже, «невидимість» стосується нематеріальних наслідків послуги після того, як вона була надана (скажімо, так: вона живе у спогадах людини, вона перетворилася на естетичне, емоційне задоволення чи сприяла духовному, інтелектуальному розвитку свого споживача).

По-друге, з туризмом пов'язаний супутній бізнес, зокрема виготовлення та реалізація сувенірів, буклітів, навіть одягу, товарів місцевого виготовлення. І, оскільки чіткого розмежування між «туризмом» і «супутнім бізнесом» немає, можна зробити висновок і про частково товарну природу цього виду послуг.

Туризм може бути ефективним засобом сприяння соціально-економічному зростанню для всіх країн, якщо одночасно вживаються необхідні заходи з метою вирішення найбільш термінових національних завдань і досягнення національною економікою прийнятного рівня самозабезпеченості, за якого країна не повинна витрачати більше того, що вона сподівається отримати від туризму.

2. Відповідно потрібно вживати, зокрема, таких заходів (якщо потрібно, то за допомогою різних форм двосторонньої і багатосторонньої технічної співпраці) для забезпечення того, щоб:

- а) були створені надійна інфраструктура й основні об'єкти;
- б) були створені навчальні заклади для задоволення потреб туристської індустрії в персоналі на різних рівнях;
- в) туризм становив частину комплексного плану розвитку країни на рівні з іншими пріоритетними секторами, сільським господарством, промисловістю, охороною здоров'я, соціальним забезпеченням, освітою та ін.;
- г) розвиток внутрішнього туризму стимулювався би так само, як і розвиток міжнародного туризму. Міцна база внутрішнього туризму була б великою перевагою, яка б сприяла розвитку міжнародного туризму в країні;
- д) навіть при плануванні внутрішнього туризму розроблявся б підхід на територіальній основі з урахуванням загального плану розвитку для формування збалансованого і комплексного зростання на благо суспільства;

е) завжди ретельно враховувалася загальна здатність природного, фізичного і культурного навколошнього середовища, місце призначення до прийому туристів (пропускна спроможність).

II. Практичні завдання:

1. Складіть та здійсніть розрахунок туристичного продукту.

III. Тестові завдання:

1. При якому методі ціноутворення на туристичні послуги відбувається встановлення ціни нижчої або вищої від ринкової в залежності від вибагливості клієнта, наданого сервісу:

- а. ціноутворення з орієнтацією на попит;
- б. ціноутворення з орієнтацією на конкурентів;
- в. ціноутворення на основі витрат;
- г. ціноутворення на основі собівартості.

2. В наслідок витрат, здійснюваних іноземними туристами в країні перебування:

- а. збільшуються прибутки туристичних фірм та зменшується попит з боку туристичного сектора економіки на товари і послуги постачальників;
- б. збільшується попит з боку туристичного сектора економіки на товари і послуги постачальників та зменшуються особисті прибутки населення, побічно пов'язаного з туристичним бізнесом;
- в. відбувається зростання споживчого попиту та зростання доходів в усіх секторах економіки;
- г. збільшуються прибутки туристичних фірм та зменшується дохід інших секторів економіки.

3. До особливостей міжнародного туризму як виду економічної діяльності слід віднести:

- а. наявність гнучкості у пропозиціях;
- б. мобільність туристичних послуг;
- в. здатність туристичних послуг до збереження;
- г. потребує участі великої кількості робочої сили.

4. До особливостей ціноутворення в галузі туристичного бізнесу слід віднести:

- а. низька еластичність цін у різних сегментах туристичного ринку;
- б. співпадання в часі моменту встановлення ціни та купівлі-продажу туристичного продукту;
- в. значна вартість операції з туристичними послугами;
- г. здатність туристичних послуг до збереження.

Список використаних джерел **Базова**

1. Румянцев А.П. Світовий ринок послуг: Навчальний посібник. / А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко — К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 456 с.
2. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 1 Х.: Ранок, 2008.
3. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 2 Х.: Ранок, 2008.

