

Министерство образования Российской Федерации

Кемеровский технологический институт пищевой промышленности

В.Н. Караульнов, Г.С. Драпкина, М.А. Постолова

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Учебный модуль для студентов дневной и заочной формы
обучения специальности 060800
«Экономика и управление на предприятиях»

Кемерово 2004

УДК: 339.5(075)

Печатается по решению Редакционно-издательского совета Кемеровского технологического института пищевой промышленности

РЕЦЕНЗЕНТЫ: Ю.А. Федченко, ректор регионального института повышения квалификации Минтопэнерго РФ, академик международной академии безопасности жизнедеятельности;

Е.И. Моисеева, к.э.н., доцент, зав.кафедрой «Экономика и организация угольной промышленности» Кемеровского государственного технического университета

В.Н. Караульнов, Г.С. Драпкина, М.А. Постолова

Внешнеэкономическая деятельность: Учебный модуль – Кемеровский технологический институт пищевой промышленности. – Кемерово, 2004. - 124 с.

ISBN-5-89289-227-1

В учебном модуле в доступной форме излагаются курс лекций по дисциплине «Внешнеэкономическая деятельность», методические указания по выполнению контрольных работ, вопросы к экзамену, учебно-методические материалы по курсу.

Содержание учебного модуля соответствует требованиям государственного стандарта для студентов к экономистам-менеджерам.

0605070300

В-----

У50 (03) - 04

ISBN-5-89289-227-1

©Кемеровский технологический институт
пищевой промышленности, 2004

ОГЛАВЛЕНИЕ

Стр.

ВВЕДЕНИЕ.....	6
Раздел 1. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА.....	8
Раздел 2. КРАТКИЙ КУРС ЛЕКЦИЙ.....	14
Тема 1 ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ РОССИИ В МИРОВУЮ СИСТЕМУ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ.....	14
1.1 Характеристика и состояние внешнеэкономических связей.....	14
1.2 Основные проблемы торговли зарубежного партнера с Россией.....	15
1.3 Основные проблемы торговли российского партнера с зарубежным.....	16
Тема 2 ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВЭД В РОССИИ.....	17
2.1 Основные этапы развития организации управления ВЭД.....	17
2.2 Организация управления ВЭД в России.....	18
2.3 Методы государственного регулирования ВЭД.....	19
2.4 Управление ВЭД на уровне региона.....	20
Тема 3 ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА УРОВНЕ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	21
3.1 Формы организации внешнеэкономической службы на уровне предприятия.....	21
3.2 Работа предприятия по выходу на внешний рынок.....	23
3.3 Стратегии выхода предприятия на внешний рынок.....	26
3.4 Экономическое обоснование принимаемых решений.....	28
Тема 4 ВЫБОР ИНОСТРАННОГО ПАРТНЕРА.....	30
4.1 Классификация фирм, действующих на мировом рынке.....	30
4.2 Правовое положение фирм.....	32
4.3 Основные показатели деятельности зарубежных фирм.....	35
Тема 5 ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЭД.....	37
5.1 Источники коммерческой информации.....	37

Тема 6 ДОГОВОР (КОНТРАКТ) МЕЖДУНАРОДНОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ТОВАРА.....	44
6.1 Структура и содержание контракта.....	44
6.2 Базисные условия поставки товара.....	51
Тема 7 ВАЛЮТНО-ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ С ЗАРУБЕЖНЫМИ ПАРТНЕРАМИ.....	55
7.1 Основы валютного законодательства РФ.....	55
7.2 Основные положения и термины.....	56
7.3 Валютно-финансовые условия контрактов.....	58
7.4 Кредитование внешней торговли.....	59
Тема 8 СОВМЕСТНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	60
8.1 Содержание, классификация, этапы развития (СП).....	60
8.2 Особенности развития СП.....	63
Тема 9 СТРАХОВАНИЕ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	67
9.1 Проблемы управления рисками.....	67
9.2 Страхование внешнеторговых грузов.....	68
9.3 Страхование экспортных кредитов.....	70
9.4 Страхование инвестиций.....	70
9.5 Страхование ответственности владельцев транспортных средств.....	71
Тема 10 ТАМОЖЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	72
10.1 Основные понятия.....	72
10.2 Таможенный тариф в системе мер государственного регулирования ВЭД.....	74
10.3 Таможенные пошлины.....	75
10.4 Характеристика НДС во ВЭД. Акцизы.....	76
Тема 11 КОММЕРЧЕСКИЕ ОПЕРАЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ БИРЖАХ, ТОРГАХ, АУКЦИОНАХ.....	79
11.1 Товарные биржи, валютные биржи, международные биржи, международные аукционы.....	79
11.2 Деятельность на международных фондовых биржах.....	85
11.3 Рынок ценных бумаг.....	86
Тема 12 АРЕНДНЫЕ ОПЕРАЦИИ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	93
12.1 Арендные операции и виды аренды (долгосрочная,	

среднесрочная и краткосрочная).....	94
12.2 Условия арендного договора и обязанности сторон – арендодателя и арендатора.....	95
12.3 Виды лизинга как разновидности аренды, получившего наибольшее распространение (финансовый и операционный лизинг).....	97
12.4 Особенности мировой практики лизинговых операций....	101
Тема 13 ТОРГОВЫЕ ПОСРЕДНИКИ.....	103
13.1 Целесообразность участия посредников.....	103
13.2 Виды посреднической деятельности.....	105
13.3 Виды торгово-посреднических фирм.....	106
13.4 Объем прав посредников на рынке.....	110
13.5 Вознаграждение посредников.....	111
13.6 Организация сбыта.....	112
Тема 14 ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ.....	114
14.1 Формы и особенности делового общения.....	114
14.2 Принципы установления рабочих отношений с деловыми партнерами.....	114
14.3 Основные этапы и тактические приемы ведения переговоров.....	115
14.4 Стиль делового общения, характерный для представителей разных стран.....	116
14.5 Деловой протокол.....	117
Раздел 3. ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ.....	120
Раздел 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ.....	124
 БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	125

ВВЕДЕНИЕ

Развитие рыночных отношений в России требует от руководителей фирм умения не только управлять производством товаров, но и сбытом своей продукции на внутреннем и внешнем рынках. Особое внимание для производителей товаров представляют внешние рынки. Внешнеэкономические связи – во многом специфическая сфера деятельности, требующая обширных и специальных знаний в области коммерции и права.

Однако в прошлые годы система управления, планирования и стимулирования внешнеэкономической деятельности не способствовала росту и эффективности экспорта. Экспорт не мог быть достаточно эффективным еще и потому, что непосредственные создатели экспортного потенциала – первичные производственные звенья (объединения, предприятия), научные учреждения и другие создатели интеллектуальной собственности – были отстранены от участия во внешнеэкономических связях.

В процессе реформы происходили децентрализация и постепенный отказ государства от монополии на внешнюю торговлю. Предприятия получили право самостоятельного выхода на внешний рынок. Это право предусмотрено Указом Президента РФ № 213 от 15 ноября 1991 года «О либерализации внешнеэкономической деятельности на территории РСФСР». В этом Указе отмечается, что любое предприятие, независимо от формы собственности и организации, имеет право осуществлять внешнеэкономическую деятельность, если это входит в ее уставный регламент.

При самостоятельном выходе на внешний рынок предприятию приходится решать широкий круг проблем, связанных с экспортно-импортной деятельностью:

- изучение мирового рынка в целом;
- выбор партнера;
- анализ деятельности зарубежных фирм и маркетинг;
- современные формы реализации товара и послепродажного обслуживания.

Важное место во внешнеэкономических операциях занимает заключение внешнеторгового контракта, т.к. от этого зависит успех коммерческой сделки в целом. Так же актуальным является изучение форм международной кооперации, в частности, создание совместных предприятий, страхования, таможенного дела. Деловое общение и де-

ловой протокол, знание законодательства страны-партнера, информационное обеспечение – также важные составляющие работы в области внешнеэкономических связей.

Учебный модуль предназначен для изучения теоретических основ внешнеэкономической деятельности студентами специальности 060800 «Экономика и управление на предприятиях» дневной и заочной форм обучения.

Раздел 1. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РФ

КЕМЕРОВСКИЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ ПИЩЕВОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

По дисциплине ОПД.Р.02 «Внешнеэкономическая деятельность»
Для специальности 060800 «Экономика и управление на
предприятии» (по отраслям)

Факультет экономический, заочный
Кафедра «Управление и экономика»
Курс IV Семестр 8

Всего аудиторных часов	51 час, в том числе 8 семестр 51 час
Из них:	
Лекций	34 часа, в том числе 8 семестр 34 часа
Практические занятия	17 часов, в том числе 8 семестр 17 часов
Самостоятельная работа	49 часов
Всего по учебному плану	100 часов
Экзамен	8 семестр

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

В ходе становления и развития рыночной экономики значительно повышается роль внешнеэкономической деятельности. В современном взаимозависимом мире российская экономика становится частью мировой экономики и уже не может успешно развиваться в отрыве от нее. Внешнеэкономические факторы оказывают все большее влияние на темпы, пропорции, характер экономического роста в стране, внутреннее ценообразование, региональное развитие, уровень жизни населения. Российские предприятия всех форм собственности получили право непосредственного выхода на внешний рынок. Внешнеэкономические операции превращаются в органическую часть их хозяйственной деятельности.

Целью изучения данной дисциплины является ознакомление студентов с состоянием и развитием современного мирового рынка, его особенностями, структурой, а так же основными внешнеторговыми операциями на рынках товаров и услуг. Дисциплина «Внешнеэкономическая деятельность» входит составной частью в комплект дисциплин, изучающих современную рыночную экономику.

Основные задачи дисциплины:

- формирование у студентов целостного представления о внешнеэкономической деятельности, в том числе на уровне предприятия, работающего в условиях рыночной экономики;
- изучение проблем интеграции России в систему мирохозяйственных связей и организации управления внешнеэкономической деятельностью;
- изучение правовых и договорных аспектов международной купли-продажи товаров;
- изучение финансовых основ отношений предприятий с зарубежными партнерами, включая деятельность совместных предприятий и страхование ВЭД;
- изучение вопросов организации и техники проведения технико-экономических операций, включая таможенное регулирование, арендные и коммерческие операции, использование посредников;
- изучение вопросов, связанных с формированием имиджа фирмы на международном рынке.

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционные (теоретические) занятия

№ темы	Наименование темы. Краткое содержание темы.	Коли- че- ство ча- сов	Се- мес- тр	При- ме- ча- ние
1	2	3	4	5
1.	Проблемы интеграции России в мировую систему внешнеэкономических связей. Структура ВЭС, основные характеристики российского экспорта. Источники валютных поступлений от экспорта. Проблемные вопросы, возникающие в торгово-экономических отношениях с зарубежными партнерами.	2	8	
2.	Организация управления внешнеэкономической деятельностью (ВЭД) в России. Основные этапы развития системы управления ВЭД предприятий. Система органов государственной власти, осуществляющая управление ВЭД в России.	2	8	
3.	Организация управления ВЭД на уровне предприятия. Исследование рынка во ВЭД предприятия. Варианты организационных структур предприятия. Определение экономической эффективности ВЭД на уровне предприятия.	2	8	
4.	Выбор иностранного партнера. Основные показатели деятельности зарубежных фирм. Классификация фирм, действующих на мировом рынке. Правовое положение фирм. Правовые формы деятельности иностранных фирм. Основные виды оперативной и финансовой отчетности фирмы. Показатели, характеризующие результаты деятельности фирмы.	2	8	

1	2	3	4	5
5.	Информационное обеспечение ВЭД. Механизм сбора коммерческой информации о рынках, ценах, клиентах, товарах. Источники информации в России и за рубежом (учреждения, организации, банки, справочники и др.)	2	8	
6.	Договор международной купли-продажи товара. Структура и содержание договора международной купли-продажи товаров. Санкции за нарушение контракта, условия освобождения от ответственности, форс-мажорные обстоятельства. Базисные условия поставки товара	4	8	
7.	Валютно-финансовые отношения предприятий с зарубежными партнерами. Основы валютного законодательства. Международные правила толкования основных терминов валютно-финансовых отношений. Кредитование внешней торговли: факторинг, фарфетирование экспортных операций.	2	8	
8.	Совместные предприятия (СП) в современной экономике. Содержание, классификация, этапы развития СП. Особенности развития СП в России.	2	8	
9.	Страхование во ВЭД. Проблемы управления рисками. Страхование грузов, экспортных кредитов, инвестиций, ответственности владельцев транспортных средств.	2	8	
10.	Таможенное регулирование ВЭД. Таможенный тариф, его цели и функции ставки таможенных пошлин. Понятие таможенной стоимости товара. Характеристика НДС во ВЭД.	2	8	

1	2	3	4	5
11.	Коммерческие операции на международных биржах, торгах, аукционах. Развитие биржевой торговли, формирование современных международных товарных бирж. Основные функции, выполняемые биржей. Операции хеджирования с покупкой и продажей. Организация международного рынка ценных бумаг.	4	8	
12.	Арендные операции во ВЭД. Арендные операции и виды аренды (долгосрочная, среднесрочная, краткосрочная). Условия арендного договора и обязанности сторон. Виды лизинга как разновидности аренды (финансовый и оперативный лизинг). Особенности мировой практики лизинговых операций.	2	8	
13.	Участие посредников во ВЭД. Виды посреднических операций. Виды торгово-посреднических фирм. Продажа товаров на условиях консигнации. Способы вознаграждения посредников. Развитие посреднических операций в России.	2	8	
14.	Деловое общение. Формы и особенности делового общения. Принципы установления рабочих отношений с деловыми партнерами. Основные этапы и тактические приемы ведения переговоров. Стиль делового общения, характерный для представителей разных стран. Деловой протокол.	4	8	
Итого:		34		

Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Наименование темы. Краткая характеристика	Количество часов	№ соответствующей темы	Семестр
1	2	3	4	5
1.	Изучение проблемы торговли российского	1	1	8

	партнера с зарубежными фирмами.			
2.	Управление ВЭД на уровне региона.	1	2	8
3.	Методика расчета экономической эффективности экспорта и импорта продукции, товаров и услуг. (примеры расчетов).	2	3	8
4.	Пример создания общества с ограниченной ответственностью в Австрийской республике (GmbH) и акционерного общества «Трубный завод «Европа-Азия-Россия». Анализ показателей, характеризующих эффективность работы зарубежных фирм.	3	4	8
5.	Характеристика базисных условий поставки товаров на международном рынке.	3	6	8
6.	Пример расчета курса иностранных валют. Организация международной торговли валютой.	2	7	8
7.	Классификация СП. Технико-экономическое обоснование (ТЭО) при создании СП.	2	8	8
8.	Страхование внешнеторговых грузов.	2	9	8
9.	Структура управления товарной биржей «Комекс» (Нью-Йорк). Классификация ценных бумаг. Основные биржи в странах «Большой семерки»	2	11	8
10	Деловой протокол.	2	14	8
Итого:		17		

3. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ ПРОЦЕССА ОБУЧЕНИЯ

Текущий контроль успеваемости студентов осуществляется в виде опроса по теоретическому материалу курса на практических занятиях. Студенты сдают экзамен в 8 семестре.

Раздел 2. КРАТКИЙ КУРС ЛЕКЦИЙ

ТЕМА 1 ПРОБЛЕМЫ ИНТЕГРАЦИИ РОССИИ В МИРОВУЮ СИСТЕМУ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ

1.1 Характеристика и состояние внешнеэкономических связей.

1.2 Основные проблемы торговли зарубежного партнера с Россией.

1.3 Основные проблемы торговли российского партнера с зарубежным.

1.1 Внешнеэкономические связи (ВЭС) РФ в настоящее время включают следующие формы: внешнюю торговлю, совместные предприятия (СП) на территории России, СП за рубежом; иностранные предприятия на территории РФ; международные объединения и организации; консорциумы, лизинг; переработка давальческого сырья; привлечение иностранной рабочей силы; научно-техническое сотрудничество; приграничную торговлю; иностранный туризм; свободные экономические зоны и др.

В 80–х годах структура внешней торговли оставляла желать лучшего: сырье и материалы составляли 70 %, готовые изделия – 30 %. При этом для нового международного разделения труда характерно снижение доли сырья и материалов в мировой торговле. Получили распространение наукоемкие, высокотехнологичные отрасли – химия, приборостроение, электронная и авиакосмическая промышленность. Кроме этого в мире идет постепенное стирание экономических границ между странами. Пример Европейского Союза (ЕС).

В российском экспорте в условиях переходного периода преобладает сырье и неквалифицированный труд. При этом в экспорте России в страны дальнего зарубежья удельный вес сырья и полуфабрикатов увеличился с 86 % в 1992 г. до более 90 % в 1999 году, а доля готовых изделий из-за их низкой конкурентоспособности уменьшилась с 16 до 10 %. Основными экспортными поставками в этот период становится экспорт полуфабрикатов, произведенных в отраслях, которые отрицательно влияют на окружающую среду (металлургия, химия, нефтехимия, целлюлозно-бумажная). Если в 1992 году их экспортная продукция оценивалась в 8 млрд. долларов, то в 1998 году она составляла 22 миллиарда долларов.

Анализ основных характеристик российского экспорта в начале

перестройки не соответствовал экономическому потенциалу страны в стоимостном объеме. Так стоимость экспортируемых из России товаров и услуг (около 40 млрд. долларов) была не только значительно меньше объема экспорта наиболее развитых государств (в США в 1993 году – 570 млрд. долларов), но и заметно уступала экспорту многих других стран.

С 1995 года мировая конъюнктура для основных российских экспортных товаров улучшилась за счет повышения спроса на российскую экспортную продукцию на 75 %. В целом с 1992 года по 1997 год реальный ВВП России сократился на 28 %, а физические объемы зарубежных поставок возросли на 42 %. Таким образом, экспортная деятельность в определенной степени уменьшила остроту кризисных явлений в переходный период.

Следует помнить и то, что полноценная интеграция России в мировую экономику возможна тогда, когда начинается процесс погашения внешних долгов после 2000 года.

1.2 Российская экономика в последние годы активно переходила от централизованного планирования к рыночной экономике, в том числе во взаимоотношениях с зарубежными партнерами. При этом они считают, что торговля с Россией и странами СНГ связана с высокой долей риска с позиции стабильности и надежности осуществления принятых обязательств.

Зарубежные партнеры рассматривают Россию как страну, имеющую наибольшие перспективы в экономическом плане из всех стран СНГ. Но и здесь имеются проблемы, тормозящие осуществление сделок:

1) Снижение роли специализированных органов внешней торговли и нехватка квалифицированных экспертов.

2) Недостаточная стабилизация банковско-финансовой системы.

3) Задержка выплаты платежей, инвестирование иностранного капитала. Долги бывшего СССР приняла на себя РФ. Эти долги можно дифференцировать следующим образом: а) возникшие в результате финансирования по линии правительственных организаций стран партнеров; б) возникшие в результате своевременного непогашения банковских кредитов; в) долги отдельным торговым компаниям; г) своевременное непогашение краткосрочных платежей.

4) Сложность функционирования СП, предприятий с участием иностранного капитала.

Чрезвычайно емкий российский рынок, природные ресурсы, дешевая рабочая сила, энергообеспеченность, большой научно-технический и производственный потенциал готовы привлечь зарубежных инвесторов. Однако для них существуют трудности, связанные с отсутствием четкого правового законодательства затрудняет вовлечение иностранных предприятий в сферу недвижимости, отсутствует правовая и организационная базы иностранного инвестирования.

В целях устранения указанных недостатков Указом Президента РФ № 184 от 02.02.93г. создана Государственная инвестиционная корпорация. Это государственное предприятие, функции которого – активизация инвестиционного процесса и проведение инвестиционной политики, т.е. осуществлять этот процесс, начиная от поисков иностранных инвесторов и партнеров до страхования инвестиций от политических рисков.

1.3 ВЭД на протяжении 1991-2003 гг. являлась одной из немногих динамично развивающихся сфер российской экономики. Однако, начиная со второй половины 1997 года прирост внешней торговли стал замедляться, а затем началось снижение. Основной причиной ухудшения тенденций во внешнеэкономической сфере послужило резкое сокращение объемов внешней торговли со странами СНГ, т.к. цены на аналогичную продукцию для стран содружества значительно ниже, чем для стран дальнего зарубежья.

Закон РФ «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности» № 157 – ФЗ от 13.10.95 определяет взаимоотношения государства и участников ВЭД.

Главным субъектом внешнеэкономической деятельности в РФ сегодня становится предприятие. Однако предприятиям необходима помощь и поддержка.

В целом для успешной торговли с зарубежными партнерами необходимо решение следующих проблем:

- формирование прогрессивной структуры экспорта; создание системы его государственной поддержки, включая финансирование, кредитование и страхование;
- продвижение российских товаров и услуг на зарубежные рынки при информационной и финансовой поддержке государства;
- постоянный контроль за обоснованностью цен и направлениями использования валютных средств;

- совершенствование импортного тарифа;
- стремление к достижению благоприятного торгового режима в отношениях с зарубежными странами, снятие дискриминационных ограничений в торговле с Россией;
- координация и регулирование деятельности участников ВЭС России, контроль за соблюдением с их стороны интересов государства;
- создание условий для привлечения иностранных инвестиций и успешной работы иностранных инвесторов.

Вопросы для самоконтроля:

1. Чем предопределялись состояние и развитие ВЭС России в 70-80-е годы?
2. Почему в экспорте России до сих пор доминирует сырьевая направленность?
3. Назовите основные проблемы осуществления сделок зарубежных партнеров с Россией.
4. В чем состоят проблемы ВЭД России, которые необходимо решать в первую очередь?

ТЕМА 2 ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВЭД В РОССИИ

- 2.1 Основные этапы развития организации управления ВЭД.
- 2.2 Организация управления ВЭД в России.
- 2.3 Методы государственного регулирования ВЭД.
- 2.4 Управление ВЭД на уровне региона.

2.1 Проблемы преобразования экономики отражаются и в сфере ВЭД. Чтобы лучше понять существо и направленность изменений в этой сфере деятельности, рассмотрим основные этапы развития организации управления ВЭД в нашей стране.

В этой связи можно выделить четыре этапа развития управления ВЭД в России.

Первый – до 1918 года – дореволюционный. На этом этапе ВЭД до прихода к власти большевиков развивалась в основном на тех же принципах, что и в других европейских государствах, т.е. практически многие предприятия царской России имели доступ на Внешне-экономический рынок.

Второй этап, 1918 – 1986 гг. – советский. С приходом к власти большевиков была установлена государственная монополия на ВЭД. Законодательно она была закреплена в апреле 1918 года декретом «О национализации внешней торговли». Этим декретом был определен государственный орган, ведающий национализированной внешней торговлей – Совет внешней торговли. В 1920 году он был преобразован в народный комиссариат внешней торговли.

Третий этап, 1986 – 1991 гг. – перестроечный. Реформа ВЭД в СССР началась в 1986 году. В этот период были сделаны первые шаги по расширению прав министерств, ведомств, предприятий и организаций по самостоятельному выходу их на внешний рынок. (Постановление ЦК КПСС и Сов. Мин. СССР от 19.08.86. № 991 «О мерах по совершенствованию управления ВЭС»).

Следующим шагом, юридические лица (1987-1989 гг.) получили возможность создавать совместные предприятия (СП) с участием иностранных фирм, а так же создавать предприятия на территории зарубежных стран.

Четвертый период- с 1991 года – современный. В результате предоставления права всем предприятиям и организациям с 1 апреля 1989 года самостоятельного выхода на внешний рынок, они становятся главным звеном ВЭД. Это право было предоставлено Постановлением СМ СССР от 02.12.1988 г. № 1405 «О дальнейшем развитии ВЭД государственных, кооперативных и иных предприятий, объединений, организаций», т.е. в основе ВЭД был заложен принцип валютной самокупаемости.

С созданием суверенного государства РФ были заложены основы становления новой системы государственного регулирования ВЭС Указом Президента «О либерализации ВЭД на территории РФ от 15.11.91 г. № 213. В настоящее время осуществляется дальнейшее становление системы управления ВЭД в России.

2.2 Основы ВЭД заложены Конституцией РФ. Президент РФ наделен определенными полномочиями в области государственного регулирования ВЭД:

- осуществляет руководство государственной внешнеторговой политикой;
- определяет порядок экспорта драгоценных металлов, камней расщепляющих материалов;
- вводит экономические санкции, в т.ч. во ВЭД;

- приостанавливает действие исполнительной власти в вопросах ВЭД.

В области государственного регулирования ВЭД Правительство РФ:

- обеспечивает проведение единой внешнеторговой политики;
- разрабатывает и представляет на утверждение Федерального собрания РФ программу развития внешнеторговой деятельности;
- принимает меры по защите внутреннего рынка;
- регулирует величину ставок таможенного тарифа;
- вводит количественные ограничения экспорта и импорта и др.

В управлении ВЭД России наибольшее значение имеют следующие органы исполнительной власти: Министерство торговли РФ (МТ), которому преданы функции упраздненного Министерства внешнеэкономических связей, Министерство экономики РФ; Государственный таможенный комитет; Федеральная служба России по валютному и экспортному контролю (ВЭК); Центральный банк РФ и др.

2.3 ВЭД РФ является частью внешней политики государства, поэтому подлежит регулированию с его стороны.

Основные принципы государственного регулирования ВЭД в РФ:

- единство ВЭ политики как части внешней политики РФ;
- единство системы государственного регулирования ВЭД и контроля за ее осуществлением;
- единство таможенной территории РФ;
- приоритет экономических мер регулирования;
- равенство всех участников ВЭД и их не дискриминация;
- защита государством прав и законных интересов участников ВЭД.

Государственное регулирование ВЭД осуществляется с помощью широкого круга мер. Во-первых, все меры могут быть разделены от направленности действия на экономические процессы, на протекционистские и либерализационные. Протекционистские меры направлены на защиту внутреннего рынка от иностранной конкуренции. Меры либерализации в противоположность этому направлены на снятие, снижение ограничений во внешней торговле.

Во-вторых, все меры в зависимости от характера воздействия на экономические процессы, могут быть разделены на экономические и

административные. К административным могут быть отнесены меры прямого ограничения экспорта или импорта (установление квот, лицензий, эмбарго и другие). К экономическим могут быть отнесены меры, которые воздействуют на экономические процессы через экономические интересы их участников.

Согласно закону «О государственном регулировании внешне-торговой деятельности» все меры могут быть разделены на таможенно-тарифные и нетарифные.

Таможенно-тарифные меры государственного регулирования ВЭД в РФ регламентируются Таможенным кодексом РФ, Законом РФ «О таможенном тарифе» и другими нормативными актами.

Меры, относимые к нетарифным, отличаются большим разнообразием. Их совокупность можно разделить на три категории.

1) Меры прямого ограничения. К ним относятся лицензирование – предполагает, что на экспорт или импорт отдельных товаров необходимо получить у соответствующего государственного органа специальное разрешение (лицензию).

Другим инструментом количественного ограничения является квотирование. Квоты – это ограничения в стоимостном или физическом выражении.

2) Меры, направленные на ограничение ввоза могут быть импортными налогами и депозитами. К числу импортных налогов относятся:

- пограничный налог, которым облагаются товары за факт пересечения границы;
- сборы, связанные с оформлением документов на таможне;
- другие сборы (портовые, статистические, фитосанитарные и др.).

Импортные депозиты представляют собой денежный залог под оплату таможенных пошлин.

