

Оскільки на діяльність банку впливає ціла низка таких чинників, як: навколишнє політичне та економічне середовище, конкуренція, акціонери, якість персоналу, технічне обладнання, тощо, виникає такий вид ризику як банківський, який пов'язаний з втратами, які можуть виникати через його недостатню фінансову надійність, неналежну організацію управління. З метою контролю за банківськими ризиками банки встановлюють нормативи та ліміти, які час від часу переглядаються, відстежують інформацію про фінансовий стан банків, постійно підвищують кваліфікацію співробітників.

Ризик передоплати влючає в себе небезпеку того, що імпортер, який заплатив аванс експортеру, не отримає або отримає, але у невідповідності зі встановленим порядком, зафіксований у контракті товар чи послугу. Цього ризику зазнає імпортер, але з метою його мінімізації або усунення йому може бути надана гарантія авансового платежу або резервний акредитив (розмір гарантії або резервного акредитива залежить від суми сплаченого авансу).

Ризик неплатежу виникає для експортера, якщо імпортер неспроможний або не бажає здійснити платіж за контрактом за товар, навіть якщо він прибув без ушкоджень. У випадку якщо експортер може встановити контроль за товаром, це може коштувати йому дуже дорого, щоб повернути товар назад. Альтернативний варіант продажу цього товару іншому покупцю означає продаж цього товару за зниженою ціною.

Ефективними заходами зі страхування ризику неплатежу є: перевірка інформації про ділового партнера: про його репутацію, кредитоспроможність, рівень менеджменту, загальний стан галузі промисловості, конкурентоспроможність товару; наполягання на виставленні на користь себе платіжної гарантії, авансової гарантії, резервного акредитива, перевіряючи при цьому надійність і міжнародний авторитет гаранта; включення до контракту умов, які передбачають застосування до платника штрафів у разі затримання оплати; використовувати такі методи розрахунків як передплата, акредитив, інкасо

Ризик невиконання контракту полягає в невиконанні сторонами умов контракту. При чому таке невиконання контракту може бути як зі сторони імпортера, так і зі сторони експортера. Для страхування ризику невиконання контракту підприємствам необхідно включати до контракту умови, що передбачають фінансову відповідальність сторін за його невиконання, а також активно застосовувати банківські гарантії виконання контрактних зобов'язань або резервні акредитиви.

Суверенний ризик виникає зовнішній торгівлі у випадку: неповернення займу урядової установи; неплатежу за товари, які продані урядовій установі; дефолту уряду, який видав гарантію.

Засобами запобігання виникненню суверенного ризику є ті ж самі, що і для запобігання виникненню ризику країни.

Трансфертний ризик виникає у ситуації, коли імпортер бажає здійснити платіж, однак у зв'язку з валютними обмеженнями не може здійснити цей платіж в іноземній або твердій валюті.

Ризик посиленого регулювання з боку уряду виражається: у регулюванні валютного курсу Центральним банком країни та здійсненні валютного контролю. Ці методи використовуються урядом для контролю сум в іноземній валюті, що надходять або залишають країну; у застосуванні імпортних квот, тобто обмежень кількості певного товару, що може імпортуватися в країну; у накладенні торгових ембарго або занесення у "чорні списки", тобто імпорт або експорт товарів певних країн може бути заборонений урядом; у стягненні імпортного мита, тобто податків, що можуть встановлюватися урядом по відношенню до імпорту. Ці податки стягуються з експортера або імпортера в залежності від обраної умови постачання згідно Incoterms 2000 (International Commercial Terms, 01.01.2000).

Регулювання з боку уряду не можливо уникнути у міжнародній торгівлі, але контрагенти можуть, у крайньому разі, застрахуватися від цього ризику.

Ризик недостатнього знання законодавства, звичаїв та традицій іншої країни виникає, коли суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності не зовсім розуміють бізнес-традиції та методи своїх іноземних партнерів і не впевнені у тому, чи можуть вони розраховувати на виконання зобов'язань згідно домовленостей з партнерами. Керуючись Уніфікованими правилами і методами торгівлі, які розроблені Міжнародною торговельною палатою (МТП), можна уникнути цих проблем, проте не в усіх країнах прийняті та затверджені ці стандартизовані методи торгівлі.