Тема 11: Міжнародна торгівля освітніми послугами

Мета вивчення: формування системи теоретико-прикладних знань про здійснення міжнародної торгівлі освітніми послугами про стан та перспективи ринку міжнародних освітніх послуг.

План

1. Економіка освіти: основні поняття та властивості.
2. Освітні послуги: поняття, класифікація, особливості надаття освітніх послуг .
3. Стан ринку міжнародних освітніх послуг.

Основні поняття

Економіка освіти — важлива галузь системи економічних наук. Вона відноситься до числа наймолодших економічних наук.

Її предмет можна визначити так: це наука про специфіку продуктивних сил і виробничих відносин у галузі, що створює освітні

послуги і задовольняє потреби особистості і суспільства в них при обмежених ресурсах, які виділяються для цих цілей.

Об'єктом цієї науки є своєрідні продуктивні сили й економічні відносини, характерні для організації і проведення процесу освітньої діяльності.

Суб'єктом дослідження і вивчення в економіці освіти виступають люди, велика частина населення, що тією чи іншою мірою включена в освітню трудову діяльність. Це діти, що виховуються в дошкільних закладах, учні шкіл, середніх спеціальних навчальних закладів, студенти вузів і їх батьки, усі, хто споживає освітні послуги; вихователі, викладачі та інші працівники сфери освіти.

Економіка освіти як система характеризується такими властивостями:

цілеспрямованість, цілісність, багатоструктурність, взаємозв'язок її елементів, стійкість, керованість, самонастроювання, здатність до самовдосконалення, тобто до розвитку.

Освітня послуга - це продукт спільної праці викладачів та тих, хто навчається.

Освітні послуги можна класифікувати наступним чином:

1. В залежності від освітніх програм, що використовуються: загальноосвітні; професійні.

2. В залежності від способу надання: очні; очно-заочні; заочні; дистанційні.

3. В залежності від тривалості надання: довгострокові (школа ВУЗ); середньострокові (курси підвищення кваліфікації, перепідготовка кадрів); короткострокові (тренінги).

4. В залежності від методів навчання: традиційні; програми проблемного навчання; програми, основані на аналізі ділових ситуацій.

Особливості послуг освіти наступні:

сезонність; платність; висока вартість; відносна тривалість надання; залежність результатів від умов майбутньої роботи та життя людини, яка навчається; неможливість перепродажу; віддаленість проявлення результату; необхідність ліцензування; конкурсний характер; відносно молодий вік споживачів.

Перспективні напрями розвитку експорту української вищої освіти

- Українські ВНЗ можуть запропонувати іноземцям, в тому числі й європейській молоді, фундаментальні дисципліни фізико-математичного та хімічного напрямів. Оскільки медична освіта у світі коштує дуже дорого, Україна може нарощувати кількість студентів медичного фаху за рахунок невисоких цін і достатньо якісної академічної школи та досить високого рівня знань у передових ВНЗ.
- Потрібно приділяти увагу розробці ексклюзивних освітніх програм, які за рівнем якості будуть еквівалентні західним аналогам, але матимуть цінові переваги. Це можуть бути, наприклад, масові програми підготовки висококваліфікованих фахівців з інформаційних технологій (чому сприяє успішний досвід співпраці провідних українських ВНЗ з відомими хай-тек компаніями, серед яких IBM, Intel, Motorola, Festo, Microsoft та інші).
- Перспективною лінією розширення контингенту іноземних студентів в Україні є використання дистанційних технологій навчання.
- Потенційною сферою активності в галузі експорту освітніх послуг є країни СНД, Азії та Африки. У країнах цих регіонів потрібно відкрити представництва Українського державного центру міжнародної освіти для пропаганди навчання в українських ВНЗ.
- Україна повинна активніше розвивати освітні стосунки з країнами, які є основними постачальниками студентів до вітчизняних ВНЗ, які мають орієнтуватися на підготовку спеціалістів для конкретних країн і за конкретними спеціальностями (прогнозується, що в найближчі роки відбудеться сегментація ринку зарубіжних абітурієнтів). З такими країнами необхідно укласти спеціальні угоди про співпрацю. Туркменістан та Бразилія вже висловили готовність організувати цільове спрямування своїх громадян для отримання освіти в українських ВНЗ.