3) Особое место в ряду нетарифных мер занимают валютные ограничения и валютный контроль. Валютные ограничения представляют собой регламентацию операций с валютой и другими валютными ценностями. Основные понятия права и обязанности валютных ограничений содержатся в законе РФ «О валютном регулировании и валютном контроле».

Валютный контроль за поступлением валюты в страну осуществляется на основе регистрации экспортных контрактов.

2.4 В современных условиях экономической реформы в РФ основным ее звеном становятся субъекты федерации – регионы. В этой

связи, разграничение полномочий, относящихся к сфере ВЭД определяется законом «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности». В соответствии с этим законом в совместном ведении федерального центра и субъекта РФ находятся следующие вопросы:

- координация внешнеторговой деятельности субъектов РФ;
- формирование и реализация региональных и межрегиональных программ внешнеторговой деятельности;
- получение иностранных кредитов под гарантии бюджетных доходов субъектов РФ, их использование и погашение;
- выполнение международных договоров РФ в области внешнеторговой деятельности, непосредственно затрагивающих интересы соответствующих субъектов РФ;
- координация деятельности субъектов РФ по созданию и функционированию свободных экономических зон, регулированию приграничной торговли;
- информационное обеспечение ВЭД.

Вопросы для самоконтроля:

1. Какие основные этапы развития организации ВЭД в России?
2. Каким образом построена система управления ВЭД в России?
3. Построение системы управления ВЭД на региональном уровне.
4. Каковы полномочия региональных органов государственной власти по управлению ВЭД?

ТЕМА 3 ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА УРОВНЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

3.1 Формы организации внешнеэкономической службы на уровне предприятия.

3.2 Работа предприятия по выходу на внешний рынок.

3.3 Стратегии выхода предприятия на внешний рынок.

3.4 Экономическое обоснование принимаемых решений.

3.1 В современных условиях демонополизации внешнеэкономической деятельности предприятие – основное звено внешнеэкономического комплекса страны. В соответствии с действующим законода-

тельством предприятие- это самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный в определенном порядке для производства продукции, выполнения работ и оказания услуг в целях удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли. Согласно действующему законодательству предприятие имеет право самостоятельно определять формы, методы и объемы работы на внешнем рынке.

Наибольший опыт управления внешнеэкономической деятельностью накоплен в специализированных внешнеторговых организациях (ВТО) МВЭС.

Ведущей структурной единицей ВТО является фирма, работа которой специализируется на торговле определенными товарами либо с группой стран. Возглавляет фирму директор и в зависимости от объема работы несколько его заместителей.

Функциональные отделы и службы, содействующие работе специализированных фирм и ВТО, можно условно разделить на три группы.

- Группа отделов и служб, осуществляющих планирование:
 - планово-экономический отдел
 - валютно-финансовый отдел
 - транспортный отдел
 - бухгалтерия ВТО
- Группа отделов, занимающихся непосредственно маркетингом:
 - отдел конъюнктуры и цен
 - отдел рекламы и выставок
 - инженерно-технический отдел
 - отдел совместных предприятий
 - отдел технического обслуживания и запчастей
- Группа отделов, обеспечивающих принятие и исполнение управленческих решений:
 - отдел развития
 - отдел АСУ (ВЦ)
 - отдел кадров
 - отдел загранкомандировок
 - канцелярия
 - административно-хозяйственный отдел
 - юридический отдел
 - протокольный отдел

3.2 При выходе на внешний рынок предприятие попадает в условия жесткой международной конкуренции. В этих условиях можно успешно работать, лишь применяя современные методы управления, в том числе и маркетинг. Под маркетингом понимается система внутрифирменного управления, направленная на изучение и учет рыночного спроса, потребностей и требований конкретных потребителей к продукту для более обоснованной ориентации научно-технической и производственно-сбытовой деятельности фирмы на выпуск конкурентоспособных видов продукции, чтобы обеспечить получение планируемого размера прибыли.

Исследование рынка служит основой маркетинга и предполагает анализ всех условий, имеющих значение для успешной реализации товара (см. рис. 1). Программа комплексного исследования зависит от особенностей товара, характера деятельности предприятия, масштабов производства экспортных товаров и других факторов.

Можно выделить следующие основные разделы маркетингового исследования рынка для внешнеэкономической деятельности:

1) Изучение спроса. При выявлении потребности в товаре важен показатель емкости рынка. Емкость насыщенного рынка оценивается на основе данных промышленной и внешнеторговой статистики.

Статистические данные продаж конкретного товара следует изучать в динамике и в сопоставлении с динамикой факторов, их определяющих. Если рынок не насыщен, то при определении емкости рынка важное значение имеет определение потенциального круга покупателей. При анализе спроса следует исходить из того, что покупатель сам определяет соответствие предлагаемого ему товара своим реальным потребностям.

2) Изучение предложения. В анализе предложения товара важна количественная оценка товаров на местном рынке, импорта и экспорта товара, изменения его запасов. Предложение товара количественно оценивается как сумма местного производства и импорта товара за вычетом его экспорта и с учетом изменения его запасов на складах.

Структура предложения, т.е. степень обновления ассортимента, появления новых товаров, обычно подвержена постоянным изменениям.

Основными показателями, влияющими на изменение предложения товара, являются: объем капиталовложений в строительство, реконструкцию и модернизацию производства, объем выпуска продукции, величина отгрузок товара потребителям, запасы товаров на складах у производителя, посредников и т.д. и. возможность их дос-

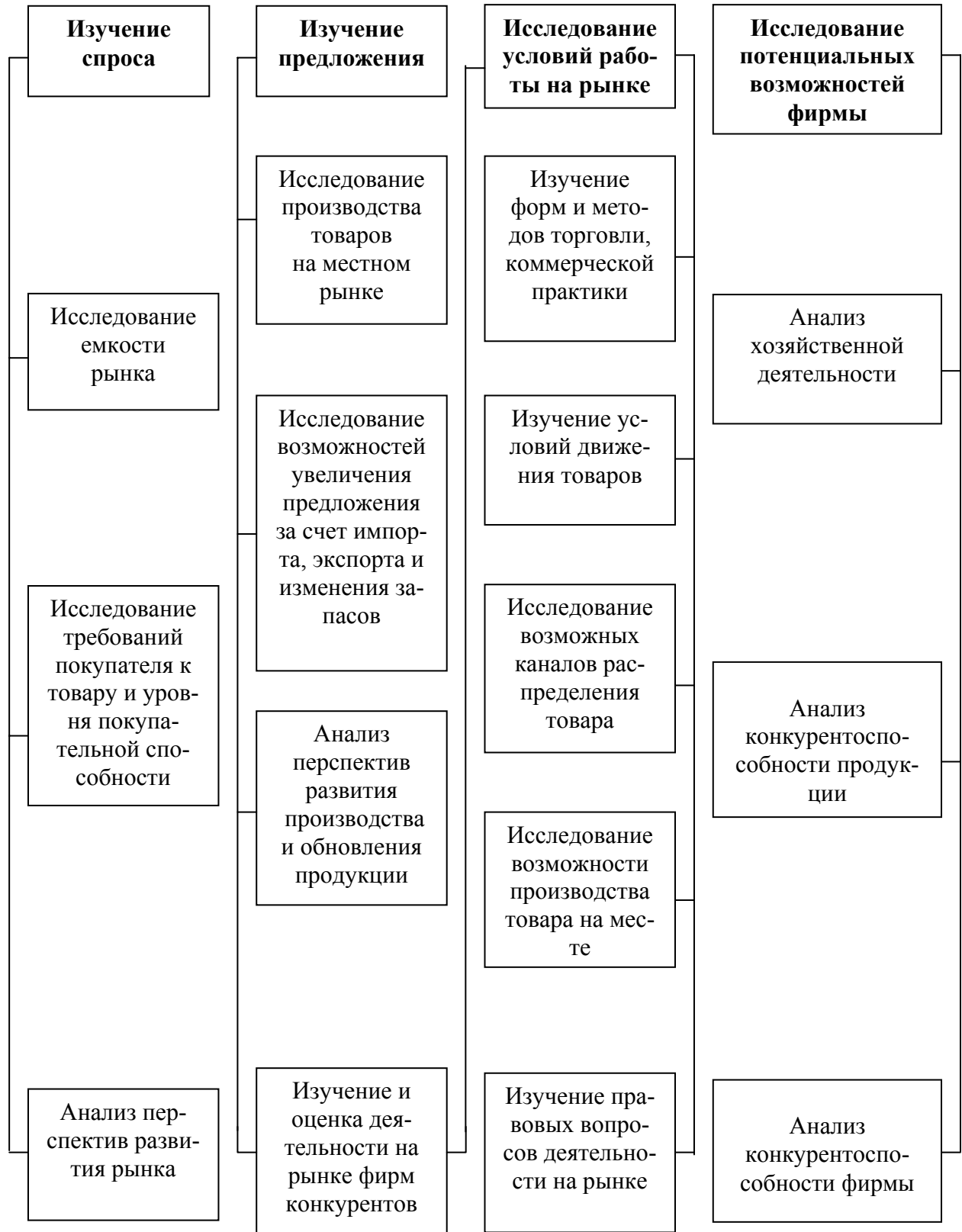


Рис. 1. Структура маркетингового исследования рынка

тавки на рынок, размеры и структура затрат на научно-исследовательские работы, темпы обновления продукции и др.

Кроме того, на объем предложения оказывают влияние общеэкономические условия работы и торговли, что также необходимо учитывать при прогнозировании предложения товаров на конкретных рынках.

3) Изучение условий работы на конкретном рынке товара необходимо, чтобы принимать эффективные управленческие решения. Наряду с изучением деятельности фирм – продавцов и фирм-покупателей особенно важен анализ коммерческой практики, сложившейся на рынке, условий товародвижения и каналов распределения товара, правовых вопросов, торгово-политических условий и др.

Изучение коммерческой практики предполагает выяснение специфических вопросов договорной практики, сложившейся на данном рынке, типовых контрактов, разработанных объединениями предпринимателей (ассоциациями, союзами и др.), биржевых контрактов, разработанных биржевыми комитетами крупнейших бирж, практики и условий проведения торгов, аукционов в случае такой формы торговли товаром. Важное значение имеют торговые обычаи и обыкновения, сложившиеся в практике международной торговли отдельными товарами или в торговой практике региона, страны или ее портов; применяемые условия поставки товаров; методы и способы установления цены; способы платежа, формы и методы расчета валюты платежа

Изучение условий движения товара предполагает выбор вида транспорта, который зависит, прежде всего, от вида товара и основан на анализе и сравнении тарифов и ставок морского, речного, воздушного, железнодорожного, автомобильного транспорта, стоимости перевалочных работ и хранения грузов, ставок портовых сборов, степени механизации погрузочно-разгрузочных работ в отдельных пунктах, портах.

При формировании каналов распределения товара предприятию предстоит ответить на вопрос:

Как наилучшим образом проникнуть на конкретный рынок?

В современных условиях можно выделить три основных способа проникновения на зарубежные рынки.

- Создание собственной сбытовой сети. При выборе этого способа проникновения на зарубежные рынки необходимо хорошо знать рынок, возможно, иметь там постоянных представителей, которые являются сотрудниками данной фирмы-экспортера, хорошо знают ее продукцию, защищают интересы своего предприятия и т.д.

- Использование независимых торговых, сбытовых посредников. Целесообразность этого способа несомненна при внедрении на новые рынки, когда собственная система сбыта еще не создана, а, может быть, создание ее неэффективно или требует больших затрат.

- Третий способ проникновения на зарубежный рынок в отличие от рассмотренных, предполагающих, что товар (продукция) создается на предприятиях фирмы-экспортера и в готовом (или почти готовом) виде поставляется на рынок, означает производство продукции, создание товара полностью или частично в стране, на рынок которой стремится предприятие. Такой способ целесообразен, очевидно, если данный рынок для фирмы чрезвычайно перспективен и, кроме того, производство товара на месте может дать ощутимые экономические выгоды, в том числе экономию на транспортных издержках, таможенных пошлинах, обхода нетарифных ограничений, а также экономию производственных затрат (стоимости сырья, энергии, заработной платы, отчислений на социальное страхование и др.).

3.3 Существует несколько основных стратегий выхода на рынок. Особенно широкое их применение характерно для рынков товаров массового спроса, однако основные положения той или иной стратегии могут быть использованы и при работе на рынке товаров производственного назначения.

Стратегия контрольной точки. Стратегия заключается в достижении целевой прибыли при заданных объемах сбыта или заданной цене товара. Объем, позволяющий достичь целевой прибыли при установленной цене, называется контрольной точкой (break-even). Метод основан на анализе безубыточности производства.

Стратегия «снятия сливок». Стратегия «снятия сливок» («skimming pricing») заключается в последовательном привлечении разных сегментов рынка.

Первоначально фирма устанавливает максимально высокую цену на товар. Товар позиционируется как уникальный, для покупателей с высоким уровнем дохода. Когда начальная волна спроса спадает, фирма снижает цены и изменяет рекламу для привлечения другого сегмента покупателей.

Стратегия внедрения товара на рынок. Стратегия внедрения товара на рынок («penetration pricing») называется еще стратегией прорыва или ценообразованием вытеснения. Она заключается в установлении фирмой предельно низкой цены на товар, иногда ниже се-

бестоимости, при выходе на рынок с целью завоевать значительную его долю и снизить себестоимость товара за счет реализации эффекта масштаба производства.

Стратегия считается достаточно рискованной, так как рассчитана на длительный период (соответственно длительный срок окупаемости основных фондов) и возможно более высокую конкуренцию.

Стратегия, основанная на воспринимаемой ценности товара. Эта стратегия опирается на знание и понимание конечного использования товара и восприятия его потребителем. Главная идея стратегии заключается в том, что покупатель сравнивает затраты на товар не с экономической, а с субъективной ценностью данного товара и цена при этом должна обеспечивать наилучшее соотношение достоинств товара и затрат данного потребителя на него. Стратегия ориентируется на спрос как на главный фактор ценообразования и на неценовые методы конкуренции.

Стратегии реализации группы товаров. Особое место в стратегиях выхода на рынок конечных потребителей занимают стратегии реализации товарного ассортимента. Принципиально можно выделить два типа стратегий реализации группы товаров: продажа взаимозаменяемых и взаимодополняющих товаров.

Факторы, влияющие на выбор стратегии:

При выборе стратегии выхода на внешний рынок фирма должна обязательно учесть ряд факторов, значительно влияющих на рынок того или иного товара.

В первую очередь при внешнеторговом обороте необходимо учитывать макроэкономические показатели и характеристики страны, такие, как денежно-кредитная политика государства, налогообложение и таможенное регулирование, внешнеторговая политика, уровень инфляции, объем платежеспособного спроса.

Жизненный цикл товара, изменение рыночной стратегии:

Разработкой и последовательной реализацией мероприятий в соответствии с выбранной стратегией работа не ограничивается. Необходимо постоянно отслеживать состояния рынка, целевых сегментов, образа товара. Нужно учитывать влияние теории «жизненного цикла товара», согласно которой товар последовательно проходит четыре стадии «жизни». На первой стадии – внедрение – рынок данного товара характеризуется небольшим объемом продаж, основная масса покупателей не знает о товаре, товар приобретают преимущественно покупатели-новаторы, прибыль, получаемая от реализации, близка к

нулю или отрицательна. Далее, если первые продажи проходят успешно, число покупателей данного товара увеличивается, объем продаж растет быстрыми темпами, реализация товара становится прибыльной – это этап роста. На следующем этапе – зрелости – объем продаж стабилизируется, есть повторные закупки, большинство покупателей хорошо информированы о товаре, усиливается конкуренция, на рынке продаются аналогичные товары. Наконец, этап спада – товар устаревает, появляются более совершенные товары того же функционального значения, объем реализации падает, падает прибыль.

3.4 Экономическое обоснование принимаемых решений по управлению внешнеэкономической деятельностью предприятий производится путем расчета различных показателей экономической эффективности. Вся систему показателей экономической эффективности ВЭД можно разделить на две группы.

1) Показатели эффекта, определяемые как абсолютные величины, выражаются в соответствующих денежных единицах как разница между результатами и затратами.

2) Показатели эффективности, определяемые на основе отношения результатов к затратам, как правило, относительны и выражаются в относительных единицах: %, руб./руб., \$/\$, долях единицы и др.

Под затратами следует понимать денежную, стоимостную оценку привлекаемых производственных ресурсов: стоимость сырья, материалов, энергии, трудовых ресурсов, услуг сторонних организаций, обязательные отчисления в различные государственные фонды и другие затраты, без которых сделка, операция была бы не осуществлена.

Экономическая эффективность экспорта. Показатель экономического эффекта от экспорта товаров, продукции, работ или услуг определяется следующим образом:

$$\text{ЭЭ}_{\text{ЭКС}} = \text{O}_{\text{ВФ}} + \text{В}_P - \text{З}_{\text{ЭКС}}, \quad (1)$$

где: $\text{ЭЭ}_{\text{ЭКС}}$ – показатель экономического эффекта экспорта, руб.;

$\text{O}_{\text{ВФ}}$ – рублевой эквивалент отчислений в валютный фонд предприятия, рассчитываемый пересчетом валютной выручки (за вычетом подлежащей обязательной продаже государству) в рубли по курсу на дату поступления валюты, руб.;

В_P – рублевая выручка от обязательной продажи части валюты государству, руб.;

$Z_{\text{ЭКС}}$ – полные затраты предприятия на экспорт, которые включают: затраты на производство и реализацию продукции (реклама, маркетинг, транспорт, страхование, пошлины, сборы и др.).

По экономическому содержанию показатель эффекта соответствует понятию прибыли.

Показатель экономической эффективности экспорта рассчитывается следующим образом:

$$\mathcal{E}_{\text{ЭКС}} = \frac{O_{\text{ВФ}} + B_{\text{Р}}}{Z_{\text{ЭКС}}}, \quad (2)$$

где: $\mathcal{E}_{\text{ЭКС}}$ – показатель экономической эффективности экспорта, руб./руб.

Экономический смысл показателя эффективности состоит в том, что он показывает, какое количество выгоды, результата имеется на каждый рубль затрат. Необходимым условием эффективности экспорта является то, чтобы этот показатель был больше единицы.

Для принятия более обоснованного решения по экспорту продукции показатель эффективности экспорта $\mathcal{E}_{\text{ЭКС}}$ сравнивается с показателем эффективности производства и реализации продукции на внутреннем рынке $\mathcal{E}_{\text{ВН}}$:

$$\mathcal{E}_{\text{ВН}} = \frac{O_{\text{ЭКС}}}{C_{\text{П.ЭКС}} + Z_{\text{Р.ВН}}}, \quad (3)$$

где: $\mathcal{E}_{\text{ВН}}$ – показатель эффективности производства и реализации продукции на внутреннем рынке, руб./руб.;

$O_{\text{ЭКС}}$ – объем экспорта во внутренних ценах, руб.;

$C_{\text{П.ЭКС}}$ – производственная себестоимость экспортных товаров (затраты на производство);

$Z_{\text{Р.ВН}}$ – затраты на реализацию экспортной продукции внутри страны, руб.

Необходимым условием эффективности экспорта является выполнение соотношения:

$$\mathcal{E}_{\text{ЭКС}} > \mathcal{E}_{\text{ВН}} > 1$$

Вопросы для самоконтроля:

1. Каковы основные функции отделов, служб предприятия, занимающихся внешнеэкономической деятельностью?

2. Каковы принципы организации управления внешнеэкономической деятельностью предприятия?

3. Каковы основные направления маркетингового исследования рынка для внешнеэкономической деятельности?

4. Какую роль играет качество продукции при выходе на внешний рынок и как оценить ее конкурентоспособность?

5. Каковы основные способы проникновения на зарубежные рынки?

6. Каковы основные факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность фирмы?

7. Как определить экономическую эффективность результатов (решений) внешнеэкономической деятельности?

ТЕМА 4 ВЫБОР ИНОСТРАННОГО ПАРТНЕРА

4.1 Классификация фирм, действующих на мировом рынке.

4.2 Правовое положение фирм.

4.3 Основные показатели деятельности зарубежных фирм.

4.1 Любая внешнеторговая операция российского предприятия (совместное предпринимательство, купля-продажа товаров и услуг и т.д.) начинается с выбора иностранного партнера - контрагента. Правильный выбор контрагента поможет избежать неприятных недоразумений и финансовых потерь. Поэтому изучение иностранных фирм – это составная часть финансово-экономической работы в целом.

Что же вкладывается в само понятие «фирма»?

Фирма - это обособившаяся в процессе общественного разделения труда хозяйственная единица современного капиталистического хозяйства, зарегистрированная в соответствующей правовой форме. В качестве юридически самостоятельных фирм могут выступать хозяйственные единицы отдельных отраслей экономики с различной концентрацией капитала и производства, разнообразных форм собственности и правовых форм, с разной национальной принадлежностью.

Фирмы классифицируются по ряду критериев.

По виду хозяйственной деятельности и характеру операций фирмы делятся на: промышленные; сельскохозяйственные и агропромышленные; торговые; строительные; транспортные; страховые; инжиниринговые; лизинговые и др.

Промышленные компании составляют одну из самых многочисленных групп. К их числу относятся фирмы, в которых 50 % оборота и более составляет продукция их собственных предприятий. Так, в США, Японии и ФРГ таких компаний более 2 млн.

Торговые фирмы занимаются операциями купли-продажи и могут входить в систему сбыта промышленных фирм либо быть независимыми торговыми посредниками. Это различные оптовые и розничные торговые, торгово-импортные фирмы, а также закупочно-сбытовые и сбытовые дочерние компании промышленных и других неторговых фирм. Например, в США насчитывается 3,5 млн. таких фирм, в Японии – 3 млн., в ФРГ – 550 тыс.

Большую группу фирм как и в развитых капиталистических, так и в развивающихся странах составляют строительные, инженерно-строительные и инженерно-консультационные фирмы и компании. Они выступают в качестве подрядных фирм по проектированию и сооружению жилых административных зданий, промышленных предприятий, железных и шоссейных дорог и т.д. В ведущих странах (США, Японии, ФРГ) таких фирм насчитываются сотни тысяч.

Рост числа транспортных фирм (автотранспортных, авиационных, железнодорожных, трубопроводных, судоходных, транспортно-складских) вызван развитием в последние годы современных видов транспорта. В экономике развитых капиталистических и развивающихся стран большую роль играют телекоммуникационные фирмы (телефонные и другие специализированные фирмы в области связи).

В экономике всех развитых капиталистических и большинства развивающихся стран важную роль играют банковские, страховые, финансово-инвестиционные компании, сберегательные кассы, а также фирмы, производящие операции с ценными бумагами и недвижимым имуществом.

Лизинговые, хайринговые и рейтинговые фирмы специализируются на сдаче в аренду машин, различных видов оборудования, товаров длительного пользования.

В зарубежных странах действуют научно-исследовательские и инновационные (венчурные, или рисковые) фирмы; фирмы, осуществляющие гостиничные, коммунальные, бытовые, информационные, консультационные услуги, а также фирмы по организации досуга, питания, отдыха, спорта, туризма.

· По характеру собственности фирмы делятся на: государственные; государственно-частные; частные.

· По принадлежности капитала фирмы делятся на: смешанные, международные.

4.2 Каждая фирма, участвующая в хозяйственной деятельности, относится к определенной правовой форме и действует в соответствии с нормами гражданского и торгового права своего государства. Эти нормы регулируют деловые отношения фирмы с контрагентами.

Знание правового положения фирмы дает ответы на следующие вопросы:

- кто, и в каком размере несет ответственность по обязательствам фирмы;
- кто оплачивает долги фирмы в случае ее банкротства;
- кто имеет право заключать контракты от имени фирмы (если ее представитель превысил свои полномочия, то фирма имеет право отказаться от выполнения своих обязательств по данной сделке);
- в чьем ведении находится решение вопросов, связанных с подписанием контракта.

Можно выделить основные виды правовых форм иностранных фирм и их основные черты, характерные для различных правовых систем и общие для большинства стран Запада.

Индивидуальные предприниматели, или коммерсанты, - физические лица, осуществляющие различные хозяйственные операции в разных сферах деятельности (производственной, торговой, транспортной, банковской, биржевой и т.д.).

Индивидуальные предприниматели заключают коммерческие сделки от своего имени и несут полную ответственность всем своим имуществом по обязательствам своей фирмы. Служащие, работающие по найму, к числу предпринимателей или коммерсантов не относятся.

Объединение предпринимателей осуществляется в виде товарищества и обществ.

При организации товариществ предприниматели наряду с объединением своих капиталов принимают непосредственное участие в деятельности фирмы и несут неограниченную имущественную ответственность по ее обязательствам. К товариществам относятся:

- полные товарищества континентального права;
- товарищества американского права;
- товарищества с неограниченной ответственностью английского права.

При создании обществ объединяются только капиталы предпринимателей.

Полное товарищество (открытое торговое товарищество) – это объединение двух и более лиц, которые лично участвуют в делах товарищества и несут неограниченную и солидарную ответственность по обязательствам фирмы перед кредиторами фирмы не только вложенным капиталом, но и всем своим имуществом.

Промежуточной формой между товариществами и обществами являются коммандитное товарищество и акционерно-коммандитное товарищество, которые объединяют в себе признаки полного товарищества и общества, основанного на участии капитала.

Общество с ограниченной ответственностью – это правовая форма объединения вкладчиков капитала. Законодательство ряда стран ограничивает количество членов такого общества. Но даже если и нет ограничений, число их, как правило, невелико. В нем чаще всего участвуют лица, хорошо знающие друг друга или находящиеся в родстве. За счет вкладов участников и образуется уставный капитал.

Акционерное общество – основная форма собственности крупных капиталистических фирм, представляет собой объединение вкладчиков капитала, называемых акционерами. Образуется на основе устава и подлежит обязательной регистрации. Законом оговаривается минимальное число учредителей, которые разрабатывают устав общества. От устава необходимо отличать договор, который заключают между собой учредители и которым они руководствуются при осуществлении совместных действий по учреждению общества. Учредителями могут быть как физические, так и юридические лица. Статус акционерного общества предоставляет его инвесторам ряд преимуществ:

– акционеры не несут ответственности по обязательствам общества перед его кредиторами. Обычно закон предусматривает ответственность акционеров перед кредиторами только в случае неполной оплаты акции, если это предусмотрено уставом, в размере невыплаченной суммы;

– имущество общества полностью обособлено от имущества отдельных акционеров. При несостоятельности общества акционеры рискуют лишь возможным обесценением акций. Поскольку риск ограничен заранее обусловленной суммой, это делает акционерное общество наиболее приемлемой формой инвестирования капиталов и

создает перспективы для централизации многочисленных разрозненных капиталов;

– при акционерной форме появляется возможность объединения практически неограниченного количества вкладчиков, в том числе мелких, при этом сохраняется контроль крупных вкладчиков за деятельностью общества;

– акционерное общество – наиболее устойчивая форма объединения капиталов, так как выбытие отдельных вкладчиков не влечет за собой прекращения деятельности общества. Вкладчик имеет право самостоятельно и в любой момент продать свои акции без предварительного согласия других акционеров;

– акционерное общество располагает наибольшими возможностями использования внешних источников финансирования;

– возможно образование акционерного общества, все акции которого принадлежат одному лицу (создание таких обществ разрешается не во всех странах).

Первоначальный капитал акционерного общества образуется в результате продажи акций. В начальный период становления общества акционерный капитал является основным, а иногда и единственным источником финансирования деятельности. На средства, полученные от реализации акций, приобретаются земельные участки, возводятся производственные помещения, приобретаются оборудование, сырье и материалы для производственных нужд.

