

Министерство образования Российской Федерации

Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса

В.П. СИДОРОВ

ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебно-практическое пособие

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2004

I. УЧЕБНАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ «ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

АННОТАЦИЯ

Учебная программа дисциплины «Организация международной коммерческой деятельности» предназначена для изучения студентами четвертого курса специальности «Международный маркетинг» и четвертого курса специальности «Коммерция». В программе предложено десять наиболее значимых, по мнению автора, тем, которые раскрывают сущность и содержание международной коммерческой деятельности. Программа составлена с учётом современных тенденций в развитии международной коммерции. Так, большое значение придаётся проблемам выхода России на внешний рынок. Их необходимо рассматривать с учётом общего состояния экономики современной России, особенностей международной коммерческой деятельности в России и места России в международных коммерческих связях. Уделяется внимание путям выхода на внешний рынок и факторам, влияющим на выбор контрагента во внешнеэкономических операциях. Природа рыночных отношений предполагает гибкость и возможность быстрого реагирования предпринимателя на постоянно изменяющиеся внешние условия. Поэтому в его арсенале должно быть знание многочисленных альтернатив ведения коммерческих операций. В связи с этим выделяется в отдельный тематический блок изучение таких форм коммерческой деятельности, как свободные экономические зоны, оффшорные зоны, приграничная торговля, зоны свободной торговли и таможенные союзы. Большое внимание уделяется изучению базисных условий поставок товаров в международной торговле. В теме «Организация международных платежей и расчётов» в данной программе нашла отражение актуальность снижения коммерческих рисков при заключении и исполнении международных торговых операций.

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

1.1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Главной целью изучения дисциплины «Организация международной коммерческой деятельности» является овладение студентами теорией и практикой коммерческой работы на внешнем рынке.

1.2. СВЯЗЬ С ДРУГИМИ ДИСЦИПЛИНАМИ

Дисциплина «Организация международной коммерческой деятельности» является первой частью блока дисциплин, в который входят кроме этого следующие дисциплины: «Торгово-посреднические операции на внешнем рынке» и «Организация и техника внешнеторговых операций».

1.3. ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И НАВЫКИ, КОТОРЫЕ ДОЛЖНЫ ПРИОБРЕСТИ СТУДЕНТЫ В РЕЗУЛЬТАТЕ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Студенты должны знать сущность и характерные черты международной коммерческой операции, методы международной торговли, общепринятые формы организации международной коммерческой деятельности, основные приёмы регулирования и стимулирования экспортно-импортных операций, условия международных поставок товаров, методы страхования от экономических и политических рисков при осуществлении международных коммерческих операций. Должны уметь правильно ориентироваться в постоянно изменяющейся обстановке международного рынка и вести коммерческую работу, нацеленную на получение прибыли, используя основные формы и приёмы международной коммерции.

1.4. ВИДЫ ТЕКУЩЕГО, ПРОМЕЖУТОЧНОГО И ИТОГОВОГО КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ И СПОСОБЫ ИХ ПРОВЕДЕНИЯ

Текущий контроль аудиторной и самостоятельной работы студентов осуществляется во время проведения аудиторных занятий посредством устного опроса, проведения контрольных работ. Промежуточный контроль осуществляется два раза в семестр в виде анализа итоговых ответов на вопросы и собеседования по теме написанного реферата. Итоговый контроль осуществляется после успешного прохождения студентами текущего и промежуточного контроля в виде устного или письменного экзамена при ответах экзаменуемого на три вопроса в билете и дополнительные вопросы по желанию экзаменатора.

Для допуска к экзамену студент должен сдать преподавателю все контрольные работы и пройти собеседование или написать реферат по неизученным темам (неявка, неудовлетворительная оценка при опросе на семинарском занятии). Непосредственно на экзамене студенту может быть предложено ответить на три вопроса экзаменационного билета, два из которых – теоретические и один из практики заключения, совершения или контроля коммерческой сделки.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. ТЕМЫ ЛЕКЦИОННЫХ ЗАНЯТИЙ

1. Международная коммерческая деятельность: сущность и содержание.

Причины участия фирм в международной коммерческой деятельности. Сущность и характерные черты международной коммерческой деятельности. Факторы развития международной коммерческой деятельности. Виды международных коммерческих операций. Учёт особенностей российской экономики. Особенности международной коммерческой деятельности в России. Место России в международных коммерческих связях. Проблемы выхода России на внешний рынок.

2. Методы международной торговли.

Прямые связи и их особенности. Факторы привлечения посредников. Виды посредников в международной торговле. Положение посредников на внешнем рынке. Посредник с неисключительным правом продажи. Посредник с исключительным (монопольным) правом продажи. Посредник с преимущественным правом продажи (правом первой руки).

3. Классификация участников международной коммерческой деятельности.

Фирмы в мировой практике. Союзы предпринимателей и их виды. Государственные органы и организации. Международные органы и организации системы ООН. Участники международной коммерческой деятельности в России.

4. Оценка и выбор иностранного партнёра. Выход на внешний рынок.

Факторы, влияющие на выбор стран и фирм для сотрудничества. Ёмкость рынка. Простота ведения бизнеса и совместимость. Бюрократические препоны. Соответствие возможностям и политике компании. Издержки и доступность ресурсов. Оценка и выбор потенциального иностранного партнёра. Анализ абсолютных и относительных показателей эффективности хозяйственной деятельности и финансового положения. Активы. Доходы. Обязательства. Капитал. Прибыль. Способы установления контактов экспортёра с потенциальным партнёром. Твёрдая оферта. Свободная оферта. Способы установления контактов импортёра с потенциальным партнёром. Способы заключения договора. Подписание контракта. Акцепт покупателем твёрдой оферты продавца. Акцепт продавцом твёрдой оферты покупателя. Акцепт продавцом контракта покупателя. Подтверждение продавцом заказа покупателя.

5. Формы осуществления международной коммерческой деятельности.

Свободные экономические зоны (СЭЗ). Нормативная база создания свободных экономических зон в России. Образование и развитие СЭЗ в России. Виды СЭЗ. Оффшорные зоны (безналоговые гавани). Классификация стран по уровню налогообложения. Особенности функционирования оффшорных зон. Практика использования оффшорных компаний в международной торговой деятельности, инвестиционной деятельности, банковской деятельности, судовладельческой деятельности. Приграничная торговля. Специфические особенности приграничной торговли. Факторы, влияющие на развитие приграничной торговли. Зоны свободной торговли. Зона свободной торговли стран СНГ. Создание таможенных союзов.

6. Управление и регулирование международной коммерческой деятельностью в России.

Задачи государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в России. Органы государственного и негосударственного управления и регулирования международной коммерческой деятельности. Тарифные и нетарифные методы регулирования международной коммерческой деятельности. Режим наибольшего благоприятствования. Методы экономического стимулирования международной коммерческой деятельности. Освобождение от налогов. Возврат таможенных пошлин и налогов. Отсрочка в уплате налогов. Ускоренная амортизация основного капитала. Скидки с железнодорожных тарифов.

7. Международная коммерческая сделка.

Виды международных коммерческих операций. Характерные черты международных коммерческих операций. Удлинение сроков исполнения контрактов. Комплексный характер сделок. Рост масштабов сделок. Расширение практики поставок «под ключ». Создание консорциумов. Нормативная база контрактов купли-продажи. Основные положения международных договоров. Венская конвенция о договорах международной купли-продажи. Гагская конвенция о праве, применимом к договорам международной купли-продажи товаров. Базисные условия поставок. «Инкотермс – 2000».

8. Организация международных платежей и расчетов.

Методы международных платежей. Авансовый платёж. Безотзывный аккредитив. Оплата после отгрузки. Документарное инкассо. Торговля по открытому счёту. Методы международных расчётов. Расчёт чеками. Расчёт переводными векселями. Банковские тратты. Почтовые и телеграфные платёжные поручения. Инструкции системы SWIFT. Международный денежный перевод. Основные методы страхования от экономических и политических рисков.

9. Организация международной товарообменной торговли

Причины применения товарообменной (встречной) торговли. Встречные закупки товаров. Бартерные операции. Компенсационные операции. Откуп техники, бывшей в употреблении. Операции с давальческим сырьём (толлинг).

10. Международные арендные операции. Лизинг.

Оперативная аренда. Финансовая аренда (лизинг). Виды лизинга. Преимущества и недостатки лизинга. Лизинговые контракты.

11. Основные виды международных коммерческих операций.

Международная торговля лицензиями. Цена лицензии. Виды лицензионных платежей. Международная торговля товарными знаками. Франчайзинг. Виды франчайзинга. Преимущества и недостатки франчайзинга. Факторинг. Форфейтинг.

2.2. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

1. Особенности международной коммерческой деятельности и факторы её развития.

1. Сущность коммерческой деятельности и международной коммерческой деятельности.
2. Факторы развития международной коммерческой деятельности.
3. Виды международных коммерческих операций. Экспорт и ре-экспорт. Импорт и реимпорт.
4. Особенности международной коммерческой деятельности в России.
5. Место России в международных коммерческих связях. Проблемы выхода России на внешний рынок.

2. Методы международной торговли.

1. Торговля по прямым связям.
2. Объективная необходимость появления посредников.
3. Виды посредников.
4. Положение посредников на внешнем рынке.

3. Классификация участников международной коммерческой деятельности.

Субъекты международных коммерческих операций:

Фирмы в мировой практике. Союзы предпринимателей, их виды и характер совершаемых международных коммерческих операций. Государственные органы и организации, получившие право выхода на внешние рынки. Международные организационные структуры в сфере внешнеэкономической деятельности. Участники внешнеэкономической деятельности в России.

4. Оценка и выбор иностранного партнера. Выход на внешний рынок.

1. Оценка и выбор потенциального иностранного партнёра.
2. Факторы, влияющие на выбор стран и фирм для сотрудничества.
3. Выход на внешний рынок экспортёра. Виды оферты.
4. Выход на внешний рынок импортёра. Виды акцептов.

5. Формы международной коммерческой деятельности.

1. Свободная экономическая зона. Сущность, виды, проблемы.
2. Оффшорные зоны. Особенности, возможности использования.
3. Приграничная торговля.
4. Зоны свободной торговли и таможенные союзы.

6. Управление и регулирование международной коммерческой деятельности в России.

1. Органы государственного управления и регулирования внешне-экономической деятельности.
2. Методы административного управления международной коммерческой деятельности.
3. Методы экономического стимулирования международной коммерческой деятельности.

7. Международная торговая сделка.

1. Виды международных коммерческих операций.
2. Характерные черты международных коммерческих сделок.
3. Нормативная база внешнеторговых контрактов купли-продажи.
4. Конвенции о договорах международной купли-продажи товаров.
5. Базисные условия поставок.

8. Организация международных платежей и расчётов.

1. Сущность и нормативная база международных платежей и расчётов.
2. Основные методы международных платежей: Авансовый платёж. Аккредитив (документарный, безотзывный, отзывный и т.д.). Оплата после отгрузки. Инкассо (документарное). Торговля по открытому счёту.
3. Основные способы международных расчётов: Оплата по чеку. Переводные векселя. Банковские тратты. Почтовые платёжные поручения. Телеграфные/телексные платёжные поручения. Инструкции системы SWIFT. Международный денежный перевод.
4. Сопоставление способов международных расчетов.
5. Основные методы страхования от политических и экономических рисков.

9. Организация международной товарообменной торговли

1. Причины применения товарообменной (встречной) торговли.
2. Встречные закупки товаров.
3. Бартерные операции.
4. Компенсационные операции.

5. Откуп техники, бывшей в употреблении.
6. Операции с давальческим сырьём (толлинг).

10. Международные арендные операции. Лизинг.

1. Оперативная аренда.
2. Финансовая аренда (лизинг).
3. Виды лизинга.
4. Преимущества и недостатки лизинга.
5. Лизинговые контракты.

11. Основные виды международных коммерческих операций.

1. Международная торговля лицензиями.
2. Цена лицензии.
3. Виды лицензионных платежей.
4. Международная торговля товарными знаками.
5. Франчайзинг.
6. Виды франчайзинга.
7. Преимущества и недостатки франчайзинга.
8. Факторинг.
9. Форфейтинг.

3. ПЕРЕЧЕНЬ И ТЕМАТИКА САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ СТУДЕНТОВ

3.1. КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ

1. Особенности международной коммерческой деятельности и факторы её развития.
2. Эффективность использования методов международной торговли.
3. Классификация и характеристика контрагентов в международной коммерческой деятельности.
4. Выход на внешний рынок экспортёра и импортёра. Оферта и акцепт.
5. Сущность и виды свободной экономической зоны.
6. Особенности и возможности использования оффшорной зоны.
7. Сущность и особенности приграничной торговли.
8. Зоны свободной торговли и таможенные союзы.
9. Методы тарифного регулирования международной коммерческой деятельности в России.
10. Методы нетарифного регулирования международной коммерческой деятельности в России.
11. Методы экономического стимулирования международной коммерческой деятельности в России.
12. Конвенции о договорах международной купли-продажи товаров.
13. Базисные условия поставок. «Инкотермс – 2000».
14. Сущность и основные методы международных платежей.

3.2. ВОПРОСЫ ДЛЯ ПОВТОРЕНИЯ

1. Сущность коммерческой деятельности и международной коммерческой деятельности.
2. Особенности прямого и косвенного методов торговли. Виды посредников. Положение посредников на внешнем рынке.
3. Виды внешнеторговых операций. Экспорт, импорт. Резэкспорт, реимпорт.
4. Выход на внешний рынок экспортёра. Виды оферты.
5. Выход на внешний рынок импортёра. Виды акцептов.
6. Факторы развития международной коммерческой деятельности.
7. Особенности международной коммерческой деятельности в России. Место России в международных коммерческих связях. Проблемы выхода России на внешний рынок.
8. Субъекты международных коммерческих операций.
9. Фирмы в мировой практике. Их виды и особенности деятельности.
10. Союзы предпринимателей, их виды и характер совершаемых международных коммерческих операций.
11. Государственные органы и организации, получившие право выхода на внешние рынки.
12. Международные организационные структуры в сфере внешнеэкономической деятельности.
13. Участники внешнеэкономической деятельности в России (фирмы, союзы предпринимателей, государственные организации).
14. Свободная экономическая зона. Сущность, виды, проблемы.
15. Оффшорные зоны. Особенности. Возможности использования.
16. Практика использования оффшорных компаний в международной торговле, инвестиционной деятельности, банковской деятельности, судовладельческой деятельности.
17. Приграничная торговля.
18. Зоны свободной торговли и таможенные союзы.
19. Зона свободной торговли стран СНГ. Проблемы и перспективы.
20. Органы государственного управления и регулирования международной коммерческой деятельности.
21. Тарифные и нетарифные методы регулирования международной коммерческой деятельности.
22. Методы экономического стимулирования международной коммерческой деятельности.
23. Виды международных коммерческих операций.
24. Характерные черты международных коммерческих сделок.
25. Нормативная база внешнеторговых контрактов купли-продажи.
26. Конвенции о договорах международной купли-продажи товаров.
27. Базисные условия поставок. «Инкотермс – 2000».

28. Основные методы международных платежей.
29. Основные способы международных расчётов.
30. Авансовый платёж.
31. Аккредитив (документарный, безотзывный, отзывной наполненный и т.д.)
32. Оплата после отгрузки.
33. Инкассо (документарное).
34. Торговля по открытому счёту.
35. Базисное условие поставки EXW
36. Базисное условие поставки FCA
37. Базисное условие поставки FAS
38. Базисное условие поставки FOB
39. Базисное условие поставки CFR
40. Базисное условие поставки CIF
41. Базисное условие поставки CPT
42. Базисное условие поставки CIP
43. Базисное условие поставки DAF
44. Базисное условие поставки DES
45. Базисное условие поставки DEQ
46. Базисное условие поставки DDU
47. Базисное условие поставки DDP
48. Основные положения Венской конвенции о договорах международной купли-продажи товаров.
49. Гагская конвенция о праве, применимом к договорам международной купли-продажи товаров.
50. Сущность, основные причины и виды товарообменной торговли.
51. Сущность и виды аренды.
52. Сущность и виды лизинга.
53. Достоинства и недостатки лизинга.
54. Сущность и особенности лицензионной торговли.
55. Виды лицензионных договоров.
56. Цена лицензии. Виды лицензионных платежей.
57. Торговля товарными знаками.
58. Сущность и содержание франчайзинга. Виды франчайзинга.
59. Преимущества и недостатки франчайзинга.
60. Содержание операций факторинг и форфейтинг.

3.3. РЕФЕРАТЫ

В случае отсутствия на аудиторных занятиях (лекциях и семинарах), а также при неудовлетворительных показателях итоговых результатов текущего и промежуточного аттестационного контроля знаний по аудиторной и самостоятельной работе над учебной дисциплиной студенты дополнительно, по темам пропущенных занятий, пишут рефераты, оформляя их в соответствии со стандартными требованиями.

Темы рефератов

1. Преимущества развития свободных экономических зон в международной коммерческой деятельности.
2. Преимущества использования оффшорных зон в международной коммерческой деятельности.
3. Основные направления развития приграничной торговли (на примере КНР – Россия).
4. Плюсы и минусы создания таможенного союза (на примере России, Белоруссии, Казахстана).
5. Документальное оформление международной торговой сделки.

4. СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

4.1. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело: Учебник для вузов. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996. – 501с.

Международная торговля: финансовые операции, страхование и другие услуги: Пер. с англ. – К.: Торгово-издательское бюро ВНУ, 1994. – 480 с.

Михайлов Д.М. Международные расчёты и гарантии. – М.: ФБК-ПРЕСС, 1998. – 368 с.

Фомичёв В.И. Международная торговля: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 496 с.

4.2. ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Наговицин А.Г. Внешняя торговля: Учебное пособие. – М.: Русская деловая литература, 1999. – 288 с.

Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: Учеб.-практич. пособие. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 1999. – 208 с.

Шмиттгофф Клайв М. Экспорт: право и практика международной торговли: Пер. с англ. – М.: Юрид. лит., 1993. – 512 с.

II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ КУРСА «ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»

Тема 1. Международная коммерческая деятельность: сущность и содержание

1. Сущность и характерные черты международной коммерческой деятельности.
2. Виды международных коммерческих операций.
3. Факторы развития МКД.
4. Особенности МКД в России.
5. Сущность и характерные черты международной коммерческой деятельности.

1. Сущность и характерные черты международной коммерческой деятельности

Через коммерческую деятельность практически реализуется связь фирмы с контрагентами на рынке. Когда такая связь происходит с иностранными контрагентами, то деятельность рассматривается как **международная коммерческая деятельность**.

Фирмы могут стать участниками международной коммерческой деятельности (международной торговли) по разным причинам:

- Фирмам может потребоваться закупка сырья, товаров и оказание услуг за рубежом для ведения своего бизнеса, поскольку необходимые материалы, товары или услуги нельзя получить от отечественных производителей или можно получить, но более низкого качества. Поэтому они становятся **импортерами**.

- Многие фирмы могут получать прибыль, продавая свои товары или услуги на рынках за рубежом, т.е. **становясь экспортерами**.

- Другие фирмы действуют как экспортные торговые фирмы или импортно-экспортные коммерсанты, т.е. **являясь посредниками между покупателями и продавцами в разных странах**. В данном случае они получают прибыль, используя разницу цен на мировом рынке и условия международного разделения труда.

Посредничество во внешней торговле представляет собой процесс, посредством которого коммерсант в стране А покупает товары в стране В и отгружает их непосредственно в страну С без того, чтобы вначале завезти их в страну А. Это известно как «торговля через третью страну», или «посредничество».

Однако по какой бы причине фирма ни начала заниматься международной коммерческой деятельностью, в основе всех этих причин лежит цель – получение прибыли, которую невозможно

получить, занимаясь коммерческой деятельностью только в своей стране (отсутствие спроса на данные товары или услуги, насыщенность рынка и т.д.).

Исходя из этого, целью международной коммерческой деятельности является получение прибыли. Это есть к тому же и главная её функция, определяющая сущность МКД. Исключительно благодаря реализации данной функции, МКД получает своё развитие под влиянием как внешних, так и внутренних факторов.

Таким образом, *сущность* МКД состоит **в получении прибыли** посредством осуществления операций международной торговли.

Главная функция МКД содержит в себе ряд производных или подчинённых функций, реализация которых раскрывает содержание МКД. К ним относятся следующие функции: изучение рынка, выбор иностранного партнёра, деловые переговоры (т.н. предоперационная деятельность), заключение и исполнение контрактов по купле-продаже товаров и услуг.

Таким образом, *содержанием* международной коммерческой деятельности является подготовка и осуществление операций по международному обмену товарами, услугами, результатами научно-технического и производственного сотрудничества.

Наряду с обычными проблемами торговли и коммерции, которые возникают в любых типах бизнеса, в международной коммерческой деятельности существуют **дополнительные проблемы**, которые препятствуют развитию международной коммерческой деятельности:

- различия в правовой базе коммерции, основанные на несовпадении нормативных документов стран-участниц;
- валютные ограничения (необходимость конвертации и обмена национальных денег);
- политическая и связанная с ней экономическая нестабильность в ряде стран;
- различия в государственных стандартах на сырье, материалы и продукцию;
- бюрократические барьеры (усложненная система документооборота, излишние формальности, коррумпированность чиновников);
- таможенные барьеры (высокие таможенные тарифы, сложные правила, бессмысленная потеря времени);
- существование квот и лицензий на ввоз и вывоз определенных групп товаров;
- языковой барьер, обусловленный плохим знанием иностранных языков нашими коммерсантами;
- время и расстояние – кредитный риск и время выполнения контракта;

Субъектами международных коммерческих операций выступают физические лица, фирмы, а также организации, получившие от государства право выхода на внешние рынки. Основными субъектами, коммерческой деятельности в современных условиях стали международные по сфере деятельности транснациональные корпорации (ТНК), определяющие характер и принципы этой деятельности на мировом рынке в целом.

Объектами международных коммерческих операций выступают материальные процессы, проявляющие себя в осуществлении обмена товарами, услугами и результатами производственного и научно-технического сотрудничества.

Эти объекты и определяют **виды коммерческих операций**, осуществляемых на мировом рынке.

2. Виды международных коммерческих операций

Отношения сторон в коммерческой деятельности не ограничиваются заключением и исполнением основных договоров (договоров купли-продажи товаров). Обычно одновременно совершаются финансовые, платежные (расчетные) операции, заключаются договоры перевозки, хранения, страхования, залога и т.д.

Комплекс основных и сопутствующих операций называется на внутреннем рынке *торговыми операциями*, на внешнем – *внешнеторговыми*.

Внешнеторговые операции делятся на несколько видов:

- **экспортные** – при которых продажа товаров и услуг осуществляется за границу или нерезидентам внутри национальной территории продавцов;

- **импортные** – при которых осуществляется приобретение товаров из-за границы или у нерезидентов на территории покупателей.

Под **экспортными операциями** понимаются и статистически учитываются:

- вывоз из страны товаров, произведенных, выращенных или добытых в стране, а также товаров, ранее ввезенных из-за границы и подвергшихся переработке;

- вывоз товаров, ранее ввезенных, переработка которых происходила под таможенным контролем;

- вывоз за границу ранее ввезенного товара, не подвергшегося в стране экспорта какой-либо переработке.

Такой экспорт называется **реэкспортом**. В данном случае допускается осуществление дополнительных операций с товаром, не меняющих его наименования. Товар может проходить подготовку к реэкспорту исходя из требований стран потребления: может наноситься специальная маркировка, меняться упаковка и т.д. Однако превышение стоимо-

сти дополнительных операций по переработке товара над половиной его экспортной цены является основанием для превращения подобных операций в экспортные.

Предметом реэкспорта чаще всего выступают товары, реализуемые на международных аукционах и товарных биржах; к реэкспортным операциям относятся и операции, осуществляемые без завоза товара в свою страну.

Такого рода операции по сути не относятся к экспорту или импорту данной страны, хотя и учитываются таможенной статистикой. Они совершаются торговыми фирмами в целях извлечения прибыли благодаря разнице цен на один и тот же товар на разных рынках.

Реэкспортными операциями являются также операции по вывозу товаров с территории свободных зон и приписных складов. Они учитываются таможенной статистикой как экспортные операции.

Реэкспортные операции возможны в самых различных ситуациях.

Во-первых, реэкспорт возникает как естественное продолжение экспортной торговой операции. Продавец ввозит товар в страну для реализации его на бирже или аукционе, но этот товар может быть продан покупателю третьей страны и вывезен.

Во-вторых, реэкспорт может появиться из-за перерыва нормального хода реализации товаров. Если продавец отправил товар покупателю, но последний по каким-то причинам не может его оплатить, то он стремится перепродать товар другому покупателю в этой стране или в третьей стране. Уход товара в третью страну есть реэкспорт. Это вынужденный реэкспорт.

В-третьих, выполнение реэкспортной операции без предварительного завоза товаров из-за границы, то есть, они могут быть отправлены новому покупателю, минуя страну реэкспортёра. (Торговые фирмы многих крупных стран часто прибегают к операциям по перепродаже, используя в целях получения прибыли разницу в ценах на один и тот же товар на разных рынках). Кроме фирм, занимающихся чистым реэкспортом, выгоду получает и страна от перевозки реэкспортных товаров, осуществляемой при помощи ее транспортных средств, а также от проведения страховых, кредитных и других посреднических операций).

В-четвёртых, реэкспортные операции возникают при строительстве крупных объектов с помощью иностранных фирм. Иностранный поставщик часто закупает отдельные виды материалов и оборудования в третьих странах и отправляет их на стройку без завоза в страну реэкспортёра.

В-пятых, реэкспортные операции часто возникают из-за резкого изменения международной обстановки, отсутствия прямых экономических или дипломатических связей между странами, возникновения военных действий. В таких случаях нуждающаяся сторона обращается за товаром в другие государства, которые оказывают ей фактически посредническую услугу.

К реэкспорту **не относится** провоз товаров через страну транзитом.

Под **импортными операциями** понимаются и статистикой учитываются:

- ввоз в страну товаров иностранного происхождения непосредственно из страны-производителя или страны-посредника для личного потребления, для промышленных, строительных, сельскохозяйственных и других предприятий или же для переработки с целью потребления внутри страны, или же с целью вывоза из нее;

- ввоз товаров из свободных зон или приписных складов;
- ввоз товаров для переработки под таможенным контролем.

Здесь относятся такие товары, которые ввозят в страну для переработки с целью вывоза готовой продукции, содержащей в себе данный товар в переработанном или измененном виде. (Например, ввоз оливкового масла для производства на экспорт сардиновых консервов). В этих случаях, как правило, импортер освобождается от уплаты таможенной пошлины при ввозе товара для переработки его под таможенным контролем;

- операции по приобретению с ввозом из-за границы ранее вывезенных отечественных товаров, не подвергшихся там переработке.

Такой импорт называется **реимпортом**. К реимпорту относятся товары, не проданные на аукционе, забракованные покупателем и др.

По мнению некоторых авторов, к реимпорту **не относится** возврат товаров, ранее вывезенных за границу на консигнацию, выставки и ярмарки, на условиях временного ввоза и аренды, **поскольку их вывоз не сопровождался продажей** (Предпринимательское право: Учебник для вузов / Под ред. проф. Н.М. Коршунова, проф. Н.Д. Эриашвили. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, Закон и право, 2003. С. 268.).

Причины, по которым может происходить реимпорт:

- 1) возврат забракованных покупателем товаров;
- 2) возврат товаров, не проданных на аукционах и биржах.

Товар при реимпорте пересекает границу **дважды по одному контракту**.

Международные коммерческие операции подразделяются на **основные**, осуществляемые на возмездной основе между непосредственными участниками этих операций (контрагентами разных стран), и обеспечивающие, связанные с продвижением товара от продавца к покупателю.

К **основным коммерческим** относятся операции:

- по обмену товарами в материальной форме (коммерческий экспорт и импорт);
- по обмену научно-техническими знаниями в форме торговли патентами, лицензиями, «ноу-хау»;
- по обмену техническими услугами (консультативный и строительный инжиниринг);

- арендные;
- по международному туризму;
- по предоставлению консультационных услуг в области информации и совершенствования управления, по обмену кинофильмами и телепрограммами.