II. Практичні завдання:

- Проаналізуйте зміни в динаміці у рейтингових позиціях України за складовими Глобального індексу конкурентоспроможності (дослідження Світового економічного форуму).

Показники	2010 - 2011	2011 - 2012	2012 - 2013	2013-2014	2014-2015
Якість системи	56	62	70	79	72

освіти в цілому					
Стан вищої і професійної освіти (в цілому)	46	51	47	43	40
Якість освіти з менеджменту бізнесу	108	116	117	115	88
Якість початкової освіти	49	52	43	37	40
Якість вищої математичної і природничої освіти	42	36	34	28	30
Охоплення вищою освітою	8	7	10	10	13
Кількість країн, які брали участь в дослідженні	139	142	144	148	144

Список використаних джерел

Базова

1. Румянцев А.П. Світовий ринок послуг: Навчальний посібник. / А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко — К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 456 с.
2. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 1 Х.: Ранок, 2008.
3. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 2 Х.: Ранок, 2008.

Допоміжна

1. Дахно І. І. Міжнародна економіка / І. І. Дахно, Ю. А.Бовтрук. - К.: МАУП, 2002.
2. Дахно І. І. Право інтелектуальної власності / І. І. Дахно. - К.: Либідь, 2002.

3. Козак Ю. Г. Основи міжнародної торгівлі: навчальний посібник / Ю. Г. Козак - К.: ЦНЛ, 2005.
4. Козак Ю.Г. Міжнародна торгівля: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Ю. Г. Козак. - К.: Центр учебової літератури, 2009.
5. Яковлєв Ю.П. Міжнародна торгівля. Практикум: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Ю.П. Яковлєв - К.: Кондор, 2008.

Тема 12: Особливості зовнішньої торгівлі України послугами.

Мета вивчення: аналіз сучасних тенденцій і динаміки розвитку зовнішньої торгівлі України послугами.

Основні поняття

1. Сучасні тенденції і динаміка розвитку зовнішньої торгівлі послугами України.
2. Проблеми та перспективи участі України в міжнародній торгівлі послугами.

Основні поняття

Торгівля послугами відіграє особливу роль у міжнародній економічній діяльності України. Особливості участі України в міжнародній торгівлі послугами традиційно зумовлювалися тим, що вона до певної міри компенсувала негативне сальдо загального торговельного балансу країни. Це відбувалося завдяки наявності таких особливо важливих для торгівлі послугами переваг міжнародної економічної діяльності, як сприятливе географічне розташування (що в економічній термінології артикулюється як транзитний статус), наявність відповідно до історичних традицій участі в міжнародній торгівлі розгалуженої транспортної інфраструктури та рухомого складу. Цей транспортний потенціал, навіть з урахуванням його кризового стану

на зламі століть, може, порівняно з переважною частиною економіки, розглядатися як достатньо потужне джерело валютних надходжень.

Отже, можна відзначити, що безумовно позитивним явищем для України є порівняно значний розвиток сфери послуг, яка бере участь у міжнародному співробітництві. Разом з тим не можна не помітити, що її структура є дещо гіпертрофованою. Адже левову частку в ній становлять транспортні послуги Водночас рівень експорту ділових, туристичних послуг, а тим більше послуг інформаційних та таких, що пов'язані з докладанням висококваліфікованих виробничих зусиль, не відповідає потенціалу України.

Національний ринок послуг в Україні розвивається в умовах дедалі більш вираженої відкритості економіки, зростання впливів з боку глобалізації. Фактично відбувається швидке становлення цього ринку, формування відносин між його суб'єктами, а також самих цих суб'єктів в умовах тісної міжнародної конкуренції. Вихідний стан ринку послуг відповідав характерним для планової системи уявленням про примат виробництва засобів виробництва та недооцінці ролі сфери послуг як своєрідного додатку до матеріального виробництва.