Каждая акция дает право на один голос. Поскольку решения на акционерных собраниях принимаются большинством голосов, поэтому естественно, что владеющий контрольным пакетом акций по существу и принимает решение. Что же касается обязанностей акционеров, то единственная их обязанность – оплатить акцию.

Вид акции и ее номинальная стоимость указываются в специальном документе, который называется свидетельством об акции. Такое свидетельство может выдаваться на несколько акций. Именно это свидетельство и в повседневной жизни, и в литературе соответствует термину «акция». Само свидетельство является ценной бумагой, которая выдается акционеру и покупателю. Основным же значением термина «акция» является доля в акционерном капитале, выражение которой – свидетельство об акции.

Дивиденды выплачиваются только на оплаченные акции, находящиеся у акционеров. Часть акций обычно остается у самой компании. Такие акции могут быть использованы для поощрения служа-

щих, для обмена при поглощениях и слияниях и т.д. Эти акции не участвуют в голосовании и разделе имущества фирмы при ее ликвидации и по ним не выплачиваются дивиденды.

Акционерное общество подлежит публичной отчетности. В соответствии с законодательством каждой страны регулируется вопрос о том, какие документы и в какой форме должны быть опубликованы. В периодической печати или отдельными выпусками публикуются квартальные и годовые отчеты. Акционерные общества ведут торговые книги. Содержание их – коммерческая тайна, на страже которой стоит закон. За акционером сохраняется право ознакомления с торговыми книгами, но только в связи с предъявленным иском и в соответствии с постановлением суда.

4.3 Успех коммерческой деятельности во многом зависит от выбора контрагента, от его надежности.

Наиболее полную информацию можно получить об акционерных обществах, поскольку в соответствии с законом они ежегодно публикуют отчеты о своей деятельности либо в определенных периодических изданиях, либо в виде отдельных брошюр. Фирмы, имеющие другие правовые формы, не подвержены публичной отчетности, однако часто с целью рекламы публикуют данные о результатах своей финансово-хозяйственной деятельности в печати или предоставляют эти данные информационно-справочным агентствам.

Годовой отчет фирмы. Представлен разделами, включающими следующие вопросы:

- производство и реализация продукции по основным товарным группам (в отдельных случаях указываются характер и объем продаж зарубежных операций);
- объем и основные направления капиталовложений;
- научно-исследовательская деятельность;
- изменения в организационной структуре;
- руководящий состав;
- основные дочерние компании;
- финансовые результаты деятельности.

Финансовый отчет. Это важная и обязательная часть годового отчета. Задача финансового отчета – обеспечение сбора данных о финансовом положении; результатах финансовой деятельности; изменениях в финансовом положении. Финансовые отчеты также показыва-

ют результаты управления предприятием, подотчетность руководства.

Основными документами финансовой отчетности являются баланс и счет прибылей и убытков.

Баланс (Balance Sheet). Этот документ отражает в стоимостном выражении активы фирмы (обычно на конец квартала или года) и источники их формирования. Составленный на основе данных бухгалтерского учета баланс разделен на актив и пассив. Показатели актива группируются по составу и размещению средств, а пассив – по источникам формирования средств. В годовых отчетах баланс приводится на начало и конец финансового года.

В актив входят такие основные статьи, как оборотные активы (Current assets) и необоротные активы (non-current assets, capital assets), а в пассив - заемный капитал (в том числе краткосрочная задолженность) и собственный капитал. Фирма использует заемный капитал (liabilities) – это различные займы и кредиты (банковский, коммерческий и др.). В балансах фирм заемный капитал показан в виде задолженности, в зависимости от сроков погашения различаются краткосрочная и долгосрочная задолженность.

Количество показателей, характеризующих результаты деятельности фирмы, очень велико.

Анализируемые показатели делятся на абсолютные и относительные.

Абсолютные данные характеризуют масштаб операций фирмы, ее производственную мощность, итоги производственной и сбытовой деятельности и др. Они содержатся в оперативной и финансовой отчетности фирмы: объемы продаж, итоги баланса, прибыль и другие показатели.

Относительные данные – это коэффициенты, показывающие соотношения, полученные расчетным путем или соотнесением абсолютных показателей.

Группы абсолютных и относительных показателей характеризуют:

- экономический потенциал фирмы;
- эффективность ее деятельности;
- конкурентоспособность;
- финансовое положение фирмы.

Вопросы для самоконтроля:

1. Каковы критерии классификации фирм?
2. Почему необходимо знать правовое положение фирмы?
3. Какие можно выделить основные виды правовых форм иностранных фирм?
4. Каковы основные виды оперативной и финансовой отчетности фирмы?
5. Расскажите о балансе предприятия.
6. Характеризуйте абсолютные и относительные показатели работы фирмы.

ТЕМА 5 ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВЭД

5.1 Источники коммерческой информации

5.1 Поиск необходимой информации о рынках, ценах, клиентах, товарах – важный этап внешнеторговых операций. Но сбор ее и анализ – весьма кропотливое дело. Коммерческая информация, как и научно-техническая, и социальная, включает в себя множество накопленных знаний и понятий. Но для того, чтобы пользоваться источниками информации надо знать, где их найти.

Источниками хранения и распространения информации являются доклады, информационные записки, книги, пресса, рекламные издания, справочники, каталоги, терминалы компьютерных сетей, радио, телевидение, информационные отчеты фирм и наглядная реклама.

В Российской Федерации необходимую информацию могут предоставить следующие организации.

Торгово-промышленная палата РФ – ведущая общественная организация, содействующая развитию внешнеэкономических связей нашей страны. Ее члены – многие российские организации и предприятия, участвующие во внешнеэкономических связях, а члены – корреспонденты – зарубежные организации.

В состав ТПП РФ входят семь внешнеэкономических организаций: “Союзпатент” (патентование за границей отечественных изобретений);

“Внешэкономсервис” (консультационные услуги экономического характера, содействие в поиске партнеров, переводческие, рекламные, информационные услуги, обучение специалистов, проведение

симпозиумов, конференций, семинаров, создание за границей смешанных обществ);

“Союзрегион” (изыскание новых экспортных ресурсов);

“Союзэкспертиза” (проверка качества экспортных и импортных товаров в России и за границей, экспертиза на соответствие российских товаров требованиям внешнего рынка);

“Северс” (прежнее название “Внешторгреклама”) – рекламный центр;

“Совинцентр” (обеспечение условий для работы инофирм в России, представление их интересов в стране, предоставление их рекламных, информационных, транспортных, коммунальных, культурных, других услуг);

“Экспоцентр” (проведение выставок, оказание экспонентам рекламных, транспортных услуг).

Кроме того, при ТПП РФ созданы ассоциации делового сотрудничества с рядом стран, отраслевые и региональные ассоциации, ассоциации экспортеров, ассоциация совместных предприятий.

Банки, имеющие лицензии на валютные операции (прежде всего Внешэкономбанк, Внешторгбанк) в картотеке которых несколько тысяч иностранных организаций, фирм и банков.

Всероссийский научно-исследовательский конъюнктурный институт МВЭС РФ (ВНИКИ). Библиотека ВНИКИ имеет огромный фонд материалов по любым коммерческим вопросам, контактам, конъюнктуре и ценам. Пользование фондами библиотеки платное. ВНИКИ может за плату выдать необходимые справки, а также предоставить возможность воспользоваться фирменными справочниками и годовыми отчетами.

Национальный автоматизированный банк обмена информацией на ВЦКП ТПП РФ; автоматизированная информационно-поисковая система “Фирмы” МВЭС РФ, международные компьютерные сети организаций, например “Новости”, внешнеэкономические объединения МВЭС РФ, министерств, ведомств.

Некоторые совместные предприятия, в сфере деятельности которых консультирование, маркетинг, поиск партнеров.

Кооперативы, организации, союзы, ассоциации окажут помощь в поиске зарубежного партнера либо предоставят адреса и телефонные номера зарубежных организаций, способствующих международному бизнесу.

Общественные организации, международные объединения.

За рубежом необходимую информацию предоставят:

Кредит-бюро. Опытные консультанты за один день могут подготовить и маленькую справку о фирме, и подробнейший отчет о ее деятельности. Они предоставляют и конфиденциальную информацию, поступающую не столько от обработки огромных информационных массивов, сколько от агентов в других компаниях, банках, государственных органах.

С середины 80-х годов 85% рынка фирменной информации контролировали практически две компании – американская “Дан энд Бредстрит”(через две свои дочерние фирмы) и австрийская “Кредитшутцфербанд”.

Торгово-промышленные палаты стран, городов, административных территорий. Палаты, которые по своей сути являются объединением фирм и коммерсантов на данной территории, охотно помогают всем желающим в установлении деловых контактов. Для этого они осуществляют издания, ведут информационно- коммерческую деятельность, включаются в коммерческие компьютерные сети.

Банки. Современные банки стали огромными хранилищами деловой информации. Причем эта информация касается не только их клиентов (тех, кто ведет в банке счет и получает от него кредит, банк знает до мельчайших подробностей), но и всего рынка, с которыми имеет дело банк. Банк может выдавать на своих клиентов краткие характеристики, рекомендательные письма и справки о платежеспособности.

Отдельные фирмы, которые специализируются на информационном обслуживании, консультациях, инжиниринговых, брокерских услугах либо находятся в тесных связях с исковым партнером. Например, международная кооперативная аудиторская и консалтинговая фирма с юридическим адресом в Швейцарии имеет свои филиалы во многих странах, в том числе и в России.

Государственные учреждения, где регистрируются вновь созданные предприятия (в торговых судах, у нотариусов и т.д.). Они же могут выдавать выписки из реестра и регистрационных книг.

Союзы предпринимателей.

Организации содействия развитию производства и экспорта.

Фондовые биржи. Члены биржи и биржевые комитеты в силу специфики своей деятельности имеют всегда под рукой информацию о финансовых связях фирм, их финансовом состоянии и репутации.

Постоянные публикации по зарубежным фирмам.

Информацию по зарубежным фирмам можно получить и самим. Ее можно найти в фирменных справочниках, монографиях, прессе, каталогах, брошюрах, рекламе, с помощью компьютерных сетей, на выставках, в годовых отчетах, некоторых специальных источниках. Самую общую систематизированную по многим параметрам информацию можно получить из справочников. Их можно классифицировать.

Прежде всего, следует выделить фирменные справочники. Они издаются информационно-справочными агентствами, как правило, ежегодно. Сведения, содержащиеся в них, берутся из отчетов и публикаций фирм, материалов торгово-промышленных палат, различных ассоциаций, союзов предпринимателей, бюро и агентов по регистрации фирм. Имеются справочники о фирмах одной страны (национальные) и о фирмах разных стран (международные). Из одних справочников можно узнать координаты (почтовый адрес, телекс, телефон), из других – сведения о характере деятельности фирмы, ее экономических и финансовых показателях, производственной базе, руководящем составе и т.д. Число выпускаемых фирменных справочников, по имеющимся оценкам, около 1,5 тыс. и издаются они более чем в 90 странах.

Справочники – практически единственный вид информации о фирмах, где сведения публикуются регулярно и в систематизированном виде. Конечно, публикуемая информация за время подготовки к изданию несколько устаревает. Публикуются сведения на один-два года. Поэтому при составлении характеристики на фирму необходимо привлекать более оперативные источники информации: статистические подборки крупнейших компаний, материалы деловой прессы, годовые отчеты фирм.

В целом справочники содержат такие сведения по фирмам разных стран:

- полное и сокращенное наименования;
- почтовый, телеграфный адреса, телекс, телефон;
- год основания и основные этапы развития фирмы;
- сфера деятельности;
- основные производимые товары и виды услуг;
- банки, клиентом которых является фирма;
- владельцы фирмы или материнская компания;
- состав руководящих органов;
- число и местонахождения предприятий;

- дочерние и ассоциированные фирмы;
- число занятых;
- основные показатели деятельности фирмы (годовой объем продаж, прибыль, активы, собственный капитал и др.);
- принадлежность к отраслевым (или национальным) союзам предпринимателей;
- связи с другими фирмами через участие в капитале;
- персональные связи с другими фирмами;
- биографические данные о руководителях фирмы.

Фирменные справочники в зависимости от назначения условно можно разделить на несколько групп: адресные, товарно-фирменные, общефирменные, отраслевые, по акционерным компаниям, по финансовым связям, директорские, биографические, тематические.

Общефирменные, по акционерным обществам и отраслевые справочники приводят информацию о фирме в целом, а остальные - по отдельным конкретным вопросам.

Адресные справочники охватывают наибольшее количество фирм и содержат почтовый и телеграфный адреса фирм, их телексы, телефоны. В наименовании фирмы часто имеется указание на сферу, а иногда и на предмет деятельности (промышленность, торговля, транспорт, отрасль или товар) и правовую форму.

Товарно-фирменные справочники охватывают большое число фирм, созданных в различных правовых формах. Они предназначены для определения фирм, выпускающих тот или иной товар или торгующих им. Построены справочники по принципу “товар-фирма”. Все фирмы сгруппированы по товарным рубрикам; под названием каждого товара (или вида услуг) в алфавитном порядке перечисляются компании, занимающиеся его производством или торговлей им. Отдельные справочники этой группы, особенно по фирмам развивающихся стран, группируют фирмы одновременно по товарному и географическому принципам.

Общефирменные справочники охватывают значительное, но меньшее, чем адресные и товарно-фирменные, число фирм. В США такие справочники включают 45 тыс. фирм, ФРГ и Великобритании – 20 тыс., Японии – 8,5 тыс. Они приводят информацию о фирмах вне зависимости от их правовой формы и отраслевой принадлежности. В справочниках содержатся данные о предмете и характере деятельности фирмы, год основания, сведения о владельцах, величине акцио-

нерного или паевого капитала, обслуживающих фирму банках, составе руководящих органов, величине годового оборота и числе занятых.

Наиболее полные по объему информации – справочники по акционерным обществам. В них включаются фирмы, созданные в форме акционерного общества, акции которых котируются на фондовых биржах соответствующей страны. В таких справочниках приводятся история создания фирмы, сведения о характере ее деятельности, производственной базе, размере и структуре собственных и заемных средств, количестве занятых, дочерних и ассоциированных компаниях и др.

Отраслевые справочники помещают информацию о фирмах одной или нескольких смежных отраслей. Такие справочники выпускаются по нефтяным фирмам, компаниям черной и цветной металлургии, горнодобывающей, лесоперерабатывающей, сахарной, судостроительной промышленности. Таким образом, отраслевые справочники более детально и конкретно определяют круг фирм, выпускающих тот или иной конкретный товар.

Справочники по финансовым связям позволяют узнать об участии в акционерном капитале, установить круг фирм, входящих в тот или иной концерн, а также кем контролируется какая либо конкретная фирма. Такие справочники широко используются как в практической работе, так и при изучении монополистических объединений, особенно транснациональных корпораций.

Определить персональные связи руководителей фирм позволяют директорские справочники, в которых названы представители делового мира с указанием занимаемых ими постов и руководящих органов различных компаний, банков, союзов предпринимателей, ассоциаций, а также государственных учреждений.

Получить сведения о руководителях и владельцах компаний можно из биографических справочников, в которых помещаются краткие сведения о представителях делового мира: год рождения, краткие сведения о родителях, семейное положение, образование; перечень компаний и организаций, в которых руководитель (владелец) работал или работает с указанием его должностей; наличие ученой степени, опубликованных трудов, наград, хобби, принадлежность к клубам, последний адрес его местожительства.

Из изданий самих фирм наибольший интерес представляют годовые отчеты, которые ежегодно публикуются компаниями, действующими в правовой форме акционерного общества, и крупными

компаниями – в форме общества с ограниченной ответственностью. Годовые отчеты анализируют деятельность фирм за год. Наряду с их основной функцией – предоставления акционерам или пайщикам информации о положении дел на фирме и, в конечном итоге, обоснования размера выплачиваемых дивидендов – они используются также в рекламных целях. Значительную часть крупных и практически все крупнейшие компании выпускают годовые отчеты в виде хорошо оформленных брошюр или буклетов, содержащих довольно подробные сведения о своей деятельности за отчетный хозяйственный год.

В отличие от годовых отчетов прочие публикации фирм носят нерегулярный характер и связаны с каким-либо событием. Так, многие компании выпускают юбилейные издания, содержащие обширный материал по истории их развития. Ценный источник информации – проспекты фирм, которые составляются в основном в рекламных целях, а также при выпуске новых акций или облигаций и содержат довольно подробные сведения о фирмах, в том числе и о производственной базе.

Важнейший источник информации по отдельным видам выпускаемой продукции – каталоги, из которых можно получить более подробные сведения о производимых фирмой изделиях и их технической характеристике. Они дают важнейший исходный материал для характеристики технического уровня продукции той или иной фирмы и широко используются при проведении технико-экономических сопоставлений.

Одним из важнейших источников общей информации по фирмам отдельных отраслей промышленности и других сфер экономики являются статистические публикации отдельных стран и специализированных органов ООН по экономике и отдельным отраслям. В публикациях приводятся сведения об общем числе фирм или предприятий, действующих в указанных отраслях и странах, количестве фирм с определенным числом занятых, капиталом или объемом годовых продаж, активов, а также среднестрановые относительные показатели деятельности фирм.

Вопросы для самоконтроля:

1. Какими возможностями располагает фирма для сбора коммерческой информации в России?
2. Где можно получить необходимую информацию за рубежом?

3. Какие функции выполняют фирменные справочники, какова их дифференциация?

4. Расскажите о структуре и функциях годовых отчетов зарубежных фирм.

ТЕМА 6 ДОГОВОР (КОНТРАКТ) МЕЖДУНАРОДНОЙ КУПЛИ-ПРОДАЖИ ТОВАРА

6.1 Структура и содержание контракта.

6.2 Базисные условия поставки товара.

6.1 Внешнеторговый контракт – это документ, в котором должны быть наиболее полно отражены все условия договора купли-продажи между импортером (покупателем) и экспортером (продавцом).

Внешнеторговый контракт предусматривает обязательство одной стороны (экспортера) передать товар в собственность другой стороне (импортеру), которая обязуется принять этот товар и уплатить за него соответствующую цену.

Содержание контракта определяется обеими сторонами сделки и должно во многом зависеть от специфики товара (например, поставка машин и оборудования или хрустальной посуды), внутреннего законодательства, торговых обычаев. В практике международной торговли применяются документы, регулирующие и регламентирующие отношения внешнеторговой сделки. Это Венская конвенция о международных договорах купли-продажи между сторонами (1980 г.) (на территории Российской Федерации Венская конвенция вступила в действие с 1 сентября 1991 г.); Новая Гагская конвенция о праве, применяемом к договорам международной купли-продажи (1985 г.)

Международный контракт включает в себя не менее 12 разделов, каждый из которых согласовывается между продавцом и покупателем в ходе их переговоров. Текст контракта начинается с преамбулы, где указываются дата и место подписания контракта, полное юридическое наименование сторон, т.е. в начальной части контракта могут быть указаны лица, уполномоченные на его подписание. Обычно контракт подписывает руководитель организации (фирмы), который действует от ее имени без доверенности. Контракт может быть подписан иным должностным лицом организации (фирмы), обладающим специальными полномочиями. В случае, если контракт

подписывает иной представитель юридического лица, заключающего сделку, необходимо наличие заверенной нотариусом доверенности, удостоверяющей полномочия на подписание данного контракта. По общему правилу контракт, подписанный лицом, не имеющим полномочий на его подписание, не вступает в юридическую силу. В случаях, если такой контракт в коммерческой практике начинает исполняться, он может быть признан действительным судом, поскольку начало фактического исполнения контракта свидетельствует о том, что руководитель организации впоследствии одобрил эту сделку и взял на себя предусмотренные контрактом обязательства на указанных в нем условиях. Структура и содержание контракта могут быть различными в зависимости от характера товара и условий соглашения. Например, при купле-продаже партии электронного оборудования особое значение имеет наличие соответствующей технической документации, надлежащие для транспортировки товара упаковка и маркировка. При купле-продаже сырья (лес, руда, уголь и т.п.) нет необходимости выделять требования к упаковке. Обычно условия контракта располагаются по мере их важности для данной сделки либо исходя из последовательности действий сторон по исполнению договора. Далее располагаются следующие разделы контракта.

Раздел I «Предмет контракта»

В этом разделе указываются вид внешнеторговой операции, базисные условия поставки, точнее, наименование товара (в соответствии с таможенной классификацией), количество и происхождение товара.

Раздел II «Качество товара»

В данном разделе указываются качественная характеристика товара, соответствующие документы, подтверждающие качество, а также способ определения качества данного товара.

В международной торговле наиболее часто применяются следующие способы определения качества товара:

- по стандарту (используются национальные, международные стандарты, а также стандарты крупных промышленных фирм);
- по техническим условиям (ТУ). (Этот способ наиболее часто применяется в операциях купли-продажи машин и оборудования);
- по образцу (соответствие качества товара определенному эталону);
- по описанию (соответствие товара тем качественным характеристикам, которые даются в приложении);

- по содержанию отдельных веществ в товаре (например, содержание свинца в хрустале не должно составлять 21%);
- соответствие среднему качеству в стране продавца (если в контракте нет указаний на качество товара).

Документом, подтверждающим качество товара, может быть сертификат качества, который выдается либо производителем, либо другой организацией, которая предоставляет сертификат по заказу продавца – третьей стороной.

Раздел III «Цена и общая сумма контракта»

В данном разделе фиксируется валюта цены, т.е. по согласованию сторон цена в контракте фиксируется в валюте одной из сторон или в валюте третьей страны. Здесь же указываются цена единицы товара и общая сумма контракта. Важным моментом внешнеторговой сделки является определения уровня цены товара, т.е. контрактной цены. Для ее определения используются следующие виды цен: справочные цены, биржевые котировки, цены международных аукционов, цены отдельных крупных предложений и запросов; цены конкурентов.

В данном разделе также должны быть определены:

- способы фиксации цены или виды цен (это могут быть твердые цены, цена с последующей фиксацией, скользящие цены, ступенчатые цены, договорные цены);
- скидки с цены – простая скидка, специальная скидка, сезонная скидка, а также размеры скидок.

Раздел IV «Срок поставки»

Срок поставки – это календарные даты, в течение которых товар должен быть доставлен продавцом в установленные контрактом место (географический пункт) покупателю.

Срок поставки может определяться:

- конкретной датой (если в контракте предусматривается такая дата);
- календарным периодом (когда в контракте устанавливается определенный период для поставки);
- «немедленной поставкой» или «со склада» (когда промежуток времени между подписанием контракта и его исполнением от 1 до 14 дней и товар уже имеется в наличии).

В этом разделе также должно содержаться разрешение или запрет досрочной поставки товара. Кроме срока поставки в данном разделе контракта выделяется дата поставки товара, указывающая мо-

мент передачи товара во владение покупателя. Датой поставки товара может быть дата, указанная на транспортном документе.

Раздел V «Предмет контракта»

В этом разделе должна быть указана валюта платежа, в которой будут производиться расчеты между сторонами за поставленный товар. Кроме этого указываются место и сроки платежей. Сроки платежа устанавливаются по договоренности участников внешнеторговой операции. Если стороны не установили срок платежа, то покупатель должен уплатить за товар тогда, когда продавец передаст ему либо товар, либо документы, удостоверяющие собственность на данный товар. Считается обязательным указать также способ платежа, т.е.:

- расчет за наличные;
- платежи с авансом;
- платежи в кредит.

Указывается в разделе также форма платежа. В международной практике существуют следующие формы расчетов:

- расчет по инкассо (с предварительным или последующим акцептом);
- аккредитивная форма (отзывный, безотзывный, делимый, неделимый, подтвержденный, неподтвержденный, револьверный);
- банковский перевод;
- открытый счет.

Первые две формы используются наиболее часто при выполнении расчетов по внешнеторговым операциям, они относительно надежны и дают определенные гарантии, как для продавца, так и для покупателя.

Раздел VI «Сдача-приемка»

В этом разделе должен быть согласован сторонами и зафиксирован момент сдачи-приемки-место, где в определенный момент происходит передача товара покупателю в соответствии с количеством и того качества, которые предусмотрены контрактом.

Нужно согласовать вид сдачи–приемки, т.е.:

- предварительная приемка (проводится на предприятии. Этот вид позволяет своевременно обнаружить недостатки и либо их исправить, либо не допустить поставку товара, не соответствующего по качеству условиям контракта);
- окончательная приемка (проводится в установленном месте и в определенный срок, оговоренный в контракте; устанавливается фактическое наличие поставки по количеству и качеству).

Способы проверки товара по количеству и качеству могут быть следующими:

- полная проверка (проверке подлежит весь товар);
- выборочная проверка (делается обычно по выбору покупателя в отношении товаров, доставляемых в упаковке).

Место сдачи-приемки указывается точно в контракте. Оно может быть выбрано и в стране продавца, и в стране покупателя. Это может быть предприятие, склад продавца, порт назначения и т.д.

Раздел VII «Упаковка и маркировка товара»

В данном разделе оговариваются, прежде всего, требования к упаковке товара, вид упаковки, условия упаковки. Специфика товара здесь играет большую роль. Например, если перевозить хрустальную посуду, то нужно учесть, что это легко бьющийся товар, поэтому необходимо тщательно продумать вид упаковки и вид транспорта, чтобы максимально обеспечить физическую сохранность данного вида товара. Когда оговариваются условия упаковки товара, то принимают во внимание следующие моменты: размер или вес одного места; порядок укладки товара в контейнер, ящик и т.д.

В данном разделе может быть оговорка о материальной ответственности продавца за возможную порчу товара, если она произошла из-за несоответствия упаковки условиям, предусмотренным в контракте.

Маркировка товара должна соответствовать перечисленным в контракте реквизитам: номер контракта, вес брутто и нетто, размеры грузового места, наименование отправителя, указание страны происхождения товара. Должен быть зафиксирован язык нанесения маркировки, а также места ее нанесения. В зависимости от специфики перевозимого товара наносится дополнительная маркировка (например, предупреждение об опасности небрежного обращения с грузом). Краска, которой наносится маркировка, должна быть несмываемой, а цвет ее нанесения указывается в контракте. В контракте может быть оговорена ответственность продавца за неуказание особых знаков маркировки или за неправильную маркировку.

Раздел VIII «Санкции»

Санкции предусматриваются за недобросовестное выполнение обязательств по заключенному между сторонами внешнеторговому контракту.

Контрактом предусматриваются различные виды санкций:

- за несоблюдение сроков поставки – конвенционный штраф (с продавца). Максимальная величина штрафа за просрочку с поставкой составляет 8-10 % стоимости не поставленного в срок товара. В контракте может содержаться оговорка на право покупателя отказаться от его исполнения;

- за несоответствие по качественным характеристикам и за количественную недостачу. Размеры штрафов в этом случае согласовываются сторонами и должны быть зафиксированы в контракте.

Санкции за несоблюдение сроков поставки, за несоответствие по качеству и количественную недостачу применяются по отношению к продавцу. Нарушение обязательств со стороны покупателя также может препятствовать выполнению обязанностей продавца и являться причиной возникновения у него убытков. Поэтому в контрактах могут быть предусмотрены санкции и к покупателям. Санкции к покупателям применяются, например, за задержку в открытии аккредитива, предоставлении технической информации и т.д. В данном разделе необходимо указать, какие документы необходимы для предъявления санкций.