Обеспечивающими международный товарооборот являются операции:

- по международным перевозкам грузов;
- транспортно-экспедиторские;
- по страхованию грузов;
- по хранению грузов при международных перевозках;
- по ведению международных расчетов.

Эти операции получили название **операций товародвижения**.

Классификацию внешнеторговых операций можно также осуществлять на основании следующих признаков:

В зависимости от направлений торговли:

- экспортные операции (реэкспорт)
- импортные операции (реимпорт).

В зависимости от объекта, который обменивают (товар – деньги) и объекта, на который обменивают (товар – товар)

(товар – деньги):

- внешнеторговые операции по купле-продаже товаров
- внешнеторговые операции по купле-продаже услуг
- внешнеторговые операции по купле-продаже результатов творческой деятельности

(товар – товар) Товарообменные операции:

- встречные закупки
- бартерные операции
- компенсационные операции
- операции на давальческом сырье
- выкуп устаревшей продукции
- поставка на комплектацию

По группам товаров:

- купля-продажа машин и оборудования
- сырьевых товаров
- потребительских товаров

По степени готовности товаров:

- торговля готовой продукцией
- поставка узлов и деталей для последующей сборки машин
- поставка комплектного оборудования
- поставка запасных частей.

3. Факторы развития МКД

Существенной предпосылкой развития МКД является возможность повышения нормы прибыли (рентабельности) на основе внешнеторговых операций. Чем большую норму прибыли даёт какой-либо вид внешнеторговых сделок, тем большее развитие получает МКД в данном направлении.

Повышения рентабельности внешнеторговых операций можно добиться либо повышением прибыли при том же уровне издержек, либо снижением издержек (в том числе и за счёт уменьшения уровня налогов).

Факторы, которые приводят к увеличению или к уменьшению рентабельности внешнеторговых операций, будут, в свою очередь, являться факторами развития МКД.

Одним из основных факторов развития внешней торговли является **вывоз капитала**, на основе которого возникают транснациональные корпорации, которые чаще всего бывают национальными по капиталу и интернациональными по сфере деятельности. Роль транснациональных корпораций в международной торговле весьма значительна, так как на долю их внутрикорпорационного оборота приходится около одной трети международного экспорта.

Другим важнейшим фактором развития МКД является возможность уменьшить налоговые отчисления путём использования таких форм МКД, как **зоны свободной торговли (СЭЗ) и оффшорные зоны**.

В настоящее время в мире насчитывается примерно 600 СЭЗ. Через них осуществляется около 8% международных торговых сделок (560 млрд долл.) в год.

Общая площадь оффшорных зон в мире составляет около 152 тыс. кв. км. с населением около 16 млн человек. Однако доля их только во всемирном флоте составляет 58%, т.е. больше половины мирового флота зарегистрировано в оффшорных зонах.

К ряду других общих факторов развития внешнеэкономической деятельности относятся: неравномерность экономического развития различных стран мира; характер политических отношений, различный уровень научно-технического развития; резкие различия в количестве и качестве трудовых ресурсов, их квалификации, уровне потребностей и реальной заработной платы в разных странах; особенности географического положения, природных и климатических условий.

4. Особенности МКД в России

Особенности международной коммерческой деятельности в России, непосредственно зависят от особенностей экономических условий, в которых в настоящее время находится Россия.

В российском экспорте 2002 г. по существу как в зеркале отразилась конъюнктура мирового рынка: цены на сырьевые товары, нефть и другие энергоносители имели тенденцию к повышению.

В результате увеличилась валютная выручка, золотовалютные резервы страны повысились до 28 млрд долл. (увеличение за год более чем в 2 раза), существенно увеличились доходы федерального бюджета.

Сырьевая направленность российского экспорта привела к сосредоточению высокой прибыли именно в сырьевых отраслях (в черной и цветной металлургии, в топливной промышленности). В этих отраслях, естественно, выросли оборотные средства, в то же время в обрабатывающей промышленности наблюдался дефицит собственных оборотных средств.

Топливо-сырьевая специализация экспорта может быть рациональной и продуктивной лишь на узком временном отрезке и при условии решения определённых задач. Этими задачами могут быть:

- необходимость быстрого увеличения валютных поступлений и улучшения баланса международных расчетов;
- использование благоприятной рыночной конъюнктуры;
- выполнение геополитических задач и др.

Вместе с тем такая специализация заведомо неэффективна в качестве долгосрочной национальной стратегии, определяющей основное содержание экспортной деятельности. Ведь с позиций суммарного национального богатства экспорт природных ресурсов означает лишь переход национального богатства из овеществлённой в ликвидную форму. Однако реального приращения богатства не происходит или же происходит только его незначительное увеличение под влиянием конъюнктурных факторов.

В то же время экспорт обработанных товаров, использующих импортное сырье и материалы, обеспечивает наибольший вклад в приращение национального богатства, что служит основной устойчиво высокой конкурентоспособности таких обделенных полезными ископаемыми стран и территорий, как Япония, Швейцария, Сингапур, Люксембург, Гонконг, Тайвань и др.

В России экспортная ориентация в отраслях глубокой переработки, как правило, выражена значительно меньше в связи с преобладающей низкой конкурентоспособностью выпускаемой продукции. Требуемое существенных дополнительных затрат экспортное исполнение продукции, включая ее сертификацию, в условиях острой конкуренции на мировом рынке делает вывоз отечественных готовых изделий в большинстве случаев нерентабельным.

Отметим еще одну негативную тенденцию, связанную с ростом российского топливо-сырьевого экспорта: вырос дефицит топлива и сырья на внутреннем рынке страны, а естественные монополии одновременно подняли цены.

В России экспортная ориентация в отраслях глубокой переработки, как правило, выражена незначительно в связи с преобладающей низкой

конкурентоспособностью выпускаемой продукции. Требуемое существенных дополнительных затрат экспортное исполнение продукции, включая ее сертификацию, в условиях острой конкуренции на мировом рынке делает вывоз отечественных готовых изделий в большинстве случаев нерентабельным.

Ещё одной отличительной чертой российской экономики стала чрезвычайно высокая доля экспортных пошлин (фактически скрытых рентных платежей) в формировании доходной части бюджета. Так, в общей сумме налоговых поступлений федерального бюджета платежи по экспортным пошлинам достигали 11–12% в 2000–2001 гг. (в абсолютном выражении порядка 13–14 млрд долл. по итогам двух лет).

Это лишь немногим уступает суммарным акцизным платежам и в 3–5 раз превышает платежи за пользование природными ресурсами.

В импорте продолжает преобладать продукция машиностроения. На втором месте – импорт продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья, затем следуют продукция химической промышленности, металлы и изделия из них, минеральные продукты, нефтепродукты, текстиль, текстильные изделия и обувь, древесина и целлюлозно-бумажные изделия.

Статистические показатели внешнеэкономической деятельности не совсем точны в силу имеющих место многочисленных нарушений, как то:

- оформление фиктивных экспортно-импортных сделок;
- превышение обусловленного законом 180-дневного срока оплаты иностранными фирмами поставок российской нефти и нефтепродуктов;
- превышение 180-дневного срока поступления товаров по импортным контрактам со 100-процентной предоплатой;
- необоснованные авансовые отчисления при импорте в счет будущих поставок товаров, которые фактически не осуществляются.

Кроме того, довольно распространенной практикой является:

- занижение контрактной цены при экспорте;
- завышение контрактной цены при импорте;
- ценовые манипуляции, прикрытые якобы бартерными операциями, в результате которых большая часть прибыли в иностранной валюте остается за границей;
- перечисление на счета иностранных фирм финансовых средств в качестве оплаты фиктивных услуг;
- невозврат прибыли под предлогом форс-мажорных и иных обстоятельств.

В последние годы широкое распространение получил вывоз товаров за рубеж на временное хранение и переработку. Крупные партии стратегического сырья вывозятся из РФ без оформления экспортных контрактов, а затем, в нарушение обязательств по временному хранению и переработке, реализуются за границей.

Благоприятной средой для теневого капитала стали безвалютные расчеты в режиме товарообмена – приграничные, параллельные и компенсационные сделки без использования свободно конвертируемой валюты, а также бартер – в общей сложности примерно 60% внешнеторгового оборота РФ.

Не случайно осуществляемые товарообменные сделки характеризуются резким отклонением договорных цен от среднемировых: по оценкам ГТК РФ, экспортная составляющая бартерных сделок порой превышает импортную в 5–6 раз. Стоимость же российского нефтяного экспорта по бартеру в среднем в 5 раз превышала встречные поставки зарубежных партнеров.

Начиная с 1994 года, в РФ более или менее надежно контролируется только экспорт. Порядок контроля за импортом примерно с этого же времени был значительно упрощен в соответствии с Инструкцией ЦБР «О введении в действие порядка осуществления валютного контроля за обоснованностью платежей в иностранной валюте за импортируемые товары» (см. также письмо ЦБР № 208 от 15 ноября 1995 года). Упрощение открыло новые каналы для различных злоупотреблений (например, для нелегальной предоплаты импортных контрактов). В результате, согласно существующим независимым оценкам, из РФ по подложным импортным контрактам до самого последнего времени ежемесячно уходило в среднем до 400 млн долларов, или 5 млрд долларов в год, что сопоставимо с годовым объёмом экспорта цветных металлов из РФ.

Место, которое занимает Россия в мировом экономическом сообществе, можно условно определить по доле России в мировом валовом внутреннем продукте.

Доля стран и регионов в мировом валовом внутреннем продукте резко различается. Если мировой ВВП принять за 100%, то на долю США приходится 21,8%; Европы – 23,1; Японии – 8,1; Латинской Америки – 6; прочих стран с рыночной экономикой – 26,3; **России – 1,9**; стран Центральной и Восточной Европы – 1,8; Китая – 9,7; прочих стран с переходной экономикой – 1,3%.

В последние годы наблюдается тенденция вставания российской экономики в мировую экономику в основном за счет ее сырьевого сектора.

Вопросы и задания

1. Дайте обоснование сущности и назовите характерные черты МКД. Назовите субъекты и объекты МКД. Раскройте содержание МКД.
2. Назовите основные факторы развития МКД. Какие факторы препятствуют развитию МКД?
3. Дайте классификацию международных коммерческих операций.

4. Раскройте особенности организации экспортных и импортных операций.
5. Назовите причины и особенности реэкспортных и реимпортных операций.
6. Обоснуйте взаимосвязь особенностей МКД в России и условий развития экономики России.
7. Какова динамика и товарная структура, а также географическая направленность экспорта рыбопродукции в России?
8. Может ли топливно-сырьевая направленность экспорта быть полезной для страны?
9. Какая ориентация экспорта обеспечивает максимальное приращение национального богатства?
10. Можно ли определить основную ориентацию экспортных операций по доле экспортных пошлин в формировании доходной части бюджета страны?
11. При помощи каких показателей можно определить место России в международных коммерческих связях?
12. Какие проблемы существуют у России при выходе на внешний рынок?

ТЕСТ

1. В чём состоит сущность международной коммерческой деятельности:

- А) Продажа товаров на внешнем рынке.
- Б) Продажа услуг на внешнем рынке.
- В) Производство и продажа товаров, услуг и технологий на внешнем рынке.
- Г) Получение прибыли путём международной торговли.

2. Продавец вывозит товар для реализации его на международной бирже, а его покупает покупатель из третьей страны. Как называется эта операция:

- А) Экспорт.
- Б) Реэкспорт.
- В) Импорт.
- Г) Реимпорт.
- Д) Транзит.

3. К какому виду операций относятся операции по страхованию международных грузов:

- А) К основным операциям.
- Б) К операциям по экспорту услуг.
- В) К операциям товародвижения.
- Г) К операциям по импорту услуг.

4. Использование каких факторов развития МКД позволяет уменьшать налоговые отчисления:

- А) Неравномерность экономического развития различных стран мира.
- Б) Особенности географического положения, природных и климатических условий.
- В) Развитие зон свободной торговли и использование оффшорных зон.
- Г) Увеличение вывоза капитала.
- Д) Дружеские политические отношения.

5. Наиболее перспективные направления развития экономики России для успешной конкуренции с развитыми странами мировой хозяйственной системы:

- А) Развитие рыбопромышленной отрасли с глубокой переработкой продукции.
- Б) Развитие туристического бизнеса.
- В) Развитие производства услуг по выведению полезных нагрузок в космическое пространство.
- Г) Развитие сельскохозяйственного производства по технологиям ведущих стран мира.
- Д) Развитие транспортных услуг и расширение услуг по транзиту.

6. Субъектами международной коммерческой деятельности являются:

- А) Товары, услуги и технологии, подлежащие международному обмену.
- Б) Фирмы, организации и лица, заключившие международный контракт.
- В) Фирмы, организации и лица, находящиеся за границей и заключившие международный контракт.
- Г) Фирмы, организации и лица, получившие от государства право выхода на внешние рынки.

7. Объектами международной коммерческой деятельности являются:

- А) Товары, услуги и технологии, подлежащие международному обмену.
- Б) Фирмы, организации и лица, заключившие международный контракт.
- В) Фирмы, организации и лица, совершившие международную сделку.
- Г) Материальные процессы, проявляющиеся в международном обмене товарами, услугами и технологиями.

Тема 2. Методы международной торговли

1. Прямые и косвенные связи в МКД.
2. Посредники в международной торговле.

1. Прямые и косвенные связи в МКД

Метод торговли – это способ осуществления торгового обмена (торговой операции, или торговой сделки). В международной торговой практике применяются два основных метода торговли:

- **прямой метод** (совершение операции непосредственно между производителем и потребителем);
- **косвенный метод** (совершение операции через посредника).

При прямом методе торговли возникает определенная финансовая выгода, поскольку:

- сокращаются издержки на сумму комиссионного вознаграждения посреднику,
- снижаются риск и зависимость результатов коммерческой деятельности от возможной недобросовестности или недостаточной компетенции посреднической организации.

Этот метод также позволяет постоянно находиться на рынке, учитывать его изменения и своевременно на них реагировать. В то же время использование прямого метода торговли подразумевает:

- наличие коммерческой квалификации и большого торгового опыта (В противном случае финансовые издержки не только не сократятся, но могут значительно возрасти);
- наличие разветвлённого аппарата фирмы за рубежом;
- наличие крупных начальных капитальных вложений.

Использование метода прямых связей широко распространено в современной международной коммерческой практике. По некоторым подсчетам в американских фирмах на долю прямых продаж приходится более двух третей всей экспортной **продукции промышленного назначения**, у английских — около 70%.

Таким образом, если особенности товара дают возможность сбывать его крупными партиями на значительные суммы и он конкурентоспособен на рынке по срокам поставок (руда, нефть, уголь, газ, чугун и т.д.), то его сбытом могут заниматься сами производители и изготовители товара. Такой сбыт (экспорт) продукции называется прямым.

Однако это становится возможным только при определённых условиях – когда рынок данного товара стабилен и когда число предприятий-изготовителей данного товара ограничено.

Таким образом, по наличию прямых связей в том или ином секторе экономики можно в какой-то мере судить о стабильности рынков.

Необходимо отметить, что в современной практике международной торговли такое бывает очень редко.

В силу этого самостоятельные продажи добытчиками и переработчиками крупных партий товаров относительно редки и составляют в среднем до 3 – 5% от их мирового товарооборота.

Международная торговля по сравнению с внутренней является более рискованной. Это обусловлено экономическими, политическими, правовыми и социальными условиями в разных странах, их традициями и обычаями, а также большими расстояниями между торговыми партнерами. В результате часто бывает целесообразно, а иногда просто необходимо использовать посредников для проведения международных торговых операций.

Более половины международного товарного обмена осуществляется при содействии торговых посредников, т.е. независимых от производителей и потребителей товаров торговых фирм, организаций и лиц.

Главной целью привлечения посредников является повышение эффективности внешнеторговых операций за счет следующих факторов:

- повышения оперативности при сбыте товаров;
- реализации товаров на более благоприятных для продавца условиях за счет быстрого учета посредниками конъюнктуры товаров на внешнем рынке;
- повышения конкурентоспособности товаров благодаря сокращению сроков поставок со складов;
- привлечения финансовых средств посредников в виде авансов, кредитов на создание их сбытовой сети;
- получения достоверной информации от посредника об оценке качества и конкурентных свойствах товара.

Косвенные операции характерны для сравнительно небольших предприятий, начинающих международную коммерческую деятельность и стремящихся избежать присущего ей риска, а также осуществляющие внешнеторговую деятельность эпизодически.

Крупные промышленные компании прибегают к услугам торговых посредников:

- при реализации второстепенных видов продукции,
- на отдаленных, труднодоступных и слабо изученных рынках,
- на рынках малой емкости,
- при продвижении новых товаров,
- при отсутствии в странах-импортерах собственной сбытовой сети,
- в тех случаях, когда ввоз в страну определенных товаров монополизирован крупными торгово-посредническими фирмами (Англия).

Если посредники не могут обеспечить получение необходимой прибыли, то от их услуг легко отказаться, приняв меры по самостоятельному выходу на рынок.

2. Посредники в международной торговле

Предприятия, организации, акционерные общества, осуществляющие экспортно-импортные операции, могут использовать отечественных и зарубежных посредников.

Экспортно-импортные операции, совершаемые через юридически независимые лица и фирмы, являются наиболее распространенной формой работы на рынке.

Так экспорт товаров может происходить:

- *через иностранных физических лиц.* Наиболее часто иностранные физические лица сбывают товары на условиях соглашений с посредником-представителем и посредником-поверенным. Такими посредниками обычно выступают представители коммерческой элиты или бывшие крупные политические деятели. Они имеют обширные связи в деловых кругах своих стран, хорошо информированы о текущих и перспективных потребностях рынка и нередко могут оказать определенное влияние на принятие решений в отношении закупок товаров своих клиентов. Такие представители принимают на себя ограниченный объем обязательств, обычно в пределах информации продавцов о намечающихся крупных закупках товаров, организации встреч представителей продавцов с крупными государственными чиновниками и высшим руководством компаний-покупателей, проведения протокольных мероприятий.

Продавец заключает с таким иностранным посредником соглашение, в котором определяются права и обязанности сторон, в том числе размер и способ выплаты вознаграждения. Кроме того, посредник обычно получает от продавца письмо, подтверждающее, что он представляет на определенном рынке интересы такого-то продавца без права подписания от своего имени и имени продавца документов, содержащих коммерческие обязательства. Эти посредники обычно получают значительные суммы вознаграждений, которые не столько отражают затраченные ими усилия, сколько оценивают их весомость в деловых и коммерческих кругах.

В других секторах рынка физические лица действуют в роли представителей, сводя продавцов и покупателей при оптовой продаже товаров, нередко строя свои отношения с клиентами на основе устных соглашений.

Физические лица относительно редко выступают в роли коммерческих посредников-поверенных, поскольку не обладают достаточным капиталом, чтобы нести материальную ответственность за совершаемые ими сделки;

• *через юридических лиц.* Юридические лица, выступающие в роли посредников, могут быть организованы в форме товариществ, обществ с ограниченной ответственностью, закрытых и открытых акционерных обществ. Они могут содействовать сбыту товаров на основе всех видов посреднических соглашений.

Роль представителей могут выполнять компании любой организационно-правовой формы, специализирующиеся на сбыте и закупках массовых товаров.

Посреднические компании могут выполнять роль любых видов посредников, специализируясь в торговле либо вполне определенных видов продукции, либо – очень широкого ее диапазона.

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).

Вопросы и задания

1. Какие основные методы используются для осуществления экспортно-импортных операций? Дайте их характеристику.

2. Перечислите условия применения и назовите преимущества прямого экспорта и импорта (*direct*).

3. Перечислите условия применения и назовите преимущества косвенного экспорта и импорта (*indirect*).

4. Перечислите виды посредников в международной торговле и дайте их краткую характеристику.

5. На какие виды делятся посредники по объёму передаваемых прав? Дайте характеристику каждого вида.

6. Какой вид посредников может организовать блокировку рынка?

ТЕСТ

1. При участии какого посредника продавец может заключать соглашения сразу с несколькими посредниками:

А) Посредник с неисключительным правом продажи.

Б) Посредник с исключительным правом продажи.

В) Посредник с преимущественным правом продажи.

Г) Посредник с ограниченным правом продажи.

Д) Посредник с неограниченным правом продажи.

Е) А, В.

Ж) Б, Д.

З) А, В, Г.

2. При участии какого посредника продавец не имеет права самостоятельно или через других посредников сбывать на договорной территории товар, входящий в номенклатуру посредника:

- А) Посредник с неисключительным правом продажи.
- Б) Посредник с исключительным правом продажи.
- В) Посредник с преимущественным правом продажи.
- Г) Посредник с ограниченным правом продажи.
- Д) Посредник с неограниченным правом продажи.

3. Какие посредники не заинтересованы вкладывать значительные средства в создание собственной сбытовой сети:

- А) Посредник с неисключительным правом продажи.
- Б) Посредник с исключительным правом продажи.
- В) Посредник с преимущественным правом продажи.
- Г) Посредник с ограниченным правом продажи.
- Д) Посредник с неограниченным правом продажи.

4. Соглашение с каким посредником таит в себе опасность блокирования рынка:

- А) Посредник с неисключительным правом продажи.
- Б) Посредник с исключительным правом продажи.
- В) Посредник с преимущественным правом продажи.
- Г) Посредник с ограниченным правом продажи.
- Д) Посредник с неограниченным правом продажи.

5. Как продавец может защитить себя от блокирования рынка посредником:

- А) Увеличить вознаграждение посреднику.
- Б) Заключить с посредником соглашение на один год.
- В) Следить, чтобы посредник не переориентировался на работу с конкурентами.
- Г) Включить в соглашение оговорку об объёмах реализации на договорной территории.
- Д) Поменять посредника.
- Е) Разрешить посреднику работать на «разности цен».

Тема 3. Классификация участников международной коммерческой деятельности

1. Фирмы в мировой практике.
2. Союзы предпринимателей и их виды.
3. Государственные органы и организации.
4. Международные органы и организации системы ООН.
5. Российские и иностранные участники МКД.

1. Фирмы в мировой практике

подавляющая часть международных коммерческих операций осуществляется фирмами. Под фирмой понимается предприятие, осуществляющее хозяйственную деятельность в области промышленности, торговли, строительства, транспорта, сельского хозяйства с целью извлечения прибыли.

Каждая фирма присваивает себе определенное фирменное наименование. Под ним она регистрируется в торговом реестре своей страны. Такое наименование может содержать имя и фамилию одного или нескольких владельцев («Форд», «Крайслер», «Довгань»), отражать характер деятельности фирмы («Дженерал моторз»), либо содержать то и другое («Доу кемикл», «Мицубиси моторз»). Наименование фирмы обозначается на бланках фирмы, счетах, печати, вывеске, в товарном знаке, рекламе. Это наименование обязательно должно содержать указание на правовое положение фирмы. Так, в наименовании фирмы, если она – акционерное общество, обязательно должны содержаться слова «акционерное общество».

Выступающие на мировом рынке фирмы различают:

- а) по виду хозяйственной деятельности и характеру совершаемых операций;
- б) по правовому положению,
- в) по характеру собственности;
- г) по принадлежности капитала и контролю.

а) Классификация фирм по виду хозяйственной деятельности и характеру совершаемых операций

По этой классификации различают следующие виды фирм: промышленные, торговые, транспортные, страховые, транспортно-экспедиторские, инжиниринговые, туристские, арендные, рекламные и другие

б) Классификация фирм по правовому положению

Правовое положение фирм в зарубежных странах весьма различно и определяется торговым и гражданским правом каждой страны. Обычно все фирмы, зарегистрированные в торговом реестре данной страны, являются юридическими лицами, то есть выступают в гражданском и торговом обороте в качестве самостоятельного субъекта права.

При заключении сделки с иностранным партнером на мировом рынке чрезвычайно важно знать его правовое положение для того, чтобы установить, кто и в каком размере несет ответственность по обязательствам, принимаемым на себя фирмой, т.е. кто будет оплачивать долги фирмы, если она обанкротится, кто представляет фирму. От правового положения фирмы зависит, кому предоставляется право (полномочие) заключать сделки от имени фирмы. Право это должно быть обязательно оформлено доверенностью. Необходимо знать и пределы этих

полномочий, потому что если сделка подписана представителем фирмы, не имевшим соответствующих полномочий или превысившим свои полномочия, фирма-контрагент ответственности за такую сделку не несет, т.е. может отказаться от выполнения обязательств.

По правовому положению все фирмы в зарубежных странах можно разделить на **единоличные предприятия и объединения предпринимателей**. Последние имеют преобладающее значение.

В большинстве стран континентальной Европы принято следующее деление объединений предпринимателей: **полное товарищество, командитное товарищество, общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество**. Товарищества – это объединения лиц, общества – объединения капиталов.

Акционерное общество представляет собой объединение капиталов, образуемое путем выпуска акций, которые являются документом на предъявителя, котируются на фондовой бирже и могут свободно переходить от одного лица к другому. Ответственность вкладчиков-акционеров по обязательствам общества ограничивается только суммой, уплаченной за акции.

Руководство всей текущей деятельностью акционерного общества и выступление от его имени при заключении сделок поручается, как правило, одному из директоров или нескольким директорам, входящим в правление фирмы. Директора обычно несут ответственность за свои действия, причиненный ущерб фирме всем своим имуществом.

Акционерные общества образуются на основе устава, разработанного учредителями общества и узаконенного правительственными органами. Уставом предусматривается максимальная сумма, именуемая уставным капиталом, на которую могут быть выпущены акции.

Понятию акционерного общества в США соответствует **предпринимательская корпорация** (Corp. Inc) в отличие от публичных и непредпринимательских корпораций, не преследующих целей получения прибыли.

В США нет единого для всех штатов закона, определяющего правовое положение корпораций. Поэтому обычно корпорации образуются по закону того штата, где предусмотрены наиболее льготные условия в части налогов и сборов, взимаемых при создании корпораций.

Общество с ограниченной ответственностью – это форма объединения капиталов. Участники общества несут ответственность по обязательствам общества только своим вкладом и не несут ответственности своим имуществом. Капитал общества подразделяется на доли участия – пай (именные). Об уплате пая участнику общества выдается письменное свидетельство, которое не является ценной бумагой, не может дробиться и быть продано без разрешения общества другому лицу. Пай дает право его владельцу на участие в общих собраниях пайщиков, на получение дивидендов и части имущества компании при ее ликвидации.

Единоличное предприятие является собственностью одного лица или семейства, которое несет ответственность по его обязательствам всем капиталом предприятия и всем своим имуществом. Оно может быть зарегистрировано в торговом реестре как самостоятельное предприятие или как филиал другого предприятия того же предпринимателя.

Все дела предприятия, включая заключение сделок, ведет его собственник или специально уполномоченные на это служащие. Форму единоличных предприятий, как правило, имеют мелкие и средние фирмы.

Важную роль в современных условиях играют **холдинговые компании**, т.е. держательские компании, создаваемые с целью владения контрольными пакетами ценных бумаг, главным образом промышленных фирм.

Система участия, как правило, скрепляется личной или персональной унией. Она получила чрезвычайно широкое распространение.

Фирма, контролирующая деятельность других компаний, обычно называется материнской компанией или головной фирмой. В зависимости от размера капитала, принадлежащего материнской компании, а также правового положения и степени подчинения фирмы, находящиеся в сфере влияния головной компании, можно подразделить на следующие виды: **филиалы, дочерние компании, ассоциированные компании**.

Филиал не пользуется юридической и хозяйственной самостоятельностью. Он не имеет собственного устава, баланса, действует от имени и по поручению материнской компании, имеет обычно одинаковое с ней наименование.

Дочерние компании являются юридически самостоятельными. Заключение сделок и вся документация таких фирм (составление балансов) ведутся отдельно от материнской компании. Они имеют достаточную финансовую базу и имущество. Материнская компания не несет никакой ответственности по обязательствам своих дочерних компаний.

Вместе с тем она осуществляет контроль за деятельностью принадлежащих ей дочерних компаний, который обеспечивается владением контрольных пакетов акций. Он состоит также в определении состава правления, назначении директоров, которые, в свою очередь, обязаны принимать указания от контролирующей фирмы, отчитываться перед ней.

Ассоциированная компания юридически и хозяйственно самостоятельна и не находится под контролем фирмы, владеющей ее акциями. Используя систему участия, крупнейшие фирмы создают сложнейшие многоступенчатые комплексы связанных между собой компаний.