Відбувається збільшення частки послуг у структурі українського імпорту. (Україна закуповує транспортні, комунікаційні, будівельні, фінансові, професійні — бухгалтерські, правові, консультаційні, інженерні, архітектурні, дослідницькі послуги, а надає переважно транспортні, а також туристичні, ділові та ін.)

Звичайно, збільшення частки послуг, зокрема послуг з участю зарубіжних суб'єктів господарювання, не є прямим підтвердженням прогресу. Скоріше це свідчить про наявність механізму кореляційних зв'язків. Разом з тим у послуг як виду економічної діяльності є низка об'єктивних переваг, які мають велике значення для трансформаційної економіки України.

Так, інвестиції, взагалі кошти, які вкладаються у сферу послуг, мають, як правило, порівняно невеликий термін окупності. Швидкий обіг капіталу в певній сфері чи галузі є важливим чинником розвитку для дефіцитної економіки. Подібний сектор економіки, яким, власне, і є сфера обігу, сам по собі може стати рушійною силою її розвитку. Відносно менші обсяги капіталу, що потрібні для організації

виробництва, означають більші можливості для бізнесу, створення робочих місць.

Розвиток ринкової економіки України відбувається в умовах жорсткої конкуренції на національному ринку послуг (передусім така ситуація стосується імпортоконкурентного виробництва) і на ринках послуг за кордоном (що зачіпає інтереси експортерів). Відставання в деяких галузях вітчизняної економіки від світових лідерів, з одного боку, та значні здобутки, навіть пionерні розробки, в інших, наявність корпусу галузевих фахівців і навіть географічні переваги, з іншого, визначають рівень та специфіку участі вітчизняних суб'єктів ринку послуг у міжнародному співробітництві, а також міру та інструменти державного втручання в перебіг подій на ринку послуг.

Характер та інструментарій регулювання торгівлі послугами не дуже відрізняються від тих, що властиві торгівлі товарами. Це пов'язано як з однопорядковістю об'єктів регулювання, так і з тим, що торгівля послугами часто є допоміжною стосовно торгівлі товарами, отже, немає об'єктивних підстав для застосування принципово різних підходів.

Однак є відмінності, пов'язані зі специфікою окремих послуг, зокрема послуг, які супроводжують факторний рух, фактично — рух капіталів. Адже і в Україні, і в інших державах контроль за рухом капіталів і вплив на нього здійснюються згідно зі стандартами та критеріями, які істотно відрізняються від тих, що регулюють експортно-імпортні операції.

Є й інші причини для застосування на внутрішньому ринку специфічного режиму регулювання торгівлі послугами. Наприклад, в ряді випадків протекціонізм стосовно національних суб'єктів надання послуг, зокрема у формі квот чи субсидій, може безпосередньо не спричиняти зворотних санкцій у торгівлі.

З метою оптимізації національного механізму регулювання участі України в роботі міжнародного ринку послуг необхідне комплексне узгодження цілей розвитку окремих галузей і структурних підрозділів економіки й міжнародних зобов'язань держави, її очікувань від інших держав щодо їх процедур регулювання торгівлі з нашою країною. Але якщо друге — те, що стосується міжнародних економічних відносин з іншими державами, — багато в чому є предметом переговорів,

узгоджень та значою мірою залежить від загальної інтеграції України до євроструктур, міжнародних торговельних об'єднань (отже, не є предметом чіткої детермінації), то перше — цілі розвитку національного виробництва — мають бути визначені чітко та ґрунтовно. Передусім, зважаючи на «міжнародність» проблеми, слід забезпечити виконання таких двох послідовних завдань:

- визначити ключові технологічні та наукомісткі галузі, а також «чутливі» сектори у сфері послуг, які потребують тимчасових заходів прямої та опосередкованої підтримки;
- визначити перелік тих видів виробництв, які Україні не доцільно включати в перелік міжнародно погоджених зобов'язань і стосовно яких доцільно застосовувати вилучення з режиму найбільшого сприяння, дво-та багатосторонніх угод та забезпечити відповідні обмеження в торгівлі.