Раздел IX «Арбитраж»

В данном разделе определяется порядок разрешения споров, которые могут возникнуть между сторонами при исполнении контрактов. В случае возникновения разногласий стороны должны определить в контракте порядок передачи спорных вопросов в арбитраж, сроки подачи документов. Желательна оговорка, что решения арбитража являются обязательными для обеих сторон. Наиболее часто принято обращаться в Арбитражный суд Торговой палаты г. Стокгольма (Швеция), в Арбитражный суд Торговой палаты г. Лондона, в России – в Международный Арбитражный суд в г. Москве при ТПП.

Раздел X «Форс-мажор»

Форс-мажор – это обстоятельства непреодолимой силы, которые препятствуют исполнению контракта, но которые невозможно было предвидеть в момент подписания договора. К ним относятся стихийные бедствия (пожары, наводнения, землетрясения, ураганы), войны, блокады, эпидемии, забастовки и т.д. В данном разделе должны быть перечислены виды форс-мажорных обстоятельств, при которых стороны не могут выполнять обязательства по контракту. Также необходимо указать сроки действия форс-мажорных обстоятельств. В контракте необходимо установить, какие документы будут подтверждать наступления форс-мажорных обстоятельств и какие организации мо-

гут выдать эти документы. Обязательной является оговорка о том, что сторона, для которой возникли обстоятельства непреодолимой силы, должна немедленно сообщить в письменной форме другой стороне о наступлении форс-мажора и невозможности исполнения контракта, а также о прекращении действия форс-мажорных обстоятельств. Если же это не будет сделано своевременно (например, предельный срок такого сообщения 10 дней), то соответствующая сторона лишается права ссылаться при выполнении договорных обязательств на возникшие форс-мажорные обстоятельства и может понести большие убытки.

Раздел XI «Прочие условия»

Кроме основных условий контракта стороны могут также согласовать по своему усмотрению и другие взаимные права и обязанности.

В этот раздел могут быть внесены оговорки такого рода:

- запрещение реэкспорта без письменного согласия на то продавца или порядок передачи прав и обязательств по контракту третьим лицам;
- положение о запрещении ознакомления третьих лиц с технической документацией поставляемого товара без письменного разрешения продавца;
- дополнения положений по транспортным перевозкам, если их необходимо оговорить.

Также могут быть внесены другие оговорки, уточняющие права и обязанности сторон.

Раздел XII «Юридические адреса сторон»

Это заключительный раздел внешнеторгового контракта. Здесь должны быть обязательно указаны юридические адреса сторон, т.е. полное фирменное наименование и почтовые реквизиты.

Таким образом, внешнеторговый контракт является основным документом, удостоверяющим факт внешнеторговой сделки. В нем находят отражение условия проведения внешнеторговой сделки. Особое значение во внешнеторговых контрактах имеют основные формы расчетов, применяемых при осуществлении внешнеторговых операций. От правильного выбора формы расчета в конечном итоге зависит гарантия получения продавцом суммы по контракту, а покупателем—товара.

6.2 При заключении внешнеторгового контракта купли-продажи стороны должны четко разделить между собой многочисленные обязанности, связанные с доставкой товара от продавца к покупателю. Базисные условия поставки обычно определяют такие обязанности и устанавливают момент перехода риска случайной гибели или порчи товара с продавца на покупателя. Базисными эти условия называются потому, что устанавливают основу (базис) цены в зависимости от того, включаются расходы по доставке в цену товара или нет. В последней редакции “Инкотермс-90” термины распределены на четыре принципиально различные группы.

- Первая группа состоит всего из одного термина, описывающего ситуацию, когда продавец передает товары покупателю непосредственно в своих помещениях (термины группы “E” – отправка груза – EXW-франко-предприятие).

- Термины второй группы относятся к ситуации, когда продавец обязуется предоставить товар в распоряжение перевозчика (должен доставить груз перевозчику), выбранного покупателем (термины группы “F” – основной вид транспортировки продавцом не оплачивается – FCA, FAS, и FOB).

- Термины третьей группы определяют случаи, когда продавец обязуется заключить договор перевозки, однако без принятия на себя риска случайной гибели или повреждения товара или каких-либо дополнительных расходов после погрузки товара. Иными словами, продавец отвечает за перевозку груза, но не за его утрату, повреждение, не несет дополнительных расходов, возникших после отправки товара (термины группы “C” – основной вид транспортировки продавцом не оплачивается – CFR, CIF, CPT и CIP).

- Четвертая группа объединяет термины, определяющие условия следования груза вплоть до его доставки в страну назначения. В этом случае продавец несет все расходы и принимает на себя все риски до момента доставки товара в страну назначения (группа “D”-прибытие груза – DAF, DES, DEQ, DDU и DDP).

Рассмотрим особенности четырех групп терминов “Инкотермс”

Первая группа “E”

Условие: Франко-предприятие (франко-завод) (EXW) – дословно “свободно с завода”).

Включает в себя единственное условие – “с завода”. При данном условии обязанности продавца сведены к минимуму и естественно, цена товара является более низкой, чем при заключении контракта на

других базисных условиях. Так, согласно рассматриваемому условию продавец обязан в предусмотренный контрактом срок передать товар в распоряжение покупателя на территории (в помещении) предприятия-изготовителя. Здесь же на покупателя переходит и риск случайной гибели товара. Продавец не отвечает за погрузку товара, за предоставление покупателю транспортного средства, если иное не оговорено в контракте. Транспортировка товара и заключение в связи с ней договоров обеспечиваются покупателем. Покупатель несет все расходы по страхованию товара, по его погрузке и перевозке, оплачивает таможенные пошлины.

Вторая группа “F”

Условия: Франко-перевозчик (FCA)

Свободно вдоль борта (FAS)

Свободно на борту (FOB)

По условиям второй группы терминов продавец должен передать товар перевозчику в соответствии с инструкциями покупателя, который в свою очередь заключает договор перевозки и выбирает перевозчика. Таким образом, нет необходимости специально формулировать в условиях то, каким способом товар будет передан продавцом перевозчику.

Под термином “перевозчик” понимается не только предприятие, непосредственно осуществляющее перевозку, но и предприятие, берущее на себя обязательства выступать в качестве перевозчика или посредника в осуществлении перевозки доставить товар в пункт, указанный покупателем. Под термином “перевозчик” подразумевается юридическое или физическое лицо, ответственное по договору за перевозку. Условие франко-перевозчик означает, что продавец считается выполнившим свои обязательства по поставке товара после передачи его перевозчику. Обязанности продавца заключаются в том, чтобы доставить товары, причем прошедшие таможенную очистку для ввоза, в распоряжение (под охрану) перевозчика. Международная купля-продажа может осуществляться на условии фас (FAS-дословно “свободно вдоль борта судна”). Согласно этому условию продавец считается исполнившим свои обязательства, когда товар размещен вдоль борта судна на набережной (пристани) или на лихтере (если судно стоит на валуе). Практика договоров международной купли-продажи свидетельствует, что нередко расходы по перевозке товара достигают половины его стоимости.

При применении в контракте условия фоб (FOB-дословно “свободно на борту”) – продавец обязан за свой счет поставить товар на борт судна, зафрахтованного покупателем, в согласованном порту погрузки в установленный срок, а также в отличие от условия фас (FAS) очистить товар от экспортных пошлин. Покупатель должен за свой счет зафрахтовать судно и своевременно известить продавца о сроке, условиях и месте погрузки, названии, времени прибытия судна. В этом случае право собственности и риск случайной гибели или повреждения товара и все дальнейшие расходы переходят с продавца на покупателя в момент переноса товара на борт через поручни данного судна.

Третья группа “С”

Условия: Стоимость и фрахт (CFR)

Стоимость, страхование и фрахт (CIF)

Фрахт, страхование оплачены до... (CIP)

Фрахт оплачен до... (CPT)

Третья группа содержит правила, согласно которым продавец должен заключить договор перевозки на обычных условиях за свой счет. Поэтому при употреблении соответствующего термина данной группы должен быть обязательно указан пункт, до которого продавец оплачивает перевозку. По условиям данного термина “стоимость, страхование и фрахт” и “фрахт и страхование оплачены до” продавец также обязан оформить и оплатить страхование груза (товара).

Условие поставки, именуемое каф (CFR-дословно “стоимость и фрахт”¹), сходно с условием фоб. Риск случайной гибели или повреждения товара, а также риск любого увеличения расходов переходит с продавца на покупателя в момент переноса товара через поручни судна в порту отгрузки. Отличие заключается в том, что при условии каф продавец берет на себя обязанность оплатить расходы и фрахт, необходимые для доставки товара в указанный пункт назначения.

Условия поставки, называемые сиф (CIF-дословно “стоимость, страхование, фрахт”), налагают на продавца, помимо обязанностей по условию каф, также обязанность обеспечить страхование от риска случайной гибели или повреждения товара во время перевозки. Продавец обязан: зафрахтовать тоннаж и оплатить фрахт, доставить товар в порт и погрузить его на борт судна в согласованный срок, передать покупателю коносамент, а также заключить договор со страховщиком, выплатить страховую премию, выписать на покупателя и вручить ему страховой полис. Условия поставки фас, фоб, каф и сиф ис-

пользуются только при транспортировке водным транспортом (морским и речным).

Четвертая группа “D”

Условия: Поставка франко-граница (DAF)

Поставка франко-судно (DES)

Поставка франко-причал (DEQ)

Поставка без уплаты таможенных пошлин (DDV)

Поставка с уплатой таможенных пошлин (DDP)

Четвертая группа терминов содержит правила, которые отличаются от терминов третьей группы тем, что здесь продавец отвечает за прибытие товара в согласованный пункт или порт назначения и несет при этом все виды риска и все расходы по доставке. Таким образом, термины четвертой группы характеризуют договоры прибытия, тогда как термины третьей группы – договоры отправления. Термины четвертой группы подразделяются на две категории:

1) по условиям “поставка франко-граница”, “поставка франко-судно” и “поставка без уплаты таможенных пошлин” продавец не обязан доставлять товар с осуществлением таможенной очистки для импорта;

2) по условиям “поставка франко-причал” и “поставка с уплатой таможенных пошлин” продавец обязан доставить товар и произвести таможенную очистку товара.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что вкладывается в понятие «Внешнеторговый контракт»?
2. Какие нормативные акты регламентируют отношения внешнеторговой сделки?
3. Из каких разделов состоит международный контракт купли-продажи товара?
4. Дайте краткую характеристику основных разделов международного контракта купли-продажи товара (услуг)?
5. Что вкладывается в понятие «Базисные условия поставки товара»?
6. На какие группы распределены базисные условия поставки товаров?
7. Поясните особенности четырех групп терминов «Инкотерм - 90» базисных условий поставки товаров (услуг).

ТЕМА 7 ВАЛЮТНО-ФИНАНСОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ С ЗАРУБЕЖНЫМИ ПАРТНЕРАМИ

- 7.1 Основы валютного законодательства РФ.
- 7.2 Основные положения и термины.
- 7.3 Валютно-финансовые условия контрактов.
- 7.4 Кредитование внешней торговли.

7.1 Основные направления валютной политики регулируются рядом законодательных актов, инструктивных материалов, важнейшим из которых является закон РФ «О валютном регулировании и валютном контроле» № 3615-1 от 9 января 1992 г. В этом акте определены основные принципы осуществления валютных операций, права и обязанности резидентов и нерезидентов.

Физические и юридические лица, как отечественные, так и иностранные, принимающие участие в валютных операциях в Российской Федерации, делятся на резидентов и нерезидентов.

Резидентами являются:

- физические лица, постоянно проживающие в России, в том числе временно находящиеся за границей;
- юридические лица, созданные в соответствии с российскими законами, с местонахождением на территории России;
- дипломатические и иные официальные представительства России за ее пределами и др.

Нерезидентами считаются:

- физические лица, постоянно проживающие за границей, в том числе временно находящиеся в России;
- юридические лица, созданные в соответствии с законодательством иностранных государств с местонахождением за пределами России;
- находящиеся в России иностранные дипломатические и иные официальные представительства, а также международные организации и др.

Расчеты между резидентами в рублях осуществляются без ограничений.

На территории России расчеты между юридическими лицами-резидентами и юридическими лицами-нерезидентами могут производиться как в свободно конвертируемых валютах, так в российских рублях, но в порядке, устанавливаемом Банком России.

В соответствии с Инструкцией ЦБ РФ № 19, ГТК РФ № 01-20/10283 от 12 октября 1993 г. «О порядке осуществления валютного контроля за поступлением в РФ валютной выручки от экспорта товаров» контроль начинается с момента подписания экспортером и обслуживающим его коммерческим банком паспорта сделки (ПС), в котором указываются основные данные контракта (реквизиты экспортера и иностранного контрагента, сумма сделки, валюта цены и платежа, форма расчетов и др.).

В изданной Центральным Банком РФ инструкции № 16 от 16 июля 1993 г. «О порядке открытия и ведения уполномоченными банками счетов нерезидентов в валюте Российской Федерации» (с дополнением, содержащимся в его письмах от 16 июля 1993 г. № 44 и от 5 сентября 1994 г. № 109) предусмотрено открытие нерезидентам на основании их договора с уполномоченными банками рублевых счетов типа «Т» (текущие) и рублевых счетов типа «И» (инвестиционные) с различным режимом их открытия и пользования. Первые используются для обслуживания экспортно-импортных операций, а также для целей содержания в России различных представительств и их филиалов (дипломатических, торговых, банков, предприятий и др.); вторые предназначены для осуществления инвестиционной деятельности лиц-нерезидентов.

7.2 После того как российские предприятия получили право выхода на внешний рынок, актуальными стали вопросы, связанные с валютой. *Валютой* следует считать денежную единицу государства, обращающуюся за его пределами и на внутреннем рынке, а также денежные единицы международных валютно-финансовых организаций. Ее значения:

1) денежная единица страны (USD – США, DM – Германия и т.д.) и ее тип (золотая, бумажная, серебряная);

2) денежные знаки иностранных государств, а также кредитные и платежные средства, выраженные в иностранных денежных единицах и используемые в международных расчетах, иностранная валюта;

3) международная (региональная) денежная расчетная единица и платежное средство (ЭКЮ, ЕВРО и т.д.).

Закон РФ «О валютном регулировании и валютном контроле» определяет основные понятия, в том числе:

А. Валюта Российской Федерации:

- находящиеся в обращении (или изымаемые из обращения, обмениваемые на рубли) банковские билеты (банкноты) Банка России и монеты;
- средства в рублях на счетах в банках и иных кредитных учреждениях России;
- средства в рублях на счетах в банках и иных кредитных учреждениях в других государствах, с которыми заключены соответствующие соглашения.

Б. Иностранная валюта:

- денежные знаки в виде банкнот, казначейских билетов, монет, находящиеся в обращении в других государствах;
- средства на счетах в денежных единицах иностранных государств и международных расчетных единицах (СДР, ЭКЮ, ЕВРО и др.).

Существуют три класса (группы) валют.

I группа – СКВ – свободно конвертируемая (обратимая) валюта. Это валюта свободно и неограниченно обменивается на другие иностранные валюты. СКВ обладает полной внешней и внутренней обратимостью, т.е. одинаковыми режимами обмена. Сфера обмена СКВ распространяется на текущие операции, связанные с повседневной внешнеэкономической деятельностью

Валютами СКВ признаны доллар США, английский фунт стерлингов, японская йена, швейцарский франк, канадский доллар и некоторые другие.

Разряд валют определяет МВФ – Международный валютный фонд.

II группа – ЧКВ – частично конвертируемая валюта (промежуточная группа). Это национальная валюта стран, в которых применяются валютные ограничения для резидентов и по отдельным видам валютных операций. ЧКВ обменивается только на некоторые иностранные валюты и не по всем видам международного платежного оборота.

III группа – замкнутая (неконвертируемая) валюта. Это национальная валюта, которая функционирует только в пределах одной страны и не обменивается на иностранные валюты (запрет как для юридических, так и для физических лиц). К замкнутым относятся валюты стран, применяющих различные ограничения и запреты по ввозу и вывозу, покупке и продаже, обмену национальной и иностранной

валют, а также использующих различные методы валютного регулирования.

Особой категорией конвертируемой валюты является *резервная валюта*.

Клиринговые валюты – расчетные валютные единицы, которые существуют только в идеальной (счетной) форме в виде бухгалтерских записей банковских операций по взаимным поставкам товаров и оказанию услуг странами – участницами платежного соглашения.

Валютные операции между участниками валютного рынка невозможны без обмена валютами и определения его пропорций. Под *обменом* одной валюты на другую понимается покупка и продажа иностранной валюты за национальную или другие валюты. Соотношения обмена валют называют *валютным курсом*, устанавливается он через валютную котировку.

Валютный курс формируется главным образом под воздействием соотношения спроса и предложения валюты, определяемого в долгосрочном плане состоянием торгового баланса.

7.3 В международной торговле договор купли-продажи называется *контрактом*. При его составлении следует соблюдать:

- валютные условия (валюты цены, валюта платежа);
- финансовые условия (условия и формы расчетов).

Валюта цены и валюта платежа. При выборе *валюты цены* экспортер ориентируется на «твердую» валюту, а импортер на «мягкую», курс которой снижается. При выборе *валюты платежа* экспортер ориентируется на «мягкую» валюту, а импортер на «твердую».

Важную роль играет пересчет валют – техника, которой учитывается в договоре.

В случае, когда валюта цены и валюта платежа не совпадают указывается пересчет цены в валюту платежа. При этом необходимо указать дату пересчета (на день поступления или на день платежа), курс пересчета, вид платежного документа, место платежа.

Условия расчетов. В контрактах возможны следующие условия расчетов:

- расчет в кредит, т.е. кредит экспортера импортеру или выдача аванса импортером экспортеру.
- покупка за наличные – это платежи в период от момента готовности товара к отгрузке до поступления товара или документов покупателю (импортеру).

7.4 Международная практика выработала несколько форм кредитования внешней торговли, которые рассмотрим ниже в краткой форме.

Документарный аккредитив. Под этим видом кредитования понимается любой договор, в силу которого банк – эмитент (банк выставивший аккредитив), действуя в соответствии с указаниями импортера (приказодателя) берет на себя обязательство произвести платежи. Документарные аккредитивы бывают следующих видов: отзывный, переводный, револьверный.

Отзывным аккредитивом является любой аккредитив, не обозначенный как безотзывный.

Безотзывный аккредитив – твердое обязательство банка-эмитента по отношению к бенефициару. Это означает дополнительную гарантию банка, т.к. он не разрешит покупателю аккумулировать уже открытый аккредитив по любым причинам и обеспечит платеж за поставленные товары в течении срока его действия, даже при банкротстве покупателя.

Кроме указанного выше экспортер, предоставляющий кредит может воспользоваться факторингом или форвентированием.

Факторинг – экспортер передает посреднику требования к покупателю, возникающие из кредита поставщика, а посредник берет на себя получение платежа по ним за вычетом комиссионного процента. С помощью факторинга рефинансируются требования, срок платежа по которым не превышает 360 дней.

Форвентирование - во внешней торговле означает покупку векселей или других обязательств, возникающих из товарных поставок. Форвейтер не имеет права предъявлять претензии к экспортеру в случае неплатежа импортера, т.е. практически берет на себя весь риск обслуживаемой сделки.

Вопросы для самоконтроля:

1. Какими законодательными актами регулируется валютная политика РФ?
2. Что вкладывается в понятие валюта?
3. На какие группы делится валюта? Их характеристика.
4. Основные условия валютно-финансовых контрактов?
5. Формы кредитования международной торговли?

ТЕМА 8 СОВМЕСТНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

8.1 Содержание, классификация, этапы развития СП.

8.2 Особенности развития совместных предприятий в России.

8.1 Процесс развития новых форм мирохозяйственных связей показывает, что в широком спектре внешнеэкономических межгосударственных и межфирменных соглашений все большее значение приобретают международные формы кооперирования и экономического сотрудничества предприятий. Они содействуют углублению интеграции, вхождению страны в мировое хозяйство. В целом международное экономическое сотрудничество состоит из нескольких направлений:

- внешнюю торговлю (внешнеторговые сделки, экспорт, импорт);
- международное производственное сотрудничество (международная производственная кооперация);
- инвестиционное сотрудничество;
- международное научно-техническое сотрудничество;
- экономическое и техническое содействие;
- валютно-финансовое сотрудничество.

Обратимся к понятию «международная кооперация». Это один из инструментов рыночной экономики, играющий большую роль в процессе формирования нормальных условий существования и развития предпринимательства и предпринимательской активности. Международная кооперация предполагает наличие связей, начиная от простого совместного выполнения контрактов предприятиями до сложной и одновременно достаточно успешной формы – создания и организации совместного предприятия.

С другой стороны, **международная кооперация** – это такая форма разделения труда, при которой труд работников разных стран непосредственно соединяется в повседневном взаимодействии в одном и том же либо в разных, но связанных между собой процессах производства. «По своей экономической природе международная кооперация является производительной силой, позволяющей достигать намечаемого общественно полезного результата в области производства, научных исследований, сбыта и т.д. при меньших затратах труда по сравнению с теми, которые необходимы для достижения такого же результата при условии, если участники действуют порознь».

Таким образом, совместное предприятие может толковаться в широком смысле и в узком. Первое определение охватывает следующие его характеристики: СП создается как одна из наиболее перспективных форм кооперативного соглашения между двумя или несколькими партнерами (преимущественно их разных стран) с целью достижения взаимного влияния на положительные характеристики и минимизации отрицательных влияний, и достижения наивысших прибылей.

В более узком, так называемом функциональном смысле, совместное предприятие – экономическая единица, планируемая, создаваемая, контролируемая и управляемая двумя или несколькими партнерами в соответствии с их вкладами в капитал и внутренней договоренностью.

С точки зрения специалистов, партнеры из государств с трансформированным типом экономики, посредством создания совместных предприятий стремятся, прежде всего, увеличить размер инвестиций в свое производство, устраняя тем самым «узкие места» в финансировании. А также освоить новые технологии с помощью более совершенного оборудования, получить лицензию, ноу-хау и знания в области менеджмента. Соответственно у зарубежных партнеров, представляющих страны с развитой экономической системой, имеются свои специфические мотивы и цели при создании совместных предприятий. В первую очередь к ним можно отнести:

- освоение новых рынков;
- сокращение издержек производства (сокращение капитальных затрат и снижение риска при создании новых мощностей);
- приток ресурсов (приобретение новых источников сырья и обновление производственной базы).

Кроме всего прочего, имеет место ряд специфических мотивов, влияющих на принятие решения о создании СП:

национальные, когда инвесторами являются бывшие граждане этой страны или СП создается учредителями одной национальности;

- личностные, если решение о создании принимается на родственных началах;

- экологические, если решается задача выноса экологически вредных производств;

- мотивы, связанные с понятием престижа, и другие социально-психологические стремления.

Таким образом, можно заключить, что составление плана проекта СП с учетом всех внешних и внутренних условий представляет собой один из значительных шагов к его планированию и созданию и предопределяет дальнейшее развитие совместного предприятия.

Очень важен непосредственный выбор и оценка потенциального партнера. Этот процесс разделим на три главных шага: разработка требований и критериев к партнеру, поиск партнера, оценка потенциального партнера. При определении требований необходимо учитывать следующее:

- рыночные условия направления деятельности;
- размер предприятия;
- ресурсы;
- место расположения предприятия;
- технологические стандарты;
- метод руководства предприятием;
- культуру предпринимательства.

В зависимости от специфики страны, где основывается СП, возникают и специфические критерии. Например, в странах Восточной Европы и Китая, как отмечает ряд исследователей, фактором, оказывающим влияние на процесс создания СП, выступает существующий контакт потенциальных партнеров с государственными властями.



Рис. 2. Этапы подбора партнеров по СП

Для возникновения кооперационных взаимосвязей необходимо, чтобы поиск партнера осуществлялся в процессе, в который вовлекались бы обе стороны. Важно, чтобы стороны находили точки соприкосновения как в плоскости стратегически-деловых отношений (согласование целей и стратегий предпринимателей, производительность, позиция и методы ведения переговоров, процесс принятия решений), так и в смысле предпринимательской культуры (представление о шкале ценностей, нормы поведения, предопределение факторов успеха при сбыте товара). Так, например, бескомпромиссное несоответствие целей партнеров (для западного партнера – выход на новый рынок, для восточноевропейского – только приток валюты путем экспорта) или несоответствие методов принятия решения (японскими предпринимателями и западноевропейскими) могут привести к возникновению такой ситуации, когда совместное предприятие не может быть организовано.

Структуру управления СП можно представить следующим образом (рис. 3).

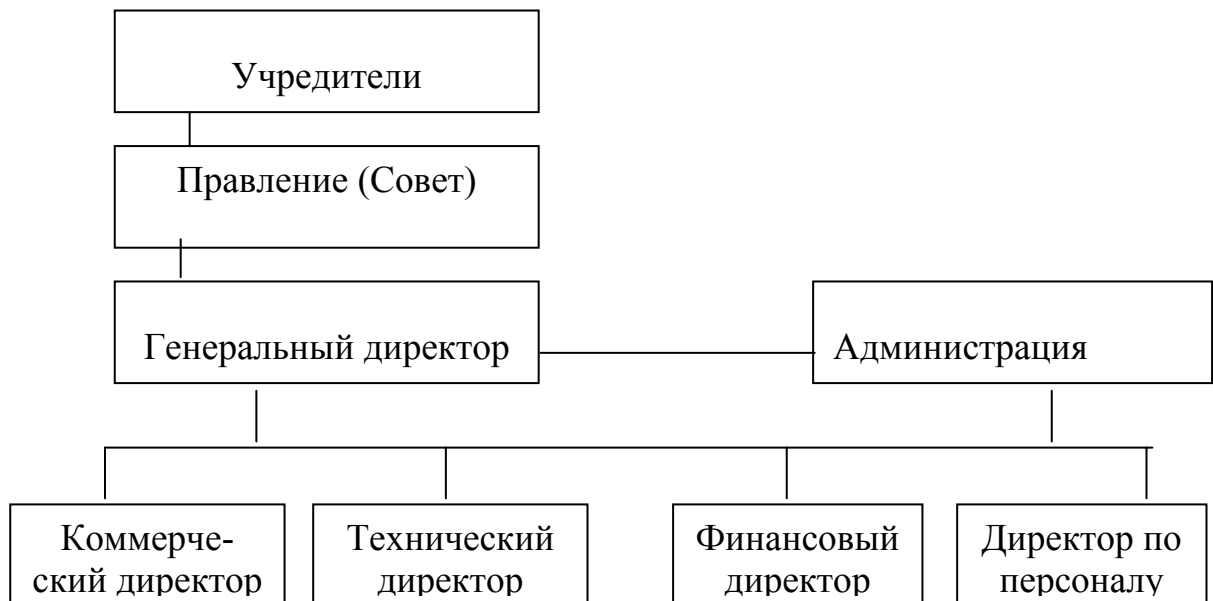


Рис. 3. Примерная структура управления СП

8.2 Россия, не оставшись в стороне от процесса интеграции в мировую экономику, явилась благодатным полем для формирования основ международного сотрудничества и совместного предпринимательства. Однако ряд особенностей политического, социально-экономического, демографического и географического характера

внес поправки в процесс возникновения совместных предприятий и предприятий с иностранными инвестициями на территории России. Основываясь на изучении многих источников¹, можно выявить, какими признаками характеризуется современный этап развития экономики России. Это, прежде всего следующие характерные моменты:

- значительный спад производства;
- нарушение хозяйственных связей;
- снижение жизненного уровня при усилении дифференциации между различными группами населения по уровню доходов и материальной обеспеченности;
- усиление социальной напряженности в обществе.