в) Классификация фирм по характеру собственности

По характеру собственности различаются фирмы **частные, государственные, кооперативные**.

Частные фирмы могут существовать либо в виде самостоятельных независимых компаний, либо в составе **монополистических объединений**, осуществляющих контроль над значительной частью производства данной отрасли.

В международной практике сложились определенные типы монополистических объединений, которые различаются в зависимости от целей объединения, характера хозяйственных отношений между их участниками, степени самостоятельности входящих в монополистическое объединение предприятий. Это – **картели, синдикаты, тресты, концерны, пулы, консорциумы, промышленные холдинги, финансовые группы.**

Картель – одна из форм монополии, при которой ее участники, сохраняя производственную и коммерческую самостоятельность, договариваются между собой о ценах, разделе рынка, обмене патентами. Целью образования картеля является получение монопольной прибыли. Картельные соглашения носят закрытый характер. В качестве примера можно назвать Международный электротехнический картель, членами которого являются 55 ведущих электротехнических компаний из 11 стран.

Синдикат – вид монополистического объединения предпринимателей, созданный в целях ограничения конкуренции, повышения цен, увеличения прибыли. Синдикат берет на себя реализацию товаров предприятий, своих членов, лишая их коммерческой самостоятельности. При этом самостоятельность в области производства сохраняется.

Форма синдиката наиболее распространена в отраслях с массовой однородной продукцией: горнодобывающей, металлургической, химической.

Трест – одна из форм монополистических объединений, при которой различные предприятия, ранее принадлежавшие разным предпринимателям, сливаются в единый производственный комплекс, теряя свою юридическую и хозяйственную самостоятельность, подчиняясь единому управлению (головной компании).

Концерн – это объединение самостоятельных предприятий, связанных посредством системы участия, персональных уний, патентно-лицензионных соглашений, финансирования, тесного производственного сотрудничества. Они остаются юридическими лицами, однако их деятельность подчинена и полностью контролируется головной компанией.

Концерн обычно является объединением производственного характера, в который входят предприятия разных отраслей.

Пул – это форма объединения предприятий. Особенностью пула является то, что прибыль от деятельности предприятий поступает в общий фонд и распределяется между его участниками согласно заранее установленной пропорции.

Консорциум – это временный хозяйственный союз независимых фирм или организаций, целью которого могут быть разные виды их скоординированной предпринимательской деятельности. В междуна-

родной торговле они чаще всего создаются для совместной борьбы за получение заказов и для их совместного исполнения.

Организация консорциума оформляется соглашением. Координирует действия участников лидер консорциума, получающий за это отчисления от других его членов. Консорциум всегда несет солидарную ответственность перед заказчиком.

Консорциумы создаются для проведения крупных операций (например крупного промышленного строительства).

Широкое распространение в современных условиях получило создание **холдингов**, которые сами не занимаются производственной деятельностью, а только осуществляют контроль за деятельностью входящих в них предприятий путем системы участия. Компании, входящие в холдинг, обладают юридической и хозяйственной самостоятельностью и заключают международные коммерческие сделки от своего имени. Однако решения основных вопросов, относящихся к их деятельности, принадлежит холдинговой компании.

Финансовая группа объединяет юридически и хозяйственно самостоятельные предприятия различных отраслей хозяйства – промышленные, торговые, транспортные, кредитные и т.д. В отличие от концерна во главе финансовой группы стоит один или несколько банков, которые распоряжаются денежным капиталом входящих в нее компаний, а также координируют все сферы их деятельности. По сравнению с другими видами объединений финансовая группа отличается меньшей степенью организационной оформленности.

Каждая фирма, входящая в финансовую группу, выступает самостоятельно в международных торговых сделках. Однако головная компания, составляющая ядро финансовой группы, превращается в своего рода центр по принятию наиболее важных решений, касающихся их хозяйственной деятельности.

Наряду с монополистическими объединениями, господствующими в хозяйстве промышленно развитых стран, в любой из них в разных отраслях действуют тысячи мелких и средних предприятий, имеющих форму **частных независимых компаний**. При этом мелкие и средние предприятия, с одной стороны, имеют относительно обеспеченный сбыт своей продукции, с другой – вся их судьба целиком зависит от состояния дел фирмы, к которой полностью приспособлен их производственный профиль.

Государственные фирмы выступают наряду с частными фирмами контрагентами на мировом рынке. Их правовой формой является форма акционерных обществ или обществ с ограниченной ответственностью.

Под государственными предприятиями понимаются как чисто государственные, так и смешанные или полугосударственные. В чисто государственных весь акционерный капитал принадлежит государству.

В смешанных государственно-частных компаниях государство в лице какого-либо министерства или держательской компании может владеть значительной частью пакета акций (более 50%), и тогда оно, как правило, осуществляет контроль за их деятельностью.

Государственные торговые фирмы, осуществляющие только экспортно-импортные операции, имеют довольно большое значение в международной торговле, т.к. в некоторых странах импорт и экспорт некоторых товаров являются государственной монополией. Это значит, что все сделки по купле-продаже этих товаров на внешнем рынке могут совершаться либо государственными организациями и компаниями, либо отдельными частными фирмами и организациями, получившими на это право от государства, либо смешанными компаниями, в которых участвует государство.

Кооперативные фирмы (союзы) в зарубежных странах представляют собой паевые объединения потребителей, фермеров или мелких производителей для осуществления хозяйственной деятельности, преследующей коммерческие цели.

г) Классификация фирм по принадлежности капитала и контролю

По этой классификации различают следующие виды фирм: **национальные, иностранные и совместные.**

Национальными называют фирмы, капитал которых принадлежит предпринимателям своей страны. Национальная принадлежность определяется также местоположением и регистрацией основного общества.

Иностранными называются фирмы, капитал которых принадлежит иностранным предпринимателям полностью или в определенной части, обеспечивающим им контроль. Иностранные фирмы создаются в форме филиалов дочерних и ассоциированных компаний заграничных головных фирм и регистрируются в стране местонахождения.

Организация и деятельность иностранных компаний в стране местонахождения определяется законодательством каждой страны, которая устанавливает порядок регистрации компаний, их правовое положение, размер налогообложения, порядок перевода прибылей, предел владения акциями иностранцами, подчинение трудовому законодательству данной страны

Совместными по капиталу называются фирмы, капитал которых принадлежит предпринимателям двух или нескольких стран.

Регистрация такой фирмы осуществляется в стране одного из учредителей на основе действующего в ней законодательства, что определяет местонахождение ее штаб-квартиры. Смешанные фирмы – это одна из разновидностей международного переплетения капиталов.

Вклад зарубежного участника в уставный фонд СП, как правило, делается в виде машин, оборудования, лицензий и т.д. и оценивается

как в российской, так и в иностранной валюте с пересчетом последней в рубли по официальному курсу Центробанка на день подписания договора о создании совместного предприятия.

Вклад российского участника оценивается в том же порядке, что и зарубежного, и он, как правило, предоставляет в уставный фонд совместного предприятия землю, природные ресурсы, здания и сооружения.

При этом стоимость материальных и интеллектуальных ценностей обеих сторон определяется по договорным ценам с учетом уровня цен мирового рынка. Если таковые отсутствуют, то стоимость вносимого имущества и ценностей устанавливается по согласованию сторон.

СП имеют самостоятельный баланс, они функционируют на основе коммерческого расчета, самокупаемости и самофинансирования. Эти предприятия самостоятельно разрабатывают и осуществляют перспективные программы производственной и иной хозяйственной деятельности, а также организуют эффективный сбыт своей товарной продукции.

Анализ относительно короткого исторического пути развития совместного предпринимательства в России выявил и позволил сгруппировать мотивы и экономические интересы партнеров в организации и деятельности совместных предприятий.

Интересы иностранных партнеров, по нашему мнению, в настоящее время заключаются в следующем:

1) стремление пока что закрепиться (а в дальнейшем при благоприятных обстоятельствах освоиться и расширяться) на новом огромном внутреннем рынке России и стран СНГ;

2) использование отсутствия существенных барьеров для вступления в российский рынок;

2) произвести сокращение издержек производства (сокращение капитальных затрат и снижение риска при создании новых мощностей);

3) осуществить приток экономических ресурсов (приобретение новых источников сырья и обновление производственной базы);

4) использовать богатые и относительно дешевые природные ресурсы, следуя при этом четко просматриваемой стратегии сохранения сырьевого статуса экспортного потенциала во избежание утверждения и укрепления России на мировых рынках высокотехнической продукции как опасного конкурента;

5) стремление использовать дешевую, хотя и неподготовленную к интенсивному и квалифицированному труду рабочую силу;

6) удовлетворить интерес к использованию достижений науки в Российской Федерации,

7) использовать возможности более длительного применения устаревших на Западе еще работоспособных технологий и оборудования;

8) использовать в коммерческих интересах практическое отсутствие природоохранного законодательства и экологическую беспечность

российского общества, которые позволяют предпринимателям экономить до 20 % своего основного капитала и при прочих равных условиях снижать себестоимость товарной продукции практически на 5–10 %.

Интересы российской стороны в развитии совместного предпринимательства как страны, предоставляющей свои ресурсы и устанавливающей в порядке государственного регулирования «правила игры», очевидны.

Российское общество заинтересовано:

1) в повышении конкурентоспособности российских товарных продуктов на национальном и международном рынке;

2) в расширении рабочих мест и ликвидации безработицы;

3) в поступлении доходов от деятельности СП в центральные бюджеты, в бюджеты республик и местных органов власти в форме налогов и платы за использование ресурсов (и прежде всего земли);

4) в интеграции экономических интересов российских участников совместных предприятий в общественные интересы государства;

5) развитие национальной экспортной базы и сокращение нерационального импорта;

6) привлечение дополнительных потенциальных финансовых и материальных ресурсов.

Обычно при создании совместных предприятий российские предприниматели преследуют свои определенные цели:

1) повышение конкурентоспособности производимого продукта на рынке, в отрасли в целом;

2) увеличение доли экспортной товарной продукции, закрепление своего участия на международных рынках;

3) привлечение недостающих финансовых, материальных и интеллектуальных ресурсов;

4) эффективное использование передовой зарубежной техники и технологии, включая локальные и глобальные сетевые информационные технологии, средства мобильных коммуникаций;

5) использование торговой марки и имиджа иностранного партнера для укрепления деловых связей, улучшения процессов сбыта и повышения конкурентоспособности;

6) приобретение практического опыта в сфере руководства кадрами, производственным процессом, маркетингом, рекламной деятельностью, электронной коммерции и бизнес-интернета, логистики и т.д.

7) улучшение материально-технического обеспечения за счет получения от зарубежного партнера не изготавливаемых ими дефицитных материалов, комплектующих узлов и деталей («отверточное производство»);

8) разделение коммерческого риска с иностранным партнером в случае финансового краха.

2. Союзы предпринимателей и их виды

Союзы предпринимателей отличаются от фирм тем, что целью их деятельности является не получение прибыли, а представление интересов входящих в них групп предпринимателей в правительственных органах и оказание содействия частным предпринимателям в расширении их экспорта.

Такие союзы создаются в форме ассоциаций, федераций, советов и т.д. В зависимости от характера объединения различают союзы отраслевые и союзы по роду деятельности. Последние – это ассоциации промышленных, торговых, туристических и прочих фирм.

Формально союзы предпринимателей не преследуют цели воздействовать на рынок и цены. Однако на деле выполняют функции картелей, в ряде случаев не только диктуя и разделяя сферы влияния, но и вмешиваясь в вопросы производства путем установления квот участников союзов. Некоторые ассоциации разрабатывают обязательные для своих членов формы типовых контрактов

3. Государственные органы и организации

Государственные органы (министерства и ведомства) и организации относятся к третьей категории контрагентов, выступающих на мировом рынке. В отличие от государственных фирм они, как правило, не преследуют коммерческих целей.

На мировом рынке в коммерческих операциях принимают участие только те министерства и ведомства, которым выдано на это специальное разрешение правительства. Наибольшее число таких государственных организаций, которые пользуются этим правом, находятся в развивающихся странах, вставших на путь независимого развития.

4. Международные организации системы ООН

Международные организации системы ООН выступают в качестве довольно крупных покупателей товаров и услуг на мировом рынке. К ним относятся 36 организаций ООН, осуществляющих закупки оборудования и услуг. Назовем некоторые из них. Это – ВТО (бывшее ГАТТ), ЮНИСЭФ (Детский фонд), ФАО, ПРООН (программа развития ООН), ЮНИДО (организация ООН по промышленному развитию).

В большинстве случаев непосредственными исполнителями технических проектов выступают другие специализированные организации системы ООН: ЮНИДО, ЮНКТАД, ЮНЭП, ЮНЭСКО, ФАО, МОТ. Эти организации выполняют проекты на основе субподрядов, т.е. коммерческих контрактов, заключаемых со специализированными инженеринговыми фирмами на весь комплекс услуг, предоставляемых при строительстве объектов «под ключ».

5. Российские и иностранные участники международной коммерческой деятельности

С началом процесса либерализации внешнеэкономической деятельности возникла насущная необходимость в разграничении субъектов рыночных отношений на резидентов и нерезидентов. В соответствии с законодательством РФ под категорию **резидентов** подпадают следующие субъекты внешнеэкономических связей:

- физические лица, имеющие постоянное местожительство в РФ, в том числе временно находящиеся за пределами РФ;
- юридические лица, созданные в соответствии с законодательством РФ, с местонахождением в РФ;
- предприятия и организации, не являющиеся юридическими лицами, созданные в соответствии с законодательством РФ, с местонахождением в РФ;
- дипломатические и иные официальные представительства РФ, находящиеся за пределами РФ;
- находящиеся за пределами РФ филиалы и представительства резидентов, указанных выше.

К числу **нерезидентов** относятся следующие субъекты внешнеэкономических связей:

- физические лица, имеющие постоянное местожительство за пределами РФ, в том числе временно находящиеся в РФ;
- юридические лица, созданные в соответствии с законодательством иностранных государств, с местонахождением за пределами РФ;
- предприятия и организации, не являющиеся юридическими лицами, созданные в соответствии с законодательством иностранных государств, с местонахождением за пределами РФ;
- находящиеся в РФ иностранные дипломатические и иные официальные представительства, а также международные организации, их филиалы и представительства;
- находящиеся в РФ филиалы и представительства нерезидентов, указанных выше.

И резиденты, и нерезиденты осуществляют в процессе внешней торговли экспортные и импортные операции. При этом источником спроса на иностранную валюту является импорт, источником ее поступления на национальный внутренний рынок – экспорт. Когда экспорт превышает импорт, образуется положительное внешнеэкономическое сальдо текущего баланса страны, сопровождающееся увеличением предложения иностранной валюты с последующим понижением стоимости последней.

Увеличение объема импорта ведет к увеличению спроса на соответствующую иностранную валюту и способствует повышению ее курса.

Указанные рыночные процессы происходят без государственного регулирования.

Для законного осуществления, внешнеэкономической деятельности резидентам и нерезидентам необходимо получить соответствующий сертификат.

Сертификаты регистрации контрактов выдаются уполномоченными Минторга РФ – департаментом, занимающимся внешнеэкономическими связями в регионах по месту регистрации экспортера.

Что касается сертификации импортной продукции, то она производится до ее поставки на территорию РФ. В соответствии с п. 5 ст. 5 Закона РФ «О защите прав потребителей», введенным в действие с 1 мая 1992 года, все реализуемые на территории РФ товары, в том числе и импортные, на которые в законодательных актах или стандартах установлены требования, направленные на обеспечение жизни и здоровья потребителей, охрану окружающей среды и предотвращение вреда имуществу потребителей, подлежат обязательной сертификации на соответствие установленным требованиям.

Без сертификации соответствия их реализация на территории РФ запрещается.

Уполномоченным органом по проведению сертификации на территории РФ является Госстандарт РФ, который и утверждает перечни продукции, подлежащей обязательной сертификации. К признаваемым в РФ документам по сертификации импортной продукции, независимо от того, производится ли эта операция резидентами либо нерезидентами, относятся документы, выданные:

- расположенным в РФ либо за рубежом органом по сертификации, аккредитованным в международной системе сертификации, к которой присоединилась РФ;

- органом по сертификации, аккредитованным по правилам и процедурам, принятым в странах-членах Межгосударственного соглашения по стандартизации, метрологии и сертификации.

Оформление сертификатов соответствия, действующих на территории РФ, производится:

- расположенными в РФ или за рубежом органами по сертификации, аккредитованными Госстандартом РФ в Системе сертификации ГОСТа РФ;

- расположенными за рубежом органами по сертификации, аккредитованными в зарубежной национальной системе сертификации и прошедшие проверку Госстандартом РФ на основе двустороннего соглашения с национальными органами по сертификации.

Сертификация товаров резидентов и нерезидентов производится на основании протоколов испытаний, полученных в расположенных в РФ или за рубежом испытательных лабораториях, которые аккредитованы:

- в международной системе сертификации, к которой присоединилась РФ;
- в стране-участнице Межгосударственного соглашения по стандартизации, метрологии и сертификации по согласованным правилам и процедурам;
- в зарубежной национальной системе сертификации с последующей проверкой Госстандарта РФ на основе двусторонних соглашений с национальным органом по сертификации;
- Госстандартом РФ в системе сертификации ГОСТа РФ.

Вопросы и задания

1. Фирмы в мировой практике. Какие сведения вносятся в реестр фирмы?
2. Как различаются фирмы по виду хозяйственной деятельности и по характеру совершаемых операций?
3. Как классифицируются фирмы по правовому положению? Охарактеризуйте такие объединения предпринимателей, как полное товарищество, коммандитное товарищество, общество с ограниченной ответственностью, акционерное общество.
4. Дайте характеристику холдинговой компании.
5. В чём состоят отличия филиалов, дочерних компаний, ассоциированных компаний?
6. Как классифицируются фирмы по характеру собственности? Охарактеризуйте их.
7. Назовите характерные особенности картелей, синдикатов, трестов, концернов, пулов, консорциумов, промышленных холдингов, финансовых групп.
8. Как классифицируются фирмы по принадлежности капитала и контролю?
9. Охарактеризуйте союзы предпринимателей и их виды.
10. Принимают ли участие в международных коммерческих сделках государственные органы и организации?
11. Какие вы знаете международные органы и организации системы ООН?
12. С какой целью произошло разграничение субъектов рыночных отношений на резидентов и нерезидентов?

ТЕСТ

1. Чем отличаются союзы предпринимателей от фирм?

- A) Союзы предпринимателей больше фирм.
- B) Союзы предпринимателей получают больше прибыли, чем фирмы.
- B) Союзы предпринимателей меньше фирм.

- Г) Союзы предпринимателей представляют интересы групп предпринимателей, входящих в них.
- Д) Союзы предпринимателей создаются для блокировки рынка.

2. По характеру собственности различаются фирмы:

- А) Частные, кооперативные, ООО.
- Б) Частные, кооперативные, ОАО.
- В) Частные, кооперативные, торговые.
- Г) Частные, кооперативные, государственные.
- Д) Частные, кооперативные, государственные, совместные.
- Е) Частные, кооперативные, национальные.

3. Какая цель ставится при образовании картелей:

- А) Получение монопольной прибыли.
- Б) Обмен идеями и новациями среди участников картеля.
- В) Ограничение конкуренции.
- Г) Повышение цен.
- Д) Повышение нормы прибыли.

4. Какие монопольные объединения обладают самостоятельностью только в области производства:

- А) Картели.
- Б) Синдикаты.
- В) Тресты.
- Г) Концерны.
- Д) Пулы.
- Е) ФПГ.

5. Организация, контролирующая финансовый капитал, во много раз превышающий её собственный, называется:

- А) Трест.
- Б) Холдинг.
- В) Концерн.
- Г) Конгломерат.

6. Предприятия какой организационно-правовой формы обязаны публиковать информацию о результатах своей деятельности:

- А) Производственный кооператив.
- Б) Общество с ограниченной ответственностью.
- В) Акционерное общество.

7. Участники акционерных обществ отвечают по обязательствам АО перед его кредиторами:

- А) Своим личным имуществом.
- Б) Суммой, уплаченной за акции.
- В) Имуществом АО.

8. Отсутствие чётко выраженной доминирующей продукции присуще:

- А) Холдингу.
- Б) Конгломерату.
- В) Концерну.
- Г) Картелю.

9. В каком объединении прибыль от деятельности предприятий распределяется между его участниками согласно заранее установленной пропорции:

- А) Картель.
- Б) Трест.
- В) Концерн.
- Г) Синдикат.
- Д) Консорциум.
- Е) Пул.

10. Организация, более 50% капитала которой составляют ценные бумаги, называется:

- А) Смешанный концерн.
- Б) Финансовый конгломерат.
- В) Финансовый холдинг.
- Г) Смешанный альянс.

11. Несёт ли материнская компания ответственность по обязательствам своих дочерних предприятий, осуществляя контроль над ними:

- А) Несёт.
- Б) Не несёт.
- В) Несёт частично.

12. Какие из нижеперечисленных юридических лиц являются формой объединения капитала:

- А) ОАО.
- Б) Полное товарищество.
- В) ЗАО.
- Г) Коммандитное товарищество.
- Д) ООО.

13. Какое право даёт пай участнику ООО:

- А) Получение дивидендов.
- Б) Получение кредита.
- В) Получение части имущества компании при её ликвидации.
- Г) Право на отдых в санатории.
- Д) Право на получение дополнительных льгот.

Тема 4. Оценка и выбор иностранного партнёра. Выход на внешний рынок

1. Факторы, влияющие на выбор стран и фирм для сотрудничества.
2. Оценка и выбор потенциального иностранного партнёра.
3. Формы выхода на внешний рынок.
4. Способы установления контактов экспортёра с потенциальным партнёром.
5. Способы установления контактов импортёра с потенциальным партнёром.
6. Способы заключения контракта (договора).

1. Факторы, влияющие на выбор стран и фирм для сотрудничества

Основной задачей как экспортёра, так и импортёра на исходном этапе выхода на внешний рынок является поиск и выбор контрагента.

При выборе контрагента возникают два вопроса: на каком рынке (т.е. в какой стране) лучше продать или купить товар, а также с каким иностранным покупателем или поставщиком лучше заключить сделку.

Для принятия решения о международной коммерческой деятельности и ее основных направлениях решающим является сравнительный анализ уровней хозяйственного развития потенциальных партнеров, а также изучение политико-экономических и национально-культурных особенностей этих стран.

По уровню хозяйственного развития различают:

- 1) страны с современной промышленностью и развитыми рыночными отношениями;
- 2) страны с современным сельскохозяйственным производством и рыночной экономикой, развивающие свою промышленность;
- 3) страны, находящиеся на пути к развитым рыночным отношениям;
- 4) богатые страны с неразвитой промышленностью, живущие за счет экспорта сырья;
- 5) бедные страны, обладающие богатыми сырьевыми и трудовыми ресурсами и находящиеся на начальном этапе экономического развития.

Это деление весьма условно, однако оно даёт возможность наметить пары возможных партнеров по коммерции в определенных сферах международного обмена.

Политико-экономическую ситуацию в государствах – *потенциальных партнерах* по коммерции характеризуют следующие признаки:

– политическая устойчивость в стране; наибольшей политической устойчивостью сегодня обладают страны, где традиционно существуют развитые рыночные отношения и тесно связанные с ними гражданское общество и демократические свободы;

– уровень жизни населения, связанный, в первую очередь, с семейными доходами;

– «экспортно-импортный климат», складывающийся из отношения населения и властей к вывозу товаров за рубеж и к продукции иностранного происхождения;

– валютная политика государства; отсутствие или ограничения на свободную конвертацию валюты резко отрицательно сказываются на состоянии и развитии международной коммерческой деятельности;

– экономическая политика государства; большую роль в развитии международной коммерции играют государственная поддержка и льготы участникам этой деятельности, их правовая защищенность и государственные гарантии соблюдения международных законов и безопасности.

Национально-культурные особенности стран проявляются в существующем там отношении к предлагаемым товарам и услугам. Эти отношения формируются под влиянием национальных традиций, религиозных запретов, предрассудков и суеверий. Незнание национальных особенностей является весьма серьезным препятствием для успешной коммерции.

При выборе рынка следует учитывать следующие *обстоятельства*:

– проблемы внедрения на рынок и связанные с этим издержки;

– объем возможных поставок и продаж;

– тенденции и перспективы развития для наращивания бизнеса;

– присутствие на рынке конкурентоспособных товаров;

– риск, связанный с неопределенностью ситуации и дефицитом информации;

– ограничения, обусловленные национальными особенностями потребителей;

– языковая и культурная близость партнеров по коммерции.

Вот несколько факторов, которые учитывают маркетологи компании «Форд» при оценке экономического климата и выборе рынка и потенциального партнера:

1. Ёмкость рынка.

Фирме приходится прогнозировать ожидаемые объёмы продаж. Такие показатели, как ВВП, доход на душу населения, темпы экономического роста, доля среднего класса в населении, уровень индустриализации являются индикаторами ёмкости и перспектив развития рынка.

2. Простота ведения бизнеса и совместимость.

(Подобие по признакам географического расположения, языка и характера рынка).

Для всех компаний наиболее привлекательны страны:

- находящиеся по соседству;

- схожие по языку;

- имеющие большую численность населения и высокий уровень душевого дохода.

3. Бюрократизм.

Под ним понимаются такие аспекты, как:

- трудности получения разрешений на привлечение работников из своей страны;
- возможности получения лицензий на сбыт или производство конкретных товаров;
- выполнение требований государственных органов в таких вопросах, как налогообложение, условия труда, охрана окружающей среды.

Уровень бюрократизма прямо измерить невозможно, поэтому фирмы обычно обращаются к людям, которые знакомы с условиями деятельности во многих странах и способны определить этот уровень как высокий, средний или низкий.

4. Соответствие возможностям и политике компании.

Решение принимается проще всего, когда выбранное для сбыта или производства место:

- имеет размер, технологию и другие параметры, знакомые персоналу компании;
- обеспечивает высокий процент участия в собственности;
- позволяет репатриировать прибыли.

5. Издержки и доступность ресурсов.

Издержки и особенно расходы на заработную плату являются важными факторами при выборе иностранного партнёра по сбыту или производству.

2. Оценка и выбор потенциального иностранного партнёра

Выбор иностранного партнера включает следующие основные мероприятия:

1) выявление «общего круга» инофирм — потенциальных партнеров (в том числе и СП) из числа тех, которые занимают ведущее положение в данной отрасли и являются основными поставщиками продукции на мировой рынок;

2) анализ показателей финансового положения и хозяйственной деятельности фирм, выбор потенциальных партнеров и рассылка им официального запроса с предложением об участии во внешнеторговой сделке;

3) проведение сравнительной технико-экономической оценки, полученной в результате запроса, предложения, и окончательный выбор потенциального партнера.

Важными источниками получения необходимой коммерческой и финансовой информации о потенциальных зарубежных партнерах являются:

- банковская или коммерческая отсылка;
- балансовый отчет (balance sheet);

- отчеты о прибылях и убытках (income statement);
- отчет об изменениях в финансовом состоянии;
- отчет об источниках и использовании основных и оборотных фондов.

3. Формы выхода на внешний рынок

К формам выхода на внешний рынок относятся:

- 1) экспорт;
- 2) лицензионные операции (франчайзинг);
- 3) совместное предприятие;
- 4) прямые иностранные инвестиции.

Экспорт. Наиболее простой и распространенной формой выхода на внешний рынок является экспорт товаров. Экспорт требует наименьших затрат ресурсов, потому что все маркетинговые функции в основном ложатся на плечи посредников.

Экспорт может быть активным или пассивным. При пассивном экспорте предприятие время от времени производит экспорт своих товаров, чаще всего в результате особых заказов со стороны иностранных клиентов.

Активный экспорт является следствием стратегического решения предприятия выйти на внешние рынки.

Предприятие может осуществлять экспорт с использованием специализированных посредников или напрямую при помощи иностранных оптовиков и торговцев.

При экспорте с использованием посредников предприятие минимизирует свои усилия, направленные на продвижение товаров на внешние рынки, поэтому этот способ особенно полезен фирмам, которые только начинают осваивать сферу международной торговли. В данном случае предприятие ведет дела с посредником, который находится на внутреннем рынке.