Виходячи з визначеного у такий спосіб переліку галузей та виробництв вживаються окремі заходи чи комплекс заходів, які спрямовані на стимулювання або підтримку окремих секторів, підрозділів економіки. При цьому рішення про інтенсивність використання й набір конкретних інструментів приймаються відповідно до алгоритму та міркувань (зростання цін за умов млявої конкуренції, погіршення умов роботи експортерів на зовнішніх ринках та ін.), що застосовуються і в регулюванні товарної торгівлі. Зокрема, враховуються широкі інтереси національних споживачів, цілі підтримки ефективного конкурентного середовища та національної конкурентоспроможності та ін.

Зазначені заходи (комплекс заходів) — це засоби регулювання доступу на ринок, передусім інструменти адміністративних обмежень чи повної заборони діяльності на національному ринку країни. Серед використовуваних обмежень можуть бути такі, як вимога для національних економічних агентів користуватись виключно послугами національних перевізників під час транспортування вантажів всередині країни або/та вантажів на експорт. Зауважимо, що подібні обмеження використовуються багатьма країнами світу, зокрема розвинутими. Analogічні протекціоністські вимоги можуть висуватися стосовно внутрішніх страховиків (страхування експортно-імпортних операцій). Щоправда, нерозвиненість національного ринку страхування в Україні

робить цей пункт надто гіпотетичним навіть до прийняття рішення щодо доцільності відповідної акції.

Можливі й інституційні заборони на відкриття певних комерційних установ. Наприклад, такі обмеження можуть стосуватися відкриття філій і представництв як іноземних виробників з ремонту техніки (щоправда, такі обмеження є, фактично, й обмеженнями на товарну торгівлю, оскільки погіршують її умови для покупців), так і спеціалізованих фірм у сфері послуг, зокрема туристичних агентств, а також банківсько-кредитних операцій.

Застосовується і «м'який» підхід, згідно з яким нерезидентам дозволяється створювати певні структури, але комерційні можливості останніх обмежуються. Зокрема, може встановлюватися перелік дозволених форм діяльності (видів послуг). Можливе штучне створення ускладнень іноземним конкурентам на національному ринку (заборона купівлі нерухомості, обмеження професійного характеру, наприклад, збільшення норми резервування для банківсько-кредитних установ, неможливість резервування квитків іноземним перевізникам).

Обмеження на діяльність іноземних суб'єктів пропозиції послуг на національному ринку можуть мати політичний підтекст (хоча політико-ідеологічні міркування справді можуть домінувати, особливо за умов поширення в певному суспільстві ксенофобії). Наприклад, можуть висуватися заборони чи обмеження на володіння засобами масової інформації - газетами, теле-, радіоканалами та програмами, а також на обсяги трансляцій (кількість годин) з боку іноземців. «Класичний» засіб протекціонізму в міжнародній торгівлі послугами - використання податків (можливо - додаткових), податкових пільг, знижок та вилучень із системи оподаткування (стосовно об'єктів захисту - національних підприємств, що надають послуги). Протилежна за формулою, але ідентична за змістом форма протекціонізму — субсидії та інші виплати національним продуцентам послуг

II. Практичні завдання:

- 1.Дослідити як змінюється торговельний баланс послуг за останні 3 роки.
- 3.Особливості зовнішньої торгівлі послугами України за останні 3 роки.

Список використаних джерел

Базова

1. Румянцев А.П. Світовий ринок послуг: Навчальний посібник. / А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко — К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 456 с.
2. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 1 Х.: Ранок, 2008.
3. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 2 Х.: Ранок, 2008.

Допоміжна

1. Дахно І. І. Міжнародна економіка / І. І. Дахно, Ю. А.Бовтрук. - К.: МАУП, 2002.
2. Дахно І. І. Право інтелектуальної власності / І. І. Дахно. - К.: Либідь, 2002.
3. Козак Ю. Г. Основи міжнародної торгівлі: навчальний посібник / Ю. Г. Козак - К.: ЦНЛ, 2005.
4. Козак Ю.Г. Міжнародна торгівля: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Ю. Г. Козак. - К.: Центр учебової літератури, 2009.
5. Яковлєв Ю.П. Міжнародна торгівля. Практикум: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Ю.П. Яковлєв - К.: Кондор, 2008.