Таким чином, при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності експортери та імпортери наражаються на численні ризики. Тому основною задачею суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на стадії підписання контракту або здійснення розрахунків є передбачення та попередження зазначених вище ризиків. Розглянувши основні види ризиків у міжнародній торгівлі, необхідно ще раз підкреслити важливу роль по мінімізації цих ризиків. Як висновок, нижче наведені основні можливості щодо уникнення ризиків у міжнародній торгівлі, які є найбільш використовуваними та "універсальними" для усіх видів ризиків: прогнозування валютних курсів та хеджування валютних ризиків; використання послуг страхових компаній, банків, посередників (тобто страхування операцій, отримання гарантій банків та державних (урядових) гарантій, факторингові та форфейтингові операції тощо); дотримання Міжнародних правил тлумачення торгових термінів Incoterms 2000; дотримання вимог Уніфікованих правил, розроблених МТП; дотримання вимог національного законодавства та звичаїв країни.

Джерела та література

1. Международная торговля: финансовые операции, страхование и другие услуги: Пер. с англ. – К.: Торгово-издательское бюро ВНУ, 1994. – 480 с.
2. Міжнародні розрахунки та валютні операції: Навчальний посібник / О.І. Береславська, О.М. Наконечний, М.Г. Пясецька та ін.; За заг. ред. М.І. Савлука. – К.: КНЕУ, 2002. – 392 с.
3. Руденко Л.В. Міжнародні кредитно-розрахункові і валютні операції: Підручник. – Київ: ЦУЛ, 2003. – 616 с.
4. Якобс Р. Внешнеэкономические операции коммерческих банков. Модуль 1. Введение во внешнюю торговлю: Учебное пособие по специальному курсу. – Киев: Киевский государственный экономический университет. Украинская финансово-банковская школа, б/г. – 40 с.
5. O'Brien Vincent. International Trade and Finance: Advanced Training Programme. – London: European Bank for Reconstruction and Development, Programme Supported by The Government of Ireland and The Government of The United Kingdom, 2003.

Онищенко К.Н.

СОСТОЯНИЕ И НЕОБХОДИМОСТЬ ИНОСТРАННОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ПИЩЕВУЮ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

Переходный период к становлению рыночных отношений в Украине болезненно сказался на уровне и эффективности

производства продукции пищевой промышленности. Из-за несовершенства налоговой, финансово-кредитной, ценовой, инвестиционной и инновационной политики пищевая промышленность и аграрный сектор экономики Украины и Крыма как по имеющимся производственным мощностям, их физическому, техническому и технологическому состоянию, так и по уровню развития инфраструктуры в значительной мере отстаёт от уровня развития аналогичных отраслей экономики развитых стран.

В 2003 году пищевая промышленность и переработка сельскохозяйственных продуктов в Крыму насчитывали 453 предприятий – юридических лиц по видам деятельности, объём произведённой ими продукции составил 1430 млн. грн., по удельному весу этого показателя в общем объёме промышленной продукции АПК отрасль занимала первое место (35,9%).

Переход к рыночным условиям хозяйствования оказался достаточно сложным для предприятий пищевой промышленности. Недооценка её структуроформирующей роли для развития экономики Автономной республики Крым привела к значительному снижению объёмов производства как в абсолютном выражении, так и в расчёте на одного человека. Так, за период с 1990 года по 2003 год производство колбасных изделий сократилось на 93,4%, цельномолочной продукции – на 91,5%, кондитерских изделий – на 91,0%, консервов – на 88,1%, масла подсолнечного – на 87,7%, животного масла – на 85,9%, мяса – на 75,9%, сыров (включая брынзу) – 77,3%, хлеба и хлебобулочных изделий – на 62,5%. Прирост наблюдается только в производстве безалкогольных напитков (13,1%), папирос и сигарет (8,3%).

По сравнению с 2000 годом спад производства не столь значителен, даже произошёл рост объёмов производства отдельных видов продовольственных товаров. С середины 90-х годов пищевая промышленность Автономной республики Крым начинает обеспечивать положительный прирост объёмов производства, к тому же рост объёмов производства происходил более высокими темпами по сравнению с другими отраслями.