Основным преимуществом такого вида экспорта является то, что предприятие может избежать всех сложностей, связанных с доставкой товаров за границу, тарифами, иностранными законодательными актами и другими подобными проблемами – все эти обязанности перекладываются на посредника. К тому же риск для предприятия при этом минимален и не требует значительных инвестиций. Наконец, такой экспорт открывает для предприятия широкие возможности ухода с рынка, если прибыли не оправдывают ожиданий или ситуация на рынке становится неблагоприятной.

Среди недостатков можно отметить практически полную потерю контроля над ценами и доставкой товара на внешний рынок.

Несмотря на все преимущества экспорта с использованием специализированных посредников, некоторые предприятия решают экспорти-

ровать свои товары напрямую посредникам, находящимся на внешнем рынке. Выгодным отличием этого вида экспорта является повышение контроля предприятия над товарами, вывезенными на внешний рынок. К недостаткам можно отнести дополнительные затраты, возникающие в данном случае.

Прямой экспорт может осуществляться несколькими способами:

1. Организация отдела по экспортным операциям внутри предприятия. В обязанности этого отдела должно входить создание необходимых каналов сбыта для доставки товаров на разные внешние рынки, поиск посредников на внешних рынках и переговоры с ними, планирование и осуществление транспортировки товаров и ведение всей связанной с этим документации.

2. Создание торгового представительства в стране сбыта. Предприятия, которые хотят уделить больше внимания экспортной деятельности, могут создать свои торговые представительства в каждой стране, в которую они осуществляют экспорт товаров. Это позволяет предприятию иметь значительный контроль над решениями в области маркетинга и в то же время ориентироваться на требования местного рынка. В обязанности торгового представительства может входить также складская деятельность и продвижение товаров.

3. Торговые представители. Предприятие может создать штат торговых представителей, которых оно посылает для заключения экспортных контрактов и осуществления продаж на внешних рынках.

4. Использование иностранных оптовых торговцев. В этом случае возможны два варианта: использование иностранного торгового агента или же иностранного дистрибьютора.

Торговый агент – это независимый торговый представитель, который продвигает и продаёт товары предприятия. Такой агент получает комиссионные от сделки. Транспортировка и расходы на осуществление сделки оплачиваются при этом продавцом или покупателем.

Иностранный дистрибьютор, в свою очередь, покупает товары напрямую у предприятия-экспортера и сам устанавливает ценовую стратегию, стратегию продвижения и принимает все остальные решения в области маркетинга за исключением тех, которые запрещены контрактом.

5. Прямая продажа. Этот вид экспорта используется реже всего. В данном случае предприятие продает свои товары напрямую иностранным розничным торговцам или конечным потребителям.

Обычно прямая продажа используется только в сделках, связанных со специализированными дорожными товарами, продаваемыми иностранным правительством или крупным компаниям.

Лицензионные операции (Франчайзинг). Франчайзинг, как и экспорт, – это довольно простой и эффективный способ выхода на внешние рынки. В данном случае предприятие (франчайзер) дает право исполь-

зовать свою производственную технологию, торговую марку и патент другому предприятию (франчайзи), находящемуся на территории иностранного государства. Помимо этого, франчайзер обеспечивает техническую поддержку, помощь в организации маркетинговой деятельности и в ряде случаев обучение персонала. В ответ франчайзер получает плату. Причиной использования системы франчайзинга является возможность выйти на внешние рынки с минимальным риском и минимальными затратами.

Можно отметить ряд преимуществ франчайзинга перед экспортом. Франчайзинг предоставляет более широкие возможности контроля над сбытом товаров и требует небольших капитальных затрат. Так же, как и экспорт, франчайзинг менее рискован, чем прямые иностранные инвестиции, так как дает больше гибкости при уходе с рынка в случае отсутствия прибыли.

Однако в сравнении с прямыми иностранными инвестициями франчайзинг, конечно, дает меньше контроля. Если франчайзи не выполняет условия контракта, то все, что может сделать франчайзер – это угрожать расторгнуть соглашение. Наконец, если франчайзер решает разорвать контракт, он не только может потерять контроль, но и создать сильного конкурента на внешнем рынке, что затруднит его самостоятельный сбыт на этом рынке.

Совместное предприятие. В отличие от двух предыдущих форм решение создать совместное предприятие с иностранной компанией напрямую вовлекает предприятие в процесс управления деятельностью на внешнем рынке. Обычно при создании совместного предприятия обе компании имеют право контроля и управления. Совместное предприятие может быть создано двумя способами:

во-первых, предприятие может сделать инвестиции в уже существующее иностранное предприятие;

во-вторых, два предприятия могут объединиться вместе, чтобы создать новое совместное предприятие.

Существует несколько причин для организации совместных предприятий. Самая очевидная причина – это повышение контроля над производством и сбытом товаров на внешнем рынке. Предприятие может также принять такое решение, чтобы использовать специальные знания или доступ к каналам сбыта, которыми обладает иностранный партнер. Иногда совместное предприятие организуется, когда правительство запрещает самостоятельный вход иностранных предприятий на местный рынок. Помимо этого, предприятие может не обладать достаточными финансовыми ресурсами, знаниями и персоналом, чтобы выйти на внешний рынок без помощи создания совместного предприятия с иностранной компанией.

Тем не менее этот способ выхода на внешние рынки имеет ряд недостатков. Во-первых, в данном случае риск значительно выше, чем при первых двух способах. Разногласия с иностранным партнером или ограничения, накладываемые иностранным правительством, могут помешать предприятию получить соответствующую отдачу от своих инвестиций. Подобные разногласия часто заставляют предприятие идти на компромиссы. Кроме того, создание совместных предприятий может помешать крупному предприятию проводить единую глобальную маркетинговую и сбытовую политику на всех рынках сбыта.

Прямые иностранные инвестиции. Прямые иностранные инвестиции дают самый высокий уровень контроля, который предприятие может иметь при выходе на внешний рынок. Вместо того, чтобы пользоваться услугами посредника или заключать соглашение с иностранным партнером по поводу совместного предприятия, компания может взять на себя все обязанности по деятельности на внешнем рынке.

Возможны два метода прямых иностранных инвестиций.

Во-первых, предприятие может создать новую компанию на внешнем рынке. Этот метод требует наибольших затрат, потому что предприятие должно создать новые контакты и каналы сбыта, выбрать место для новой компании, нанять работников, приобрести оборудование.

Во-вторых, предприятие может приобрести уже существующую иностранную компанию. В данном случае предприятие только должно внести необходимые изменения в организационную структуру иностранной компании.

Прямые иностранные инвестиции обладают рядом преимуществ по сравнению с другими способами выхода на внешние рынки. Предприятие может полностью определять маркетинговую и сбытовую политику, что может быть особенно необходимо для крупных компаний, которые стремятся проводить единую политику на всех своих рынках. Это дает возможность более эффективной ценовой конкуренции, так как если товары производятся в стране сбыта, то не надо нести транспортных издержек, а также затрат, связанных с тарифами. К тому же предприятие может получить экономию от использования более дешевых ресурсов. Помимо этого иностранное правительство может поощрять прямые инвестиции, создавая особые условия для таких предприятий. Наконец, предприятие получает прямой контакт со своими клиентами на иностранном рынке и значит может полнее удовлетворять их требования, что повышает его конкурентоспособность.

Несмотря на все перечисленные преимущества прямых иностранных инвестиций, существуют и недостатки. При прямых иностранных инвестициях очень велик риск, связанный с девальвацией иностранной валюты, политической нестабильностью, спадом на рынке и возможной национализацией имущества. Из-за крупных финансовых инвестиций в

иностранный рынок гибкость политики предприятия в отношении этого рынка снижается. При решении покинуть иностранный рынок предприятие может не только потерять значительные ресурсы, вложенные в него, но и нанести урон своей репутации. К тому же иностранное правительство может налагать ограничения, препятствующие проведению политики компании в отношении своих товаров или их сбыта.

4. Способы установления контактов экспортёра с потенциальным партнёром

Для установления контактов с потенциальным партнером продавец, используя прямые связи, может:

1. Направить предложение (оферту) непосредственно одному или нескольким потенциальным покупателям.

Оферта содержит все основные условия предстоящей сделки: наименование товара, его количество, качество, цену, условия и срок поставки, условия платежа, характер тары и упаковки, порядок приемки-сдачи и др. В международной торговой практике различают **твердую и свободную** оферты.

Твердая оферта – это письменное предложение экспортера на продажу определенной партии товара, посланное оферентом одному возможному покупателю, с указанием срока, в течение которого экспортер является связанным своим предложением и не может сделать аналогичное предложение другому покупателю. Неполучение ответа от потенциального импортера в течение установленного в оферте срока равносильно отказу последнего от заключения сделки на предложенных условиях и освобождает экспортера от сделанного им предложения.

Если покупатель в пределах срока действия твердого предложения направляет продавцу свое полное согласие с предложенными условиями, т.е. дает безоговорочный акцепт, то договор, в соответствии со ст. 433 ГК РФ, считается заключенным.

Договор может состоять из двух документов – оферты и акцепта. В дальнейшем стороны могут составить и подписать единый документ, называемый контрактом, в котором будут оговорены дополнительные условия, например, ответственность сторон, взаимные санкции за ненадлежащее выполнение обязательств, форс-мажорные обстоятельства, порядок рассмотрения споров и т.д. Однако любые дополнительные условия без взаимного согласия сторон не могут изменить условий заключенного договора, т.е. условий оферты и акцепта.

Твердые предложения продавца должны содержать основные условия будущего договора, такие как наименование и основные характеристики товара, количество, цена единицы измерения товара с указанием базисных условий поставки, срок поставки, условия платежа, срок действия предложения.

Свободная оферта – это предложение на одну и ту же партию товара нескольким возможным покупателям. В ней не устанавливается срок для ответа, поэтому oferent не связан своим предложением. Согласие покупателя с условиями, изложенными в свободной оферте, подтверждается его твердой контрофертой.

2. Принять и подтвердить заказ покупателя.

Подтверждение заказа – это коммерческий документ, представляющий собой сообщение экспортера о принятии условия заказа без оговорок.

3. Послать покупателю предложение в ответ на его запрос с указанием конкретных условий будущего контракта.

4. Принять участие в торгах, выставках и ярмарках.

5. Отправить возможному покупателю коммерческое письмо с информацией о намерениях вступить в переговоры по поводу заключения конкретной сделки.

5. Способы установления контактов импортера с потенциальным партнером

В том случае, если инициатива заключения сделки исходит от импортера, он может использовать следующие способы установления контактов с потенциальным экспортером:

1. Направление запроса производителю интересующих его товаров.

Запрос – это документ, выдаваемый стороной, заинтересованной в покупке указанных в нем товаров, уточняющий некоторые желательные условия, касающиеся поставки и т.д., и адресованный будущему поставщику (экспортеру) с целью получения предложения.

Одной из главных целей запросов является получение от экспортных фирм конкурентных предложений. При этом важно, чтобы запросы направлялись действительно конкурирующим фирмам. Цена на запрашиваемый товар в запросе не указывается, ее просят указать в предложении. В предложении обычно просят назвать меньшее количество товара, с тем чтобы при переговорах получать скидку на количество. В запросе указывается также наименование нужного товара, его качество, сорт.

В запросе также может быть сказано, до какой даты покупатель будет ждать предложение.

Переговоры по согласованию условий рекомендуется вести с 2–3 фирмами, приславшими лучшие условия. Только конкуренция между ними позволяет получить оптимальные условия.

2. Направление потенциальному или уже известному продавцу заказа.

Заказом принято называть коммерческий документ, в котором покупатель подробно указывает все необходимые условия для изготовления или подготовки заказываемого товара, а также все существенные элементы, необходимые для заключения внешнеторговой сделки.

Если экспортер согласен с условиями заказа и прилагаемой к нему спецификацией, он подтверждает заказ и сделка считается заключенной.

3. Объявление торгов.

4. Направление потенциальному экспортеру коммерческого письма о намерениях вступить в переговоры в ответ на его рекламу, информацию или предложение.

6. Способы подписания контракта (договора)

После согласования всех условий предстоящей сделки заключается контракт (договор). Для этого используются различные способы:

1. Подписание контракта участвующими в нем контрагентами.

Контракт может быть заключен только в том случае, если он подписан сторонами, юридические адреса которых в нем указаны, или если он подписан лицами, имеющими право подписи таких документов.

2. Акцепт покупателем твердой оферты продавца.

Если покупатель согласен со всеми условиями оферты, он посылает продавцу письменное подтверждение, содержащее безоговорочный акцепт.

Ответ на твердую оферту, содержащий отличные от начальных условия, не изменяющие в то же время их по сути, признается акцептом, если оферент без неоправданной задержки не будет возражать против них. В этом случае условиями договора признаются условия твердой оферты с изменениями, содержащимися в акцепте.

3. Акцепт продавцом контрoferты покупателя.

Если покупатель не согласен с одним или несколькими существенными условиями оферты, то он посылает продавцу контрoferту с указанием своих условий и срока для ответа. Такими условиями могут быть цена, количество и качество, место и срок поставки, объем ответственности, порядок разрешения споров. Если продавец согласен со всеми условиями контрoferты, он ее акцептует и письменно уведомляет покупателя. Если же продавец не согласен, то он извещает об этом покупателя или направляет новую оферту.

4. Акцепт продавцом письменного согласия покупателя с условиями свободной оферты (контрoferты покупателя).

Экспортер акцептует ту контрoferту, которую он раньше получил, или от того покупателя, с которым предпочтительнее заключить сделку;

5. Подтверждение продавцом заказа покупателя.

В этом случае сделка оформляется двумя документами: заказом покупателя и подтверждением продавца.

6. Обмен письмами и подтверждение достигнутой ранее договорённости.

В письмах делается ссылка на известные обеим сторонам условия или заключенный ранее контракт.

Согласно российскому праву форма и порядок подписания внешне-торговых сделок, в которых участниками являются российские организации, всегда определяются только по российскому законодательству, которое устанавливает для внешне-торговых сделок, совершаемых российскими организациями, письменную форму и определенный порядок их подписания.

Более детально порядок заключения договоров путем акцепта оферты изложен в ст. 432–446 ГК РФ и в ст. 14–24 Конвенции ООН о договорах международной купли-продажи.

Вопросы и задания

1. Назовите факторы, влияющие на выбор стран и фирм для сотрудничества.

2. Приведите пример оценки и выбора потенциального иностранного партнёра.

3. Перечислите способы установления контактов экспортёра с потенциальным партнёром. Раскройте их.

4. Перечислите способы установления контактов импортёра с потенциальным партнёром. Раскройте их.

5. Перечислите способы заключения контрактов (договоров). Раскройте их.

ТЕСТ

1. Определив возможных партнёров, продавец или покупатель:

- А) Разрабатывает контракт купли-продажи.
- Б) Готовит товары к отправке.
- В) Готовит склады к приёмке товаров.
- Г) Устанавливает контакты с будущим партнёром.
- Д) Подписывает контракт купли-продажи.
- Е) А, Б.
- Ж) А, Д.
- З) А, Б, Д.

2. Оферта – это:

- А) Предложение покупателя продавцу.
- Б) Предложение продавца покупателю.
- В) Предложение посредника продавцу.
- Г) Предложение посредника посреднику.

3. Оферта бывает:

- А) Прямая.
- Б) Твёрдая.
- В) Мягкая

- Г) Свободная.
- Д) Ограниченная.
- Е) Частично ограниченная.
- Ж) А, Д.
- З) Б, В.
- И) Б, Г.

4. Оферта выставляется:

- А) До начала коммерческих переговоров.
- Б) После проведения коммерческих переговоров.
- В) При подготовке товара к отгрузке.

5. Если при твёрдой оферте не последовало ответа от потенциального покупателя, то это означает:

- А) Решение всё ещё обсуждается.
- Б) Предложение принято.
- В) Равносильно отказу.
- Г) Идёт подготовка контракта.

6. Если покупатель не согласен с одним или несколькими условиями оферты и посылает продавцу контрферту с указанием всех условий и срока для ответа, то контракт будет считаться подписан:

- А) Акцептом покупателя твёрдой оферты продавца.
- Б) Акцептом продавца письменного согласия покупателя с условиями свободной оферты.
- В) Акцептом продавца контрферты покупателя.
- Г) Подтверждением продавцом заказа покупателя.

7. Более детально порядок заключения договоров путём акцепта оферты изложен в:

- А) Ст. 418–510 ГК РФ.
- Б) Ст. 14–24 Венской конвенции 1980 г.
- В) Ст. 83–90 Гаагской конвенции 1985 г.
- Г) Ст. 432–446 ГК РФ.
- Д) А, Б.
- Е) Б, Г.
- Ж) Б, В, Г.
- З) В, Г.

8. Запрос – это:

- А) Предложение продавца покупателю.
- Б) Предложение покупателя продавцу.
- В) Предложение посредника продавцу.
- Г) Предложение посредника посреднику.

9. Какие действия относятся к действиям продавца:

- А) Выставление контроферты.
- Б) Участие в торгах.
- В) Акцепт оферты.
- Г) Выставление заказа.
- Д) Подтверждение заказа.
- Е) А, В.
- Ж) А, Д.
- З) Б, Д.
- И) Б, В, Д.

10. Какие действия относятся к действиям покупателя:

- А) Выставление оферты.
- Б) Участие в торгах.
- В) Акцепт оферты.
- Г) Подтверждение заказа.
- Д) Выставление заказа.
- Е) А, Б, В.
- Ж) Б, Д.
- З) Б, В, Д.
- И) В, Д.

**Тема 5. Формы осуществления международной
коммерческой деятельности**

1. Свободные экономические зоны.
2. Оффшорные зоны.
3. Зоны свободной торговли и таможенные союзы.
4. Приграничная торговля.

К наиболее распространенным формам осуществления международной коммерческой деятельности следует причислить зоны:

свободные экономические,
оффшорные,
свободной торговли,
приграничной торговли.

1. Свободные экономические зоны

Свободные экономические зоны (СЭЗ) представляют собой зоны свободного предпринимательства на специально выделенных территориях. Они имеют льготный таможенный режим, льготные режимы в налоговой и валютной сфере, упрощенные визовые правила и правила трудоустройства.

Формирование СЭЗ, как правило, преследует следующие цели:

- поощрение притока иностранных инвестиций для развития данного региона;
- стимулирование развития экспортного потенциала данной территории;
- осуществление совместных с иностранным капиталом проектов по развитию производственных сфер экономики, строительства, торговли, других отраслей хозяйства.

Опыт функционирования СЭЗ в различных регионах мира показывает, что при известных условиях их существование действительно ускоряет вхождение субъектов внешнеторговой деятельности в мирохозяйственные связи, способствует оживлению экономики тех или иных регионов.

Однако свободные экономические зоны в РФ не смогли в полной мере способствовать притоку иностранного капитала и ускорению экономического развития тех территорий, на которых они были созданы. На это повлияло:

- отсутствие всесторонне продуманных программ функционирования СЭЗ, определяющих необходимые размеры первоначальных капиталовложений, источники их получения;
- недостаточно развитая производственная и финансово-экономическая инфраструктура избранных для СЭЗ регионов;

Иностранные предприниматели обычно приглашаются в зону после того, как создана необходимая инфраструктура. Это, в свою очередь, требует больших финансовых затрат. Например, при создании СЭЗ в странах Азиатско-Тихоокеанского региона затраты составляли 25–30 млн долл. на 1 кв. км, в Китае – до 70 млн долл. В России же надеялись покрыть основные первоначальные затраты за счёт иностранных источников, что зарубежным предпринимателям было просто непонятно;

- слишком большие территориальные размеры СЭЗ, затруднявшие скоординированное ведение хозяйства, выполнение необходимых контрольных мероприятий. Проанализировав опыт создания и функционирования СЭЗ, экономисты пришли к выводу, что СЭЗ должны быть небольшие – от 1 до 10 км.

Кроме того, анализ показал, что льготы, предоставляемые СЭЗ, должны устанавливаться только на основной продукт производства, а не на все виды деятельности. Например, если это внешнеторговые зоны, то устанавливаются льготы на таможенные пошлины, если это банковские и страховые СЭЗ или высокотехнологичные, то устанавливаются соответствующие льготы, которые стимулируют привлечение иностранного капитала и экспорт и т.д.

Установление «единого пакета» льгот для всех видов СЭЗ, как показывает опыт, привлекает к зоне интересы криминальных структур и

способствует появлению так называемых «чёрных дыр», куда уходят большая часть инвестиций и налогов, что было наглядно продемонстрировано на СЭЗ «Находка».

В результате нарастания кризисных явлений в российской экономике большинство льгот, первоначально установленных для СЭЗ, были отменены.

Исключением стала лишь СЭЗ «Янтарь» в Калининградской области, благодаря которой более-менее активно развиваются торговые связи региона со странами Балтии, Скандинавии, ФРГ и Данией.

Что же касается СЭЗ «Находка», с которой долгие годы связывались большие надежды на возрождение экономики Приморского края, то она должна была способствовать установлению более динамичных экономических и торговых связей с Японией, КНР, Южной Кореей. Однако, являясь СЭЗ де-юре, она так и не стала ею де-факто. В настоящее время за АК СЭЗ «Находка» числится более 1 млрд руб. долга, который администрация Приморского края вынуждена была взять на себя, поскольку кредиты на создание СЭЗ выдавались под её гарантии (Золотой Рог 2003. 1 апр. С. 8)

С учетом функциональной направленности СЭЗ можно выделить:

- *внешнеторговые СЭЗ*, в которых беспрошленная торговля удачно сочетается с развитием транспортных услуг, складского хозяйства и собственно экспортным производством.

Созданы в наиболее развитых странах мира – в США, Великобритании, на Бермудах, а также на Каймановых островах, где в банках сосредоточено более 4 млрд долл. В странах Центральной Европы – в Андорре, Лихтенштейне, Монако, Люксембурге.

Экспортно ориентированные производственные СЭЗ сформировались преимущественно в развивающихся государствах Латинской Америки – в Бразилии, Мексике, а также в Индии и Южной Корее;

- *банковские и страховые СЭЗ* с льготными условиями для соответствующих операций, в том числе оффшорные зоны (см. ниже);

- *высокотехнологичные СЭЗ* (налоговые гавани, технологические парки и технополисы), ориентированные на инновационные процессы, разработку и освоение высоких технологий. Наиболее характерны для Японии;

- *туристско-рекреационные СЭЗ* (Хургада в Египте, в Суз в Тунисе.);
– *комплексные СЭЗ*, ориентированные на экспортное производство нематериалоемких товаров массового потребления (текстиль, бытовая электроника). Характерный пример – Сингапур, Гонконг.

2. Оффшорные зоны

Оффшорные зоны («налоговые гавани») – это территория, на которой предусматриваются налоговые льготы для создания компаний,

образованных торговыми нерезидентами и осуществляющих свою деятельность вне данной территории страны регистрации.

Оффшорная зона может распространяться как на отдельные административные районы, штаты, земли, так и на территорию целого государства.

Все страны в мире можно разделить на **три большие группы**, различающиеся по уровню налогообложения и государственного контроля за коммерческой деятельностью, по размеру затрат на создание дочерних фирм.

В первой группе, в которую входят крупнейшие промышленно развитые страны (США, Германия, Япония, Великобритания, Франция, Италия), налог на прибыль может составлять 40–50% чистой прибыли. Деятельность хозяйственных субъектов строго регламентирована, действуют специальные правовые нормы, ограничивающие внутрифирменные операции и использование зарубежных фирм с целью уклонения от налогов. Законы этих стран обычно устанавливают большой минимальный уставный капитал акционерных обществ: в Германии – 100 тыс. марок, во Франции – 500 тыс. франков. Для обществ с ограниченной ответственностью этот капитал значительно меньше.

Страны, входящие во вторую и третью группу, рассматриваются как зоны налоговых льгот.

Во второй группе относятся юрисдикции, где при достаточно высоком уровне подоходного налога применяется система специальных налоговых льгот, касающихся:

- а) деятельности компаний определенных типов, в том числе холдинговых, финансовых и торговых;
- б) механизма перевода доходов и репатриирования (возвращения на родину) прибылей.

Налоги, взимаемые в этих странах при вывозе и репатриировании дивидендов, банковского процента, платежей роялти и некоторых других видов дохода, обычно снижены. Страны этой группы отличаются либеральными валютными и таможенными режимами.

Дочерние фирмы стран второй группы обычно осуществляют «транзит» капиталов и доходов от них. В число стран с умеренной налоговой системой входят Нидерланды, Швейцария (некоторые кантоны), Ирландия, Люксембург, Австрия, Лихтенштейн и некоторые другие.

К третьей группе относятся государственные образования и административные территории, в которых предельно упрощен порядок регистрации юридических лиц незначительно снижены (или отсутствуют) налоги на прибыль – «налоговые гавани».

Как правило, это карликовые государства Европы, бывшие колониальные владения или особобившиеся от развитых стран самоуправляемые территории.

Аналогичные условия существуют в «свободных экономических зонах», созданных для привлечения иностранных инвестиций, а также в отдельных административных образованиях, штатах, округах, кантонах, обладающих признаками «налоговых гаваней».

В качестве типичных примеров «налоговых гаваней» в Европе можно привести Гибралтар, о. Мэн, так называемые острова канала – Джерси, Гернси, Сарк (Великобритания), карликовые государства Европы – Лихтенштейн, Мальта, Андорра, Монако. Большое количество «налоговых гаваней» имеется в третьем мире: Панама, Коста-Рика, Нидерландские Антилы, Аруба, Бермудские, Каймановы, Виргинские, Багамские острова, Барбадос, Антигуа и Барбуда, Белиз, Теркс и Кайкос, Либерия, о. Маврикий, Западное Самоа, Науру и др.

К важнейшим преимуществам размещения фирм в «налоговых гаванях» относятся дешевизна и простота процедуры регистрации. Новая фирма может быть открыта в течение нескольких дней. В настоящее время в Панаме зарегистрировано 120 тыс. фирм, в Гибралтаре – 22 тыс., на «независимых» островах Великобритании – 20 тыс.

К числу особенностей «налоговых гаваней», делающих их привлекательными для иностранных инвесторов, относятся следующие:

1. Налог на прибыль в «налоговых гаванях» отсутствует, или не превышает 1–2%, или заменен ежегодным сбором, который в разных странах находится в пределах 150–1000 долл. в год и не зависит от размеров дохода. Налоги на вывоз доходов – дивиденды, банковский процент, платежи роялти и др. – отсутствуют.

2. В «налоговых гаванях» максимально упрощена процедура регистрации: минимальный размер уставного капитала обычно не устанавливается; личности владельцев фирм не подлежат разглашению – раскрытие их имен возможно в случае расследования по факту совершения уголовного преступления (мошенничество, незаконная торговля наркотиками и т.п.).

3. В «налоговых гаванях» отсутствуют ограничения на вывоз валюты. Фирмы могут свободно открывать депозиты в любой валюте в любых зарубежных банках, осуществлять и получать платежи в любой валюте без каких-либо ограничений.

4. Процедура управления фирмой предельно упрощена. Иногда она условна, – управление в этом случае осуществляется секретарской фирмой по доверенности владельца. В некоторых «налоговых гаванях» анонимность владельца обеспечивается также возможностью выпуска акций на предъявителя.

5. Большинство стран «налоговой гавани» не считает нарушение налогового и таможенного законодательства уголовным преступлением.

Необходимо отметить, что в «налоговых гаванях» должны соблюдаться следующие условия:

1) все коммерческие операции дочерняя фирма должна проводить исключительно за пределами «налоговой гавани»;

2) руководящий персонал фирм, пользующихся налоговыми льготами, по закону не может проживать и выполнять свои обязанности на территории «гавани».

Типы оффшорных компаний:

Инвестиционные компании

Холдинговые компании

Торговые компании

Компании по владению собственностью

Компании по оказанию профессиональных услуг

Судоходные компании

Патентные компании, компании по авторским правам и гонорарам

Банковские компании

Страховые компании

1. Инвестиционные компании. Средства инвестиционных компаний, основанных в оффшорных зонах, могут быть вложены в любое предприятие, а получаемые прибыли будут возвращаться в страну, где зарегистрировано оффшорное предприятие, и облагаться невысоким налогом, либо вообще быть освобожденными от налога. Использование инвестиционных компаний, зарегистрированных в оффшорных зонах, позволяет также эффективно вкладывать средства в странах с высоким уровнем налогообложения, предоставляющих льготы для зарубежных инвестиций.