Інформаційні ресурси

1. База даних «Законодавство України»: zakon.rada.gov.ua
- 2.Кабінет Міністрів України: <http://www.kmu.gov.ua>
- 3.Міністерство економчного розвитку і торгівлі: <http://www.me.gov.ua>
- 4.Міністерство фінансів: <http://www.minfin.gov.ua>
- 5.Національний банк України: <http://www.bank.gov.ua>
- 6.Світовий банк: <http://www.worldbank.org.ru>

ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

Змістовний модуль 1. *Особливості здійснення та регулювання міжнародної торгівлі послугами*

Тема 1. Міжнародна торгівля послугами: критерії та українська специфіка.

- 1. Визначте природу послуги, відмінність торгівлі послугами від торгівлі товарами.**
- 2. Причини динамічного розвитку послуг у сучасній економіці.**
- 3. Охарактеризувати розвиток сектору послуг як інтегрального компонента міжнародної торгівлі та міжнародної економічної діяльності.**
- 4. Основні тенденції, що визначають стан та перспективи міжнародного ринку послуг.**
- 5. Цілі та засоби впливу держави на торгівлю послугами.**
- 6. Фактори та економічні умови, що визначають особливості участі України в міжнародній торгівлі послугами.**

Тема 2. Організація міжнародної торгівлі послугами.

1. Навести приклади діючих проектів (програм) транскордонного співробітництва суб'єктів ЗЕД України.
2. Діяльність ТНК на прикордонних територіях України.
3. Наведіть приклади надання послуг способом присутності фізичних осіб в Україні.
4. Транскордонна поставка. Споживання за кордоном. Комерційна присутність. Присутність фізичних осіб. Які з вищезазначених способів набули найбільшого поширення в Україні та світі?

Тема 3. Основні показники міжнародної торгівлі послугами, її динаміка, структура і географічні напрямки.

1. Визначте об'єктивні передумови і фактори розвитку міжнародної торгівлі послугами.
2. Роль міжнародної торгівлі послугами в розвитку економіки окремих країн.

3. Проаналізуйте за останні 2 роки обсяги торгівлі послугами України з країнами світу. ukreksport.gov.ua

Тема 4. Послуги посередників у міжнародній торгівлі.

1. Визначте юридичні підстави діяльності посередників міжнародних торговельних операцій.
3. Назвіть критерії класифікації суб'єктів міжнародного посередництва.
4. Класифікуйте посередників за обсягом посередницьких збутових прав .
5. Класифікуйте посередників залежно від характеру та обсягу їхніх повноважень.

Тема 5. Регулювання міжнародної торгівлі послугами.

1. Інструменти державного регулювання МТ послугами.
2. Заходи регулювання доступу послуг на ринок.
3. Заходи вилучення із національного режиму надавачів послуг.
4. Ціль створення та основні положення ГАТС.
5. Міжнародна торгова палата (МТП) та її роль у регулюванні міжнародної торгівлі послугами.

Змістовний модуль 2. *Міжнародні торгові операції послугами*

Тема 1. Міжнародні послуги у сфері виробництва, кооперування та реклами: специфіка транзитивної економіки.

1. Стимули розвитку ринку технологічних послуг у сучасних умовах.
2. Основні форми технологічних послуг.
3. У чому різниця між поняттями інжиніринг та реінжиніринг розвитку.
4. Проведіть аналіз присутності на ринку Південного регіону України міжнародних консалтингових фірм.
5. Дослідіть кількість франчайзингових мереж в різних регіонах світу.
6. Назвіть особливості сучасного рекламного бізнесу.

Тема 2. Міжнародна торгівля послугами у сфері обміну науково-технічними знаннями.

- 1.Законодавство в сфері прав захисту інтелектуальної власності.
- 2.Поняття «роялті» згідно законодавства України та модельної конвенції ОЕСР.
- 3.Функції світового фінансового ринку та ринку фінансових послуг.

Тема 3. Лізинг та інші орендні операції в міжнародному співробітництві.