За период с 2000 по 2003 год наблюдается значительное увеличение объёмов производства отдельных видов продовольственных товаров в натуральном выражении. Так, в частности, производство мяса выросло в 4,76 раза, безалкогольных напитков – в 2,73 раза, сыров жирных – в 2,5 раза, папирос и сигарет – в 2,03 раза, пива – на 66,1%, минеральной воды – на 63,7%, консервов – на 11,3%, кондитерских изделий – на 10,3%. Однако, этот рост происходил на фоне дальнейшего сокращения объёмов производства именно тех продуктов, которые играют наиболее важную роль в рационе питания человека (животного и подсолнечного масла, колбасных изделий, муки и хлебобулочных изделий, макаронных изделий, цельномолочной продукции). Поэтому, можно говорить не об улучшении ситуации на продовольственном рынке, а, скорее, об обострении продовольственной проблемы.

Невыполнение пищевой промышленностью в полной мере своей функции по обеспечению научно обоснованных потребностей населения в продуктах питания связано как со значительным сокращением на протяжении длительного времени объёмов производства и переработки сельскохозяйственного сырья, падением покупательной способности населения, так и с технико-технологической и организационно-экономической отсталостью отрасли. Большинство предприятий пищевой промышленности нуждаются в коренном обновлении материально-технической базы, поскольку, условия конкурентной борьбы требуют внедрения современного высокопроизводительного оборудования и новейших технологий, широкого привлечения научного потенциала.

Решать проблемы, стоящие перед пищевой промышленностью Автономной республики Крым, следует путем привлечения всего круга источников инвестирования. Капитальные вложения должны направляться, прежде всего, на модернизацию и технико-технологическое переоснащение предприятий, ускоренное развитие и повышение эффективности функционирования приоритетных, базовых отраслей и производств (в ликероводочную, соляную, молочно-консервную, парфюмерно-косметическую, винодельческую, плодоовощеконсервную отрасли и производство продуктов детского питания).

В 2003 году наибольшее количество капитальных вложений было направлено именно на развитие пищевой промышленности и переработку сельскохозяйственных продуктов – 103,6 млн. грн. (5,4% общего объёма инвестиций). Объём иностранных инвестиций в пищевую промышленность Автономной республики Крым составил 19 399,92 тыс. долл. США.

Большое опасение вызывает сокращение экспорта продукции пищевой промышленности в 2003 г. в 3 раза в сравнении с 1996 г. и рост импорта этой продукции в 5 раз за этот же период.

Для обеспечения инновационного развития пищевой промышленности необходимо создать действенный механизм инвестирования технологических изменений. В условиях рыночной экономики следует усилить государственное регулирование инновационных процессов при помощи региональных инновационных фондов и целевого конкурсного финансирования.

Онищенко С.К. ВОЗМОЖНОСТИ ДВУХСТРАНИЧНОЙ КОММЕРЦИИ В ИНТЕРНЕТ

С тех пор как Интернет начал прочно входить в жизнь простых людей на возможности глобальной сети обратили внимание бизнесмены, предприниматели, коммерсанты. В тех странах, где Интернет стал повседневностью, государство пытается определять не только правила взаимодействия человека и Сети, но также социальное место Интернета и его положение в обществе. Так, Конгресс США принял закон о статусе веб-ресурсов, согласно которому веб-сайты, по своему значению, приравниваются к средствам массовой информации, и, следовательно, все веб-дизайнеры (веб-владельцы) должны подчиняться правилам и ограничениям, распространяемым на журналистов.

Одним из новых направлений в e-commerce является так называемая "двухстраничная коммерция". Следуя аналогиям с привычными СМИ, [1, с. 17] сторонники этого направления используют в своем бизнесе сайты состоящие всего из двух веб-страниц, – из страницы - рекламного объявления и веб-формы заказа (или оплаты, в случае с продажей паролей, пин-кодов, программ и информационных продуктов). Двухстраничная коммерция может стать для многих наших предпринимателей стартовой позицией в электронном бизнесе. В США на январь 2002 года на долю двухстраничной коммерции приходится около 73% частных покупок в сети.

Двухстраничная коммерция – это просто, [1, с. 420] потому что не требует глубоких знаний веб-дизайна, это быстро, потому что вам необходимо создать и разместить всего 1-2 страницы, это удобно, потому что продажа нескольких товаров не взаимосвязана и не требует от вас знаний в веб-программировании. Но самое главное, что помимо простоты реализации веб-проектов, такая стратегия достаточно высокоэффективна. Если количество заказов на обычных e-commerce сайтах колеблется от 0,5 до 15% от трафика (в редких случаях до 35%), то в двухстраничной коммерции эти пределы немного другие – от 10 до 80%. Среднее же число заказов составляет 40-45% и зависит исключительно от одной единственной веб-