К факторам, обуславливающим нежелание инвестировать (в том числе слабый приток прямых инвестиций) в российскую экономику, можно отнести такие, как:

- нестабильная политическая обстановка в стране (разногласия между законодательной и исполнительной властями, войны и международные конфликты на территории Российской Федерации);
- недоработки в законодательстве (медленное реагирование законодательных органов на изменение экономической ситуации в стране и на мировом рынке, неблагоприятные для западных инвесторов установленные рамками закона условия для вложения капитала);
- социальная напряженность (нестабильная обстановка в социально-общественной жизни, смена жизненных ориентиров, недовольство ходом реформ, забастовки и т.д.);
- высокий уровень криминогенности;
- недостаточная разработка налоговых льгот для привлечения иностранного капитала;
- незавершенность общей конструкции приватизации и неясность системы участия в ней иностранных партнеров;
- неурегулированность прав в вопросах земельной собственности;
- спад производства.

К основным факторам, оказывающим положительное воздействие на создание привлекательности вложения капитала иностранными инвесторами, можно отнести:

- наличие богатых и разнообразных природных ресурсов, неосвоенных месторождений;

- наличие дешевой и подчас одновременно высококвалифицированной рабочей силы;
- наличие высокого научно-технического потенциала;
- открытие и освоение новых рынков.

Учредительные документы: договор и устав СП – должны определять цель и предмет деятельности предприятия, состав участников, размер и порядок формирования уставного фонда, размер долей участников, структуру, состав и компетенцию органов управления, порядок принятия решений, перечень вопросов, требующих единогласия, порядок ликвидации СП. Вклады в уставный фонд СП оцениваются по согласованию между его участниками на основе цен мирового рынка либо по договоренности участников. Оценка может осуществляться как в рублях, так и в валюте (с пересчетом в рубли по официальному курсу).

До подписания учредительных документов особое место в проработке вопроса о создании предприятия с иностранными инвестициями занимает его технико-экономическое обоснование – ТЭО.

Основываясь на анализе структуры и источников финансирования капитальных вложений СП в современной экономической литературе, их можно представить в виде следующей схемы (рис. 4).

Основной и оборотный капитал составляют уставный фонд по стоимости. Денежные вклады в уставный фонд могут быть внесены в виде: стоимости зданий, сооружений, оборудования, других материальных ценностей; прав пользования землей, водой и иными природными ресурсами, зданиями, сооружениями, оборудованием и других имущественных прав (в том числе на использование изобретений, «ноу-хау» и т.д.); денежных средств участников СП. По договоренности между участниками СП их вклады в уставный фонд могут оцениваться как в национальной, так и в иностранной валюте. Вклад отечественного участника в уставный фонд оценивается в рублях по договорным ценам с учетом цен мирового рынка или в иностранной валюте с пересчетом по официальному валютному курсу. Вклад иностранного участника оценивается в том же порядке, с пересчетом стоимости вклада в рубли по официальному курсу.

Специфика финансов СП связана с характером и особенностями возникающих в этой сфере распределительных отношений. Объектом распределения в рамках СП выступает выручка от реализации продукции или услуг. Вообще финансовые отношения СП могут осуществляться в процессе расширенного воспроизводства между такими



Рис. 4. Структура и источники финансирования кап. вложений в совместные предприятия

экономическими агентами, как:

- государство и СП (при осуществлении платежей в бюджет);
- органы материально-технического снабжения и СП (операции по закупке сырья, материалов, оборудования, услуг);
- финансово-кредитные органы и СП (по вопросам использования и погашения кредитов);
- кадры (рабочие и служащие) и СП (по привлечению деятельности в СП и оплате труда).

СП пользуются всеми льготами, которые предусмотрены внутренним налоговым законодательством, намечается тенденция введения федеральными органами дополнительных мер, способствующих привлечению иностранных инвестиций. При организации СП полезно учитывать мировой опыт управления предприятием применительно к

экономической ситуации в России, привлекать высококвалифицированных специалистов, внешних консультантов к разработке проекта СП, а также организовывать обучение российских сотрудников.

Вопросы для самоконтроля:

1. Международная кооперация труда и ее основные формы?
2. Что вкладывается в понятие «совместное предприятие». Какие типы СП Вы знаете?
3. В чем состоит мотивация создания СП для российских и зарубежных партнеров?
4. Этапы выбора потенциального партнера для создания СП?
5. Структура управления СП. Ее характеристика.
6. Структура и источники финансирования капитальных вложений в СП?
7. Характеризуйте основные факторы, привлекающие вложение капитала иностранными инвесторами.

ТЕМА 9 СТРАХОВАНИЕ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- 9.1 Проблемы управления рисками.
- 9.2 Страхование внешнеторговых грузов.
- 9.3 Страхование экспортных кредитов.
- 9.4 Страхование инвестиций.
- 9.5 Страхование ответственности владельцев транспортных средств.

9.1 Коммерческая и предпринимательская деятельность в ВЭД неизбежно связана с угрозой имущественных интересов участников сделки, т.е. связана с риском.

Под **риском** понимаются возможные неблагоприятные события, которые могут произойти и нанести убытки участникам ВЭД. Для борьбы с рисками крупные зарубежные фирмы имеют специальные службы, занимающиеся предотвращением возможного ущерба.

Работа по управлению рисками должна включать следующие функции:

- анализ ситуации и определение возможных рисков;
- оценку вероятного ущерба и принятие решения;
- реализацию принятых решений и контроль за их выполнением.

На рисунке представлена схема классификации рисков, связанных с ВЭД (рисунок 5).

Наиболее вероятными и нежелательными являются внешние риски. Для их избежания или снижения можно выделить следующие группы методов:

- страхование, т.е. использование различных полисов и договоров страхования;
- хеджирование, как метод использования биржевых фьючерных контрактов и опционов;
- различные формы и методы расчетно-кредитных отношений;
- анализ и прогнозирование конъюнктуры;
- другие методы.

Наибольший эффект может быть достигнут за счет сочетания, комбинации различных методов управления рисками.

9.2 Во ВЭД определяются два важных условия экспортно-импортной сделки - момент перехода риска потери или повреждения товара и распределения затрат между продавцом и покупателем.

Применяемые в международной торговле правила «Инкотермс-90», обязательства относительно страхования грузов содержатся только при поставке грузов (13 позиций) на условиях СЈF и СЈР, т.е.

Базис поставки «Инкотермс-90»	Условное обозначение	Переход риска с продавца на покупателя	Переход затрат с продавца на покупателя
Стоимость страхования и фрахт (в поименованном порту назначения)	СЈF	В момент пересечения товара поручней судна в порту	Продавец несет все расходы по доставке товара в поименованный порт назначения включая страхование
Перевозка и страхование оплачены до (... указанного места назначения)	СЈР	В момент передачи товара первому перевозчику	Продавец несет все расходы по транспортировке товара до указанного места назначения

соответственно страховой полис вместе с другими документами, передается покупателю, Минимальная страховая сумма должна покрывать сумму контракта (т.е. стоимость товара и фрахта) плюс 10% и должна быть установлена в валюте контракта.

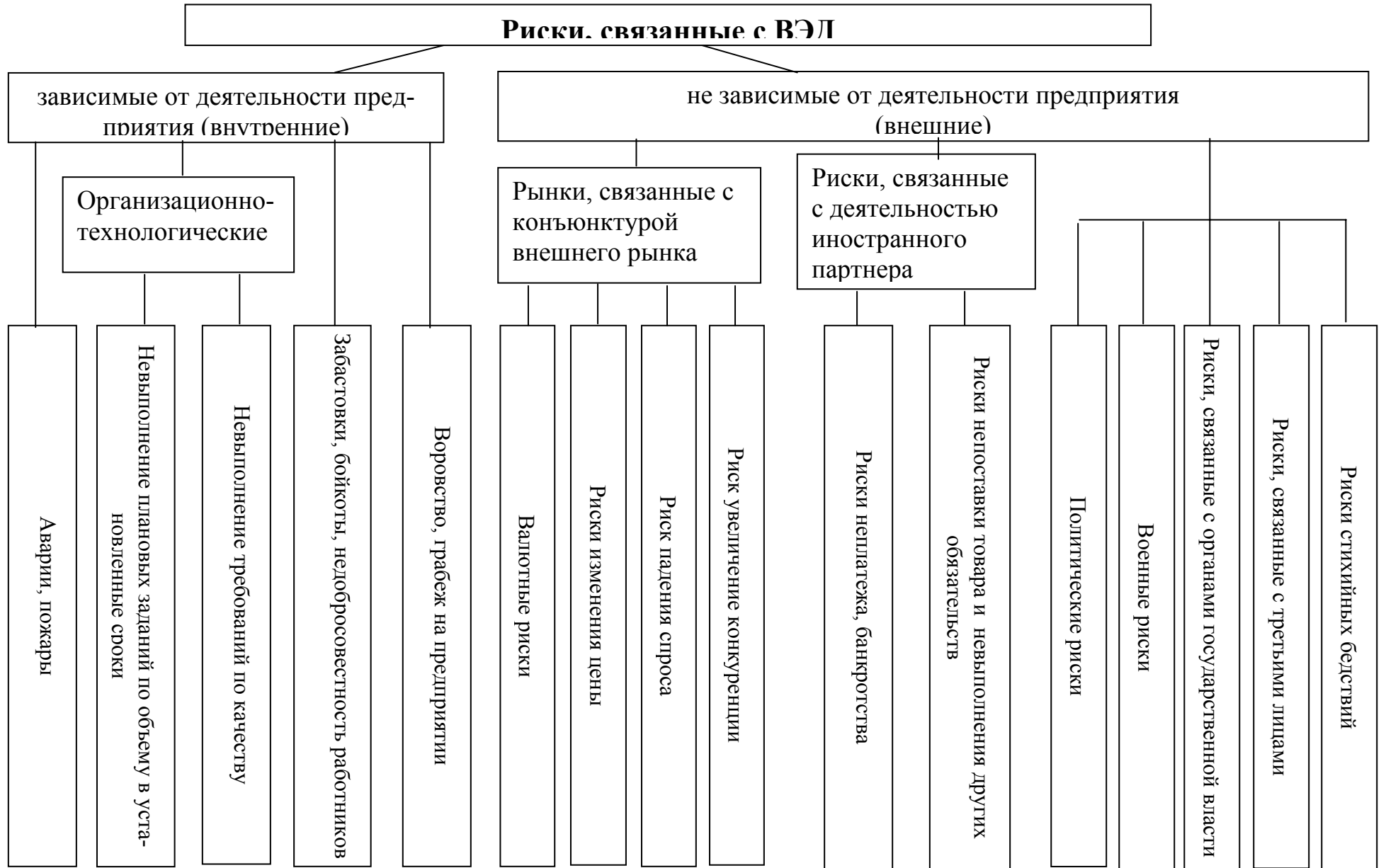


Рис. 5. Классификация рисков, связанных с ВЭД

В практике страхования существует два основных принципа формирования рисков.

Первый принцип построен на методе исключения, т.е. по этому принципу груз страхуется от всех рисков, за исключением некоторых.

Второй принцип построен на методе включения, т.е. груз считается застрахованным только от тех рисков, которые перечислены.

При страховании важное значение имеет выбор страховой компании. В России действует большое количество страховых компаний. Бесспорным лидером в страховании внешнеторговых грузов является страховое акционерное общество (САО) «Ингосстрах». Оно имеет развитую сеть дочерних компаний и представительств за рубежом. Риски, по которым страхует «Ингосстрах»:

1) огонь, молния, буря, вихрь, крушение или столкновение судов, самолетов между собой или с неподвижными предметами, посадка судна на мель, провал мостов, взрыв, повреждения судна льдом, подмочка забортной водой;

2) пропажа вида транспорта без вести (судно, самолет, автомобиль);

3) несчастные случаи при погрузке, укладке, выгрузке;

4) общая авария.

9.3 В процессе ВЭД часто встречается риск неплатежа иностранного партнера.

Мировой рынок насыщен большим многообразием товаров. Поэтому экспортеры вынуждены использовать различные методы повышения конкурентоспособности, в том числе и поставку товаров на условиях коммерческого кредита, что обусловлено большим риском. В этом случае во всем мире получили распространение экспортные кредиты, или страхование дебиторской задолженности.

Страховым случаем, в результате наступления которого страховщик обязан выплатить страховую сумму, является задержка платежа после определенного периода ожидания. Эта сумма устанавливается обычно на уровне 20-30%. При этом страхователь обязан предоставить страховщику всю информацию и документы, которые, по мнению страховщика, являются необходимыми для определения факта несостоятельности и оценки величины убытка.

9.4 Страхование инвестиций может осуществляться в разных формах и в соответствии с Законом РФ «Об иностранных инвестици-

ях» путем: долевого участия в создании и работы предприятий; создание предприятий принадлежащих инвесторам; портфельные инвестиции, т.е. приобретение ценных бумаг; предоставление и получение отсрочки платежа на срок более 180 дней; предоставление и получение финансовых кредитов на срок более 180 дней.

Риски, которым подвержены прямые инвестиции, могут быть разделены следующим образом:

- риски стихийных бедствий;
- риск пожара;
- технические риски;
- политические риски;
- действия третьих лиц (грабеж, воровство и др.);
- хозяйственные риски;
- другие риски.

Большинство из этих групп инвестиционных рисков покрывается страхованием или иногда самострахованием, т.е. путем создания неких собственных резервных фондов.

9.5 Объектом страхования ответственности является ответственность страхователя или застрахованного лица за возможный ущерб (имущественный, личный, моральный, претензии косвенно пострадавших).

Страхование различных видов ответственности имеет важное значение для ВЭД предприятия или фирмы.

Самым распространенным в мире видом страхования является страхование автогражданской ответственности. Ежегодно в дорожно-транспортных происшествиях в мире погибает более 300 тыс. человек, около 2, 5 млн. человек получают травмы и увечья. Огромный ущерб наносится имуществу предприятий, организаций, граждан. Поэтому страхование автогражданской ответственности в большинстве развитых стран мира является обязательным.

В связи с развитием торгового мореплавания, ростом интенсивности морских перевозок увеличивается актуальность страхования ответственности судовладельцев. Объектами страхования могут быть обязательства по возмещению вреда жизни и здоровью пассажиров, экипажа и других лиц, а так же имуществу третьих лиц. Принимаются на страхование так же риски, связанные с применением вреда окружающей среде нефтепродуктами.

При страховании гражданской ответственности авиаперевозчика (владельца воздушного судна) выделяют следующие виды ущерба:

- повреждение, утрата или уничтожение багажа и груза;
- смерть или повреждение здоровья пассажира;
- смерть, телесное повреждение или имущественный ущерб третьим лицам на поверхности земли.

Страхование гражданской ответственности авиаперевозчика при полетах за рубеж является обязательным.

При страховании ответственности автоперевозчика последний несет ответственность за полную или частичную утрату груза и ущерб, принесенный им с момента принятия товара до момента его доставки. Договор страхования ответственности при международных перевозках обычно предусматривает: ответственность за фактическое повреждение или гибель груза, а так же за косвенные убытки связанные с этими обязательствами; ответственность автоперевозчика перед таможенными властями; ответственность перед третьими лицами в случае причинения вреда грузу.

Вопросы для самоконтроля:

1. Как Вы понимаете управление рисками во ВЭД?
2. Как осуществляется страхование внешнеторговых грузов?
3. Страхование экспортных кредитов и его роль во ВЭД?
4. Как осуществляется страхование инвестиций?
5. Что такое страхование ответственности? Как осуществляется страхование ответственности владельцев транспортных средств (автомобиля, судна, самолета)?

ТЕМА 10 ТАМОЖЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

10.1 Основные понятия.

10.2 Таможенный тариф в системе мер государственного регулирования ВЭД.

10.3 Таможенные пошлины.

10.4 Характеристика НДС во ВЭД. Акцизы.

10.1 Переход к новым принципам регулирования внешнеэкономической деятельности (тарифное регулирование, лицензирование, квотирование и т.п.), соответствующим мировой практике, требует

изменения организации таможенного контроля за товарами, находящимися в грузовом обороте. Если прежде режим и процедура пропуска товаров определялись исходя из того, кто являлся субъектом внешнеторговой сделки, то сейчас главный критерий конкретный – объект такой сделки, т.е. конкретный товар. *Товары* – это любое движимое имущество, в том числе валюта, валютные ценности, электрическая, тепловая, иные виды энергии и транспортные средства (за исключением используемых для международных перевозок).

Под перемещением через таможенную границу понимается совершение действий по ввозу на таможенную территорию или вывозу с этой территории товаров или транспортных средств любым способом, включая пересылку в международных почтовых отправлениях, использование трубопроводного транспорта и линий электропередач. К таким действиям относятся:

- при ввозе товаров и транспортных средств – *фактическое пересечение таможенной границы*;
- при вывозе товаров и транспортных средств – *подача таможенной декларации* или *иное действие*, непосредственно направленное на реализацию намерения вывезти товар.

При перемещении через таможенную границу товары должны пройти таможенное оформление.

Таможенное оформление – это процедура помещения товаров и транспортных средств под определенный таможенный режим и завершение действия этого режима в соответствии с требованиями и положениями Таможенного кодекса.

В целях таможенного регулирования устанавливаются следующие виды *таможенных режимов*:

- выпуск для свободного обращения;
- транзит;
- таможенный склад;
- магазин беспошлинной торговли;
- переработка на таможенной территории;
- временный ввоз (вывоз);
- свободная таможенная зона;
- свободный склад;
- переработка вне таможенной территории;
- экспорт;
- реэкспорт;
- уничтожение;

- отказ в пользу государства.

Наиболее часто применяется *выпуск товаров для свободного обращения*, то есть таможенный режим, при котором ввозимые на таможенную территорию России товары остаются на этой территории постоянно без обязательства об их вывозе с этой территории. Выпуск для свободного обращения предусматривает уплату в отношении товаров таможенных пошлин, налогов и внесение иных таможенных платежей.

Порядок расчетов таможенных платежей, подлежащих уплате при выпуске товаров в свободное обращение, включает следующие обязательные этапы, которые должны быть пройдены в рекомендованной последовательности:

1) точное определение кода товара, являющегося предметом сделки, по Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Содружества Независимых Государств (ТН ВЭД СНГ), поскольку это имеет решающее значение для последующей проработки всего комплекса расчетов;

2) определение таможенной стоимости товара;

3) определение величины пошлин, НДС и акцизов.

Рассмотрим далее все эти вопросы.

10.2 Эффективно действующий механизм таможенно-тарифного регулирования – неотъемлемое условие проведения Россией активной и целостной таможенной политики, а также решения таможенными органами задач по обеспечению экономической безопасности Российской Федерации, защите ее экономических интересов.

Среди основных функций таможенного тарифа особо выделяются протекционистская и фискальная функции.

Протекционистская функция связана с защитой национальных товаропроизводителей. Взимание таможенных пошлин с импортных товаров увеличивает их стоимость при реализации на внутреннем рынке страны-импортера и тем самым повышается конкурентоспособность аналогичных товаров, производимых национальной промышленностью и сельским хозяйством.

Фискальная функция таможенного тарифа обеспечивает поступление средств от взимания таможенных пошлин в доходную часть бюджета страны.

В целях обеспечения выполнения обязательств Российской Федерации, вытекающих из Международной конвенции о Гармонизиро-

ванной системе описания и кодирования товаров от 14 июня 1983 г. и Соглашении о единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Содружества Независимых Государств от 3 ноября 1995 г., Правительство Российской Федерации постановило:

1. Считать единую Товарную номенклатуру внешнеэкономической деятельности Содружества Независимых Государств, базирующуюся на Гармонизированной системе описания и кодирования товаров, основной системы описания и кодирования товаров, используемой для формирования таможенного тарифа Российской Федерации, определения мер государственного регулирования внешнеэкономической деятельности, ведения таможенной статистики.

2. Утвердить Таможенный тариф Российской Федерации, основанный на единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Содружества Независимых Государств и действующих ставках таможенных пошлин.

Порядок формирования и применения Таможенного тарифа РФ установлен *Законом РФ «О таможенном тарифе»*, вступившем в действие с 1 июля 1993 г.

Законом определены основные цели таможенного тарифа Российской Федерации:

- рационализация товарной структуры ввоза товаров в Российскую Федерацию
- поддержание рационального соотношения вывоза и ввоза товаров, валютных доходов и расходов на территории Российской Федерации;
- создание условий для прогрессивных изменений в структуре производства и потребления товаров в Российской Федерации;
- защита экономики Российской Федерации от неблагоприятного воздействия иностранной конкуренции;
- обеспечение условий для эффективной интеграции Российской Федерации в мировую экономику.

10.3 *Ставки таможенных пошлин* являются едиными и не подлежат изменению в зависимости от лиц, перемещающих товары через таможенную границу Российской Федерации, видов сделок и других факторов, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Законом.

Ставки ввозных таможенных пошлин в пределах, установленных настоящим Законом, определяются Правительством Российской Федерации.

Федерации. Предельные ставки ввозных таможенных пошлин, применяемые в отношении товаров, происходящих из стран, в торгово-политических отношениях с которыми Российская Федерация применяет режим наиболее благоприятствуемой нации, устанавливаются Государственной Думой.

В отношении товаров, происходящих из стран, торгово-политические отношения с которыми не предусматривают режим наиболее благоприятствуемой нации, страна происхождения которых не установлена, ставки ввозных таможенных пошлин, определенные на основании настоящего Закона, увеличиваются вдвое, за исключением случаев предоставления Российской Федерацией тарифных льгот (преференций) на основании соответствующих положений настоящего Закона.

Ставки ввозных таможенных пошлин и перечень товаров, в отношении которых они применяются, а также нетарифные меры внешнеэкономического регулирования устанавливаются Правительством РФ и являются исключительно мерами оперативного регулирования внешнеэкономической деятельности на территории РФ.

В Российской Федерации применяются следующие виды ставок пошлин:

- адвалорные, начисляемые в процентах к таможенной стоимости облагаемых товаров;
- специфические, начисляемые в установленном размере за единицу облагаемых товаров;
- комбинированные, сочетающие оба названных вида таможенного обложения.

Основой для начисления таможенной пошлины служит таможенная стоимость товара в случае, если в его отношении применяется адвалорная ставка таможенной пошлины.

10.4 Налог на добавленную стоимость (НДС), предусмотриваемый законом РФ «О налоге на добавленную стоимость», представляет собой форму изъятия в бюджет части добавленной стоимости, создаваемой на всех стадиях производства, и определяется как разница между стоимостью реализованных товаров (работ и услуг) и стоимостью материальных затрат, относимых на издержки производства и обращения. Это косвенный налог, поскольку он выступает ценоформирующим налогом, и его оплачивает конечный потребитель.

Этот налог используется в более чем 40 странах мира, однако в большинстве из них на товары, по которым имеет место перепроизводство в стране. Активизация перехода к рыночным отношениям в РФ обусловлена необходимостью появления такого налога и в нашей стране.

Плательщики налога – предприятия и организации независимо от форм собственности и ведомственной принадлежности, в том числе международные объединения и иностранные юридические лица, осуществляющие производственную и иную коммерческую деятельность на территории РФ.

Объектом налогообложения служат обороты по реализации товаров (работ и услуг), в том числе продукция производственно-технического назначения. С 1 февраля 1993 г. объектом обложения стали импортные товары, ввозимые на территорию РФ. НДС уплачивается в рублях и зачисляется в доход федерального бюджета.

От уплаты НДС освобождаются:

- импортное оборудование и приборы для научно-исследовательских работ;
- технические средства для реабилитации инвалидов (включая автотранспорт);
- медикаменты и медицинская техника, а также сырье и комплектующие изделия для их производства;
- товары, ввозимые в Россию в качестве гуманитарной помощи;
- аренда служебных и жилых помещений иностранными гражданами и юридическими лицами при условии, что подобная льгота предусмотрена в отношении российских граждан и юридических лиц либо в национальном законодательстве их стран, либо в международных договорах;
- товары, экспортируемые непосредственно предприятиями-изготовителями, экспортируемые услуги и работы, а также услуги по транспортировке, погрузке, разгрузке экспортируемых товаров и при транзите иностранных грузов через территорию РФ.

Акцизы.

Акцизы являются косвенным налогом, включенным в цену товара, и оплачиваются покупателем. Акцизы, как и НДС, введены в действие с 1 января 1992 г. при одновременной отмене налогов с оборота и продаж. Они предназначены для регулирования спроса и пред-

ложения отдельных товаров, а также для пополнения доходов бюджета.

К числу товаров, подлежащих обложению акцизами, в соответствии с действующим законодательством относятся, например такие, как винно-водочные и табачные изделия, ювелирные изделия, легковые автомобили и др.

При этом сумма акциза учитывается в базе обложения налогом на добавленную стоимость. С 1 февраля 1993 г. введены акцизы на импортную продукцию. Государственным Таможенным Комитетом РФ в соответствии с Федеральным законом от 14 февраля 1998 г. № 29–ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «Об акцизах»» и Таможенным кодексом РФ установлен перечень подакцизных товаров, ввозимых на таможенную территорию РФ. Прежде всего это спирт этиловый из всех видов сырья (за исключением спирта коньячного и спирта-сырья), спиртосодержащая продукция (за исключением денатурированной), алкогольная продукция, пиво, табачные и ювелирные изделия, легковые автомобили и бензин автомобильный.

Субъектами (плательщиками) акцизов по товарам, ввозимым на территорию РФ, являются предприятия и другие лица, определяемые в соответствии с таможенным законодательством РФ.

При установлении специфических ставок акцизов *объектом налогообложения* является объем ввозимых подакцизных товаров в натуральном выражении. Ставки акцизов утверждаются Правительством РФ и устанавливаются в процентах от таможенной стоимости товаров. По некоторым видам товаров ставки установлены в ЭКЮ или ЕВРО за единицу измерения. Указом Президента РФ от 8 мая 1996 г. № 685 предусмотрено расширение практики установления специфических ставок акцизов за единицу товара в натуральном измерении.

Постановлением Правительства РФ «О марках акцизного сбора» № 924 от 12 августа 1994 г. установлена оплата марок за импортный табак и табачные изделия 0,05 ЭКЮ за 1 пачку; за спирт и винно-водочные изделия – 0,1 ЭКЮ за бутылку; на специальную акцизную марку – 0,01 ЭКЮ за единицу товара.

Акцизами не облагаются подакцизные экспортируемые товары (за пределы стран – членов СНГ), а также подакцизные в РФ товары, происходящие с территории стран СНГ, при ввозе на территорию РФ.

Акцизы взимаются в рублях и зачисляются в доходы бюджетной системы, уплачиваются декларантом до или в момент принятия грузовой таможенной декларации.

Вопросы для самоконтроля:

1. Что вкладывается в понятие «таможенное оформление»? Виды таможенных режимов.
2. Таможенный тариф, его цели и функции?
3. Ставки возможных таможенных пошлин.
4. Какими налогами являются акцизы, НДС и таможенные пошлины и почему?

ТЕМА 11 КОММЕРЧЕСКИЕ ОПЕРАЦИИ НА МЕЖДУНАРОДНЫХ БИРЖАХ, ТОРГАХ, АУКЦИОНАХ

11.1 Товарные биржи, валютные биржи, международные биржи, международные аукционы.

11.2 Деятельность на международных фондовых биржах.

11.3 Рынок ценных бумаг.

11.1 Развитие мирохозяйственных связей привело к созданию постоянно действующих рынков сырьевых и сельскохозяйственных товаров массового спроса, а также рынков валюты и ценных бумаг. В современной мировой торговле этими товарами большое значение имеют международные биржи.