2. Холдинговые компании. Существенные преимущества можно извлечь из использования холдинговых оффшорных компаний, которые финансируют операции своих дочерних компаний в различных странах, а дочерние компании пользуются преимуществами более низкой ставки налога на прибыль в оффшорных зонах.

Если холдинговая компания расположена в оффшорной зоне, не взимающей **подходного и корпоративного** налогов, тогда полученные в такой безналоговой зоне прибыли можно вновь использовать для инвестирования дочерних компаний или вкладывать их в какой-либо другой бизнес.

3. Торговые компании. Импортная или экспортная компания может быть открыта непосредственно в оффшорной зоне. В этом случае такая оффшорная компания будет принимать заказы прямо от покупателей, а товары поставлять непосредственно с места производства или закупки. Прибыли, получаемые в результате разницы между закупочной и продажной ценой, будут накапливаться в беспошлинной зоне или в стране с низким уровнем налогообложения.

Весьма важно, чтобы оффшорная торговая компания располагалась в стране с хорошо развитой коммуникационной сетью, поскольку воз-

возможность быстрой передачи и получения документов может оказаться решающей для ее успешной деятельности.

4. Компании по владению собственностью. Большие преимущества представляют оффшорные холдинговые компании, предназначенные для владения собственностью за рубежом. Такие компании позволяют организовывать недорогие схемы для оптимального владения собственностью за рубежом.

Преимущества оффшорного владения заключаются в освобождении от налога на наследование, прирост основного капитала, облегчением продажи собственности (поскольку в этом случае достаточно передать акции компании новому владельцу).

5. Компании по оказанию профессиональных услуг. Частные лица, получающие за свою деятельность значительные гонорары (дизайнеры, консультанты, писатели, антрепренеры и т.п.), могут предоставить оффшорной компании право получать за них свои гонорары. Такая компания вместо немедленного выплачивания налогов может реинвестировать эти средства в беспошлинной зоне с целью получения дополнительных прибылей. Выплаты же непосредственно владельцам такого рода вкладов можно строить по такой схеме, которая снижает до минимума их налоговое бремя.

6. Судоходные компании. Использование оффшорных судоходных компаний может позволить их владельцам избежать прямых и косвенных налогов на судовые перевозки. Судоходные компании могут являться владельцами или арендаторами судов, прибыли от использования которых могут быть получены в беспошлинной зоне.

Налоговые требования и общепринятые законы предусматривают, что компания-судовладелец должна быть зарегистрирована в той стране, под флагом которой ходят ее суда. В прошлом наиболее известными центрами регистрации оффшорных судоходных компаний являлась Панама и Либерия, однако за последнее время список таких стран и территорий значительно увеличился и в него вошел целый ряд новых: о. Мэн, Гибралтар, Кипр, Мальта и т.д.

Многие наши предприниматели регистрируют морские суда на кипрские оффшорные компании, которые передают эти суда в бербоут-чартер российским компаниям или же занимаются производственной деятельностью за пределами РФ. Порядок регистрации судов на Кипре упрощен, налоговые платежи и сборы минимальны, трудовое законодательство не такое жесткое, как в России. Валютные переводы принимаются кипрскими банками без существенных ограничений – никаких разрешений Центробанка Кипра на стандартные операции не требуется. Экипаж судна нанимается оффшорной или агентствующей компанией. Заработная плата перечисляется на пластиковую карточку каждого моряка, который сам регулирует отношения с налоговой инспекцией пу-

тем подачи налоговой декларации. Выгода для предпринимателя очевидна.

7. Патентные компании, компании по авторским правам и гонорарам. Оффшорная компания может купить или получить разрешение на использование авторского права, патента, торговой марки или технологии от их владельца с правом лицензирования.

Приобретая право на интеллектуальную собственность, оффшорная компания может заключить соответствующие соглашения с покупателями лицензий по всему миру, которые будут обладать правом реализовывать их в конкретных странах.

Что касается авторских гонораров, то нередко их выплата за пределами территорий с высоким уровнем налогообложения позволяет найти возможность для снижения налогов. Определенные услуги в этом отношении могут оказать холдинговые компании.

8. Банковские компании. За последние годы в оффшорных зонах открылось большое количество банковских организаций, большинство из которых являются дочерними компаниями крупнейших международных банков.

Такие банки платят своим клиентам проценты, свободные от подоходного налога, и действуют на международной арене с территории зон, не осуществляющих жесткого контроля за перевозкой капитала. Подобные финансовые институты вкупе с трастовыми компаниями в состоянии обеспечить широкий комплекс услуг своим клиентам на международном уровне.

Оффшорные банковские компании используются также менее крупными деловыми организациями и даже отдельными лицами в качестве своего рода центров по управлению капиталами.

В недалеком прошлом контроль за деятельностью оффшорных банков на некоторых территориях был весьма слабым, и там открывалось большое количество маленьких банков. Однако затем британское правительство ввело мораторий на регистрацию новых банков на своих владениях в Карибском море до тех пор, пока их законодательства не изменятся надлежащим образом, и за деятельностью таких банков не будет установлен определенный контроль.

Одними из первых ужесточившимся требованиям стали отвечать о-ва Терке и Кайкос. По нынешнему законодательству там определены два типа банков: национальные и зарубежные, причем последние имеют право действовать только за пределами этой территории.

И в том, и в ином случае банки должны быть физически представлены на островах, их правление должно продемонстрировать знание банковского дела в ходе своего рода устного экзамена. Необходимо также назначить двух директоров.

Если же открывающееся здесь отделение банка планирует работать с обычными клиентами без каких-либо ограничений, оно должно иметь довольно солидный капитал.

Одним из государств, которые позволяют открыть небольшое банковское предприятие, обеспечивая при этом требуемый режим контроля, является Республика Вануату (в прошлом известная как Новые Гибриды).

9. Страховые компании. Существует целый ряд оффшорных территорий, чьи власти с удовольствием поощряют открытие страховых компаний, которые, как и банковские предприятия, повышают уровень занятости на местном рынке труда и привлекают капиталы в страны, где они открываются, а также в целом повышают их престиж и репутацию на международной арене.

Существует множество оффшоров и оффшорных компаний, каждая из которых могут использоваться только для определенного бизнеса. Например, оффшорный банк лучше создавать на Маврикии или Науру, оффшорную судоходную компанию – на Кипре, в Сент-Винсенте и Гренадинах или Белизе.

Простота регистрации и льготы, которые предоставляются оффшорными зонами, не могли не привести в эту сферу «теневой» и «криминальный бизнес, который используют оффшоры для отмывания «грязных денег».

Налоговые органы стран с сильной налоговой системой используют, одни официально, другие официозно, «черные списки» этих стран. Вот некоторые из наиболее известных оффшорных территорий:

в Европе: о-ва пролива Ла-Манш (Джерси, Гернси, Мэн), Люксембург, Швейцария, Лихтенштейн, Гибралтар, Ирландия, Мальта и др.;

в Америке: Панама и территории на о-вах Карибского моря (Багамские, Бермудские, Виргинские о-ва, Каймановы о-ва, о-ва Аруба, Кюрасао и многие др.);

в Азии: Гонконг и Сингапур;

в Африке: Либерия.

3. Зоны свободной торговли и таможенные союзы

В случае, если после отмены таможенных пошлин между странами-участницами сохраняется автономия при их установлении в отношении третьих стран, то имеет место **зона свободной торговли** (Free Trade Area): Европейская ассоциация свободной торговли (ЕАСТ, 1959).

Если же отмена таможенных пошлин между странами сопровождается установлением единого тарифа по отношению к третьим странам, имеет место **таможенный союз** (Customs Union): Франция – Монако (1865), Швейцария – Лихтенштейн (1923).

Если страны, создающие таможенный союз, высоко развиты, то их объединение может привести к общему экономическому росту. Если же страны-участницы таможенного союза слабо развиты, то это может привести к замедлению их экономического роста в результате ограничения конкуренции.

Объективной причиной создания зон свободной торговли и таможенных союзов являются процессы, происходящие в мировой экономике, характеризующиеся интернационализацией производства. Страны-соседи все больше стремятся к объединению ресурсов, средств и усилий для проведения скоординированной, а в идеале – совместной экономической политики.

Наибольшее развитие региональные соглашения о свободной торговле и таможенных союзах получили в Европе.

Зона свободной торговли (ЗСТ) может трактоваться как региональная группировка развитых и развивающихся стран, в рамках которых осуществляется беспошлинная торговля.

К таким зонам можно отнести, например, Европейское экономическое сообщество и Европейскую ассоциацию свободной торговли.

Особый статус имеет зона свободной торговли стран-членов СНГ, установленная многосторонним соглашением с 15 апреля 1994 года. Соглашение предполагает:

1. Постепенную отмену таможенных пошлин, налогов и сборов, имеющих эквивалентное действие, и количественных ограничений во взаимной торговле.

2. Устранение других препятствий для свободного движения товаров и услуг.

3. Создание и развитие эффективной системы взаимных расчетов и платежей по торговым и другим операциям.

4. Координацию торговой политики в отношении сторон, не являющихся участниками соглашения.

5. Содействие межотраслевой и внутриотраслевой кооперации и научно-техническому сотрудничеству.

6. Гармонизацию и унификацию законодательства договаривающихся сторон в той мере, в какой это необходимо для надлежащего и эффективного функционирования зоны свободной торговли.

Полностью войти в действие это соглашение должно было с 1 января 2002 года. За скорейшее введение в действие этого соглашения ратуют правительства Украины, Казахстана, Туркменистана и других стран-членов СНГ. Это сулит им определённые выгоды в виде отмены российских пошлин и налогов на нефть и газ. Именно в этом состоит экономический интерес этих стран.

Однако интерес России здесь не просматривается, а видны только потери. Так, в первый же год функционирования этой ЗСТ наша страна

потеряет, по прогнозам экономистов, не менее 500 млн долл. (в основном в результате отмены налогов и пошлин на нефть и газ).

Дело в том, что для России бывшие братские республики СССР в настоящее время уже перестали быть основным торговым партнёром. Их доля в экспорте в 2001 г. составила 14,4%, а в импорте – 20%.

Невыгодность для России отмены всех таможенных барьеров в отношениях с партнёрами по СНГ проявляется на следующих примерах. Так, только в 1999 году на российско-казахстанской границе было пресечено 1785 попыток незаконного перемещения грузов и товаров на многие десятки миллионов рублей. Из России вывозятся горюче-смазочные материалы, сырьё, медикаменты, промышленное оборудование. Из Казахстана в Россию ввозится спирт и спиртосодержащая продукция, китайский ширпотреб, зерно, продукты питания (в том числе контрабандное мясо – несмотря на то, что ввоз в Россию казахстанского мяса запрещён из-за эпидемии ящура). Также растёт поток наркотиков из Центральной Азии через Казахстан в Россию.

Украина, испытывая катастрофический дефицит энергоресурсов, даже сегодня умудряется реэкспортировать получаемые из России (по льготным ценам) нефть и газ.

Белоруссия мощным потоком поставляет нам импортные товары (около 1/3 белорусского импорта), уже растаможенные на её территории по местным, заниженным ставкам, установленным в одностороннем порядке без согласования с РФ.

В итоге Россия вынуждена развернуть войсковые соединения на границе с Казахстаном, чтобы противостоять организованному криминалу. На границе с Белоруссией снова введён таможенный контроль за перемещением товаров из третьих стран.

В настоящее время Правительство России создало некий «перечень изъятий» – то есть список товаров, на которые режим ЗСТ распространяться не будет. Пока в него вошли чуть более 200 наименований товаров (из 40 тысяч позиций товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности).

Это немного: в аналогичной североамериканской ЗСТ, куда входят США, Канада и Мексика, таких изъятий 1500. Но загвоздка в том, что в перечень «наших» 200 изъятий входят чуть ли не все товары, которые интересуют участников ЗСТ. Дело в том, что продукция друг друга нам не нужна, за исключением сырьевых позиций.

Таким образом, таможенный союз «пятерки», созданный в 2000 г. (Россия, Белоруссия, Казахстан, Киргизия и Таджикистан), является фикцией, и каждая из стран-участниц самостоятельно определяет уровень и способы защиты внутреннего рынка, в том числе и от конкурентов других членов союза. В еще большей мере это характерно для 12 стран СНГ – участниц зоны свободной торговли.

4. Приграничная торговля

Приграничная торговля представляет собой один из специфических режимов внешнеторговой деятельности. Сущность её состоит в региональном сотрудничестве приграничных областей.

Приграничная торговля осуществляется с соседними регионами так называемого первого порядка, то есть с непосредственными соседями. В ряде случаев в сферу приграничной торговли относят соседние **регионы второго порядка**, например Иркутскую область, республику Саха (Якутию). В данном случае, видимо, срабатывает не столько соседское положение, сколько экономическое тяготение.

Спецификой приграничной торговли можно считать то, что здесь полноправными партнёрами в рамках региона выступают не государства, а управленческие структуры соответствующих провинций, земель и областей. Создаются региональные организации, целью которых является развитие приграничных связей.

Можно выделить следующие факторы, влияющие на интерес стран к региональному сотрудничеству:

1. **Улучшение условий доступа на внутренние рынки стран-участников соглашения** (Страны считают, что они, тем самым, гарантируют себе доступ на рынки помимо межгосударственных соглашений).

2. Расширение инвестиционных возможностей.

3. **Приграничное сотрудничество** оказывает значительное влияние на развитие приграничных территорий, способствует уменьшению диспропорций, отмечаемых в развитии приграничных регионов.

Вопросы и задания

1. Сущность и значение свободных экономических зон.
2. Оффшорные зоны в международной коммерческой деятельности.
3. Условия создания зон свободной торговли.
4. Условия создания таможенных союзов.
5. Особенности развития приграничной торговли.

Тема 6. Управление и регулирование международной коммерческой деятельностью в России

Энергичному и быстрому воздействию на регулирование различных форм ВЭД способствуют указы Президента. Высшими органами, осуществляющими государственное регулирование ВЭД, являются Совет Федерации и Государственная Дума, которые вправе принимать, изменять, отменять законы, регулирующие внешнюю торговлю, совместное предпринимательство и другие формы внешнеэкономического сотрудничества и взаимодействия.

Общее руководство внешнеэкономической деятельностью осуществляет Правительство на основе принятия нормативных актов управления по вопросам ВЭД, координации деятельности министерств и ведомств в сфере ВЭД, проведения переговоров и заключения межправительственных договоров.

Важная роль в регулировании ВЭД принадлежит Центральному банку, который заключает межбанковские соглашения, представляет интересы государства в отношениях с национальными или центральными банками других государств, международными банками и другими финансово-кредитными учреждениями. Из негосударственных организаций наибольшее воздействие на развитие и осуществление ВЭД оказывают *торгово-промышленные палаты*. Торгово-промышленная палата является негосударственной некоммерческой общественной организацией, объединяющей предприятия и предпринимателей, являясь юридическим лицом, она создается в целях содействия развитию экономики страны, ее интегрированию в мировую хозяйственную систему, формированию современной промышленной и торговой инфраструктуры; всемирному развитию всех видов предпринимательства, торговых и научно-технических связей с зарубежными странами. Активное воздействие на регулирование ВЭД оказывают созданные при ТПП Международный коммерческий арбитражный суд (МАКС), Третейский суд, Морская арбитражная комиссия, Ассоциация диспетшеров.

Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности включает: таможенно-тарифное регулирование; нетарифное регулирование или количественное ограничение экспорта и импорта; валютное, финансовое и кредитное регулирование; экспортный контроль.

Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности предприятий и организации в Российской Федерации осуществляется на основе: Гражданского кодекса РФ, Таможенного кодекса РФ, Законов Российской Федерации от 9 октября 1992 г. «О валютном регулировании и валютном контроле» (в ред. от 5 июля 1999 г.) от 7 июня 1993 г. «О международном коммерческом арбитраже» от 21 мая 1993 г. «О таможенном тарифе» (в ред. от 4 мая 1999 г.) от 13 октября 1995 г. «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности» (в ред. от 10 февраля 1999 г.); указов Президента РФ от 21 ноября 1995 г. «О первоочередных мерах по усилению системы валютного контроля в РФ» от 18 августа 1996 г. «О государственном регулировании внешнеторговых бартерных сделок» от 30 ноября 1996 г. «О таможенных льготах»; Постановлений Правительства Российской Федерации; других законодательных актов, затрагивающих внешнеэкономическую деятельность, а также общепризнанных принципов и норм международного права и международных договоров.

Вступивший в силу в 1995 г. Закон «О государственном регулировании внешнеторговой деятельности» юридически закрепил арсенал средств, с помощью которых может в настоящее время осуществляться управление этой деятельностью. В соответствии с этим законом государственная внешнеторговая политика в России проводится исключительно посредством таможенно-тарифного и нетарифного регулирования, а именно:

- применением импортных и экспортных таможенных пошлин;
- введением в исключительных случаях количественных ограничений экспорта и импорта – квотирования и лицензирования;
- осуществлением экспортного контроля в отношении вооружений, военной техники и товаров двойного назначения;
- использованием государственной монополии на экспорт-импорт отдельных товаров;
- применением защитных мер (специальных, антидемпинговых, компенсационных и иных пошлин) при нанесении установленного ущерба отечественным производителям конкурирующих с импортом товаров;
- использованием технических барьеров (технических стандартов, санитарных, экологических и других требований).

В законе дается определение экспорта, импорта, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе исключительных прав на них, приводятся исключительные случаи введения количественных ограничений экспорта и импорта.

Распределение квот и выдача лицензий при установлении количественных ограничений осуществляются на конкурсной или аукционной основе либо в порядке фактического выполнения операций по экспорту и (или) импорту до суммарного использования квоты.

В ст. 17 закона определяется прямое установление государственной монополии на экспорт и (или) импорт отдельных товаров. Перечни этих товаров могут формироваться только на федеральном уровне. Государственная монополия осуществляется на основе лицензирования экспортных поставок и импортных закупок.

В ст. 20 закона ужесточены требования к ввозимым в Россию товарам на предмет их соответствия техническим, фармакологическим, санитарным и другим стандартам, соблюдение которых обеспечивает безопасное их использование на территории страны.

Иностранные юридические лица вправе открывать на территории России представительства для ведения внешнеторговой деятельности, но только от имени этих иностранных юридических лиц.

Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности включает: *таможенно-тарифное регулирование; нетарифное регу-*

лирование или количественное ограничение экспорта и импорта; валютное, финансовое и кредитное регулирование; экспортный контроль.

Экспортный контроль действует в целях защиты национальных интересов России при осуществлении внешнеторговой деятельности в отношении вооружений, военной техники и товаров двойного назначения, а также соблюдения международных обязательств РФ по нераспространению оружия массового уничтожения.

Федеральные законы определяют перечни отдельных видов товаров, на экспорт и (или) импорт которых устанавливается государственная монополия. Государственная монополия на экспорт и (или) импорт отдельных видов товаров осуществляется на основе лицензирования деятельности по экспорту и (или) импорту товаров. Лицензия на эту деятельность выдается федеральным органом исполнительной власти исключительно государственным унитарным предприятиям, которые в соответствии с законодательством РФ и общепринятыми международно-правовыми нормами обязаны совершать сделки по экспорту и (или) импорту товаров на основе принципов недискриминации и добросовестной коммерческой практики.

На отдельные виды внешнеторговой деятельности устанавливаются особые режимы. *Порядок осуществления приграничной торговли* и соответствующие приграничные территории определяются Правительством РФ на основе федеральных законов и международных договоров РФ с сопредельными государствами.

Особый режим хозяйственной деятельности на территории Свободных экономических зон устанавливается федеральными законами и иными правовыми актами РФ.

Российская Федерация участвует в международных договорах о таможенных союзах и зонах свободной торговли, основанных на установлении единой таможенной территории, без применения таможенно-тарифного и нетарифного регулирования торговли между странами-участницами этих союзов и странами-участницами деятельности, осуществляемой в зонах свободной торговли. Для стран-участниц таможенных союзов устанавливается единый таможенный тариф в отношении торговли с третьими странами, а у стран-участниц деятельности, осуществляемой в зонах свободной торговли, сохраняются национальные таможенные тарифы в торговле с третьими странами.

Таможенно-тарифное регулирование осуществляется посредством применения импортного и экспортного таможенных тарифов. Таможенный тариф РФ представляет собой ставки таможенных пошлин, применяемых к товарам, перемещаемым через таможенную границу Российской Федерации.

Таможенная стоимость товара определена Законом РФ от 21 мая 1993 г. «О таможенном тарифе». Ставки таможенных пошлин являются

едиными для всех лиц, перемещающих товары через таможенную границу Российской Федерации, и видов сделок. Кроме обычных пошлин могут применяться сезонные пошлины, устанавливаемые на срок до шести месяцев в году и предназначенные для оперативного регулирования ввоза и вывоза товаров, а также особые пошлины (специальные, антидемпинговые и компенсационные). Ставки особых пошлин устанавливаются Правительством РФ и определяются конкретно для каждого отдельного случая.

Специальные пошлины применяются в качестве защитной меры, если ввозимые товары могут нанести ущерб отечественным производителям подобных или непосредственно конкурирующих товаров, или как ответная мера на дискриминационные действия других государств или их союзов, ущемляющие интересы России.

Антидемпинговые пошлины применяются в случаях ввоза товаров по более низким ценам, чем действуют в стране, откуда они вывозятся, если при этом нарушаются интересы отечественных производителей. *Компенсационные пошлины* действуют в случаях ввоза товаров, при производстве или вывозе которых прямо или косвенно использовались субсидии.

Наряду с таможенными пошлинами уплачиваются и другие таможенные платежи:

- налог на добавленную стоимость;
- акцизы;
- сборы за выдачу лицензий таможенными органами РФ и возобновление действия лицензий;
- сборы за выдачу квалификационного аттестата специалистам по таможенному оформлению и возобновление действия аттестата;
- таможенные сборы за таможенное оформление;
- таможенные сборы за хранение товаров;
- таможенные сборы за таможенное сопровождение товаров;
- плата за информирование и консультирование;
- плата за принятие предварительного решения;
- плата за участие в таможенных аукционах.

Нетарифное регулирование внешнеэкономической деятельности осуществляется путем квотирования и лицензирования внешнеторговой деятельности.

Внешнеторговая квота — это количественное ограничение объема продукции определенного вида, которая может быть ввезена в страну или вывезена из нее.

Установление *внешнеторговых квот* нацелено на защиту национальных интересов и национального рынка от дезорганизующего импорта или экспорта. Установление экспортных квот применяется в си-

туации, когда цены на определенный товар на внутреннем рынке ниже, чем на мировом, и неограниченные масштабы экспорта могут привести к нехватке данного товара на внутреннем рынке.

В настоящее время порядок квотирования экспорта сохраняется лишь в отношении продукции, поставляемой в соответствии с международными обязательствами России.

Лицензирование внешнеэкономической деятельности осуществляется на основании получения разрешений на проведение экспортно-импортных операций. Обязательным условием для выдачи лицензии является представление подписанного или парафированного контракта. При изменении условий контракта выданные лицензии подлежат переоформлению.

Лицензия оформляется только на один вид товаров и представляет собой разрешение на ввоз или вывоз указанного в ней товара в установленный срок. Различаются генеральные и разовые лицензии.

Во многих зарубежных странах возросла роль налогов как инструмента воздействия на цены импортных товаров. Значение налогов в системе протекционизма особенно велико в тех случаях, когда иностранные товары ввозятся беспошлинно или ставки таможенных пошлин высоки.

В большинстве государств ввозимые товары облагаются на таможенной границе уравнительным пограничным импортным налогом. Этот налог относится к числу тех, которые уплачиваются по принципу «страны назначения»: товары освобождаются от уплаты косвенных налогов в стране, откуда они экспортируются, и облагаются налогами в стране импортера.

Ставка уравнительного пограничного импортного налога соответствует ставке аналогичного внутреннего налога, которым облагаются товары национального производства (например ставка налога на добавленную стоимость). С точки зрения налогового законодательства этот налог уравнивает национальные и импортные товары. Но налоговая база для взимания внутреннего налога и уравнительного импортного разная – оптовая цена для внутреннего налога и цена сиф, включая пошлины и сборы, – для уравнительного импортного. Поэтому по сумме эти налоги не будут совпадать.

Кроме этого налога, во многих странах существуют еще специальные налоги на отдельные товары – акцизы, налог на добавленную стоимость, налог с оборота, потребительский и др. Они взимаются с иностранных товаров и, следовательно, представляют собой меру, направленную на сокращение импорта. Эти налоги используются государствами при дефиците торгового и платежного баланса.

В целях поддержки внутреннего производства сельскохозяйственной продукции, регулирования его экспорта и импорта промышленно

развитые страны, в частности, государства ЕЭС, применяют скользящие импортные налоги. Они взимаются при импорте сельскохозяйственной продукции, не имеют фиксированной ставки и представляют собой разницу между мировой и внутренней ценой на этот товар. Она повышается при снижении мировых цен и снижается при их росте.

Использование налогового механизма в качестве регулятора импорта осуществляется параллельно с применением таможенно-тарифного регулирования, хотя по экономическому содержанию эти механизмы аналогичны: они призваны содействовать оптимальному соотношению валютных поступлений и валютных расходов и способствовать формированию оптимального торгового баланса. Широкое применение разнообразных налогов объясняется разными причинами. Многие из них, например скользящие импортные налоги, обладают большей гибкостью, чем пошлины; их размер можно менять хоть каждый день, что и позволяет поддерживать внутренние цены на постоянном уровне.

Размер пошлин менять сложнее, поэтому их воздействие как регулирующего механизма зачастую опаздывает. Кроме того, по сравнению с пошлинами налогообложение является более эффективной формой изъятия сверхприбыли в доход бюджета.

Валютный контроль

Особое место в ряду нетарифных инструментов регулирования ВЭД занимают валютные ограничения и валютный контроль, который заключается в следующем:

- контроль над поступлением валютной выручки за экспортируемые товары;
- контроль над проведением обязательной продажи 50-процентной валютной выручки экспортерами;
- контроль над поступлением товаров в РФ по импортным операциям;
- контроль над поступлением товаров в РФ по бартерным контрактам.

Валютные ограничения представляют собой регламентацию операций резидентов и нерезидентов с валютой и другими валютными ценностями. В законе содержатся основные понятия, права, обязанности и положения, регулирующие валютное обращение и контроль.

Органами валютного регулирования в России являются ЦБ РФ, ГТК РФ, Государственная налоговая служба и Комиссия по валютному и экспортному контролю.

Валютный контроль в России осуществляется на основании Закона РФ от 9 октября 1992 г. № 3615-1 «О валютном регулировании и валютном контроле».

Законом определены такие понятия, как валютные ценности, резидент и нерезидент, валютные операции, уполномоченный банк и др. Он

закрепил имеющее большое значение для ВЭД право российских физических и юридических лиц на владение иностранной валютой и проведение валютных операций.

Вопросы и задания

1. Органы государственного и негосударственного управления и регулирования МКД.

2. Методы административного регулирования МКД.

Тема 7. Международная коммерческая сделка

1. Характерные черты международных торговых операций

2. Нормативная база контрактов купли-продажи.

3. Базисные условия поставок.

1. Характерные черты международных торговых операций

Под *международной торговой сделкой* понимается договор (соглашение) между двумя или несколькими сторонами, находящимися в разных странах, о поставке установленных (количества и качества) товарных единиц и (или) об оказании услуг в соответствии с согласованными сторонами условиями.

Международный характер договора вытекает из того, что его (субъекта) сторонами являются коммерческие предприятия (фирмы), находящиеся в разных странах.

Договор не признаётся международным, если он заключен между сторонами разной государственной (национальной) принадлежности, коммерческие предприятия (фирмы) которых находятся на территории одного государства (например, между филиалами и дочерними компаниями фирм разных стран, находящихся на территории одной страны).

В то же время договор признается международным, если он заключен между сторонами одной государственной (национальной) принадлежности, если их коммерческие предприятия находятся на территории разных государств.

Под торговой сделкой понимаются все сделки, связанные с обменом товарами в материальной форме и предоставлением услуг как основных, так и обеспечивающих международный товарооборот.

Под товарной единицей международной торговой сделки понимаются отдельные количества товаров одного вида.