1. Роль лізингу в умовах сучасного НТП.
2. Охарактеризуйте коло суб'єктів лізингових операцій.
3. Назвіть можливі об'єкти лізингових операцій.
4. У чому полягають трансформаційні особливості та передумови розвитку в Україні?
5. Основні критерії класифікації лізингових угод, а також основні різновиди лізингу.
6. Охарактеризуйте основи правового регулювання лізингу в Україні.

Тема 4. Міжнародні транспортні послуги.

1. Конкурентні переваги України, які повинні сприяти збільшенню вантажопотоків.
2. Держава лідер по кількості великих портів. Причини?
4. Структура світового вантажо- і пасажирообігу.
5. Визначте природу транспортних послуг, відмінність міжнародних транспортних перевезень від національних.
6. У чому полягають основні тенденції розвитку транспорту, транспортних мереж та транспортної інфраструктури?
7. Охарактеризуйте геостратегічний контекст розвитку транспорту в Україні.
8. Якою мірою окремі види транспорту поширені в Україні?
9. Якими є основні комерційні критерії вибору виду транспорту?

Тема 5. Міжнародні туристичні послуги.

1. Визначте основні тенденції розвитку туристичної галузі протягом останніх десятиліть.

2. Основні економічні наслідки розвитку туристичного бізнесу.
3. Міжнародні інститути та документи в регулюванні міжнародного туризму.
4. Охарактеризуйте механізм регулювання туристичної сфери в Україні.
5. Види бізнесу та економічної діяльності функціонально пов'язані з міжнародним туризмом?
6. Охарактеризуйте основні об'єкти туристичного бізнесу в Україні.
 1. Сформулюйте завдання, які необхідно розв'язати для розвитку міжнародного туризму в Україні.

Тема 6. Світовий ринок освітніх послуг.

1. Властивості економіки освіти.
2. Організаційні та правові проблеми розвитку експорту освіти.
3. Проблеми якості освіти та запровадження сучасних форм навчання.

Тема 7. Особливості зовнішньої торгівлі послугами України.

1. Особливості зовнішньої торгівлі послугами України за останні 3 роки.
2. Здійснити аналіз рейтингових позицій України за складовими Глобального індексу конкурентоспроможності (дослідження Світового економічного форума).
3. Запропонуйте заходи підвищення конкурентності вітчизняної сфери послуг на світових ринках та зацікавленості зарубіжних партнерів у співробітництві.

Рекомендована література

Базова

1. Румянцев А.П. Світовий ринок послуг: Навчальний посібник. / А.П. Румянцев, Ю.О. Коваленко — К.: Центр навчальної літератури, 2006. - 456 с.
2. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 1 Х.: Ранок, 2008.
3. Мазаракі І. Світовий ринок товарів та послуг. У 2-х частинах: Підручник для студентів вищих навчальних закладів / І.Мазаракі. Ч. 2 Х.: Ранок, 2008.

Допоміжна

1. Дахно І. І. Міжнародна економіка / І. І. Дахно, Ю. А.Бовтрук. - К.: МАУП, 2002.
2. Дахно І. І. Право інтелектуальної власності / І. І. Дахно. - К.: Либідь, 2002.
3. Козак Ю. Г. Основи міжнародної торгівлі: навчальний посібник / Ю. Г. Козак - К.: ЦНЛ, 2005.
4. Козак Ю.Г. Міжнародна торгівля: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Ю. Г. Козак. - К.: Центр учебової літератури, 2009.
5. Яковлєв Ю.П. Міжнародна торгівля. Практикум: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Ю.П. Яковлєв - К.: Кондор, 2008.

Інформаційні ресурси

1. База даних «Законодавство України»: zakon.rada.gov.ua
- 2.Кабінет Міністрів України: <http://www.kmu.gov.ua>
- 3.Міністерство економічного розвитку і торгівлі: <http://www.me.gov.ua>
- 4.Міністерство фінансів: <http://www.minfin.gov.ua>
- 5.Національний банк України: <http://www.bank.gov.ua>
- 6.Світовий банк: <http://www.worldbank.org.ru>