В зависимости от товара, на который совершаются сделки на международных биржах, их можно разделить на товарные, валютные и фондовые.

Товарная биржа – это постоянно действующий оптовый рынок чистой конкуренции, на котором по определенным правилам совершаются сделки купли-продажи на качественно однородные и легко взаимозаменяемые товары.

Первые товарные биржи появились в Европе (Антверпен, Лондон, Лион, Тулуза и др.) в XVI в. Например, основанная в 1653 г. Антверпенская биржа имела собственное постоянное помещение, над входом в которое была надпись «In usum negotiatorum cujuscunque nationis ac linguae», что означало «Для торговых людей всех народов и языков».

Если в период расцвета бирж на них обращалось более 200 видов товаров, то в настоящее время – около 70. На их долю приходится около 15-20 % международной торговли. Эти так называемые биржевые товары можно условно объединить в следующие группы:

- 1) энергетическое сырье – нефть, дизельное топливо, бензин, мазут, пропан;
- 2) цветные и драгоценные металлы – медь, алюминий, свинец, цинк, олово, никель, золото, серебро, платина и др.;
- 3) зерновые – пшеница, кукуруза, овес, рожь, ячмень, рис;
- 4) маслосемена и продукты их переработки – льняное и хлопковое семя, соя, бобы, соевое масло, соевый шрот;
- 5) живые животные и мясо – крупный рогатый скот, живые свиньи, бекон;
- 6) пищевкусные товары – сахар-сырец, сахар рафинированный, кофе, какао-бобы, картофель, растительные масла, пряности, яйца, концентрат апельсинового сока, арахис;
- 7) текстильное сырье – хлопок, джут, натуральный и искусственный шелк, мытая шерсть и др.
- 8) промышленное сырье – каучук, пиломатериалы, фанера.

Крупнейшие международные биржевые центры сосредоточены в США, Англии, Японии. На долю этих стран приходится более 90 % оборота биржевой торговли.

В зависимости от номенклатуры товаров, продаваемых и покупаемых на бирже, их можно разделить на универсальные и специализированные.

Самые крупные по объему совершаемых сделок международные товарные биржи (МТБ) являются универсальными. Например, на Чикагской товарной бирже торгуют пшеницей, кукурузой, овсом, соевыми бобами, соевым шротом, соевым маслом, золотом, серебром, ценными бумагами; крупным рогатым скотом, живыми свиньями, беконом, золотом, пиломатериалами, ценными бумагами, иностранной валютой. На Токийской товарной бирже сделки совершаются по золоту, серебру, платине, каучуку, хлопковой пряже, шерстяной пряже. Кроме того, универсальными биржами являются Сиднейская и Сянганская (Гонконг) биржи.

Для специализированных бирж характерна более узкая товарная специализация, в основном по группам товаров. К таким биржам относятся, например, Лондонская биржа металлов (группа цветных металлов – медь, алюминий, никель, олово, свинец, цинк), Нью-

Йоркская «Комэкс» (группа драгоценных и цветных металлов: золото, серебро, медь, алюминий). Нью –Йоркская биржа кофе, сахара и какао, Нью –Йоркская биржа - хлопок, концентрат апельсинового сока, Нью –Йоркская товарная биржа (нефть, дизельное топливо, бензин, пропан, а также платина и палладий), биржи сельскохозяйственных товаров – «Зерновая биржа» в Миннеаполисе (США), Лондонская международная нефтяная биржа, Парижская товарная биржа МАТИФ.

Центрами биржевой торговли являются также города:

- хлопок – Александрия, Сан-Паулу, Бомбей, Сидней;
- рис – Милан, Амстердам, Роттердам;
- шерсть – Антверпен, Мельбурн, Сидней, Рубе (Франция);
- джут – Калькутта, Карачи;
- кофе – Париж, Роттердам, Гавр, Гамбург, Амстердам.

Международные товарные биржи, являющиеся признанными центрами мировой торговли тем или иным товаром выполняют следующие основные функции:

Ежедневное установление цены на товар, т.к. результаты торгов на МТБ становятся моментально известны во всем мире благодаря современным средствам связи и информации. Поскольку на МТБ представлены интересы крупнейших мировых фирм, имеющих отношение к торговле тем, или иным биржевым товаром (производители, потребители, торговые посредники), результаты торгов отражают соотношение спроса и предложения, т.е. конъюктуру на конкретный товар. Поэтому цены, которые складываются в результате торгов на МТБ, лежат в основе большинства сделок, совершаемых на этот товар в мире. Например, 70 % всей произведенной в мире меди продается по цене, основанной на официальных ценах Лондонской биржи металлов. Таким образом, цены МТБ являются индикатором соотношения спроса и предложения на конкретный товар в данный момент в мире.

Хеджирование. Это форма страхования цены, по которой продается или покупается товар в будущем. Хеджирование является одной из первейших функций биржи уже более ста лет. Например, на ЛБМ операции хеджирования осуществляются с момента создания биржи с 1877 г.

Более подробно применение инструментов биржевой торговли (фьючерсов и опционов) для осуществления конкретных операций хеджирования рассмотрено ниже.

Гарантия поставки товара (гарантия исполнения обязательств по контракту). Гарантия поставки реального товара, купленного или проданного на бирже, обеспечивается наличием достаточного количества товара, имеющегося на складах биржи. Например, у ЛБМ имеется семь складов на территории Соединенного королевства, десять складов в Европе (Роттердам, Генуя, Гамбург, Антверпен и др.) и семь на Дальнем Востоке (Япония, Сингапур). Гарантия исполнения обязательств по контрактам, заключенным на бирже (фьючерсы, опционы), обеспечивается созданием специальной системы расчетов, принятием законодательства о биржах и разработкой правил совершения сделок на бирже, контролем за деятельностью бирж со стороны государственных органов.

Наряду с выполнением своих основных функций, имеющих очень важное значение для мировой торговли конкретными товарами, биржи являются институтом рыночной экономики, который предоставляет следующие возможности для участников рыночных отношений:

- *игра на разнице цен* (спекулятивные операции). Данного рода операции не имеют целью поставку или получение реального товара (спекулянты играют важную роль во фьючерсной торговле, повышая ликвидность рынка и принимая на себя ценовые риски, помогая тем самым хеджерам);

- *инвестирование капитала в товар*. Многие фирмы (в частности, финансовые, инвестиционные и др.), стремясь обезопасить свои деньги от инфляции, скупают партии товара. В случае повышения цен на товар это помогает им не только обезопасить деньги от инфляции, но иногда получить более выгодный доход, чем на традиционном рынке капиталов;

- *биржевые операции*. В случае, когда цены на товар на разных рынках (биржах в разных странах) различаются, участники биржевой торговли одновременно продают и покупают товар на разных биржах, извлекая при этом дополнительную прибыль;

- *финансирование*. Этой услугой биржи могут пользоваться владельцы варранта (складского свидетельства биржи, дающего право распоряжаться товаром). Допустим, владелец не хочет продавать товар, но ему нужны на время деньги. В этом случае он может через брокера организовать продажу варранта с одновременной покупкой товара с поставкой в будущем. Эта операция, известная как лендинг

(lending), позволяет сохранить позицию владельца товара, получив на время денежные средства.

Валютная биржа (Currency Exchange) – постоянно действующий по заранее установленным правилам рынок, где совершаются сделки с иностранной валютой.

Международные валютные биржи являются частью мировой валютной системы и одной из разновидностей валютного рынка наряду с межбанковским валютным рынком.

Валютные биржи функционируют в крупных мировых банковских и биржевых центрах. В ФРГ действуют пять валютных бирж: во Франкфурте – на – Майне, Гамбурге, Дюссельдорфе, Мюнхене и Берлине. На этих биржах ежедневно устанавливаются курсы 14 валют. Эти курсы обязательны и лежат в основе расчетов банков с клиентами. Франкфуртская биржа среди пяти валютных бирж ФРГ играет ведущую роль. Присутствующий на бирже представитель Бундесбанка с помощью валютных интервенций (покупкой или продажей валюты) влияет на курс немецкой марки по отношению к другим валютам.

Международные торги (International bid, Tenders) - одна из форм внешнеэкономической деятельности, при которой покупатель (заказчик) объявляет конкурс для продавцов (поставщиков) на товар с определенными технико-экономическими характеристиками. По результатам этого конкурса подписывается контракт с тем продавцом, который предложил товар на более выгодных для покупателя условиях.

Торги – распространенный способ размещения заказов на сооружение промышленных и других объектов, поставку машин и оборудования, выполнение научно-исследовательских, изыскательских и проектных работ. Международные торги применяются также для выбора иностранных партнеров при создании совместных предприятий.

Наиболее часто торги как метод закупок применяются развивающимися странами, где существует высокая степень вмешательства государства в сферу внешней торговли. Широко применяют такие формы государственных закупок товаров и размещения подрядов на выполнение общественных работ Индия, Пакистан, Шри-Ланка, Иран, Индонезия, Иордания, Катар, Кувейт, Саудовская Аравия, Малайзия и другие страны.

В зависимости от способа проведения различают торги открытые и закрытые. В открытых торгах могут участвовать все желающие

фирмы и организации. В закрытых торгах могут участвовать только те фирмы и организации, которые получили приглашение на участие.

Аукцион (auction) представляет собой специально организованный, периодически действующий рынок, на котором осуществляются сделки купли продажи путем ценового состязания между покупателями.

В форме аукциона осуществляется торговля товарами, которые обладают индивидуальными особенностями и свойствами. Это исключает возможность замены партий одинаковых по названию товаров, так как они могут иметь различные свойства: внешний вид, качество, вкус и т.д.

Основные товары, которые предлагаются и покупаются на международных аукционах: пушно-меховые товары (в сырье и переработанные), невытая шерсть, чай, табак, цветы, овощи, фрукты, тропические породы леса, лошади, рыба и др. Роль аукционов в международной торговле некоторыми товарами велика. Например, через международные аукционы в США и Канаде реализуется свыше 76 % продаваемой этими странами пушнины, в Дании – 90 %, в Швеции и Норвегии – примерно 95 %. В бывшем СССР около 80 % всех пушно-меховых товаров продавалось через Ленинградский аукцион. Через международные аукционы реализуется около 70 % чая, продаваемого на мировом рынке, 90 –95 % невытой шерсти, экспортируемой Австралией и Новой Зеландией.

Исторически сложилось так, что для каждого аукционного товара имеются свои центры аукционной торговли. По пушнине и меховому сырью главными центрами торговли являются: Санкт-Петербург, Нью-Йорк, Монреаль, Лондон, Лейпциг, Копенгаген, Осло, Стокгольм и некоторые другие. Всего в мире проводится свыше 150 международных пушно – меховых аукционов.

Оформление аукционной сделки осуществляется обычно сразу после окончания аукциона. Покупатель подписывает типовой контракт, на основании которого выписывается счет, оплачиваемый покупателем. Платеж осуществляется по частям: 50-55 % вносятся сразу после подписания контракта, остальная сумма – после отгрузки товара или его получении.

11.2 Фондовая биржа (Stock Exchange) – это определенным образом организованный, постоянно действующий рынок, на котором производятся сделки купли-продажи ценных бумаг. Как некоммерче-

ская организация фондовая биржа является организатором торговли на рынке ценных бумаг и не совмещает деятельность по организации торговли с иными видами деятельности, за исключением депозитарной деятельности и деятельности по определению взаимных обязательств.

Фондовая биржа организует торговлю только между членами биржи, другие участники рынка ценных бумаг могут совершать операции на бирже исключительно через посредничество членов биржи. Членами фондовой биржи могут быть любые профессиональные участники рынка ценных бумаг. Временное членство на бирже, равно как и сдача мест в аренду лицам, не являющимся членами данной фондовой биржи, согласно российскому законодательству не допускается, однако активно используется на некоторых зарубежных биржевых площадках.

Фондовая биржа выполняет следующие основные функции:

- служит местом, где непосредственно совершаются сделки купли-продажи ценных бумаг;
- устанавливает рыночную стоимость ценных бумаг (курс акций и облигаций);
- служит механизмом перелива капитала между компаниями, отраслями, сферами деятельности;
- служит барометром деловой активности как в отдельных отраслях, странах так и в мировой экономике, учитывая все возрастающую интеграцию мирохозяйственных связей.

Первые фондовые биржи возникли в конце XVIII в. в Великобритании, США и Германии, в 1850 г. они появились в Швейцарии, а в 1878 г. – в Японии. Появление фондовых бирж было обусловлено становлением рынка ценных бумаг. В мире существует около 170 фондовых бирж. В Северной Америке – 15 бирж, в Европе – более 100, Центральной и Южной Америке – 20, остальные находятся в Азии, Африке и Австралии.

Существует Международная федерация фондовых бирж (МФФБ) со штаб – квартирой в Париже, которая объединяет более 30 бирж стран с развитой рыночной экономикой. Целями МФФБ является обеспечение равных прав для всех акционеров и координация структур рынков ценных бумаг.

11.3 Международный рынок ценных бумаг. Рынок ценных бумаг имеет немаловажное значение для предприятия с точки зрения

обеспечения предприятия финансовыми активами. Все денежные средства предприятия можно разделить на два вида:

- 1) средства для поддержания текущей ликвидности предприятия;
- 2) средства, предназначенные для инвестиций, для развития производства.

Если у предприятия ощущается недостаток средств, менеджеры могут принять решение о привлечении займов, при избытке денежных средств предприятие само может выступить в качестве кредитора. И в том и в другом случае в качестве инструмента кредита могут выступать ценные бумаги. По своей величине рынок ценных бумаг намного превосходит все остальные рынки. Рынок ценных бумаг не связан с наличием каких-либо природных ресурсов или политическим строем в государстве, а потому может существовать в любой стране.

Регулируя рынок ценных бумаг, государство:

- устанавливает обязательные требования к деятельности эмитентов, профессиональных участников рынка ценных бумаг;
- создает системы защиты прав владельцев и контроля за соблюдением их прав эмитентами и профессиональными участниками рынка ценных бумаг;
- осуществляет регистрацию выпусков эмиссионных ценных бумаг и проспектов эмиссии и контроль за соблюдением эмитентами условий и обязательств, предусмотренных в них;
- лицензирует деятельность профессиональных участников рынка ценных бумаг;
- непосредственно участвует в операциях на открытом рынке

Представительные органы государственной власти и органы местного самоуправления устанавливают предельные объемы эмиссии ценных бумаг, эмитируемых исполнительными органами власти соответствующего уровня.

Все виды профессиональной деятельности на рынке ценных бумаг осуществляются на основании специального разрешения – лицензии, выдаваемой соответствующим органом государственной власти (в России – Федеральной комиссией по рынку ценных бумаг или уполномоченными ею органами, имеющими генеральную лицензию). Орган, выдавший лицензии, контролирует деятельность профессиональных участников рынка ценных бумаг и принимает решение об

отзыве выданной лицензии при нарушении законодательства о ценных бумагах.

Классификация ценных бумаг представлена в таблице 2.

При рассмотрении вариантов размещения свободных денежных средств предприятия в ценные бумаги необходимо исходить из соотношения *риск-доходность*. Наибольшую доходность можно получить по ценным бумагам с наибольшей величиной риска. Самыми надежными из всех существующих ценных бумаг считаются **государственные ценные бумаги**, которые обеспечивают не очень высокий, но гарантированный доход.

При выпуске долговых обязательств государство преследует следующие цели:

- финансирование государственного бюджета в целом или конкретных государственных инвестиционных программ;
- сглаживание кассовых разрывов (разницы во времени поступления налоговых платежей и совершения государственных расходов);
- рефинансирование (погашение предыдущих государственных займов).

Второе место по надежности среди ценных бумаг занимает **облигация** - эмиссионная ценная бумага, закрепляющая право ее держателя на получение от эмитента облигации в предусмотренный ею срок ее номинальной стоимости и зафиксированного в ней процента от этой стоимости или иного имущественного эквивалента.

В отличие от акций облигации выражают исключительно кредитные отношения и имеют конечный срок обращения, правда, срок этот может быть весьма длинным. Так, в 1996 г. американская компания IBM разместила облигации сроком обращения 99 лет.

Необходимо различать виды международных ценных бумаг.

Еврооблигациями (eurobonds) называются ценные бумаги, размещаемые одновременно на рынках нескольких государств и номинированные в валюте, отличной от национальной валюты заемщика или кредитора. Такие облигации размещаются через эмиссионные синдикаты финансовых компаний нескольких стран. Основную часть рынка еврооблигаций составляют среднесрочные именные облигации (euro-medium-term-notes, EMTNs).

Иностранные облигации (foreign bonds) – облигации, размещаемые на рынке одного государства (как правило, андеррайтером являются компании – резиденты), причем валюта займа для кредитора является национальной, а для заемщика – иностранной.

Таблица 2 – Классификация ценных бумаг

Тип классификации	Виды ценных бумаг
По видам эмитентов	Государственные: федеральные субъектов Федерации местных органов власти государственных предприятий организаций, пользующихся поддержкой государства Частные Международные
По экономической природе ценных бумаг	Отношения совладения Кредитные отношения Производные ценные бумаги Товарно-распорядительные ценные бумаги
По виду получаемого дохода	Фиксированный процентный (купонный) доход Переменный процентный (купонный) доход Индексирование номинальной стоимости Дисконтный доход Проведение розыгрышей, лотерей
По уровню ликвидности	Рыночные Нерыночные С ограниченным кругом обращения
Тип классификации	Виды ценных бумаг
По форме выпуска	Документарные Бездокументарные
По виду удостоверения владельца ценных бумаг	На предъявителя Именные Ордерные
По виду выпуска	Эмиссионные Неэмиссионные
По срокам погашения	По предъявлению Срочные: краткосрочные (до 1 года) среднесрочные (1-5 лет) долгосрочные (более 5 лет) Бессрочные (например, акции) Отзывные (эмитент имеет право погасить такие ценные бумаги в любое время)

В зависимости от вида дохода различают:

- облигации с фиксированной ставкой процента, облигации с постоянным купоном (straight bonds, standard fixed-rate security issues);
- облигации с плавающей ставкой процента, облигации с переменным купоном (floating –rate bonds);
- дисконтные облигации, облигации с нулевым купоном (zero-coupon bonds, discount bonds).

Третий тип ценных бумаг, активно используемых при инвестициях, - **акции**. Акция – это эмиссионная ценная бумага, закрепляющая права ее владельца (акционера) на получение части прибыли акционерного общества (АО) в виде дивидендов, на участие в управлении АО и на часть имущества, остающегося после его ликвидации.

Свойства акций:

- удостоверяет право собственности на имущество АО после его ликвидации, а также дает право на управление этим имуществом в процессе деятельности АО;
- бессрочная, негасимая ценная бумага;
- ограниченная ответственность владельца (невозможно потерять больше, чем вложено в акцию);
- неделимость прав (при коллективном владении акцией предоставляется столько же прав, сколько и при индивидуальном владении);
- исключительно именная ценная бумага (по российскому законодательству), акции на предъявителя широко используются в Германии, Швейцарии.

По законодательству большинства стран обращение на внутреннем рынке ценных бумаг иностранных эмитентов, а также ценных бумаг резидентов на иностранных рынках ограничено, а иногда и вообще запрещено. Для преодоления подобного рода барьеров на пути международной интеграции капитала возникли *депозитарные расписки* (depository receipts). Впервые они появились в 1927 году в связи с запретом британского правительства на вывоз за границу акций национальных компаний. На июнь 1997 года объем американских инвестиций в иностранные ценные бумаги через депозитарные расписки составляет более 250 млрд. долл., в том числе в акции российских компаний – около 6 млрд. долл. Основная часть – 99 % случаев – депозитарных расписок выпускаются на акции. Все существующие расписки делятся на Global depository receipts (GDR- глобальные депозитарные расписки) и American depository receipts (ADR – американские

депозитарные расписки). Характеристики существующих видов депозитарных расписок приведены в табл. 3

И акции, и облигации являются эмиссионными ценными бумагами, то есть размещаются они едиными выпусками или эмиссией. Эмиссия ценных бумаг – это совокупность ценных бумаг одного эмитента, обеспечивающих одинаковый объем прав владельцам и имеющих одинаковые условия первичного размещения.

Основными действующими лицами на рынке ценных бумаг являются эмитент и инвестор.

Эмитент – юридическое лицо или орган исполнительной власти либо орган местного самоуправления, несущие от своего имени обязательства перед владельцами ценных бумаг по осуществлению прав, закрепленных ценными бумагами.

Развитие фондового рынка вносит свои коррективы в устоявшиеся традиции. Так, в 1997 году известный музыкант Дэвид Боуи объявил о выпуске собственных облигаций под гарантии доходов от предстоящих выпусков дисков.

Инвестор – лицо, приобретающее ценные бумаги от своего имени и за свой счет. Инвесторы могут быть подразделены на:

- индивидуальных (физические лица);
- корпоративных (предприятия и организации);
- институциональных (коллективных, к их числу относятся страховые компании, пенсионные и инвестиционные фонды).

Для того, чтобы эмитент и инвестор могли полноценно работать, на рынке ценных бумаг создана широкая инфраструктура. Все элементы этой инфраструктуры имеют жесткую нормативную регламентацию и в целом называются **профессиональными участниками рынка ценных бумаг**.

Профессиональными участниками рынка ценных бумаг могут быть юридические лица, а также граждане, зарегистрированные в качестве предпринимателей, которые осуществляют определенные виды деятельности на рынке ценных бумаг. К числу профессиональных участников рынка ценных бумаг относятся:

- дилер;
- брокер;
- доверительный управляющий;
- депозитарий;
- реестродержатель;
- клиринговая организация;

Таблица 3 – Характеристика видов депозитарных расписок

Характеристика	GRD	ADR уровня 1	ADR уровня 2	ADR уровня 3
Необходимость регистрации выпуска	Нет	Нет	Регистрация в американской комиссии по ценным бумагам	Регистрация в американской комиссии по ценным бумагам
На какие акции выпускаются	Акции, находящиеся в обращении	Акции, находящиеся в обращении	Акции, находящиеся в обращении	Акции, находящиеся в обращении; новая эмиссия
На каких рынках обращаются	Европейский биржевой и внебиржевой рынок Американские профессиональные институциональные инвесторы	Европейский биржевой и внебиржевой рынок Американский внебиржевой рынок	Без ограничений	Без ограничений
Степень раскрытия информации	Детальная, евростандарт	Произвольная	Детальная, американский стандарт	Детальная, американский стандарт
Подготовка финансовой отчетности	Международный стандарт GAAP	Национальный стандарт	Международный стандарт GAAP	Международный стандарт GAAP

- биржа (организатор торговли на рынке ценных бумаг).

Дилер – инвестор (только юридическое лицо, физические лица не могут выступать в качестве дилера), являющийся профессиональным участником рынка ценных бумаг и совершающий сделки купли-продажи ценных бумаг от своего имени и за свой счет путем публичного объявления цен покупки/продажи ценных бумаг с обязательством совершить сделку по объявленным ценам. Кроме цены, дилер имеет право объявить иные существенные условия договора купли-продажи ценных бумаг: минимальное и максимальное количество покупаемых или продаваемых ценных бумаг, а также срок, в течение которого действуют объявленные цены.

Брокер – профессиональный участник рынка ценных бумаг, физическое или юридическое лицо, занимающийся брокерской деятельностью. Брокерская деятельность – совершение гражданско-правовых сделок с ценными бумагами в качестве поверенного или комиссионера, действующего соответственно на основании договора поручения или комиссии.

Доверительный управляющий ценными бумагами – профессиональный участник рынка ценных бумаг, который от своего имени и за вознаграждение в течение определенного срока осуществляет управление переданными ему во владение и принадлежащими другому лицу ценными бумагами и денежными средствами, предназначенными для инвестирования в ценные бумаги.

Учредителем доверительного управления может быть собственник имущества либо другое лицо (опекун, попечитель). Доверительное управление осуществляется в интересах собственника или указанных им третьих лиц - так называемых выгодоприобретателей. В то же время доверительный управляющий не может быть выгодоприобретателем по договору доверительного управления. Управляющий при осуществлении своей деятельности обязан указывать, что он управляет чужим имуществом.

Депозитарий - профессиональный участник рынка ценных бумаг (только юридическое лицо), который оказывает услуги по хранению документарных сертификатов ценных бумаг и /или учету и переходу прав на ценные бумаги. Депозитарий обязан открыть депоненту (лицу, пользующемуся услугами депозитария по хранению или учету прав на ценные бумаги) специальный, отдельный от других счет для учета прав на ценные бумаги, называемый счетом депо. Задача депозитария – выступать «свидетелем», подтверждающим наличие и ха-

рактер правоотношений, в которые вступают субъекты гражданского права по поводу ценных бумаг (речь идет об отношениях, связанных с правами, закрепленными ценными бумагами, и с правами на ценные бумаги как на имущество).

Реестродержатель – юридическое лицо, осуществляющее деятельность по ведению реестра владельцев ценных бумаг, то есть сбор, фиксацию, обработку, хранение и предоставление данных, обеспечивающих идентификацию зарегистрированных номинальных держателей и владельцев ценных бумаг и учет их прав в отношении ценных бумаг, зарегистрированных на их имя. Реестродержатель не вправе осуществлять сделки с ценными бумагами эмитента, реестр владельцев ценных бумаг которого он ведет.

Реестр владельцев ценных бумаг – это список зарегистрированных владельцев с указанием количества, номинальной стоимости и категории принадлежащих им именных ценных бумаг, составленный по состоянию на любую установленную дату и позволяющий идентифицировать этих владельцев, количество и категорию принадлежащих им ценных бумаг.

Клиринговая деятельность – деятельность по определению взаимных обязательств (сбор, сверка, корректировка информации по сделкам с ценными бумагами и подготовка бухгалтерских документов по ним) и их зачету по поставкам ценных бумаг и расчетам по ним.

Вопросы для самоконтроля:

1. Назовите основные функции биржи в торговле товарами.
2. Дайте краткую характеристику бирж: товарные, валютные, международные, аукционы, фондовые.
3. Что вкладывается в понятие «рынок ценных бумаг»?
4. По каким признакам государство регулирует рынок ценных бумаг?
5. Классификация ценных бумаг. Краткая характеристика основных видов ценных бумаг.

ТЕМА 12 АРЕНДНЫЕ ОПЕРАЦИИ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

12.1 Арендные операции и виды аренды (долгосрочная, среднесрочная и краткосрочная).

12.2 Условия арендного договора и обязанности сторон – арендодателя и арендатора.

12.3 Виды лизинга как разновидности аренды, получившего наибольшее распространение (финансовый и операционный лизинг).

12.4 Особенности мировой практики лизинговых операций

12.1 В международной коммерческой практике применяются различные виды арендных операций.

Аренда (lease) - это временное пользование имуществом на условиях, устанавливаемых в договоре между собственником имущества и лицом, в пользу которого оно передается (арендатором). Арендные операции получили распространение в начале 60-х годов и являются сравнительно новым видом внешнеторговой деятельности.

Суть аренды состоит в предоставлении арендодателем клиенту-арендатору какого-либо товара (чаще всего это машины и оборудование) в исключительное пользование на точно установленный срок за определенное вознаграждение на основе арендного контракта.

Арендатор может получить товар со склада арендодателя и заказать товар у любого выбранного им производителя за счет арендодателя.

Аренда предоставляет арендатору лишь право на временное пользование товара; право собственности на сданный внаем товар остается за арендодателем. Это и составляет предмет контракта. В контракте на аренду фиксируются система взаимоотношений, права и обязанности сторон, взаимная ответственность за выполнение условий и обязательств.