Торговая партия состоит из одной и более товарных единиц, предназначенных для совместной перевозки из оговорённого пункта отправления в установленное покупателем место поставки.

В коммерческой практике взаимное согласие на совершение международной сделки может облекаться в форму договора купли-продажи, лицен-

зионного, арендного договора, договора страхования, перевозки, хранения заказа, тендера и др.

Особенности международных торговых сделок в современных условиях характеризуются следующими важнейшими чертами:

1. Удлинение сроков исполнения контрактов.

Усложнение продукции, поступающей в международный товарооборот (комплектные предприятия, судовое оборудование, самолеты и пр.).

2. Комплексный характер сделок на поставку оборудования для целых предприятий (комплектного оборудования).

Такие сделки предусматривают поставку машин, оборудования и материалов в комплексе с технологией и сопутствующими услугами, оказываемыми как до подписания основного контракта, так и после него.

1. Рост масштабов сделок.

Во многих случаях это уже не отдельные контракты купли-продажи, а крупные соглашения по экономическому сотрудничеству, включающие в себя как поставку оборудования и материалов и предоставление сопутствующих услуг, так и сложный комплекс обязательств по финансированию, страхованию, различным формам расчетов;

2. Расширение практики поставок «под ключ».

Когда продавец берет на себя обязательство на весь комплекс работ по строительству предприятия – от разработки проектной документации до ввода в эксплуатацию предприятия и достижения им всех намеченных показателей. (Особенно высок удельный вес таких поставок в развивающиеся страны в связи с их отставанием в уровне индустриального развития, неподготовленностью инфраструктуры, нехваткой квалифицированной рабочей силы).

3. Осуществление крупномасштабных сделок совместно компаниями разных стран путем создания консорциумов.

2. Нормативная база контрактов купли-продажи

Основополагающей для составления условий договоров международной купли-продажи и трактования их условий является Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров 1980 г., так называемая Венская конвенция. Россия присоединилась к этой Конвенции с 1 сентября 1992 года. Конвенция применима к торговым партнерам, если их главные торговые предприятия находятся в разных странах-участницах этой Конвенции.

Кроме того, важную роль в унификации порядка заключения и исполнения договора международной купли-продажи призвана сыграть Гагская конвенция о праве, применимом к договорам международной купли-продажи, которая была представлена и открыта для подписания на чрезвычайной сессии Гагской конференции международного частного права, состоявшейся в октябре 1985 года.

Эта Конвенция носит универсальный характер, т.е. может применяться в государствах-участниках и в тех случаях, когда одна или даже обе стороны в договоре международной купли-продажи принадлежат государствам-неучастникам.

Нормативной базой для российских коммерсантов при ведении внутренней и внешней торговли является Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ), 454 – 491 статьи которого во многом сходны с положениями Венской конвенции.

При совершении внешнеторговых операций российская сторона и иностранный контрагент обязаны также учитывать положения двусторонних межгосударственных договоров в той их части, которая относится к регулированию торговых отношений.

При этом всегда следует иметь в виду, что положения международных договоров превалируют (имеют преимущества) над нормами национального законодательства.

Основными положениями таких договоров и соглашений, которые могут интересовать коммерсантов, являются:

1. Определение взаимного торгового режима, влияющего на таможенное обложение товаров.
2. Количественные и иные ограничения торговли.
3. Валюта расчетов по торговым и иным платежам.
4. Способы взаимных зачетов при оплате поставок (клиринговые соглашения).
5. Принятие единых для договаривающихся сторон общих условий поставок товаров и т.д.

Поэтому перед началом внешнеторговых операций следует изучить действующие между Российской Федерацией и страной возможного контрагента торговые договоры, обязательные условия которых должны быть учтены в условиях контрактов.

3. Базисные условия поставок

При определении в контракте купли-продажи базисных условий поставки решаются такие вопросы, как:

- кто представляет транспортные средства для поставки товара;
- кто оформляет таможенную очистку на вывоз и ввоз товара;
- кто обеспечивает получение лицензии;
- когда переходит риск случайной гибели или повреждения товара с продавца на покупателя;
- когда продавец выполняет свои контрактные обязательства по поставке товара.

Базисные условия поставки определяют, кто несет расходы, связанные с транспортировкой товара от экспортера к импортеру.

Те расходы, которые несет экспортер, включаются в цену товара. Они называются базисными потому, что устанавливают базис поставки товара и оказывают влияние на уровень цены товара. Эти расходы весьма разнообразны и составляют иногда 40 – 50 % цены товара.

Применяемый при обозначении базисных условий термин «свободно» («франко») означает, что импортер свободен от риска и всех расходов по доставке товара до пункта, обозначенного словом «свободно».

Законодательства разных стран по-разному трактуют отдельные торговые термины, регламентируют переход права собственности, риска случайной гибели или случайного повреждения товара (правила о риске содержатся в специальной главе конвенции ООН о договорах купли-продажи товара 1980 г.).

Конкретизацию трактовки и толкование отдельных торговых терминов можно найти в Международных правилах по толкованию торговых терминов – «Инкотермс», действующих в настоящее время в редакции 2000 г., составленных и опубликованных Международной торговой палатой. Ссылка на «Инкотермс» широко применяется в типовых контрактах, подготавливаемых различными организациями, в том числе ЕЭК ООН.

Цель документа, называемого «Инкотермс», заключается в том, чтобы дать толкование ряда международных торговых терминов, применяемых при исполнении договоров купли-продажи во внешней торговле. Необходимость в появлении такого документа была вызвана неоднозначным толкованием торговых терминов в разных странах, что приводило к разногласиям и спорам, которые приходилось разрешать через суды. Поэтому Международная торговая палата на основе обобщения торговой практики в разных странах унифицировала эти термины и издала в 1936 году международные правила толкования торговых терминов под названием «Инкотермс-1936».

В этот документ вносились изменения и дополнения в 1953, 1967, 1976 и 1980-м годах. Затем появилась новая редакция документа «Инкотермс 1990 года» В настоящее время он действует в редакции 2000 года – «Инкотермс–2000».

Особенностью «Инкотермс–2000» является распределение всех терминов на четыре категории путем использования первой буквы в качестве индикатора соответствующей группы, к которой относится данный термин.

Все термины и их последовательность сгруппированы в четыре группы – категории: **E, F, C, D**.

Группа **E** включает условия, согласно которым покупатель получает готовый к отправке товар на складе (заводе) продавца. Покупатель несет все расходы и риски, связанные с доставкой товара от склада продавца до пункта назначения.

Группа **F** включает условия, согласно которым продавец обязан доставить товар до транспортных средств, указанных покупателем:

FCA – доставлен перевозчику, FAS – доставлен к борту, FOB – погружен на борт.

В группу **C** входят условия, предусматривающие, что продавец должен заключить договор перевозки, однако не несет риска потери или повреждения товаров и дополнительных расходов, связанных с событиями, возникающими после отгрузки или отправки товаров.

В группу **D** входят условия, согласно которым продавец несет **все** риски и затраты, связанные с доставкой груза в пункт назначения.

Рассмотрим толкование основных условий.

1. *EXW – Ex Works* – согласно этому условию продавец не отвечает за транспортировку товара и его погрузку на транспортное средство. Риск случайной утраты, повреждения или гибели товаров переходит на покупателя с момента, когда товар предоставлен в его распоряжение на складе продавца в срок, предусмотренный контрактом, и при условии, что товар должным образом индивидуализирован, т.е. отделен от основной продукции продавца и обозначен как товар, являющийся предметом данного контракта. Продавец также не отвечает за таможенную очистку товара для вывоза, если не оговорено иное. Таким образом, данное условие возлагает на продавца минимальные обязанности. Покупатель несет все расходы и риски в связи с перевозкой товара от предприятия-продавца к месту назначения. Данное условие не применяется, если покупатель не в состоянии осуществить сам или обеспечить выполнение экспортных формальностей.

Группа F

1. *FCA – Free Carrier* – по этому условию продавец обязан передать прошедший таможенную очистку для экспорта товар в распоряжение указанного покупателем перевозчика в поименованном пункте. В этот момент на покупателя переходит риск случайной гибели или порчи товара. Обязанности по погрузке товара возложены на продавца.

2. *FAS – Free alongside ship* (свободно вдоль борта судна) – продавец обязан поставить за свой счет товар в обусловленный контрактом порт погрузки и расположить его вдоль борта судна. Продавец также должен выполнить таможенные формальности, необходимые для вывоза товара. Покупатель должен обеспечить подачу зафрахтованного судна, погрузить товар на борт судна и оплатить все последующие расходы. Риск случайной гибели переходит на покупателя с момента фактической поставки товара вдоль борта судна в обусловленном порту погрузки в срок, указанный в договоре.

3. *FOB – Free on Board* (свободно на борту) – данное условие отличается от предыдущего тем, что продавец обязан погрузить товар на борт судна, зафрахтованного покупателем, и оплатить выполнение экс-

портных формальностей. Все дальнейшие расходы и риски переходят на покупателя в момент пересечения товаром линии поручня судна.

Таким образом, для всех трех базисных условий этой группы общим является то, что продавец передает товар перевозчику на территории своей страны, но перевозчик предоставляется покупателем.

Группа С

1. *CFR – Cost and Freight* (стоимость и фрахт) – продавец обязан зафрахтовать судно, оплатить стоимость фрахта до согласованного порта назначения, погрузить товар на борт судна в порту отгрузки в установленный контрактом срок, оплатить выполнение экспортных формальностей. Риск случайной гибели товара переходит на покупателя в момент пересечения товаром линии поручней судна в порту отгрузки.

2. *CIF – Cost, Insurance, Freight* (стоимость, страхование, фрахт) – продавец обязан застраховать товар от транспортных рисков. Все остальное, включая момент перехода рисков с продавца на покупателя, аналогично условию CFR.

Условия поставки CFR и CIF в порт назначения применяются только при перевозках морским или внутренним водным транспортом. При перевозке всеми видами транспорта, включая и смешанные перевозки, применяются условия поставки CPT и CIP.

3. *CPT – Carriage paid to* (перевозка оплачена до... *указывается пункт назначения*) – продавец обязан заключить за свой счет договор перевозки товаров до согласованного пункта в месте назначения, оплатить его и передать товар перевозчику, а если их несколько, то первому. Покупатель оплачивает все расходы с момента прибытия товара в этот пункт. Риск случайной гибели или порчи товара переходит на покупателя с момента передачи товара в распоряжение первого перевозчика в срок, предусмотренный договором.

4. *CIP – Carriage and Insurance paid* (перевозка и страхование уплачены до... *указывается пункт назначения*) – отличается от предыдущего тем, что продавец обязан застраховать товар и оплатить страховую премию страховой компании по минимальной ставке на период транспортировки. Страхование должно покрывать стоимость товара по контрактной цене плюс 10%.

Таким образом, если сравнить между собой условия поставки группы «F» и группы «С», то общим для них является то, что выполнение обязательств продавца по поставке товара наступает с момента передачи его перевозчику (если их несколько, то первому); отличие заключается в том, что при поставке на условиях группы «F» перевозка осуществляется силами покупателя (он предоставляет транспорт и оплачивает перевозку), а по условиям группы «С» перевозка осуществляется силами продавца (предоставление транспорта и оплата перевозки входят в его обязанности).

То есть договоры купли-продажи, заключенные на условиях терминов группы «F» и группы «С», относятся к категории договоров на условиях отгрузки.

Группа D

1. *DAF – Delivered at Frontier* (поставка на границе) – в соответствии с данным условием продавец оплачивает все расходы и несет риски до момента передачи товара в распоряжение покупателя в обусловленном пункте на границе. Это может быть граница страны продавца, страны покупателя или какой-либо третьей страны, поэтому необходимо указывать конкретный пункт на границе. Продавец обязан оплатить таможенную пошлину, налоги и сборы в стране отправления товара, доставить товар и передать его покупателю в неразгруженном виде. Покупатель обязан принять в свое распоряжение товар, доставленный продавцом в обусловленный пункт, и нести в последующем все расходы и риски.

Данный термин применяется для всех видов перевозки, когда передача товара осуществляется на сухопутной границе.

2. *DES – Delivered ex Ship* (поставка с судна... указывается порт назначения) – продавец обязан представить товар в распоряжение покупателя на борту судна в порту назначения, указанном в контракте. Он оплачивает все расходы, связанные с доставкой товара до обусловленного порта и несет все риски до момента разгрузки. Дальнейшие расходы, включая выгрузку и выполнение таможенных формальностей, оплачивает покупатель. Риск гибели или повреждения товара переходит на покупателя на борту судна в порту назначения в момент его передачи в распоряжение покупателя.

3. *DEQ – Delivered ex Quay* (поставка с причала... указывается порт назначения) – продавец оплачивает все расходы по доставке товара в срок, обусловленный в контракте, на пристань (набережную) в согласованном порту назначения, включая оплату фрахта, расходы по выгрузке товара и расположению его на пристани, кроме оплаты таможенных формальностей. Обязанность по выполнению и оплате таможенных формальностей возлагается на покупателя. Покупатель оплачивает все расходы и несет риски с момента, когда товар действительно предоставлен в его распоряжение на набережной в согласованном порту назначения.

4. *DDU – Delivered duty Unpaid* (с указанием места назначения) – продавец оплачивает все расходы, в том числе расходы по доставке товара до указанного места назначения в стране ввоза, за исключением уплаты налогов, пошлины и других расходов, связанных с выполнением таможенных формальностей.

Данный термин используется при поставках любым видом транспорта.

5. *DDP – Delivered duty Paid* (с указанием места назначения) – условие предполагает максимальные обязанности продавца, в которые входят: заключение договоров перевозки, уплата экспортных и импортных пошлин, получение лицензий, а также, иногда, оплата выгрузки товаров. Покупатель принимает товар в обозначенном в контракте пункте назначения и несет все последующие расходы и риски.

Обязанности продавца по поставке при DDP считаются выполненными после предоставления товара в распоряжение покупателя неразгруженным из транспортного средства, но с оплатой таможенных пошлин. Все остальные условия – как и при DDU.

Таким образом, при всех условиях поставки группы **D** требуется доставка товара до определенного пункта назначения или на границе, или в стране ввоза. Страхование груза продавцом не предусматривается.

Среди обязанностей продавца и покупателя также можно выделить некоторые общие, базисные условия.

При всех базисных условиях **продавец-экспортер** обязан: поставить товар в соответствии с условиями контракта купли-продажи в указанный в контракте пункт назначения; своевременно уведомить покупателя о готовности товара к отгрузке или об отгрузке товара, или о дате предоставления товара в распоряжение покупателя; оплатить расходы, вызываемые проверкой товара; обеспечить за свой счет обыкновенную упаковку товара; предоставить покупателю принятый в практике документ, удостоверяющий поставку товара на согласованных условиях; оплатить таможенные пошлины и налоги, взыскиваемые при экспорте; получить за свой счет экспортную лицензию или другое правительственное разрешение, необходимое для экспорта; предоставить покупателю по его просьбе и за его счет свидетельство о происхождении товара и консульский счет; по просьбе покупателя оказать последнему на его риск и за его счет содействие в получении других необходимых документов, выдаваемых в стране отправления и/или в стране происхождения товара, которые могут потребоваться покупателю для ввоза товара в страну назначения (а в соответствующих случаях также для транзитной перевозки через третью страну); нести риски и расходы до момента предоставления товара в распоряжение покупателя в месте, установленном базисным условием, и в срок, обусловленный в контракте.

Покупатель-импортер при всех базисных условиях обязан: принять товар, предоставленный в его распоряжение, в месте и в срок, обозначенные в договоре, или документы на товар и уплатить цену товара в соответствии с контрактом; нести все расходы и риски, которым может подвергаться товар, с даты истечения срока поставки в связи с несвоевременным принятием товара; оплатить все расходы и сборы, возникшие при получении документов, выдаваемых в стране отправления или в стране происхождения товара; оплатить все таможенные пошлины, а также другие по-

шлины и налоги, взимаемые при ввозе товара или начисляемые на ввозимый товар, если иное не оговорено в условиях; обеспечить на свой риск и за свой счет получение импортной лицензии или иного разрешения, которое может потребоваться для ввоза товара в страну назначения.

Вопросы и задания

1. Назовите характерные черты международных коммерческих операций.
2. Что является нормативной базой для составления международных контрактов купли-продажи?
3. Что является нормативной базой международных контрактов купли-продажи для российских коммерсантов?
4. Перечислите группы базисных условий поставок и раскройте их.

Тема 8. Организация международных платежей и расчётов

1. Методы международных платежей.
2. Способы международных расчётов.

1. Методы международных платежей

Процесс торговли противоречив: интересом продавца является получение оплаты как можно быстрее, а интерес покупателя состоит в получении кредита на некоторый срок, с тем, чтобы осуществить оплату за товар не сразу, а растянуть её на возможно более длительный период, т.е. оттянуть момент окончательного расчёта.

Разрешение данного противоречия лежит в основе многообразия условий контрактов в части *расчёты за поставленные товары и услуги*.

Этим можно объяснить и появление множества методов платежей и расчётов по международным контрактам.

В международной торговле следует различать:

- а) метод платежа, который согласован между покупателем и продавцом;
- б) метод расчетов, т.е. инструмент, посредством которого выполняется этот платеж.

Экспортер и импортер во время заключения торгового контракта должны согласовать метод платежа и метод расчетов.

Ниже перечислены *методы платежей* (перечень построен по принципу увеличения риска для экспортера при выполнении платежа тем или иным методом):

- а) авансовый платеж;
- б) безотзывный аккредитив;
- в) оплата после отгрузки;
- г) документарное инкассо;
- д) торговля по открытому счету. Используемый метод платежа зависит от:

- а) договоренности между продавцом и покупателем;
- б) банковских соглашений между странами.

Например, торговля по открытому счету является нормой в торговле между Великобританией и странами Европейского Экономического Сообщества, а также между Великобританией и США; в противоположность этому в торговле между Великобританией и Австралией, Новой Зеландией и многими азиатскими странами чаще используются документарные аккредитивы или документарное инкассо.

В практике импорта товаров российскими предпринимателями авансовый платеж (100% предоплаты) – один из наиболее часто встречающихся способов платежа, что естественно, вызвано недоверием со стороны зарубежных партнеров.

В качестве методов расчета применяются;

- а) чеки;
- б) переводные векселя;
- в) банковские тратты;
- г) почтовые платежные поручения;
- д) телеграфные/телексыные платежные поручения,
- е) инструкции системы SWIFT, которые могут быть несрочными, срочными или приоритетными;
- ж) международный денежный перевод.

Наличный платеж производится через банк до или против передачи экспортером товарораспорядительных документов или самого товара в распоряжение покупателя. Наличный платеж предусматривает оплату товара в полной стоимости в период от его готовности к отгрузке для экспортера до перехода в распоряжение покупателя и может осуществляться единовременно или по частям.

С точки зрения экспортера, наиболее выгодным является наличный единовременный платеж после получения импортером телеграфного извещения от экспортера о готовности товара к отгрузке, а с точки зрения импортера – платеж против вручения комплекта товарораспорядительных документов с предоставлением для оплаты нескольких льготных дней или часов, хотя при таком условии экспортер обычно требует от импортера предоставления банковской гарантии против приемки товара импортером в порту назначения.

Безналичные расчеты производятся через банки, иные кредитные организации. В безналичных расчетах движение денег происходит в виде перечислений по счетам в кредитных учреждениях.

Гражданским кодексом РФ (ст. 862) предусмотрены следующие формы безналичных расчетов: расчеты платежными поручениями, по аккредитиву, чеками, по инкассо, а также расчеты в иных формах, предусмотренных законом, банковскими правилами и применяемыми в банковской практике обычаями делового оборота.

К «иным формам» безналичных расчетов сегодня можно отнести, например, банковский перевод, расчеты платежными требованиями-поручениями и т.д.

Большая часть внешнеторговых сделок, особенно при торговле машинами и оборудованием, осуществляется на основе *кредита*.

Основными формами коммерческого кредита являются финансовый и товарный кредиты. Финансовый кредит предоставляется экспортерами обычно по отдельным кредитным соглашениям в виде денежных займов импортерам на оплату приобретаемых товаров.

Наиболее распространена товарная форма кредита, когда экспортеры предоставляют импортерам рассрочку платежей за поставленные товары. По длительности рассрочки кредиты подразделяются на краткосрочные (до 1 года), среднесрочные (до 5 лет), долгосрочные (свыше 5 лет). За отсрочку платежа импортеры выплачивают согласованные годовые проценты, которые обычно ниже текущих банковских ставок. Нередко при краткосрочных кредитах покупателям предоставляется беспроцентная рассрочка платежа.

Авансовый платеж

Наиболее безопасный метод платежа для экспортера – получение полной оплаты авансом перед отгрузкой товара. В этом случае экспортер не подвержен риску отказа иностранного покупателя от платежа за товары, которые уже доставлены или еще только будут отгружены. Более того, авансовый платеж означает также, что экспортер может сам не финансировать эту сделку, т.е. *может не вкладывать денежные средства в оборотный капитал для экспортной торговли*.

Платеж с авансом предусматривает выплату покупателем-импортером поставщику-экспортеру согласованных в контракте сумм в счет причитающихся по договору платежей до передачи товара в его распоряжение. Авансовый платеж выполняет две функции:

- форма кредитования импортером экспортера;
- средство обеспечения обязательств, принятых покупателем по контракту.

Аванс может быть предоставлен в двух формах:

- денежной (определяется в % от общей суммы контракта);
- товарной (предоставление заказчиком-импортером экспортеру сырьевых материалов или комплектующих частей, необходимых для изготовления заказанного оборудования).

Таким образом, авансовый платеж обеспечивает экспортеру практически полную безопасность. Единственное, если платеж осуществляется авансом, экспортер должен быть уверен в том, что денежные средства выплачены до отгрузки. На это необходимо обратить особое внимание и принять все меры предосторожности в том случае, если чек или другое платёжное поручение должны быть оплачены не в стране экс-

портёра. В таком случае банк экспортера, вероятно, будет настаивать на том, чтобы, либо:

а) учесть этот чек и т.д. с *правом оборота* (регресса), а это означает, что если иностранный покупатель откажется оплачивать этот чек или не сможет оплатить его в связи с отсутствием денежных средств, банк выставит счет на оплату экспортеру;

б) произвести документарное инкассо для получения денежных средств из-за рубежа.

Одновременно авансовый платёж представляется, очевидно, *исключительно опасным для импортера*, поскольку может появиться риск невыполнения обязательств поставщиком. Кроме того, авансовый платеж, по сути, является завуалированной формой предэкспортного финансирования импортером своего контрагента.

Произвести авансовый платеж для импортера – это значит положиться на честность экспортера и надеяться, что он доставит товары в соответствии с заказом. Если же экспортер не сможет выполнить свою часть контракта, то импортер будет предпринимать юридические действия через суд в стране экспортера, если это оправдывает его затраты времени, усилий и денег.

Аккредитив

Аккредитив (letter of credit) — это обязательство банка произвести по просьбе и в соответствии с указаниями импортера платеж экспортеру.

Как правило, платёж производится против представленных экспортером документов, подтверждающих поставку продавцом товара в соответствии с обязательствами, принятыми им по контракту.

В практике международных расчетов используются различные виды аккредитивов:

- отзывные и безотзывные;
- подтвержденные и неподтвержденные;
- переводные (трансферабельные);
- револьверные (возобновляемые);
- резервные
- покрытые и непокрытые;
- документарные и денежные.

Аккредитивы обеспечивают надежную защиту для экспортеров, а если этот аккредитив подтверждается банком экспортера или другим первоклассным банком в стране экспортера, то это сводит к минимуму его риск и неудобства.

Отзывные аккредитивы не дают экспортеру никакой гарантии, и их следует избегать.

Безотзывные аккредитивы. В коммерческой практике в подавляющем большинстве случаев применяются «безотзывные аккредитивы».

вы», которые не могут быть аннулированы покупателем до конца указанного в них срока действия. В названии таких аккредитивов указывается, что они являются безотзывными. Они дороже отзывных аккредитивов, поскольку объединяют в себе и обязательство банка-эмитента организовать платеж, и гарантию осуществить платеж при любом финансовом состоянии покупателя, что на время действия таких аккредитивов иммобилизует соответствующие банковские активы.

Подтвержденные аккредитивы. Продавцы, осуществляющие экспорт в страны с неустойчивыми экономическими системами, опасаются неплатежеспособности банков-эмитентов безотзывных аккредитивов. В этих странах нередки банкротства даже крупных банков. Они характеризуются нестабильными политическими системами, при которых возможно возникновение форс-мажорных обстоятельств, связанных с международными конфликтами и труднопредсказуемой политикой правительств (что в полной мере относилось к Российской Федерации 90-х годов).

Поэтому они включают в условия контрактов требование, чтобы покупатели открывали «безотзывные и подтвержденные аккредитивы», т.е. безотзывные аккредитивы дополнительно подтверждаются теми банками, которые берут на себя обязательства осуществлять платежи в случае неплатежеспособности банков-эмитентов или при возникновении непредвиденных обстоятельств политического и экономического характера.

Для подтверждения безотзывных аккредитивов могут быть привлечены как надежные банки стран экспортеров, так и банки третьих стран со стабильными режимами. Естественно, что такие аккредитивы дороже, чем просто безотзывные аккредитивы, но часто цель оправдывает средства.

Переводные (трансферабельные) аккредитивы. Если продавец заинтересован как можно быстрее расплатиться со своими кредиторами, например поставщиками сырья, комплектующих изделий, электроэнергии и т.д., он может оговорить в контракте право бенефициара давать указание банку-плательщику производить платежи одному или нескольким банкам вторых бенефициаров на всю или часть суммы аккредитива. Тогда покупателю в своем заявлении на открытие аккредитива необходимо указать, что открываемый аккредитив должен быть трансферабельным.

Револьверные аккредитивы. Аккредитив – относительно дорогой способ платежа. Стоимость услуг банков зависит от вида аккредитива, суммы, на которую открыт аккредитив, и срока действия аккредитива. Если контракт предусматривает несколько примерно равных по стоимости поставок товаров, стороны обычно договариваются об открытии револьверного аккредитива на весь период поставок на сумму, примерно равную стоимости одной поставки при условии, что после оплаты каждой поставки на аккредитиве восстанавливается установленная первоначальная сумма.

Например, по контракту предстоит поставка товара в течение года тремя партиями на общую сумму 1 млн долл. В этом случае револьверный аккредитив может быть открыт на весь период поставок на сумму 350 тыс. долл., однако при условии, что сумма трех платежей не должна превышать указанного 1 млн долл. Тогда стоимость аккредитива будет рассчитываться исходя не из 1 млн в течение года, а с суммы только 350 тыс. долл. за тот же период времени, т. е. будет почти в три раза дешевле.

Резервные аккредитивы. Они применяются для гарантирования платежей в случае наступления или ненаступления вполне определенного события, т. е. они очень похожи на банковские гарантии, но более универсальны, поскольку могут предусматривать не только перевод средств, но и акцепт платежных обязательств.

Например, в контракте может быть предусмотрено, что если продавцу удастся поставить товар на три месяца раньше срока, указанного в контракте, то покупатель выплатит продавцу дополнительную премиальную сумму с открытого им резервного аккредитива. Тогда, если продавец сможет осуществить досрочную поставку товара, он получит деньги с обычного безотзывного аккредитива за саму поставку товара и с безотзывного резервного аккредитива – за досрочность.

Покрытыми называются аккредитивы, при открытии которых банк-эмитент перечисляет собственные средства плательщика (или предоставленный ему кредит) в распоряжение банка поставщика на отдельный балансовый счет на весь срок действия обязательств банка-эмитента.

Непокрытый аккредитив может открываться при установлении между банками прямыми корреспондентских отношений. В этом случае исполняющему банку предоставляется право списывать всю сумму аккредитива с ведущегося у него счета банка-эмитента.

Различают также *документарные аккредитивы*, выплаты с которых обусловлены представлением коммерческих и финансовых документов, и *денежные аккредитивы*, которые представляют собой именной документ, содержащий поручение о выплате денег получателю в течение определенного срока при соблюдении указанных в нем условий.

Документарный аккредитив – наиболее выгодная форма расчетов для экспортера благодаря надежности платежа и ускорению получения экспортной выручки.