В практической деятельности применяются три основных вида аренды:

- долгосрочная (на срок от трех до пяти лет, иногда до 15-20 лет), получившая название лизинг (leasing);

- среднесрочная (на срок от одного года до двух – трех лет), называемая хайринг (hiring);

- краткосрочная (от нескольких часов до года), которую называют рентинг (renting).

В большинстве случаев объектом арендных операций является дорогостоящее, часто уникальное оборудование. Арендуются самолеты и авиационные двигатели, подъемно-транспортное и дорожно-строительное оборудование, суда и морские буровые платформы, вагоны, вычислительная техника и многое другое.

Арендные операции дают возможность арендатору (арендаторами часто выступают мелкие и средние фирмы) обезопасить себя от быстрого морального старения оборудования. Арендаторы получают современное оборудование, не делая предварительных крупных затрат. Первоначальный взнос перечисляется обычно уже после получения оборудования, поэтому у арендатора есть возможность, эксплуатируя оборудование, вначале произвести продукцию, эту продукцию реализовать и уже затем расплачиваться с арендодателем. И это, конечно выгодно.

12.2 Условия арендного договора и обязанности сторон заключаются в следующем.

Срок действия договора аренды зависит от вида аренды: при краткосрочной аренде минимальный срок составляет один день, а при долгосрочной этот срок обычно совпадает с периодом амортизации оборудования.

Срок, закрепленный в договоре, называется безотзывным периодом. Стороны могут расторгнуть договор в этот период только в случае, если один из партнеров не выполняет свои обязательства.

Срок действия договора можно продлить, но делается это только с согласия обеих сторон. При этом понятно стремление арендатора продлить срок действия соглашения, так как в данном случае снижается арендная плата. И арендодатель почти всегда при подобных обстоятельствах идет на снижение арендной платы (не надо забывать, что рынок на Западе насыщен и даже перенасыщен, и не согласись арендодатель на снижение арендной платы, арендатор переключится на работу с другим арендодателем).

Когда истечет срок действия договора, арендатор может или вернуть оборудование арендодателю или же выкупить его, выплатив при этом остаточную стоимость. Вторым вариантом на практике встречается реже: хотя сумма выплаты может быть не большой, фирма-арендатор должна выплачивать налог с первоначальной стоимости оборудования. К тому же во время срока действия арендного договора оборудование морально устаревает и, следовательно, не всегда целесообразно его дальнейшее использование. Возможен также вариант, когда контрактом на аренду предусмотрен в случае необходимости выкуп арендованного имущества (частично или полностью) до истечения срока аренды.

При этом арендатор вносит всю обусловленную арендную плату (так называемую выкупную цену), Для выкупа можно использовать средства из полученного дохода, а также прибегнуть к кредитам банка.

Форма и размер арендной платы определяются условиями платежа. Арендодателю выгодно установить арендную плату на таком уровне, чтобы ее общая сумма превышала цену, по которой можно было бы купить оборудование на обычных коммерческих условиях. В арендную плату включаются полная цена оборудования, в том числе таможенные пошлины и налоги, а также расходы на техническое обслуживание и ремонт.

Арендная плата может устанавливаться в виде постоянной ставки в течение всего срока действия договора или прогрессивно понижающейся ставки, зависящей от длительности срока действия договора.

При расчете арендной платы учитываются особенности сдаваемого внаем оборудования. Так, для автомобилей учитывается ставка за месячный пробег, для самолетов – за летный час, для станков – средняя суточная выработка, для ЭВМ – часы работы. В договоре обычно записывается оговорка о том, что если арендатор превысит установленную среднемесячную или среднесуточную длительность использования оборудования, то он выплачивает надбавку к арендной плате.

Арендная плата может вноситься еженедельно, ежеквартально или ежегодно – в зависимости от условий договора. Иногда используются авансовые платежи, равные сумме арендной платы за несколько месяцев. Такие платежи служат своеобразной гарантией для арендодателя.

Обычно при краткосрочной аренде арендодатель требует получения всей суммы сразу после подписания договора.

Условиями арендного договора предусмотрены обязанности сторон, как арендодателя, так и арендатора.

Арендодатель, оставаясь собственником средств производства, заинтересован в сохранении своей собственности, в поддержании ее в работоспособном состоянии. Поэтому он обязан поставить оборудование в годном для эксплуатации состоянии и в оговоренный срок и оказать арендатору содействие в обучении персонала. Он также, если это предусмотрено договором проводит за свой счет капитальный ремонт переданного в аренду оборудования. Если же в работе оборудо-

дования возникают неполадки, не вызванные нарушением режима эксплуатации, то арендодатель должен устранить их за свой счет. Часто арендодатель берет на себя полное техническое обслуживание оборудования, причем если это делается некачественно, то арендатор вправе потребовать возмещения убытков. По условиям арендного договора арендодателю обычно предоставляется право систематически проверять состояние сданного внаем оборудования, правильность его эксплуатации. Арендатор обязан использовать оборудование согласно требованиям технической инструкции, входящей в договор, поддерживать его в исправном состоянии, не вносить никаких изменений и не производить переделок в конструкции оборудования без согласия арендодателей. Он должен также извещать арендодателя о всех дефектах, выявленных в ходе эксплуатации, и обеспечивать хранение оборудования.

Арендатор должен также застраховать за свой счет взятое в аренду оборудование в пользу арендодателя. Однако в большинстве случаев это делает сам арендодатель, включая стоимость страхования в арендную плату.

Арендатор имеет право передавать оборудование третьему лицу в субаренду (sublease), разрешать другим заинтересованным лицам знакомиться с оборудованием, если все это предусмотрено контрактом и не противоречит законодательству.

12.3 Из всех видов аренды, используемых в международной коммерческой практике, наиболее распространена долгосрочная аренда – лизинг. Экономическая сущность лизинга состоит в том, что лизингополучатель берет в долгосрочную аренду конкретное имущество и по поручению арендодателя обязуется выполнить с помощью этого имущества определенные работы и не выполнять работ, не оговоренных условиями контракта.

Лизингодатель является полным собственником объекта лизинга. Он может соглашаться на предложенные лизингополучателем условия модернизации оборудования за время его эксплуатации.

Лизингополучатель по условиям контракта обычно принимает на себя обязанности, связанные с правом собственности, с риском случайной гибели имущества, с техническим обслуживанием и т.д.

На период действия контракта лизингополучатель имеет исключительное право пользования объектом лизинга. Лизинг – это по существу незавершенная сделка, причем объекты не числятся на балан-

сах обоих партнеров. Для лизингополучателя расходы по лизингу – это арендная плата, включающая процентную ставку, возмещающую стоимость привлечения средств лизингодателем на денежном рынке и амортизацию имущества.

Лизинг объединяет в себе черты кредитной и арендной операций, но не тождественен им. В отличие от кредита после окончания срока лизинга и выплаты всей обусловленной договором суммы объект лизинга остается собственностью лизингодателя (если договором не предусматривается выкуп объекта лизинга по остаточной стоимости или передача в собственность лизингополучателю). В отличие от традиционной аренды в лизинге непосредственно задействованы три участника: лизингодатель, лизингополучатель и продавец, которым обычно является предприятие – изготовитель необходимого имущества.

Лизинг – сравнительно новая форма инвестиционной деятельности. Считают, что первые лизинговые сделки были заключены в 1877 г. американской компанией «Bell Telephone Company», которая приняла решение не продавать телефонов, а давать их в аренду. Таким образом, первоначально в качестве лизингодателя выступало предприятие – производитель оборудования. Следующим этапом в развитии лизинга стало развитие лизинговых компаний, для которых лизинг являлся не элементом маркетинговой политики, а основным видом деятельности. Первая компания подобного типа «United Station Leasing Corporation» была создана в 1952 г. в США (Сан-Франциско). В Европе первая лизинговая компания «Дойче лизинг ГМБХ» появилась в 1962 г. в ФРГ (Дюссельдорф).

Появление специализированных лизинговых компаний было вызвано стремлением западных фирм-производителей сконцентрировать внимание на основной деятельности, повышения качества продукции. На специализированные лизинговые компании в этих условиях возлагаются задачи по обоснованию объемов финансирования, страхованию, расширению рынка сбыта. Таким образом, использование лизинговой компании становится элементом сбытовой политики фирмы-производителя.

Современная международная практика лизинговых операций показывает, что в качестве лизингодателя могут выступать:

- банки, создающие в качестве структурных подразделений лизинговые службы;

- лизинговые компании, созданные предприятиями – производителями машин и оборудования;
- лизинговые компании, созданные фирмами, поставляющими и обслуживающими машины и оборудование.

Расширение масштабов лизинговых операций потребовало участия в их проведении кредитных организаций и страховых компаний.

Таким образом, участниками современной лизинговой сделки являются:

1) лизингодатель – организация, приобретающая в собственность имущество и передающая его во временное пользование за определенную плату;

2) лизингополучатель – предприятие, заинтересованное в использовании и, возможно, в дальнейшем приобретении арендуемого имущества;

3) продавец, в качестве которого выступает предприятие изготовитель необходимого имущества;

4) банки (или другие кредитные учреждения), предоставляющие кредиты лизингодателю для приобретения оборудования;

5) страховые компании, осуществляющие страхование имущества лизингодателя.

Общая схема осуществления лизинговой операции и возникающего при этом движения денежных средств представлена на рис. 6.

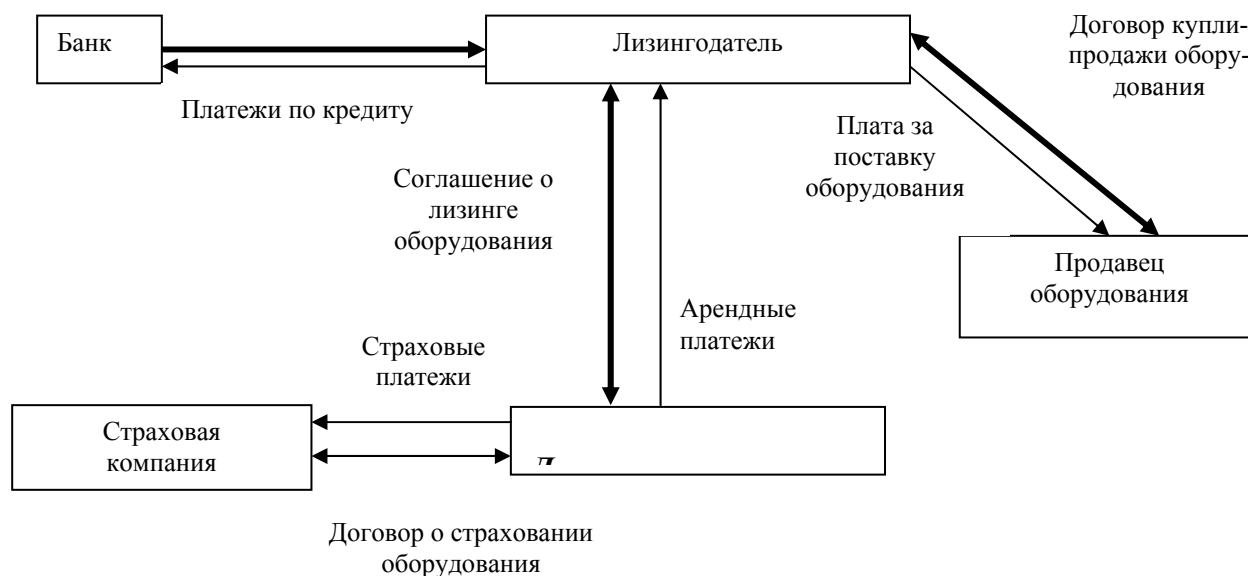


Рис. 6. Схема лизинговой операции и движения денежных средств

На схеме жирные стрелки характеризуют правовые основы лизинговой сделки, тонкие – движение денежных средств и объекта лизинга между участниками сделки.

Анализ движения денежных средств показывает, что в лизинговые платежи необходимо включать:

- сумму, возмещающую стоимость лизингового имущества;
- сумму, возмещающую затраты лизингодателя на привлечение заемных ресурсов;
- комиссионное вознаграждение лизингодателю;
- сумму страховки (если она осуществлена лизингодателем);
- иные затраты лизингодателя (если это предусмотрено договором).

Развитие лизинговой деятельности привело к появлению разнообразных видов и условий лизинга. Основными видами лизинга считаются финансовый и операционный. Критерием для их разграничения является срок службы оборудования.

Финансовый лизинг (financial leasing) предусматривает в течение периода действия контракта выплату арендатором сумм, которые покрыли бы полную стоимость амортизации оборудования или большую ее часть, а также прибыль арендодателя.

По окончании срока действия контракта арендатор должен вернуть объект аренды арендодателю, а также он имеет право заключить новый контракт на аренду данного имущества или произвести выкуп предмета лизинга по остаточной стоимости.

В контракте может быть зафиксировано взятое на себя лизингополучателем обязательство: выкупить объект в установленный срок или найти покупателя или нового арендатора.

Операционный лизинг (operation leasing) характеризуется тем, что оборудование используется в течение значительно меньшего времени, чем срок экономической службы оборудования. Чтобы возместить стоимость оборудования, лизинговая компания сдает его во временное пользование несколько раз и обычно разным пользователям. Ремонт, техническое обслуживание, страхование при операционном лизинге обеспечивает лизинговая компания. Объекты операционного лизинга – обычно оборудование с высокими темпами морального старения.

В зависимости от конкретных условий заключения сделки могут выделяться другие разновидности лизинга.

Лизинг на налоговой основе предполагает в качестве основной или дополнительной цели сделки максимизацию налоговых льгот, приобретаемых лизингодателем и /или лизингополучателем.

Лизинг с поставкой давальческого сырья предполагает поставку лизингодателем не только оборудования, но и необходимого давальческого сырья. Подобный лизинг часто используется предприятиями легкой промышленности, по производству мебели и некоторых других отраслей.

Компенсационный лизинг предполагает, что часть арендной платы производится поставками продукции, выпущенной взятом в лизинг оборудованием.

Групповой лизинг предполагает участие нескольких компаний в роли лизингодателей. Используется при сдаче в аренду крупных объектов (бурового, железнодорожного оборудования) и требует, как правило, привлечения заемных средств.

12.4 Международный рынок лизинговых услуг динамично развивается. Географическим центрами лизингового рынка являются США, страны Западной Европы, Япония. Так, в США объем лизинговых операций ежегодно увеличивался в среднем на 15 % и превысил к началу 90-х годов 140 млрд. долл. в Японии объем этих сделок увеличился в шесть раз за 1980 – 1990 гг. и достиг в 1991 г. 5,3 трлн. иен. Доля инвестиций в оборудование, сдаваемое в аренду, в общих промышленных капиталовложениях индустриально развитых стран в начале 90-х годов составляет (%): в Австралии –33, США –25, Великобритании –20, Франции –17, ФРГ – 15.

Развитию лизинговых операций способствуют обострение конкуренции, требующее диверсификации инвестиционной деятельности, сокращение объемов свободных денежных средств, необходимых для расширения производства, государственное содействие лизинговым операциям в целях стимулирования инвестиций.

Структура рынка лизинговых услуг имеет ряд национальных особенностей. В Западной Европе в качестве лизингодателей в основном выступают специализированные лизинговые компании, выполняющие в основном финансовые функции. В 75 –80 % случаев они контролируются банками, а в остальных – крупными промышленными компаниями.

В США первое место среди лизингодателей занимают крупнейшие промышленные концерны и их специализированные компании.

В Японии лизинговые компании широко практикуют комплексный лизинг, предусматривающий предоставление пакета услуг по купле-продаже, лизингу и займу. Во многих странах западной Европы создается правовая база для оказания лизинговых услуг. Во Франции в 1996 г. был принят закон «О предприятиях, практикующих кредит-аренду», в Бельгии - королевское постановление 1967 г. «О предприятиях, практикующих финансовую аренду», в Англии - закон 1965 г. об аренде продаж. В Италии и Испании законы о кредит-аренде оборудования были приняты в 1988 г. С 1972 г. действует Европейское объединение национальных лизинговых союзов со штаб-квартирой в Брюсселе (Бельгия).

Формируются основы правового обеспечения международного лизинга, которые отражены в Конвенции ООН от 28 мая 1988 г. «О международном финансовом лизинге», вступившей в силу с 1 мая 1995 г. в отношениях между Францией, Италией и Нигерией и подписанной 13 государствами. Ее принятие является важным шагом на пути унификации условий лизинговых соглашений. Разработаны предложения по присоединению России к данной Конвенции.

Анализ международной практики позволяет выделить ряд наиболее важных условий лизинговых контрактов:

1. Выбор предмета лизинга.
2. Описание предмета лизинга.
3. Местонахождение объекта лизинга.
4. Срок лизинга.
5. Просроченная поставка или непоставка.

В Российской Федерации лизинговые отношения регулируются временным положением о лизинге, утвержденным постановлением Правительства от 29 июня 1995 г. № 663 «О развитии лизинга в инвестиционной деятельности» и Гражданским кодексом РФ. Однако основные моменты этого Постановления, касающиеся создания благоприятных экономических условий для деятельности лизинговых компаний, пока не реализованы, что ставит лизинг в дискриминационное положение даже по сравнению с обычным инвестиционным кредитованием. В этих условиях приток в страну крупных негосударственных инвестиций значительно усложняется.

Тем не менее лизинг, безусловно, - перспективная форма внешнеэкономической деятельности российских предприятий, позволяющей с минимумом затрат валютных средств модернизировать производство.

Развитие рынка лизинговых услуг будет способствовать успешной интеграции российской экономики в мировую. К сожалению, нужно учитывать одно немаловажное обстоятельство: в ряде стран льготы для лизингодателя, которые влияют на размер периодических платежей и делают лизинг привлекательным, не распространяются на сделки международного лизинга. В этом случае, учитывая сложившиеся реалии, целесообразнее воспользоваться классическим договором аренды или купли-продажи в рассрочку.

Вопросы для самоконтроля:

1. Расскажите об условиях арендного договора и обязанностях сторон.
2. Охарактеризуйте механизм осуществления лизинговой сделки.
3. Сформулируйте достоинства и недостатки лизинга для лизингодателя, лизингополучателя и продавца оборудования.

ТЕМА 13 ТОРГОВЫЕ ПОСРЕДНИКИ

13.1 Целесообразность участия посредников.

13.2 Виды посреднической деятельности.

13.3 Виды торгово-посреднических фирм.

13.4 Объем прав посредников на рынке.

13.5 Вознаграждение посредников.

13.6 Организация сбыта

13.1 Торговое посредничество – очень важная и неотъемлемая часть рыночной экономики. Указом Президента России № 213 от 15 ноября 1991 г. «О либерализации внешнеэкономической деятельности на территории РСФСР» всем зарегистрированным на территории России предприятиям и объединениям разрешено независимо от формы собственности осуществлять внешнеэкономическую, в том числе и посредническую, деятельность.

Посредники – это лица, соединяющие стороны, желающие заключить сделку. Посредники действуют в области перевозки, хранения, страхования, сбыта товаров и в других сферах. В качестве посредников могут выступать как отдельные лица, так и учреждения. В отличие от торговцев, которые ведут дело за свой счет и выступают самостоятельно в системе производства и потребления, посредники

работают за счет поручителя и получают за это вознаграждение. К посредникам относятся брокеры, дилеры, комиссионеры, консигнаторы, маклеры, оптовые покупатели, торговые и промышленные агенты. Более половины международного товарного обмена осуществляется при содействии таких не зависимых от производителей и потребителей товаров лиц, организаций, торговых фирм.

Посредническая фирма – это коммерческое предприятие или организация, стоящая между производителями и потребителями товаров и содействующая реализации товаров. В юриспруденции к посредническим фирмам часто относят только те фирмы и организации, которые содействуют продавцам и покупателям в заключении контрактов и исполнении на их основе посреднических операций.

Торговое посредничество во внешних экономических связях – это довольно широкое понятие.

Посреднические операции, совершаемые по поручению экспортера или импортера независимыми фирмами-посредниками на основе отдельных поручений или специальных соглашений, охватывают подыскание иностранных партнеров, подготовку документации для совершения сделок и их совершение, транспортно-экспедиторские операции, кредитно-финансовое обслуживание, страхование товаров, рекламирование товаров, послепродажное обслуживание, изучение и анализ рынков сбыта, выполнение таможенных формальностей и др.

Цель привлечения посредников – повышение экономичности внешнеторговых операций. Например, при экспорте торговый посредник освобождает производителя товара от многих обязанностей, связанных с реализацией этого товара. Он доставляет товар в страну импортера, сортирует, упаковывает, подбирает товар по ассортименту, стремится приспособить его к запросам рынка. Таким образом, экспортер (производитель) использует опыт и знания посредника, чтобы закрепиться на иностранном рынке, и в то же время он экономит средства, которые потребовались бы ему для развертывания собственной сбытовой сети в стране-импортере. Экономит потому, что торгово-посреднические фирмы часто создают свою материально-техническую базу: складские помещения, демонстрационные залы, ремонтные мастерские, розничные магазины и др.

Участие посредников повышает экономичность операций (не смотря на выплату посредникам вознаграждения):

- возрастает оперативность в сбыте товаров, в результате за счет ускорения оборота капитала увеличивается прибыль;

- оперативная и активная реакция посредников на изменение рыночной конъюнктуры дает им возможность успешнее работать в интересах экспортера, реализуя товар на более выгодных условиях. Контактируя с потребителями, посредники являются источником ценной первичной информации об уровне качества и конкурентоспособности товаров;

- техническое обслуживание, предпродажный сервис, осуществляемые посредниками, и сокращение сроков поставок с промежуточных складов способствуют повышению конкурентоспособности;

- создание и развитие сбытовой сети преуспевающими посредниками экономит средства экспортеров;

- специализация посредников обычно на массовом сбыте определенных товаров позволяет снизить издержки обращения на единицу реализуемого товара и дает дополнительную коммерческую выгоду.

Конечно, привлечение посредников требует предварительного экономического обоснования, и если окажется, что посредники не обеспечивают получение дополнительной прибыли по сравнению с самостоятельным сбытом товаров экспортерами, то их привлекать нерационально.

В целом же в практике мировой торговли посредники привлекаются достаточно широко, так как это дает покупателям те же преимущества, что и продавцам.

13.2 При выделении видов посреднической деятельности определяющими факторами являются:

1) лицо, от имени которого действует посредник (он сам или производитель), т.е. для кого в результате операций посредника возникают юридические последствия – для него самого или для обслуживаемого им производителя;

2) за чей счет действует посредник (за свой или за счет производителя), т.е. на чей счет относятся расходы или доходы, возникшие в результате операций посредника, - на счет самого посредника или на счет обслуживаемого им производителя.

В практике зарубежных государств выделяются следующие виды посреднических операций:

- дилерские операции – посредник действует от своего имени и за свой счет;

- комиссионные операции – посредник действует от своего имени, но за чужой счет;

- операции по договорам поручения, агентские поручения – посредник действует от чужого имени и за чужой счет.

Исходя, из предложенной классификации и в зависимости от характера функции торговых посредников в мировой практике различают следующие виды торгово-посреднических фирм:

- торговые фирмы, или дилеры;
- комиссионные фирмы;
- торговые агенты. Особый вид агентов – брокеры.

13.3 Торговые фирмы осуществляют дилерские операции по перепродаже товаров. Они ведутся посредниками от своего имени и за свой счет; юридически это оформляется договорами купли-продажи. При этом торговый посредник выступает стороной как договора на покупку товара, так и договора на его последующую продажу (перепродажу), а во время между покупкой и продажей он становится собственником товара. Приобретение права собственности на товар в результате сделки купли-продажи означает, что посредник, или дилер, несет все иски при возможной утере или гибели товара.

В области внешней торговли торговые фирмы в зарубежных странах подразделяются на торговые дома, экспортные фирмы, импортные фирмы, оптовые фирмы, розничные фирмы, дистрибьюторов, стокистов. Эта классификация принята в целях уточнения и разграничения функций и является чисто условной, так как на практике многие фирмы занимаются двумя или более, а зачастую и всеми видами дилерской деятельности.

Торговые дома – это многопрофильные, многофункциональные компании или ассоциации, занимающиеся торгово-посреднической и коммерческой деятельностью. Часто они занимаются и производственной деятельностью, связанной в основном с обработкой реализуемых товаров. В международном понимании торговый дом – это фирма или компания, представляющая собой ассоциацию торговых, складских, производственных и т.д. предприятий и осуществляющая свою деятельность, как в собственной стране, так и за рубежом.

Экспортные фирмы также чаще всего выступают в роли дилеров, закупая за свой счет товары на внутреннем рынке, а затем перепродавая их от своего имени за границу. Свои отношения с контрагентами экспортные фирмы оформляют особыми дилерскими со-

глашениями, которые по существу являются договорами купли-продажи, хотя имеют специфические особенности.

Импортные фирмы являются по сути своей дилерами. Они закупают за свой счет товары за границей, а затем продают их от своего имени на внутреннем рынке промышленникам, оптовым и розничным торговцам.

Эти фирмы создают на складах товарные запасы и при необходимости немедленно поставляют товары на внутренний рынок. Импортные фирмы закупают товары или непосредственно у иностранных экспортеров, или на товарных биржах и аукционах, или через закупочные конторы, открываемые ими за рубежом.

Оптовые фирмы являются посредниками–дилерами между промышленными или заготовительными предприятиями и различными торговыми фирмами. Закупая за свой счет товары крупными партиями за рубежом или внутри страны, они в дальнейшем реализуют эти товары отдельным потребителям более мелкими партиями. За счет разницы в цене создается прибыль.

Розничные фирмы проводят дилерские операции по импорту и экспорту товаров, не пользуясь при этом услугами экспортных, импортных и оптовых фирм. Крупные розничные фирмы располагают широкой сетью филиалов, дочерних компаний и закупочных контор за рубежом. Посылочные розничные фирмы принимают заказы от иностранцев и граждан, проживающих за пределами своей страны.

Дистрибьюторы (англ. distribution – распределение) занимаются распродажей товаров, определенных в дилерских соглашениях. Фирмы осуществляют основные импортные операции и выступают в качестве торговых на основе соглашения о предоставлении им права на продажу. Они получают исключительное право на закупку и продажу от своего имени и за свой счет определенного перечня товаров или услуг на определенных рынках. Дистрибьюторская фирма находится в стране-импортере.

Стокисты (англ. stock (s) – запас (ы)) – дилерские фирмы, осуществляющие экспортно-импортные операции на основе специального договора о консигнационном складе. Такой договор заключается в дополнение к основному дилерскому договору о предоставлении исключительного права на продажу. Функция стокиста может явиться дополнительной функцией оптовой фирмы; стокисты имеют собственные склады, покупают и продают товары за свой счет и от своего имени.

Брокеры, или простые посредники, - это торговые фирмы, организации, отдельные лица, которые подыскивают взаимозаинтересованных продавцов и покупателей, сводят их, но сами непосредственно не участвуют в сделках. Брокер выступает на высокоорганизованных рынках товаров и услуг, действует по определенным направлениям, например, фрахтование, страхование. Брокеры торгуют крупными партиями товаров, недвижимостью большой стоимости, что позволяет им предлагать за свои услуги более низкие по сравнению с другими посредниками ставки вознаграждения. Они заключают сделки за счет доверителя от его либо от своего имени. Через брокера проходят встречные предложения сторон, он не соприкасается непосредственно с товаром, после заключения сделки продавец отправляет товар прямо покупателю.

Поверенные. Продавцы или покупатели являются доверителями. Доверители привлекают фирмы, организации и отдельных лиц – поверенных – к совершению сделок от имени и за счет доверителей. Такая практика широко распространена в странах континентальной Европы.

В специальной литературе и в коммерческой практике поверенных часто называют представителями. Будем считать с определенной оговоркой эти термины идентичными. Оговорка же заключается в следующем. По соглашению с доверителем агент-представитель только представляет интересы доверителя на определенном рынке по согласованной номенклатуре товаров. Он не получает права подписывать какие-либо контракты на предлагаемый товар ни от своего имени, ни от имени доверителя. Обязанности агентов-представителей сводятся к следующему:

- осуществлять маркетинговые исследования и информировать доверителя (принципала) о требованиях рынка;
- информировать доверителей о технических требованиях к товарам и направлять им ценовую информацию;
- содействовать заключению контрактов, осуществлять рекламу и создавать в деловых кругах благоприятное мнение о доверителях.

Поверенные, с которыми доверители устанавливают отношения длительного сотрудничества, тем самым, расширяя их обязанности по защите своих коммерческих интересов, в ФРГ называются торговыми представителями, во Франции – торговыми агентами, в Швейцарии – агентами.

Комиссионеры. Ознакомимся с основными понятиями, связанными с комиссионной торговлей. Сам термин «комиссия» означает договор, по которому одна сторона (комиссионер) обязуется по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение (комиссию) заключить сделку от своего имени, но в интересах и за счет комитента.

Комиссионер – торговый посредник, который продает и покупает товары от своего имени, но за счет и по поручению поручителя (комитента) за оговоренное вознаграждение (комиссию). Комиссионер действует строго в пределах предоставленных ему полномочий, в противном случае поручитель может расторгнуть договор торговой комиссии и взыскать с комиссионера убытки. Комиссионер обязан передать поручителю все полученное по заключенной сделке. Однако он не несет ответственности перед поручителем за неисполнение сделки третьим лицом, если только это особо не оговорено дополнительным соглашением, по которому комиссионер берет на себя ответственность за платежеспособность и состоятельность третьего лица. В таком случае у комиссионера возникает право на дополнительное вознаграждение.

Комитент – сторона в договоре торговой комиссии, от которой исходит поручение на совершение сделок комиссионером. В области внешней торговли комитент может давать поручение комиссионеру на совершение разовой сделки или ряда сделок в течение определенного периода по импорту, экспорту, фрахтованию, найму, банковским операциям и т.д., поручения комитента комиссионер осуществляет от своего имени, но за счет комитента.

Договоры консигнации

Продажа товаров на условиях консигнации является распространенной формой договора комиссии. Консигнант (экспортер) – поставляет товары на склад консигнатора (посредника) для реализации на рынке в течение определенного срока. По мере реализации товара со склада консигнатор переводит платежи консигнанту.

Непроданные к определенному сроку товары консигнатор имеет право вернуть консигнанту. На условиях консигнации продаются главным образом товары массового спроса.

Торговые агенты и агентские соглашения. В странах континентальной Европы к торговым агентам обычно относят фирмы, организации и отдельных лиц, которые на основании договоров с продавцами (экспортерами) и покупателями (импортерами) имеют право за-

ключать сделки от своего имени или от имени экспортеров или импортеров.

Торговый агент обычно действует на рынках с высокой конкуренцией, где реализуются товары несложного производства, поэтому здесь многое зависит от оборотистости продавца.

Торговый агент сам устанавливает цены и условия сбыта, может торговать изделиями конкурентов, много внимания уделяет изучению рынка; отдельные торговые агенты могут даже кредитовать производителей. Таким образом, к агентам относят партнеров, отношения с которыми строятся на основе поручения и простого посредничества.

В Великобритании и США к агентам относят посредников, действующих для и от имени экспортеров или импортеров, которых называют принципалами. Если быть точными, принципал – это лицо, от имени которого действует агент, представитель. Такая терминология получила широкое хождение в коммерческих отношениях.

Дистрибьюторские услуги

Дистрибьюторские услуги – комплекс маркетинговых и посреднических услуг, предоставляемых при покупке оборудования и ноу-хау (в том числе программного обеспечения), а также услуг по установке и наладке оборудования, обучению и консультированию пользователей.

13.4 Продавцы (экспортеры) и посредники, действуя на конкретных, заранее оговоренных рынках, имеют по отношению друг к другу различные прямые обязанности.

По объему передаваемых прав посредники (агенты) делятся на простых агентов (или агентов с неисключительным правом продажи), монопольных агентов (агентов с исключительным правом продажи) и агентов с правом «первой руки» (преимущественным правом продажи).

Неисключительное право продажи. Пользуясь этим правом, посредники по соглашению с экспортерами могут в течение установленного времени сбывать на оговоренной территории определенную номенклатуру товаров и получать от продавцов (экспортеров) заранее обусловленное вознаграждение.

Исключительное (монопольное) право продажи. При таком праве экспортер по соглашению лишается возможности продавать на оговоренной территории самостоятельно или через других посредников товары, аналогичные внесенным в соглашение.

Такой тип соглашения превращает посредника по существу в монополиста на рынке. Положение его сразу становится стабильным, он уверен в завтрашнем дне, и это побуждает его вкладывать капитал в создание отвечающей всем требованиям сбытовой сети.

Монопольное право побуждает посредника быть активным на рынке, он понимает, что от высокой профессиональной активности зависит величина получаемой прибыли.

Преимущественное право продажи, или право «первой руки». По такому соглашению экспортер обязан сначала предложить товар посреднику и только после его отказа может продать товар на договорной территории самостоятельно или через других посредников без выплаты вознаграждения посреднику с преимущественным правом продажи.

В соглашении должны быть указаны возможные причины, дающие право посредникам отказаться от сбыта товаров. К ним относятся низкие технические характеристики, неудовлетворительное качество товара, неприемлемые сроки поставки, не удовлетворяющие посредника цены и условия платежа.

Если посредник отказывается от сбыта товаров, экспортеру следует получить этот отказ в письменной форме, что позволит избежать в дальнейшем претензии со стороны посредника.

13.5 Как отмечалось, посредники вкладывают капитал, иногда значительной стоимости, несут издержки, связанные с затратами по исследованию рынка, рекламе, организации технического обслуживания и сбытовой сети.

Способы вознаграждения. Существует несколько основных способов начисления и выплаты вознаграждения посредникам. Способ вознаграждения обязательно фиксируется в соглашении.

1. Посредники оставляют себе разницу между ценами реализации товаров на рынке сбыта и ценами экспортеров. Такой способ стимулирует посредника к расширению объемов сбыта, однако не создаст у него заинтересованности в увеличении экспортных цен, что привело бы к росту эффективности экспортных операций.

2. В пользу посредника начисляются согласованные проценты с экспортных (фактурных) цен. Это стимулирует посредника к увеличению объема сбыта и к повышению цен, что в результате приводит к росту эффективности экспорта. Нельзя требовать от посредника, чтобы он обязательно реализовал товары по ценам не выше экспортных.

Посредник стремится «заработать», и не нужно сдерживать его инициативу, которая позволила бы ему оперативно реагировать на изменение конъюнктуры рынка.

3. Смешанная форма вознаграждения в виде процентов с фактурной цены и разницы цен широко распространена в международной торговле. Эта форма отвечает интересам экспортеров, если они имеют возможность оперативно контролировать фактический уровень цен реализации товаров на рынке.

4. При выполнении посредником отдельных услуг экспортеру вознаграждение целесообразнее устанавливать в твердой, заранее согласованной сумме. Такими услугами могут быть исследования рынков по новым товарам, рекламные компании, правовые консультации и т.д.

5. Вознаграждение по системе «кост плас». Суть этой системы в том, что посредник представляет экспортеру (продавцу) документы, подтверждающие понесенные расходы. Продавец возмещает посреднику расходы, увеличенные на согласованные проценты, которые и составляют прибыль посредника. Этот способ применяется, когда заранее трудно определить затраты посредника.

13.6 Виды сбытовых сетей. Во внешнеэкономической деятельности посредники и комиссионеры используют три вида сбытовых сетей.

Собственная сбытовая сеть включает сбытовые отделы головного посредника (в большинстве своем импортера) и его отделения, расположенные в отдельных экономических регионах страны.

Независимая сбытовая сеть (для агентов – субагентская сеть) включает дочерние компании при участии капиталов основных посредников (агентов) и независимые сбытовые фирмы, ведущие оптовую и розничную торговлю. В число последних могут входить дистрибьюторы по регионам, дилеры и субдилеры как конечные продавцы, а также специализированные магазины.

Смешанные сети, наиболее распространенные в международной торговле, состоят из собственных сбытовых отделов и независимых сбытовых фирм.

Методы реализации товара на рынке. С помощью посредников товары на рынке реализуются следующими основными методами:

- заключением контрактов непосредственно с потребителями;

- по договорам комиссии, консигнации и купли-продажи через сбытовую сеть в рамках заключенных соглашений;
- через оптовые торговые центры, специализированные и универсальные магазины, но уже без заключения соглашений.

Все без исключения посредники направляют свои усилия на ускорение реализации и хотят обойти своих конкурентов. Это свидетельствует об эффективности их работы, от этого зависит величина получаемой прибыли.

Повысить конкурентоспособность товара можно при продаже его в кредит. Но тут есть свои недостатки: кредит замедляет оборот торгового капитала, и могут возникнуть проблемы с платежами.

Наиболее деликатна проблема кредита при продаже товара отдельным лицам, небольшим фирмам и магазинам, кооперативам и дилерам, слабым в финансовом отношении. В таких случаях под гарантию кредита принимаются закладные на недвижимость, векселя, поручительства лиц и организаций, выступающих в качестве гаранта.

Закладная – документ о залоге должником недвижимого имущества (земля, строение), дающий кредитору права продажи заложенного имущества с торгов при неуплате ему долга в срок.

Гарант – поручитель: государство, учреждение или лицо, дающее в чем-либо гарантию.

В последние годы в зарубежной практике в связи с обострением проблемы сбыта и нестабильным финансовым положением потребителей продукции заключаются контракты, по которым за продавцами сохраняется право собственности на товар до тех пор, пока покупатель полностью не оплатит стоимость товара.

Вопросы для самоконтроля:

1. Почему целесообразно использовать услуги посредников на рынке?
2. Что представляет собой виды посреднических операций – дилерские, комиссионные и по договорам поручения?
3. Что такое неисключительное, исключительное (монопольное) право продажи?
4. Характеризуйте основные способы вознаграждения посредников.
5. Виды сбытовых сетей.
6. Методы реализации товара на рынке.

ТЕМА 14 ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ

14.1 Формы и особенности делового общения.

14.2 Принципы установления рабочих отношений с деловыми партнерами.

14.3 Основные этапы и тактические приемы ведения переговоров.

14.4 Стиль делового общения, характерный для представителей разных стран.

14.5 Деловой протокол.

14.1 Деловое общение (ДО) может осуществляться в самых разных формах и их различных сочетаний. Оно предполагает обучение с представителями отечественных и зарубежных организаций с учетом их стиля работы, общей культуры, психологии, сложившимися ценностями и традициями, надежностью и порядочностью. От учета этих особенностей зависит успех переговоров. При общении с солидными организациями из цивилизованных государств, естественным является стиль общения основанный на взаимном уважении.

Любые формы делового общения могут быть как *официальные*, так и в виде *неофициальных* контактов, которые позволяют обсудить ряд спорных вопросов, которые не налагают жестких обязательств. Поэтому любые переговоры должны иметь время на неформальные контакты.

Переговоры в деловом общении выполняют ряд функций – информационно-коммуникативную; достижение договоренностей; регулирование, контроль, координация действий.

14.2 В своей основе ДО включает три важные составные части:

- подготовку;
- проведение переговоров;
- анализ результатов и выполнение достигнутых договоренностей.

Наибольший успех предопределяет первый этап – предварительная подготовка.

Доля начала деловых контактов необходимо получить наиболее полную информацию о будущем деловом партнере: особенности фирмы и ее руководителей, финансовое положение и перспективы, виды деятельности, репутация, степень надежности и т.д.

При подготовке к переговорам партнер должен готовить информацию о себе. Она должна содержать сведения об основных направлениях деятельности и особенности организации, сведения об опыте успешной работы, отзывы партнеров о совместной работе, информация о продукции, сервисное обслуживание. Важное значение имеют информационные материалы (буклеты) и их оформление (хорошее полиграфическое исполнение, качественная бумага, подбор фотографий).

Программа подготовки к ДО включает:

- анализ проблемы и диагноз ситуации;
- формирование целей задач и позиций при ДО;
- определение возможных вариантов решения;
- подготовку предложений и аргументации в пользу этих предложений;
- составление проектов необходимых документов и материалов.

Для облегчения подготовки к переговорам целесообразно составить «балансовые листы» (варианты решений, их положительные и отрицательные последствия), а также обработать *сценарий* переговоров для ДО.

Подготовка к ДО и переговорам требует затраты времени и расходов. Однако ошибки в ходе ДО (переговоров) могут обойтись настолько дорого, что будет дороже предварительной подготовке.

14.3 ДО – переговоры условно можно разделить на три этапа.

Взаимное уточнение интересов, точек зрения, концепций, позиций и понятий. Этот этап позволяет исключить возможные трудности и недоразумения, выработать общий язык ДО. Проблема общего языка может быть обусловлена различиями самого языка и понятий тех же вопросов и терминов трактуемых по-разному.

Обсуждение, дискуссия, представление аргументов и обоснование своих предложений. Этот этап ДО обусловлен изложению существа переговоров к достижению поставленных целей сторонами.

Согласование позиций и выработка договоренностей. На этой стадии ДО эффективным оказывается согласование общих принципиальных вопросов, а затем обсуждение деталей.

Сочетание этих этапов может быть достаточно разнообразным, включая параллельное осуществление всех трех этапов.

14.4 При деловом общении приходится иметь дело с представителями различных стран и культур, при этом различие стилей ДО определяются не столько национальными особенностями, сколько традициями соответствующих государств.

Для американцев характерно стремление обсудить не только общие подходы, но и детали, связанные с реализацией договоренностей. Для них типичны открытость, энергичность, дружелюбие, а также не слишком официальная манера ведения переговоров. Они считают, что их правила ведения переговоров – единственно верные и приемлемые. Профессионализм американских делегаций очень высок, они так же самостоятельны при принятии решений, однако любят торговаться.

Французы избегают официальных обсуждений «один на один». Стремятся сохранить независимость и могут менять поведение, в зависимости от того, с кем ведут переговоры. Они обычно жестко связаны инструкциями руководства. Выбирают конфронтационный стиль переговоров.

Китайский стиль характерен четким разграничением отдельных этапов переговоров. Много внимания уделяется внешнему поведению партнеров. Позиция китайских делегаций обычно закрытая. Они стараются выяснить мнение партнеров. Выдвигают свои предложения после того, когда оценят возможности другой стороны. Умело используют ошибки партнеров, нередко используют различные формы давления.

Японцы идут на уступки, если большие уступки делает партнер. Избегают многосторонних переговоров. Много внимания уделяют развитию личных отношений с партнерами. Стиль ведения переговоров – большая точность и обязательность во всем. В переговорах характерна групповая солидарность. Японцы подчеркнуто демонстрируют свое внимание, слушая собеседника, хотя это совсем не означает согласия с точкой зрения говорящего.

Немцы Вступают в те переговоры, где есть уверенность в возможности нахождения решения. Немецкие коммерсанты привержены к точности, пунктуальности и строгой регламентации поведения. Они обращают внимание на титулы и звания. Поэтому до начала переговоров следует уточнить статус каждого члена немецкой делегации.

Англичане уделяют меньше внимания подготовке к переговорам, считая, что лучшее решение может быть найдено в ходе их по-

ведения. Они проявляют гибкость и положительно реагируют на инициативу противоположной стороны, обходя острые углы.

Представители Южной Кореи принимают решения сразу после установления взаимопонимания. Они не любят общие и абстрактные рассуждения. Четко излагают свои предложения и пути их конкретного решения, открыто говорят о своем несогласии с партнером и не доказывают его неправоту. При принятии решения готовы к немедленным действиям. Недоумение и раздражение вызывают ответы «надо подумать».

Представители стран арабского мира являются сложным объектом для переговоров из-за слабо развитых традиций современной экономики. Причиной трудностей в переговорах оказываются мелочи, которым другая сторона не придает значение.

По мнению зарубежных специалистов, представители стран России и СНГ обладают хорошим деловым потенциалом. Им мешает недостаток опыта ВЭД. Стремятся уйти от решений, связанных с риском. Часто предпочитают критику партнера, при этом не выдвигают конструктивных решений.

При общении с зарубежными партнерами надо знать и считаться с их традициями. Например, для американцев и немцев опоздание на встречу – признак низкой культуры и необязательности.

В деловой разговорной практике важное значение имеют невербальные средства общения: мимика, жестикауляция, положение тела. Например, утвердительный кивок в Болгарии или Югославии означает знак отрицания. В Тибете высунутый язык – знак вежливого приветствия. В странах ислама протянутая левая рука считается нечистой. Жители США ведут переговоры на расстоянии ближе 60 см. Меньшее расстояние считается излишней настойчивостью и навязчивостью.

14.5 В ДО не последнее место занимает строгое соблюдение принятых норм поведения, правил и порядка организации различных мероприятий и церемоний.

Протокольные формы приема делегаций. Форма приема делегаций зависит от цели ее приезда и ранга ее главы. До приезда делегации принимающая сторона должна составить общую программу пребывания, включающая информацию:

- встрече делегации;
- деловой части программы (переговоры, встречи, беседы);
- приёмах (завтраки, обеды и т.д.);

- культурной программе;
- знакомство с фирмой;
- проводы делегации.

При встрече зарубежной делегации ранг встречающего главы делегации должен соответствовать рангу и должности главы приезжающих.

Проведение конференций требует более детальной подготовки, включая и рассылку (за полтора-два месяца) информационных писем (2 письма). В первом письме сообщается - о вероятной тематике, месте, структуре, сроках проведения конференции, об условиях представления материалов, о взносе пребывания и др. Второе письмо содержит подробную программу, включая деловую, неофициальную и культурную части и др.

Оргкомитет конференции детально готовит все мероприятия по приему, проведению конференции и всех мероприятий, включенных в программу.

Проведение выставок может быть связано и с проведением конференций или семинаров. К проведению выставок должно быть подготовлено большое количество информационных материалов.

Представители фирмы, работающие на выставках, должны иметь соответствующую подготовку. Они должны обладать достаточно высокими полномочиями, т.к. ряд контрактов могут быть заключены во время выставок.

Визитные карточки – средство облегчающее ДО лучше иметь наборы карточек с текстами на разных языках. Карточки могут заменять длинные формальные письма. В этом случае она может быть послана партнеру, а в ее нижнем левом углу карандашом пишут первые буквы французских слов. Например, PF – поздравление (с праздником); PFNA – поздравление с Новым годом; PC – выражение соболезнования; PR – выражение благодарности; PP – представление; PPS – прощание и т.д.

Подарки и сувениры – выбор сувениров и подарков зависит от характера взаимоотношений. Хороший подарок – изделия народных промыслов, художественные альбомы, картины. Подарки не должны быть дорогими.

Приемы – играют важную роль в развитии деловых контактов, получение нужной информации и обмен мнениями в неформальной обстановке. Участие в приемах – обязательный вид служебной деятельности. Приемы существуют дневные и вечерние, с рассаживани-

ем за стол и без него. На приемах не принято говорить о делах касающихся двух человек. При любых неформальных разговорах следует внимательно выслушать собеседника и не прерывать его.

Вопросы для самоконтроля:

1. От чего зависит эффективность ДО?
2. Охарактеризуйте функции переговоров.
3. Как разрешаются противоречия при переговорах?
4. Каковы особенности поведения представителей различных стран на переговорах?
5. Назовите формы убеждения при переговорах.

Раздел 3. ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЕ ВОПРОСЫ

1. Чем предопределялись состояние и развитие ВЭС России в 70-80-е годы?
2. Почему в экспорте России до сих пор доминирует сырьевая направленность?
3. Назовите основные проблемы осуществления сделок зарубежных партнеров с Россией.
4. В чем состоят проблемы ВЭД России, которые необходимо решать в первую очередь?
5. Какие основные этапы развития организации ВЭД в России?
6. Каким образом построена система управления ВЭД в России?
7. Построение системы управления ВЭД на региональном уровне.
8. Каковы полномочия региональных органов государственной власти по управлению ВЭД?
9. Каковы основные функции отделов, служб предприятия, занимающихся внешнеэкономической деятельностью?
10. Каковы принципы организации управления внешнеэкономической деятельностью предприятия?
11. Каковы основные направления маркетингового исследования рынка для внешнеэкономической деятельности?
12. Какую роль играет качество продукции при выходе на внешний рынок и как оценить ее конкурентоспособность?
13. Каковы основные способы проникновения на зарубежные рынки?
14. Каковы основные факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособность фирмы?
15. Как определить экономическую эффективность результатов (решений) внешнеэкономической деятельности?
16. Каковы критерии классификации фирм?
17. Почему необходимо знать правовое положение фирмы?
18. Какие можно выделить основные виды правовых форм и иностранных фирм?
19. Каковы основные виды оперативной и финансовой отчетности фирмы?
20. Расскажите о балансе предприятия.

21. Характеризуйте абсолютные и относительные показатели работы фирмы.

22. Какими возможностями располагает фирма для сбора коммерческой информации в России?

23. Где можно получить необходимую информацию за рубежом?

24. Какие функции выполняют фирменные справочники, какова их дифференциация?

25. Расскажите о структуре и функциях годовых отчетов зарубежных фирм.

26. Что вкладывается в понятие «Внешнеторговый контракт»?

27. Какие нормативные акты регламентируют отношения внешнеторговой сделки?

28. Из каких разделов состоит международный контракт купли-продажи товара?

29. Дайте краткую характеристику основных разделов международного контракта купли-продажи товара (услуг)?

30. Что вкладывается в понятие «Базисные условия поставки товара»?

31. На какие группы распределены базисные условия поставки товаров?

32. Поясните особенности четырех групп терминов «Инкотерм - 90» базисных условий поставки товаров (услуг).

33. Какими законодательными актами регулируется валютная политика РФ?

34. Что вкладывается в понятие валюта?

35. На какие группы делится валюта? Их характеристика.

36. Основные условия валютно-финансовых контрактов?

37. Формы кредитования международной торговли?

38. Международная кооперация труда и ее основные формы?

39. Что вкладывается в понятие «совместное предприятие».

Какие типы СП Вы знаете?

40. В чем состоит мотивация создания СП для российских и зарубежных партнеров?

41. Этапы выбора потенциального партнера для создания СП?

42. Структура управления СП. Ее характеристика.

43. Структура и источники финансирования капитальных вложений в СП?

44. Характеризуйте основные факторы, привлекающие вложение капитала иностранными инвесторами.
45. Как Вы понимаете управление рисками во ВЭД?
46. Как осуществляется страхование внешнеторговых грузов?
47. Страхование экспортных кредитов и его роль во ВЭД?
48. Как осуществляется страхование инвестиций?
49. Что такое страхование ответственности? Как осуществляется страхование ответственности владельцев транспортных средств (автомобиля, судна, самолета)?
50. Что вкладывается в понятие «таможенное оформление»?
Виды таможенных режимов.
51. Таможенный тариф, его цели и функции?
52. Ставки возможных таможенных пошлин.
53. Какими налогами являются акцизы, НДС и таможенные пошлины и почему?
54. Назовите основные функции биржи в торговле товарами.
55. Дайте краткую характеристику бирж: товарные, валютные, международные, аукционы, фондовые.
56. Что вкладывается в понятие «рынок ценных бумаг»?
57. По каким признакам государство регулирует рынок ценных бумаг?
58. Классификация ценных бумаг. Краткая характеристика основных видов ценных бумаг.
59. Расскажите об условиях арендного договора и обязанностях сторон.
60. Охарактеризуйте механизм осуществления лизинговой сделки.
61. Сформулируйте достоинства и недостатки лизинга для лизингодателя, лизингополучателя и продавца оборудования.
62. Почему целесообразно использовать услуги посредников на рынке?
63. Что представляет собой виды посреднических операций – дилерские, комиссионные и по договорам поручения?
64. Что такое неисключительное, исключительное (монопольное) право продажи?
65. Характеризуйте основные способы вознаграждения посредников.
66. Виды сбытовых сетей.
67. Методы реализации товара на рынке.

68. От чего зависит эффективность ДО?
69. Охарактеризуйте функции переговоров.
70. Как разрешаются противоречия при переговорах?
71. Каковы особенности поведения представителей различных стран на переговорах?
72. Назовите формы убеждения при переговорах.

Раздел 4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Выполнение контрольной работы имеет целью проверить знания студентов по дисциплине «Внешекономическая деятельность». Контрольная работа состоит из ответов на три вопроса. Контрольная работа засчитывается только при раскрытии предлагаемых вопросов. Ее выполнение является допуском к экзамену по дисциплине.

Варианты контрольных работ приведены в таблице __ и выбираются по начальной букве фамилии студента. Номера вопросов соответствуют номеру вопроса, представленных в разделе 3 данного учебного модуля.

Таблица 3 – Содержание контрольной работы

Первая буква фамилии студента	Номера вопросов	Первая буква фамилии студента	Номера вопросов
А	1, 21, 51	Н	11, 31, 61
Б	2, 22, 52	О	12, 42, 62
В	3, 23, 53	П	13, 43, 63
Г	4, 24, 54	Р	14, 44, 64
Д	5, 25, 55	С	15, 45, 65
Е, Ж	6, 26, 56	Т	16, 46, 66
З, И	7, 27, 57	У, Ф, Х	17, 47, 67
К	8, 28, 58	Ц, Ч	18, 48, 68
Л	9, 29, 59	Ш, Щ	19, 49, 69
М	10, 30, 60	Э, Ю, Я	20, 50, 70

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Порядковый номер и библиографическое описание рекомендуемого источника литературы	Шифр библиотеки КемТИПП	Планируемое число студентов пользователей	Число экземпляров выделяемое библиотекой
1	2	3	4
Основная литература			
1. Венская конвенция о договорах международной купли-продажи товаров. – М.: Юридическая литература, 1995		50	
2. Козырин А. Комментарий Федерального закона «О государственном регулировании внешнеэкономической деятельности» // Хозяйство и право. 1989, №1,2,3,4,5.		50	
3. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учебник / Под ред. Л.Е. Стровского. 2-е изд. – М.: ЮНИТИ, 2000.		50	
Дополнительная литература			
4. Международная торговля валютой: Межбанковские операции на рынках развитых стран, виды сделок, курсы, методы расчетов / Под ред. А.Ф. Голубовича. – М.: АРГО, 1993.		50	
5. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: Упратич. учебн. пособие. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 1998.		50	
6. Пузанова Е.Н., Бодягин О.В. Внешнеэкономическая деятельность торгово-посреднического предприятия. – М: Приор, 1997.		50	
7. Смирнов В.В. Экспортно-импортные операции в международном бизнесе. Правила «Инкотермс-90», условия договора, риски и перевод их на страховщика. – М.: Буквица, 1997.		50	

1	2	3	4
8. Управление внешнеэкономической деятельностью хозяйствующих субъектов в России: Учебн. пособие / Под ред. проф. Э.Э. Батизи. – М.: ИНФРА-М, 1998		50	
9. Конспект лекций по дисциплине «Основы внешнеэкономической деятельности»: Учебное пособие / И.Б. Городова. КемТИПП, - Кемерово, 2001. – 76с.	У 5 К 23	50	2