В 1983 г. Международная торговая палата издала пересмотренные Унифицированные правила и обычаи для документарных аккредитивов, которые регламентируют правоотношения сторон по этой форме расчетов.

В каждом аккредитиве должны содержаться следующие реквизиты:

- наименование и адрес экспортера и его банка;
- отметка о том, является ли аккредитив отзывным или безотзывным (в последнем случае должна быть указана продолжительность аккредитива);
- сумма аккредитива;

- вид отгрузочных документов;
- количество, цена и точное обозначение товара;
- условия поставки;
- максимальный срок поставки.

Аккредитив с момента его открытия рассматривается как самостоятельная сделка, независимая от контракта, на котором она основана.

Аккредитив выгоден экспортеру, так как обеспечивает ему:

- надежность расчетов (обещание банка на оплату);
- скорость расчетов (получение денег после отгрузки товара);
- возможность получения дополнительного финансирования под открытый и подтвержденный аккредитив.

Для импортера при аккредитивной форме расчетов также повышается надежность поставки товара, но в то же время ему это менее выгодно, поскольку он:

- платит банку за открытие аккредитива;
- открывает аккредитив до поставки товара («замораживает» свои деньги или платит за кредит).

Наиболее выгодным и надежным для экспортера является документарный аккредитив, который часто применяется в зарубежной практике.

Оплата после отгрузки

Возможно, в результате переговоров экспортер и зарубежный покупатель пришли к соглашению, в соответствии с которым покупатель выплачивает деньги за товары, как только они отгружены.

Экспортер посылает телеграмму или телекс покупателю, извещая его об отгрузке и указывая ее детали, а затем ожидает, что покупатель немедленно выполнит платеж. Чаще всего продавец после отгрузки товара передает своему банку документы (чем подтверждает не только отгрузку, но и передачу собственности на товар), одновременно представляя в свой банк распоряжение о передаче указанных документов в банк покупателя против его платежа.

Этот метод платежа предоставляет определенную защиту экспортерам. Существование специальных документов на отгруженный товар, по которым экспортер не теряет права собственности на него, позволяет поставщику придерживать документы у себя до тех пор, пока не будет получен платеж. Если даже платеж не получен после отгрузки (или не выплачены денежные средства по чеку), экспортер не теряет права распоряжаться товаром до тех пор, пока документы на товар находятся у него. Однако, что делать с товаром после прихода его в место назначения? Таможенные пошлины, очистка, складирование, оплата обратной перевозки довольно дорогостоящи и малопривлекательны для экспортера.

Документарное инкассо

Инкассо (collection) – поручение экспортера своему банку получить от импортера непосредственно или через другой банк определенную

сумму или подтверждение того, что эта сумма будет выплачена в установленные сроки.

Различается два вида инкассо:

- простое (чистое) инкассо, т.е. взыскание платежа по финансовым документам, не сопровождаемым коммерческими документами;
- документарное инкассо, т.е. взыскание платежа по финансовым документам, сопровождаемым коммерческими документами, либо только по коммерческим документам. Документы, с которыми проводятся операции по инкассо, подразделяются на две группы:
 - финансовые (векселя, чеки и др.);
 - коммерческие (транспортные документы и др.). В качестве транспортных документов могут выступать: коносамент, почтовая квитанция или сертификат об отгрузке почтой, накладная воздушного сообщения, железнодорожная или автотранспортная накладная, акт приемки (сдачи) и т.д.

При документарном инкассо экспортер может дать различные указания банку по использованию прилагаемых коммерческих (товарно-транспортных) документов, например:

- выдать документы только после оплаты – документы против платежа (D/P – documents against payment);
- выдать документы против акцепта тратты — документы против акцепта (D/A — documents against acceptance). Этот вариант применяется при предоставлении коммерческого кредита. Акцептовав вексель, импортер принимает на себя обязательство совершить платеж в обусловленный срок и становится владельцем товара, который он может продать и только потом оплатить вексель. Под акцептованный вексель экспортер может получить банковский кредит. Покупатель в этом случае становится владельцем товара, который он может продать и только потом оплатить вексель;
- выдать документы без оплаты. В этом случае экспортер стремится получить гарантию банка в обеспечении платежей.

Инкассовая форма расчетов выгодна импортерам, поскольку она подразумевает оплату действительно поставленного товара, а расходы по проведению инкассовой операции относительно невелики.

В определенной степени инкассовая форма расчетов выгодна и экспортеру, поскольку банки защищают его право на товар до момента оплаты документов или акцепта тратт (если экспортер не дал инструкции о выдаче коммерческих документов без оплаты).

В то же время при инкассовой форме расчетов экспортер несет риск, связанный с возможным отказом импортера от платежа, который повышается при снижении спроса. Поэтому экспортер может понести убытки, которые складываются из произведенных транспортных расходов и затрат на возвращение товара; из затрат на хранение товара после

отказа импортера выкупить его; из потерь от продажи товара на менее выгодных условиях третьему лицу, так как новый покупатель может воспользоваться затруднительным положением экспортера.

Выручка за товары может быть также получена с опозданием из-за разрыва во времени между отгрузкой товара и получением денег.

С учетом этого при инкассовой форме расчетов особое значение имеют:

- доверие экспортера к платежеспособности и добросовестности импортера;
- четкое определение в контракте обязательств продавца и покупателя;
- отгрузка товара в соответствии с условиями сделки;
- передача покупателю товарных документов только после платежа или акцепта тратты.

Кроме того, для устранения указанных недостатков импортер может произвести оплату против телеграммы банка экспортера о приеме и отсылке на инкассо товарных документов (телеграфное инкассо) или третье лицо (обычно банк) может принять на себя ответственность перед экспортером за оплату товарных документов импортером (банковская платежная гарантия).

Под *банковской гарантией* понимается безотзывное обязательство банка произвести исполнение платежа в денежной форме в случае, когда третье лицо не осуществит этого. Путем выдачи гарантии банк обязуется платить по первому требованию, если содержащиеся в гарантии условия выполнены.

Следует отметить неправомочность подмены понятий «банковская гарантия» и «гарантийное письмо банка». В ГК РФ предусмотрено только первое. Гарантийное письмо банка не является банковской гарантией, поскольку не отвечает требованиям, установленным ч. 2 ст. 368, ч. 1 ст. 374, ч. 2 ст. 377, ст. 378 Гражданского кодекса РФ.

Торговля по открытому счету

Расчеты по открытому счету в международной торговле предусматривают предоставление экспортером импортеру товарораспорядительных документов, минуя банк, и оплату импортером экспортеру сумм по контракту на открытый счет в сроки, установленные по предварительному соглашению сторон.

Оплата по открытому счёту происходит, как правило, посредством банковского перевода. Банковский перевод – это простое поручение коммерческого банка своему банку-корреспонденту выплатить определенную сумму денег по просьбе и за счет перевододателя иностранному получателю (бенефициару). Банк переводополучателя руководствуется конкретными указаниями, содержащимися в платежном поручении (payment order) в соответствии с условиями внешнеторгового контракта.

Банковский перевод может осуществляться за фактически поставленный товар, что наиболее выгодно импортеру, или в качестве аванса, в результате чего у импортера возникает риск потери денег в случае непоставки товара.

Таким образом, торговля по открытому счету представляет собой продажу в кредит, при которой у экспортера нет никакой гарантии, что покупатель рассчитается со своим долгом в согласованную дату платежа. Поэтому условия такой торговли те же, что и при продаже в кредит в отечественной практике. Единственное различие состоит в том, что покупатель и продавец находятся в разных странах.

Значит, экспортер, отправляя товар вместе с отгрузочными документами, теряет контроль над товаром, а также свое юридическое право собственности на него. Покупатель же дает согласие оплатить товар в заранее оговоренную дату в будущем (через месяц, два, три и т.д.). Причем он может распоряжаться товаром по своему усмотрению. Учитывая тот факт, что оплата может происходить при различных методах расчетов, в том числе векселями и чеками, срок реального получения экспортером денежных средств может значительно растянуться по времени.

Поэтому торговля по открытому счёту, как правило, происходит между компаниями, состоящими в длительных деловых взаимоотношениях и при систематических (может быть небольшими партиями) поставках; между материнской компанией и ее дочерними структурами и филиалами; с посредническими фирмами, осуществляющими комиссионные консигнационные операции.

Для импортера же такой метод расчетов наиболее приемлем, поскольку не требует мобилизации средств и не вызывает необходимости получения банковских кредитов для расчетов с поставщиком, избавляет покупателя от риска потери вследствие оплаты еще не полученного и не принятого товара.

Таким образом, особенность расчетов по открытому счету в том, что движение товаров опережает движение денег. Помимо этого, расчеты оторваны от товарных поставок и связаны с коммерческим кредитом.

Экспортеру такая форма расчетов может быть выгодна только при условии взаимности, когда контрагенты попеременно выступают в роли покупателя и продавца. При односторонних поставках расчеты по открытому счету применяются крайне редко.

2. Способы международных расчётов

Оплата по чеку

Чек – это денежный документ строго установленной законом формы, содержащий приказ (в письменной форме) владельца счета (чекодателя) банку чекодателя о выплате держателю чека означенной в нем суммы денег по его предъявлению или в течение срока, установленного

законодательством (платить сумму бенефициару чека или конкретному лицу, представляющему бенефициара).

Большинство стран руководствуются в нормах, регулирующих чек-овое обращение, Женевской конвенцией о чеке 1931 г., например, Англия, США и ряд других.

В международной торговле оплата долгов посредством чека может быть недостаточно привлекательной по следующим причинам:

1. Экспортер должен обратиться в свой банк с распоряжением об инкассировании платежей, за что будет взиматься определенная плата.

2. Чек может противоречить внутреннему валютному законодательству и положениям о валютном регулировании в стране покупателя, поэтому расчеты могут быть задержаны до получения необходимого разрешения властей на осуществление платежа.

3. Может произойти утеря чека при пересылке почтой.

4. Чек может оказаться «непокрытым» и не будет оплачен после предъявления.

Оплата по векселю

Вексель определяется как «безусловный письменный приказ, адресованный одним лицом другому, подписанный лицом, его выдающим и требующим от лица, на которое он выписан, оплатить по требованию или в указанный момент в будущем определенную сумму указанному лицу или предъявителю». Это определение принято согласно Единообразному вексельному закону о простом и переводном векселе (ЕВЗ) 1930 г. (утвержден Женевской конвенцией 1931 г.)

Он выполняет функцию, аналогичную функции денег: выступает в качестве **средства платежа**. Дает бизнесменам возможность оплачивать свои закупки с отсрочкой, поставщикам позволяет сравнительно легко получать кредит в форме учета векселей, срок платежа по которым еще не наступил.

Можно сказать, что вексель с развитием товарно-кредитных отношений превращается в универсальный инструмент финансовой системы. Он выполняет не только функции средства платежа, кредитных денег, но и сам является объектом купли-продажи, учета залога и т. д.

Векселя значительно ускоряют расчеты, так как один и тот же вексель способен погасить несколько денежных обязательств. Помимо этого, если платеж по векселю не последовал от должника, кредитор может путем регресса предъявить своё требование к тому из своих векселе-предшественников, который окажется наиболее платёжеспособным.

Почтовый перевод

Почтовый перевод (почтовое платежное поручение – Mail Transfer) представляет собой письменное платежное поручение, высылаемое одним банком другому (зарубежному), которое представляет собой указание другому банку выплатить определенную сумму денег

указанному бенефициару (или по распоряжению указанного бенефициара). Почтовый перевод посылается банком, выдавшим распоряжение, в зарубежный банк по авиапочте. В отличие от банковской тратты почтовый перевод высылается **самим банком другому банку**, а не клиентом банка зарубежному поставщику.

Поскольку почтовый перевод посылается авиапочтой, это более быстрый метод платежа, чем банковская тратта. Однако всегда существует вероятность, что инструкции будут задержаны или утеряны. Кроме того, за последние годы письма-распоряжения практически утратили свое значение по причине недостаточной надежности, а также в связи с довольно высокими затратами на обработку. На них приходится не более 4% общего числа платежных поручений.

Телеграфный перевод

Процедура проверки *телеграфных переводов* (телеграфных или телексных платежных поручений) та же, что и почтовых переводов, только инструкции высылаются по телеграфу или телексу, а не авиапочтой. Поэтому телеграфные переводы обходятся несколько дороже клиенту банка-плательщика, но они ускоряют платежи.

Еще одно преимущество телеграфного перевода перед почтовым состоит в том, что не существует опасности задержки или утери инструкций на почте.

Однако очень важно проверить подлинность этих инструкций. В отличие от инструкции почтового перевода подлинность инструкции телеграфного перевода нельзя установить посредством проверки подписи; это делают при помощи «контрольного ключа» или «кодового слова» – специального цифрового кода, по которому банк-корреспондент проверяет идентичность отправителя данного сообщения, а также сумму платежа, наименование валюты, дату отправления и т.д., указанные в этом сообщении.

Вопросы и задания

1. Перечислите методы международных платежей.
2. Раскройте преимущества и недостатки авансового платежа.
3. Назовите виды аккредитивов. В каких ситуациях они применяются?
4. В чём состоят особенности оплаты после отгрузки?
5. Раскройте механизм документарного инкассо.
6. Назовите способы международных расчётов.
7. В каких ситуациях применяются расчёты чеками?
8. В каких ситуациях применяются расчёты векселями?
9. Чем различаются наличные и безналичные расчёты?
10. В чем отличие банков-корреспондентов от обычных банков?

- Б) Покрытым.
- В) Документарным.
- Г) Трансферабельным.
- Д) Резервным.

8. Чем отличается документарное инкассо от чистого инкассо?

9. Какая форма инкассо гарантирует платёж в случае финансовых затруднений покупателя:

- А) Чистое инкассо.
- Б) Документарное инкассо.
- В) Никакая.

10. В операциях с переводным векселем участвуют три стороны:

- А) Кредитор,
- Б) Должник,
- В) Получатель платежа.

Они называются: Г) Трассат, Д) Ремитент, Е) Трассант.

(Дать их правильные названия против А, Б, В.)

11. В чём преимущество денежных переводов перед расчётами векселями и чеками:

- А) В защищённости.
- Б) В гарантированности оплаты.
- В) В скорости оплаты.

12. Безусловное обязательство должника выплатить указанную сумму – это:

- А) Банковский перевод
- Б) Вексель
- В) Аккредитив
- Г) Чек

13. Какой из перечисленных способов платежа является наиболее выгодным для покупателя:

- А) Наличный платёж
- Б) Платёж авансом
- В) Платёж после отправки груза
- Г) Платёж против вручения товарораспорядительных документов

14. С какого момента аккредитив рассматривается как самостоятельная сделка:

- А) С момента подписания контракта
- Б) С момента начала исполнения контракта
- В) С момента своего открытия
- Г) С момента поставки товара покупателю

15. Торговая фирма *A* заключила с торговой фирмой *B* контракт на продажу ей партии товара на общую сумму 100 млн руб. В контракте предусмотрена уплата фирмой *A* фирме *B* неустойки на случай срыва ее поставки в размере 10% от суммы контракта, т.е. 10 млн руб. В свою очередь, фирма *B* заключает контракт с фирмой *B* на продажу упомянутого товара по удвоенной стоимости, т. е. на сумму 200 млн руб. И здесь предусмотрена уплата неустойки фирмой *B* фирме *B* при срыве фирмой *B* контракта – тоже 10% от суммы контракта, но уже от 200 млн руб., т. е. 20 млн руб. К сожалению, фирма *B* не знает, что фирмы *A* и *B* находятся в сговоре. По этому сговору фирма *A* срывает поставку фирме *B* и выплачивает ей причитающиеся по контракту 10 млн руб. Но тем самым срывается и поставка товара от фирмы *B* фирме *B*. И фирма *B* вынуждена уплатить фирме *B* 20 млн руб. Разницу в 10 млн руб. фирмы-заговорщики делят между собой.

Что должна сделать фирма *B*, чтобы обезопасить себя от такого оборота событий? (Процент неустойки менять нельзя):

- А) Обратиться к посреднику при заключении контракта с фирмой *A*.
- Б) Застраховать сделку с фирмой *A*.
- В) Потребовать от фирмы *A* банковскую гарантию поставки.
- Г) Заключить с фирмой *B* контракт на продажу половины партии товара.
- Д) Заключить с фирмой *A* контракт на поставку с отсрочкой платежа.

16. Сколько экземпляров платёжных поручений заполняет клиент банка при оплате по безналичному расчёту:

- А) Один.
- Б) Два.
- В) Три.
- Г) Четыре.
- Д) Пять.

17. Платёж по аккредитиву осуществляется:

- А) В солидном нейтральном банке.
- Б) По месту нахождения покупателя.
- В) По месту нахождения поставщика.
- Г) По месту заключения контракта.
- Д) По месту получения товара покупателем.
- Е) А, Г.

18. Если в аккредитиве отсутствует указание на его отзывность, то каким он является:

- А) Отзывным.
- Б) Безотзывным.
- В) Временным.
- Г) Безвременным.

19. Представляют ли расчёты по инкассо достаточную гарантию оплаты за поставленный товар:

- А) Представляют.
- Б) Не представляют.
- В) Представляют при акцепте платежа банка-эмитента.

20. В каких случаях применяется тратта:

- А) При поставках товара с отсрочкой платежа.
- Б) При участии в расчётах третьего лица.
- В) При авале векселя банком.
- Г) При поставках товара с оплатой «немедленно».

Тема 9. Организация международной товарообменной торговли

1. Встречные закупки товаров.
2. Бартерные операции.
3. Компенсационные операции.
4. Откуп техники, бывшей в употреблении.
5. Операции с давальческим сырьём (толлинг).

1. Встречные закупки товаров

К товарообменной (встречной) торговле относятся операции купли-продажи, при которых в едином документе, подписываемом сторонами, предусматривается одно из взаимных обязательств сторон:

- провести безденежный обмен товарами равной стоимости;
- принять в качестве оплаты за поставленные товары частично денежные средства, а частично товарные ценности.

В настоящее время применение товарообменной торговли обусловлено следующими основными причинами:

- неравномерное экономическое развитие стран и целых экономических регионов не дает возможности развивающимся странам располагать достаточными валютными средствами для расчетов;
- экономические интересы продавцов в расширении объема торговли своими товарами обуславливают их продажу с полной или частичной оплатой встречными поставками товаров;
- экономические интересы покупателей в выходе на новые рынки, продаже в первую очередь трудно реализуемых товаров, а также при исключении или ограничении валютных расчётов.

Основными видами товарообменной (встречной) торговли являются:

Встречные закупки товаров

В осуществлении этой сделки существуют различные особенности, в основе которых лежат экономические интересы экспортёра и импортёра:

1. Если заинтересованность в товарах экспортёра и импортёра взаимная, то в контракте стороны указывают, что основной импортёр оплатит одну часть стоимости поставленного товара деньгами, а другую – поставками определенного товара в указанном количестве по согласованной цене.

2. Если основной экспортёр заинтересован в товаре импортёра, то в контракте предусматривается обязательство основного импортёра оплатить, например, 70% общей суммы контракта деньгами, а на остальные 30% заключить в установленные сроки дополнительный контракт на встречную поставку товара, т.е. стать встречным экспортёром.

3. Если основной импортёр заинтересован в дополнительном сбыте своей продукции (трудности с реализацией товара на местном рынке), то в контракте предусматривается, что он полностью оплатит поставку товара деньгами, но основной экспортёр купит не позже установленного срока встречные товары на всю или часть суммы основного экспортного контракта.

Бартерные операции

Международная бартерная операция представляет собой эквивалентный обмен товарами, услугами и результатами интеллектуальной деятельности без использования механизма валютно-финансовых расчётов.

Это безвалютный, но заранее оцененный в единой валюте обмен.

Компенсационные операции

Основным содержанием компенсационных операций является продажа производственного оборудования на условиях коммерческих кредитов с последующим погашением долга встречными поставками продукции, произведённой с помощью полученного оборудования.

Это наиболее сложный вид встречной торговли. Иногда он обозначается термином «обратная закупка».

В торговой практике основным стимулом заключения большинства компенсационных соглашений является стремление избежать перевода иностранной валюты. Для этого используется *клиринговая форма расчёта*, при которой после отправки товара экспортёром его платёжные требования вносятся на клиринговый счёт в стране импортёра, а затем удовлетворяются посредством соответствующей встречной поставки.

Ещё одним стимулом и преимуществом компенсационных соглашений является то, что они дают возможность развить или организовать новое производство, вкладывая средства только в строительные и монтажные работы, а за полученное импортное оборудование расплачиваться готовой продукцией.

Такие сделки можно подразделить на *долгосрочные компенсационные соглашения с обратной закупкой*; *сделки «о разделе продукции»*; *сделки «развитие – импорт»*.

Откуп техники, бывшей в употреблении

Откуп бывшей в употреблении техники является одной из форм встречной торговли, поскольку она осуществляется против приобретения у продавца ее новых, более совершенных видов.

Стоимость откупленной техники засчитывается в платеж за новую. Среди видов откупаемой техники наибольший объем приходится на легковые автомобили, грузовые автопоезда, компьютеры, множительную аппаратуру, суда, некоторые виды универсального металлообрабатывающего и деревообрабатывающего оборудования, сельскохозяйственные машины и т.д.

Операции с давальческим сырьём (толлинг)

Содержание таких операции состоит в том, что владелец сырья, не располагающий мощностями по его переработке, передаёт его перерабатывающему предприятию.

При этом поставщик сырья одновременно выступает собственником части конечной продукции. Другая ее часть передается собственно производителю в качестве оплаты услуг по переработке.

Объём передаваемого сырья должен обеспечивать:

- получение необходимого количества готовой продукции;
- оплату затрат переработчика;
- получение переработчиком прибыли на капитал, вложенный им в процесс переработки.

Давальческим сырьем считаются: сырье, материалы, продукция – передаваемые без оплаты их владельцами другим организациям для переработки (обработки) по договору, который должен заключаться в соответствии со ст. 220, 715-729 ГК РФ.

Необходимость в таких операциях возникает в связи с неравномерностью развития добычи сырья и производственных мощностей по его переработке.

Целесообразность осуществления операций по переработке давальческого сырья возникает и в пределах одного государства, когда добычей и переработкой сырья занимаются экономически независимые структуры.

Сторонами договора являются, с одной стороны, поставщик сырья и получатель готовой продукции, с другой – переработчик.

Предметом договора является переработка сырья в готовую продукцию с установленными в договоре техническими показателями.

Побуждающим мотивом к заключению подобных сделок может служить:

- либо отсутствие в стране достаточных мощностей для переработки данного сырья;
- либо экономические причины (например, наличие более дешевых ресурсов: рабочей силы, электроэнергии, воды и т.д. для этой переработки);

- либо просто экологические проблемы, вредность производства, внутренние законодательные акты, которые в другой стране обойти проще.

Операции по толлингу соответствуют нормам мировой практики и признаны Всемирной торговой организацией (ВТО).

Переработка сельскохозяйственного сырья (пшеницы, подсолнечника), принимаемого от населения, также относится к данному виду бизнеса. Оплата услуг по переработке частью поставляемого сырья называется в этом случае гарнцевым способом оплаты.

Следует обратить внимание на необходимость указания в контрактах цен на сырье и продукты переработки, объемы взаимных поставок, стоимость переработки сырья и другие расходы.

Договор на переработку давальческого сырья должен содержать:

- базисные условия и сроки поставок товаров сторонами;
- порядок предъявления и рассмотрения претензий по срокам поставок, качеству сырья и продуктов его переработки;
- условия начисления и возмещения убытков и штрафных санкций, а также все другие условия контрактов купли-продажи.

Вопросы и задания

1. Назовите общие принципы товарообменной торговли.
2. Какие причины обуславливают применение товарообменных операций?
3. Какие виды товарообменных операций вы знаете?
4. Какие особенности осуществления сделки проявляются при встречных закупках товаров?
5. Назовите особенности бартерных сделок.
6. Раскройте содержание и назовите виды компенсационных операций.
7. Раскройте содержание операций по откупку техники, бывшей в употреблении.
8. Раскройте содержание операций с двальческим сырьём (толлинг).
9. Назовите причины осуществления толлинговых операций.

ТЕСТ

1. Главным побудительным мотивом к развитию встречной торговли в экономически развитых странах является:

- А) Отсутствие средств на покупку товара.
- Б) Неравномерное развитие регионов.
- В) Перенасыщенность рынка товарами.

2. Операции, предполагающие эквивалентный обмен товарами называются:

- А) Компенсационные операции.
- Б) Бартерные операции.
- В) Толлинговые операции.

3. Если встречный поставщик, при заключении бартерной сделки, отказывается предоставить гарантии поставки товара, следует:

- А) Установить в контракте более короткий срок поставки.
- Б) Указать в контракте, что он будет первым поставщиком.
- В) Настоять на платеже посредством безотзывного аккредитива.
- Г) Указать в контракте, что он будет вторым поставщиком.
- Д) Найти другого партнёра.

4. Какая операция является фактором ускорения сбыта новых моделей техники:

- А) Бартер.
- Б) Толлинг.
- В) Откуп бывшей в употреблении техники.
- Г) Компенсационные поставки.

5. Принципы взаимоотношений сторон бартерного контракта регулируются:

- А) Ст. 567 – 571 ГК РФ.
- Б) Ст. 220, 715 – 729 ГК РФ.
- В) Ст. 768 – 771 ГК РФ.
- Г) Ст. 261 – 272 ГК РФ.

6. Объём сырья при толлинговых операциях должен:

- А) Обеспечить банковские гарантии.
- Б) Обеспечить откуп техники, бывшей в употреблении.
- В) Обеспечить оплату затрат переработчика и прибыль.

7. В чём состоит преимущество компенсационной торговли:

- А) Сокращает скорость оборота товара.
- Б) Повышает качество выпускаемой продукции.
- В) Даёт возможность организовать новое производство, используя технику, бывшую в употреблении.
- Г) Даёт возможность организовать новое производство, не вкладывая средства в оборудование.

8. Сущность толлинговых операций состоит в следующем:

- А) Предприятие покупает новую технику, передавая продавцу технику, бывшую в употреблении, стоимость которой зачисляется в платёж
- Б) Два предприятия осуществляют безвалютный обмен готовой продукцией.

- В) Владелец сырья продаёт его переработчику и на полученные средства развивает своё производство
- Г) Владелец сырья передаёт его переработчику и получает готовую продукцию

9. В каком случае коммерсанты используют компенсационные сделки:

- А) Когда контрагенты не располагают большим количеством товара
- Б) Когда контрагенты не располагают большим количеством времени
- В) Когда контрагенты не доверяют друг другу
- Г) Когда контрагенты не располагают необходимыми платёжными средствами

10. Может ли совершить встречную закупку товара не сам продавец, а другая фирма:

- А) Может
- Б) Не может
- В) Может только по доверенности продавца
- Г) Может по рекомендации продавца, который в данном случае является посредником

Тема 10. Международные арендные операции. Лизинг

1. Оперативная аренда.
2. Финансовая аренда (лизинг).
3. Лизинговые контракты.

1. Оперативная аренда

Рынок арендных услуг характеризуется многообразием форм аренды, моделей арендных контрактов и юридических норм, регулирующих арендные операции.

В соответствии с признаками окупаемости (условиями амортизации имущества) выделяют оперативную и финансовую аренду.

Оперативная аренда – это арендные отношения, при которых расходы арендодателя, связанные с приобретением и содержанием сдаваемых в аренду предметов, не покрываются арендными платежами в течение одного арендного контракта.

Для оперативной аренды характерны следующие основные признаки:

- арендодатель не рассчитывает возместить все свои затраты за счет поступления арендных платежей от одного арендатора;
- арендный договор заключается, как правило, на 2 – 5 лет, что значительно меньше сроков физического износа оборудования, и может быть расторгнут арендатором в любое время;

– риск порчи или утери объекта в основном на арендодателе. В арендном договоре может предусматриваться определенная ответственность арендатора за порчу переданного ему имущества, но ее размер значительно меньше первоначальной цены имущества;

– ставка арендных платежей обычно выше, чем при финансовой аренде. Это вызвано тем, что арендодатель, не имея полной гарантии окупаемости затрат, вынужден учитывать различные коммерческие риски (риск не найти арендатора на весь объем имеющегося оборудования; риск поломки объекта сделки; риск долгосрочного расторжения договора) путем повышения цены на свои услуги;

– объектом сделки являются преимущественно наиболее популярные виды машин и оборудования.

По окончании срока арендного договора арендатор имеет право:

– продлить срок договора на более выгодных условиях;

– вернуть оборудование арендодателю;

– купить оборудование у арендодателя при наличии соглашения (опциона) на покупку по справедливой рыночной стоимости.

Арендатор при помощи оперативной аренды стремится избежать рисков, связанных с владением имуществом, например, с моральным старением, снижением рентабельности в связи с изменением спроса на производимую продукцию, поломкой оборудования, увеличением прямых и косвенных непроизводительных затрат, вызванных ремонтом и простоем оборудования, и др. Поэтому арендатор предпочитает оперативную аренду в случаях, если:

– предполагаемые доходы от использования арендованного оборудования не окупают его первоначальной цены;

– оборудование требуется на небольшой срок (сезонные работы или разовое использование);

– для оборудования необходимо специальное техническое обслуживание;

– объектом сделки выступает новое, непроверенное оборудование.

Перечисленные особенности оперативной аренды определили ее распространение в таких отраслях, как сельское хозяйство, транспорт, горнодобывающая промышленность, строительство, электронная обработка информации.

2. Финансовая аренда (лизинг)

Финансовая аренда (лизинг) – это соглашение, предусматривающее в течение периода своего действия выплату лизинговых платежей, покрывающих полную стоимость амортизации оборудования или большую его часть, дополнительные издержки и прибыль лизингодателя.

Содержанием его является предоставление на условиях аренды средств производства (имущества) предпринимателям-производителям на краткосрочный, среднесрочный и долгосрочный периоды.

Финансовая аренда характеризуется следующими основными чертами:

- участие третьей стороны (производителя или поставщика объекта сделки);

- невозможность расторжения договора в течение так называемого основного срока аренды, то есть срока, необходимого для возмещения расходов арендодателя. Однако на практике это иногда происходит, что оговаривается в соглашении о лизинге, но в этом случае стоимость операции значительно возрастает;

- более длительный период лизингового соглашения (обычно близкий сроку службы объекта сделки);

- объекты сделок при финансовой аренде, как правило, отличаются высокой стоимостью.

Так же, как при оперативной аренде, после завершения срока контракта лизингополучатель может:

- купить объект сделки, но по остаточной стоимости;

- заключить новый договор на меньший срок и по льготной ставке;

- вернуть объект сделки лизинговой компании.

В случае финансовой аренды между производителем имущества и его пользователем возникает финансовый посредник, который берется финансировать сделку.

Финансовая аренда – это комплекс имущественных и экономических отношений, возникающих в связи с приобретением в собственность имущества и последующей сдачей его во временное владение и пользование за определенную плату.

При выделении видов лизинга исходят прежде всего из признаков их классификации, которые характеризуют: отношение к арендуемому имуществу; тип финансирования лизинговой операции; тип лизингового имущества; состав участников лизинговой сделки; тип передаваемого в лизинг имущества; сектор рынка, где проводятся лизинговые операции; отношение к налоговым, таможенным и амортизационным льготам и преференциям.

Введение в экономический лексикон термина «*лизинг*» (от англ. «to lease»), что означает «арендовать» или «брать в аренду», связывают с операциями телефонной компании «Белл», руководство которой в 1877 году приняло решение не продавать свои телефонные аппараты, а сдавать их в аренду. Однако первое общество, для которого лизинговые операции стали основой его деятельности, было создано только в 1952 году в Сан-Франциско американской компанией «Юнайтед стейтс лизинг корпорейшн», и, таким образом, США стали родиной нового бизнеса.

Опыт лизинговой деятельности США и Англии в СССР не использовался. Только во время второй мировой войны советские граждане познакомились с понятием лизинга (lend-lease). США поставляло своим союзникам по блоку оружие, продовольствие, автомобильную технику, медикаменты и т. д. Однако сразу после войны слово «лизинг» исчезло из русского лексикона больше чем на четыре десятилетия.

И только в начале 90-х годов российское правительство обратило внимание на лизинг, используя его для стимулирования инвестиционной деятельности.

Виды лизинга

Лизинг – это вид предпринимательской деятельности, направленной на инвестирование временно свободных или привлеченных финансовых средств, когда по договору финансовой аренды (лизинга) арендодатель (лизингодатель) обязуется приобрести в собственность обусловленное договором имущество у определенного продавца и предоставить это имущество арендатору (лизингополучателю) за плату во временное пользование для предпринимательских целей. («Временное положение о лизинге». Утверждено Постановлением Правительства РФ от 29 июня 1995 г. № 633).

Лизинг представляет собой соглашение между собственником имущества (арендодателем) и арендатором о передаче имущества в пользование на оговоренный период по установленной ренте, выплачиваемой ежегодно, ежеквартально или ежемесячно.

Лизинг различают оперативный и финансовый.

Оперативный лизинг подразумевает передачу в пользование имущества многократного использования на срок по времени короче его экономического срока службы. Он характеризуется небольшой продолжительностью контракта (до 3–5 лет) и неполной амортизацией оборудования за время аренды. После истечения срока оборудование может стать объектом нового лизингового контракта или возвращается арендодателю. Обычно в оперативный лизинг сдается строительная техника (краны, экскаваторы и т. д.), транспорт, ЭВМ и т. д.

Финансовый лизинг характеризуется длительным сроком контракта (от 5 до 10 лет) и амортизацией всей или большей части стоимости оборудования. Фактически финансовый лизинг представляет собой форму долгосрочного кредитования покупки. По истечении срока действия финансового лизингового контракта арендатор может вернуть объект аренды, продлить соглашение или заключить новое, а также купить объект лизинга по остаточной стоимости (обычно она носит чисто символический характер).

По объектам сделок лизинг подразделяется на **лизинг движимого и недвижимого имущества**. При лизинге недвижимости арендодатель строит или покупает недвижимость по поручению арендатора и предос-

тавляет ему использование в коммерческих и производственных целях. Так же, как и в сделках с движимым имуществом, контракт заключается обычно на срок меньший или равный амортизационному периоду объекта; арендатор несет все риски, расходы и налоги во время действия контракта.

По отношению к арендуемому имуществу можно выделить *договор чистого лизинга*, когда дополнительные расходы по обслуживанию арендуемого имущества берет на себя арендатор, и договор *полного лизинга*, по которому арендодатель берет на себя техническое обслуживание и другие расходы, связанные с использованием объекта сделки.

Исходя из особенностей организации отношений между заемщиком и сдающим в наем выделяется *прямой* лизинг, когда изготовитель или владелец имущества выступает в качестве лица, сдающего его в аренду, и *косвенный*, при котором сдача в аренду ведется через третье лицо.

По методу финансирования различается *срочный лизинг*, при котором осуществляется одноразовая аренда, и *возобновляемый* (револьверный), при котором договор лизинга продолжается по истечении первоначального срока контракта.

На практике применяются и другие виды лизинга.

Возвратный лизинг (lease-back). Заключается в продаже промышленным предприятием части его собственного имущества лизинговой компании с одновременным подписанием договора об его аренде. В такой операции только два участника: арендатор имущества (бывший владелец) и лизинговая компания (новый владелец). Такая сделка дает возможность предприятию получить денежные средства за счет продажи средств производства, не прекращая их эксплуатацию, и использовать их для новых капитальных вложений. Рентабельность данной операции будет тем выше, чем доходы от новых инвестиций больше суммы арендных платежей. Операции возвратного лизинга вызывают уменьшение баланса предприятия, т. к. они ведут к изменению собственника имущества.

К такой сделке можно прибегать и тогда, когда у предприятия довольно низкий уровень доходов, и, следовательно, оно не может полностью воспользоваться льготами по ускоренной амортизации и налогообложению прибыли. Оно совершает сделку, и лизинговая компания получает его налоговые льготы. В ответ она снижает ставку арендной платы.

Так как часто лизинговой компании не хватает собственных средств для осуществления лизинговых операций, то она может привлекать их. Такая операция получила название *лизинга с дополнительным привлечением средств*. Подсчитано, что свыше 85% всех лизинговых сделок являются лизингом с привлечением средств. Арендодатель берет долгосрочную ссуду у одного или нескольких кредиторов на сумму до

80% стоимости сдаваемых в аренду активов (без права регресса на арендатора), причем арендные платежи и оборудование служат обеспечением ссуды.

Часто лизинг осуществляется не напрямую, а через посредника. Основной арендодатель получает преимущественное право на получение арендных платежей. В договоре обычно обуславливается, что в случае банкротства третьего звена (посредника) арендная плата будет поступать основному арендодателю непосредственно. Подобные сделки получили название «*сублизинг*».

Разновидностью лизинга стали сделки «*дабл дин*», применяемые в международной сфере. Их смысл заключается в комбинации налоговых выгод в двух и более странах. Например, в начале 80-х годов приобретение ряда самолетов было кредитовано через «дабл дин» между США и Великобританией. Выгоды от налоговых льгот в Великобритании больше, если арендодатель имеет право собственности, а в США – если арендодатель имеет только право владения. Лизинговая компания в Великобритании покупает самолет, отдает его в аренду американской лизинговой компании, а та, в свою очередь, местным авиакомпаниям. Такого рода сделки могут осуществляться между Францией и ФРГ, Францией и США, Японией и США и т.д.

В последнее время получила распространение практика заключения соглашения между производителями оборудования и лизинговыми компаниями. В соответствии с этими соглашениями производитель от лица лизинговой компании предлагает клиентам финансирование поставок своей продукции с помощью лизинга. Таким образом, лизинговая компания использует торговую сеть поставщика, а поставщик расширяет границы сбыта продукции. Эти сделки получили название «*помощь в продаже*» (*sales-aid*).

При постоянном и тесном сотрудничестве предприятий с лизинговыми компаниями возможно заключение соглашений по предоставлению «*лизинговой линии*» (*lease-line*). Эти соглашения аналогичны банковским кредитным линиям и позволяют арендатору брать дополнительное оборудование в лизинг без заключения каждый раз нового контракта.

Причиной широкого распространения лизинга является ряд его **преимуществ** перед обычной ссудой:

1. Лизинг предполагает 100-процентное кредитование и не требует немедленного начала платежей. При использовании обычного кредита для покупки имущества предприятие должно было бы около 15% стоимости покупки оплачивать за счет собственных средств. При лизинге контракт заключается на полную стоимость имущества. Арендные платежи обычно начинаются после поставки имущества арендатору, либо позже.

2. Гораздо проще получить контракт по лизингу, чем ссуду. Особенно это относится к мелким и средним предприятиям. Некоторые лизинговые компании даже не требуют от арендатора никаких дополнительных гарантий. Предполагается, что обеспечением сделки служит само оборудование. При невыполнении арендатором своих обязательств лизинговая компания сразу же забирает свое имущество.

3. Лизинговое соглашение более гибко, чем ссуда. Ссуда всегда предлагает ограниченные сроки и размеры погашения. При лизинге арендатор может рассчитывать поступление своих доходов и выработать с арендодателем соответствующую, удобную для него схему финансирования. Платежи могут быть ежемесячными, ежеквартальными и т.д., суммы платежей могут отличаться друг от друга. Иногда погашение может осуществляться после получения выручки от реализации товаров, произведенных на оборудовании, взятом в лизинг. Ставка может быть фиксированной и плавающей.

4. Риск устаревания оборудования целиком ложится на арендодателя. Арендатор имеет возможность постоянного обновления своего парка оборудования.

5. В случае лизинга арендатор может использовать сразу гораздо больше производственных мощностей, чем при покупке. Временно высвобожденные благодаря лизингу деньги он может пустить на какие-либо другие цели.

6. Так как лизинг долгое время служил средством реализации продукции и развития производства, то государственная политика, как правило, направлена на поощрение и расширение лизинговых операций.

7. Преимущества учета арендуемого имущества. Основными принципами Евролиза (Leaseurope – ассоциация европейских лизинговых компаний) по учету лизинговых операций является опубликование арендатором своих финансовых обязательств, вытекающих из лизинговых соглашений.

8. Международный валютный фонд не учитывает сумму лизинговых сделок в подсчете национальной задолженности, т.е. существует возможность превысить лимиты кредитной задолженности, устанавливаемые фондом по отдельным странам.

Недостатки лизинга:

1) если оборудование взято в финансовый лизинг и оно с течением времени устарело до окончания действия лизингового договора, то лизингополучатель продолжает платить арендные платежи до конца контракта;

2) при оперативном лизинге риск устаревшего оборудования ложится на арендодателя, который вынужден брать за это большую плату с лизингополучателя;

3) еще одним недостатком финансового лизинга является то, что в случае выхода оборудования из строя платежи производятся в установленные сроки независимо от состояния оборудования;

4) если объектом лизингового договора является крупный и уникальный объект, то в связи с большим разнообразием условий арендных сделок подготовка договоров об их лизинге требует значительного времени и средств.

3. Лизинговые контракты

Лизинг – операция, отличающаяся довольно сложной организацией. Во многих сделках имеют место как минимум три контракта:

- между арендатором и арендодателем;
- между поставщиком и арендодателем;
- между арендодателем и его банком.

Обычно перед началом сделки производится тщательный анализ клиента, в который входит:

- оценка клиента по его способности выплатить арендные платежи и по его предварительным доходам от использования арендуемого оборудования;
- оценка товаров (спрос на них с точки зрения возможной перепродажи).

Если это международный лизинг, то особенно важны: выбор валюты контракта, оценка риска изменения курса валюты, таможенный режим арендатора, налог на фирму, применяемый к арендодателю, наличие соглашений о неприменении двойного налогообложения между странами, защита права собственности иностранного арендодателя в стране арендатора.

При лизинге с дополнительным привлечением средств особенно остро встают вопросы залогового права, страхования, различного рода гарантий.

Важны также вопросы предоставления технических гарантий производителем.

Существуют три варианта приобретения оборудования при лизинге:

1) арендодатель платит поставщику и передает арендатору право пользования;

2) арендатор может договориться о поставке оборудования и тут же продать его арендодателю (но поставщику платит арендатор);

3) арендодатель назначает арендатора своим агентом по заказу товара у поставщика.

В первом варианте арендодатели часто не хотят, чтобы поставщик был поставлен в известность о переуступке, так как они опасаются, что это может сказаться на их взаимоотношениях. Во втором варианте арендодатель должен быть уверен, что покупка сделана правильно, т.е.,

что товар нигде не заложен, не обложен комиссиями и т.д. В третьем случае надо учитывать, что если арендатор действует как агент, то он будет отвечать в случае банкротства арендодателя.

Арендодатель должен быть уверен, что как только поставщик поставит товар, арендатор будет готов принять его, следить за ним и платить за него аренду. Поэтому лизинговая компания особенно заинтересована в тесном сотрудничестве с арендатором и в заключение так называемых «генеральных соглашений» с ним. На протяжении всего контракта лизинговая компания осуществляет контроль за правильным использованием оборудования.

В лизинге очень важна гарантия того, что к концу контракта оборудование будет иметь определенную остаточную стоимость. Для этого существует система страхования остаточной стоимости.

Погашение лизинговых обязательств может происходить как в денежной, так и в другой форме. Так, при лизинге в развивающихся странах часто используются элементы бартерной сделки. В счет арендных платежей идет товар, производимый арендатором (нефть, алмазы, кожа и т.д.). Но здесь нужно привлекать третью сторону, которая будет заниматься продажей этих товаров за свободно конвертируемую валюту.

Вопросы и задания

1. Назовите виды аренды.
2. Назовите отличия оперативной аренды от финансовой.
3. Перечислите виды лизинга:
по типу финансирования лизинговой операции;
по типу лизингового имущества;
по составу участников лизинговой сделки;
по сектору рынка, где проводятся лизинговые операции;
по отношению к налоговым, таможенным и амортизационным льготам и преференциям.
4. Какие преимущества имеет лизинг перед ссудой и кредитом?
5. Сформулируйте достоинства и недостатки лизинга для лизингодателя, лизингополучателя и продавца оборудования.

Тема 11. Основные виды международных коммерческих операций

1. Международная торговля лицензиями.
2. Международная торговля товарными знаками.
3. Франчайзинг.
4. Факторинг
5. Форфейтинг.

1. Международная торговля лицензиями

Термин «лицензия» в переводе с латинского означает *разрешение совершать какие-либо действия*. Относительно технологического обмена он означает разрешение использовать предметы лицензий, которыми являются: изобретения, ноу-хау, товарные знаки, патенты, промышленные образцы и полезные модели в течение определённого срока за обусловленное вознаграждение.

В международной практике наиболее часто встречаются патентные лицензии с одновременной передачей ноу-хау и оказанием технической помощи в налаживании производства.

Второе место занимают лицензии на ноу-хау и только третьи чисто патентные лицензии, не предусматривающие передачи ноу-хау.

В международной практике торговли лицензиями сложились следующие виды лицензионных договоров:

- 1) простая лицензия;
- 2) исключительная лицензия;
- 3) полная лицензия;
- 4) сублицензия.

Различия между ними определяются объемом прав, передаваемых от лицензиара к лицензиату, главным образом объемом территориальных ограничений.

После проведения переговоров заключается *лицензионное соглашение (договор)*. Лицензионное соглашение – это договор, по которому лицензиар (продавец) предоставляет лицензиату (покупателю) разрешение или право на использование объекта лицензии за определенное вознаграждение. При этом право собственности на предмет лицензионного соглашения остается за лицензиаром, а лицензиат получает право на его использование при конкретных условиях в течение определенного срока.

Соглашение имеет определенную структуру, весьма схожую со структурой контрактов купли-продажи: преамбула, определения, предмет соглашения, техническая документация, территория действия соглашения, гарантия и ответственность, платежи, где указывается размер лицензионного вознаграждения и условия его выплаты и т.д., хотя каждое соглашение является сугубо индивидуальным.

Лицензионные соглашения существенно отличаются от других видов внешнеторговых и внутренних договоров и, в частности, от наиболее распространенных на мировом рынке экспортных (импортных) сделок, а на внутреннем рынке – сделок купли (продажи) товаров.

Определение цены лицензии (размера вознаграждения за лицензию) – одна из самых сложных проблем, которую необходимо решать при осуществлении внешней и внутренней торговли лицензиями.

Потенциальный продавец лицензии – лицензиар должен рассчитать максимальную желаемую цену лицензии и минимальную, ниже которой

продажа лицензии нецелесообразна и неэффективна, и на переговорах руководствоваться этими ценами, начиная торг и назвав лицензиату максимальную желаемую цену.

Покупатель лицензии – лицензиат должен определить для себя вилку цены или, по крайней мере, максимально возможную цену, за которую он может купить лицензию. Следовательно, потенциальные контрагенты лицензионных соглашений должны определять приемлемые для себя вилки цен на лицензии до переговоров об их продаже или закупке.

До настоящего времени ни у нас, ни за рубежом не выработано единой методологии и единых методов определения цены лицензии. Каждый контрагент определяет ее на свой страх и риск, используя свою методологию и свои методы, которые сохраняет в тайне, принимая меры по предотвращению их разглашения.

Если цены на обычные материальные товары формируются на базе их стоимости, т.е. затрат на их производство, то цены на предметы лицензионных соглашений формируются на базе результатов – прибыли, получаемой от их использования по лицензии.

В этом принципиальное отличие в формировании цен на обычные материальные товары и на предметы лицензионных соглашений независимо на внутреннем или на внешнем рынках.

Потребительная стоимость лицензии определяется не её средней общественной полезностью, а индивидуальной полезностью для каждого потребителя. Другими словами, *цена лицензии определяется не столько нормой, сколько массой дополнительной прибыли, получаемой лицензиатом при применении новшеств.*

Таким образом, реальная стоимость лицензии может быть установлена только в процессе эксплуатации лицензионного объекта. Цена же лицензии определяется расчетным путем с учетом ряда факторов:

- *вероятная прибыль*, которую может получить лицензиат в процессе эксплуатации лицензии. Источником цены при продаже технологии становится не вся прибыль, а только полученная от применения нововведения.

В международной практике торговли лицензиями доля, идущая на вознаграждение лицензиарам, колеблется в пределах от 20 до 40% от суммы дополнительной прибыли;

- *затраты на создание технологии* (цена должна как минимум в 1,5 – 2 раза превышать все издержки продавца на НИОКР и освоение производства);

- *упущенная выгода* (при реальной возможности самостоятельно использовать технологию);

- *издержки по передаче технологии* (командировки, оказание технологической помощи, проведение пусконаладочных работ – до 20% от совокупных издержек);

- *цены на аналогичные технологии у конкурентов.*

Стоимость беспатентных лицензий на 20% ниже, чем лицензий, защищённых патентами.

Цены на исключительные лицензии обычно более чем в 2 раза превышают цены простых лицензий.

Практика показывает, что если фирма в состоянии поставлять изделия, защищенные патентами, на экспорт, то она никогда не продаёт лицензии.

При экспорте фирма получает всю прибыль от продажи изделий, а при продаже лицензий только часть прибыли, которую получит лицензиат от продажи изделий, изготовленных по лицензии. Однако значительные транспортные расходы при поставке продукции на отдаленные рынки, таможенные, сертификационные и другие барьеры могут привести к тому, что экспорт изделий в отдельные страны будет экономически невыгоден и более целесообразна продажа лицензий одному или нескольким предпринимателям для организации производства изделий по лицензиям и реализации их на этих рынках.

Лицензионные договоры могут предусматривать различные способы платежей:

- постепенную выплату стоимости лицензии периодическими платежами (роялти);

- паушальный платёж – платёж заранее оговорённой твёрдой суммы;

- смешанные способы платежей, сочетающие выплаты авансовых паушальных сумм и роялти. Сюда включаются и такие формы вознаграждения как первоначальный платёж наличными (50 – 60% лицензионных соглашений), передача ценных бумаг акций и облигаций (15% лицензионных соглашений), передача технической документации (предусматривает взаимное предоставление лицензий, получила распространение у японских компаний).

2. Международная торговля товарными знаками

Товарные знаки и знаки обслуживания – это обозначения, отличающие однородные товары и услуги разных производителей и продавцов.

Как правило, предприятие, использующее в своей деятельности известный товарный знак (ТЗ) или фирменное наименование (ФН), продаёт товар или услугу по более высокой цене, чем средняя цена по отрасли (за исключением случаев проведения демпинговой политики или временного периода конкурентной борьбы).

Всем известны товарные знаки компаний Rolls-Royce, Gillette, Indezit, TEFAL, «Кока-Кола», «Интурист», приморских «Акос», «Аник»,

«Диалог народов» и многих других. В недалеком прошлом были достаточно известны отечественные торговые марки Ту, Zenit, Ломо, Столичная и т.д. Потребителю сразу становится понятным, чем компания занимается, а в нашем сознании прочно ассоциируется высокий уровень потребительских свойств предлагаемой продукции.

В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения любых цветов. Законом строго ограничены способы обозначений знаками, в том числе: не отличающиеся различительной способностью, представляющие государственные флаги, эмблемы, наименования правительственных организаций, указания качества и ценности товара, названия известных произведений науки, культуры и т.д.

Регистрацию товарного знака осуществляет Роспатент на основании заявки, поданной через патентного поверенного, зарегистрированного в Роспатенте. Иностранцы также осуществляют регистрацию своих товарных знаков в Роспатенте через патентных поверенных.

Товарный знак используется в качестве ключевого элемента рекламного стиля фирмы; он в неизменяемой форме должен присутствовать на всех видах рекламы изделий, на упаковке, коммерческой документации и деловой переписке фирмы. Чтобы отвечать таким требованиям, товарный знак должен обладать новизной воплощаемой идеи, лаконичностью, а также должен быть выполнен с большим художественным вкусом и тактом.

Во всех странах товарные знаки имеют правовую охрану, причем в одних странах действует проверочная система их новизны и соответствия установленным требованиям, в других – явочная, которая предусматривает регистрацию знаков после их введения в действие фирмами.

Использование товарных знаков в России регулируется Законом РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров». Правовая охрана товарных знаков осуществляется на основе их государственной регистрации и выдачи на них свидетельств.

На основании решения о регистрации товарного знака Роспатент после уплаты пошлины производит его регистрацию в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания и выдает владельцу соответствующее свидетельство. Российские физические и юридические лица могут через патентных представителей зарегистрировать свои товарные знаки в зарубежных странах.

По данным Роспатента, в последнее время ежегодно подаётся около 20 – 25 тыс. заявок на ТЗ от российских и зарубежных предпринимателей.

Право использования товарного знака может быть продано другому лицу по лицензионному договору.

Рыночная стоимость товарного знака – это потенциальная капитализированная стоимость полных прав его использования, определяемая на основе прогнозирования возможных прибылей. За рубежом при продаже предприятий с известным товарным знаком общая цена в 4–5 раз превышает балансовую стоимость их активов.

Рыночная стоимость товарного знака водки «Столичная», по оценкам, составляет около 200 млн. долл. Рыночная стоимость товарных знаков сигарет Marlboro (США) и напитка Соса-Сола оценивается их владельцами соответственно в 22,18 млрд и 70,45 млрд долл. США.

Ниже следуют данные о первых 25 крупнейших торговых марках из рейтинга «Business Week» (I – стоимость торговой марки в 2002 г., млрд. долл.; II – стоимость торговой марки в 2003 г., млрд. долл.; III – изменение по сравнению с предыдущим годом, %; IV – место в рейтинге «Business Week» в 2003 г.):

| Марка | I | II | III | IV |
|------------------------|-------|-------|-----|----|
| Coca-Cola (США) | 69,64 | 70,45 | 1 | 1 |
| Microsoft (США) | 64,09 | 65,17 | 2 | 2 |
| IBM (США) | 51,77 | 51,19 | 1 | 3 |
| OE (США) | 41,31 | 42,34 | 2 | 4 |
| Intel (США) | 30,86 | 31,11 | 1 | 5 |
| Nokia (Финляндия) | 29,97 | 29,44 | -2 | 6 |
| Disney (США) | 29,26 | 28,04 | -4 | 7 |
| McDonald's (США) | 26,38 | 24,70 | -6 | 8 |
| Mariboro (США) | 24,15 | 22,18 | -8 | 9 |
| Mercedes (Германия) | 21,01 | 21,37 | 2 | 10 |
| Toyota (Япония) | 19,45 | 20,78 | 7 | 11 |
| Hewlett-Packard (США) | 16,78 | 19,86 | 18 | 12 |
| Citibank (США) | 18,07 | 18,57 | 3 | 13 |
| Ford (США) | 20,40 | 17,07 | -16 | 14 |
| American Express (США) | 16,29 | 16,83 | 3 | 15 |
| Gillette (США) | 14,96 | 15,98 | 7 | 16 |
| Cisco (США) | 16,22 | 15,79 | -3 | 17 |
| Honda (Япония) | 15,06 | 15,63 | 4 | 18 |
| BMW (Германия) | 14,43 | 15,11 | 5 | 19 |
| Sony (Япония) | 13,90 | 13,15 | -5 | 20 |
| Nescafe (Швейцария) | 12,84 | 12,34 | -4 | 21 |
| Budweiser (США) | 11,35 | 11,89 | 5 | 22 |
| Pepsi (США) | 11,14 | 11,78 | 6 | 23 |
| Oracle (США) | 11,51 | 11,26 | -2 | 24 |
| Samsung (Респ. Корея) | 8,31 | 10,85 | 31 | 25 |

(БИКИ. 2003. № 100 (8596). 6 сент.)

В рейтинге 2003 г доминирующую роль играют торговые марки США, которые заняли 62 из 100 мест, причем 8 из первой десятки крупнейших брэндов также имеют американское происхождение.

Существует несколько методик оценки стоимости товарного знака, но все они в конце концов сводятся к определению его стоимости как **капитализированного нематериального актива, отражающего потенциальный рост прибыли предприятия, выпускающего продукцию с известным товарным знаком, по сравнению с тем же показателем без него.**

Принципы торговли товарными знаками весьма сходны с принципами торговли изобретениями и ноу-хау. Товарные знаки также могут продаваться с неисключительным и исключительным правом их использования.

Чаще всего продажа знаков сопровождается продажей предприятий, лицензий на изобретения и ноу-хау.

При продаже с неисключительным правом продавцы, как правило, резервируют за собой право контролировать качество маркируемой продукцией и услуг, чтобы не дискредитировать товарный знак и не нанести непоправимый ущерб собственному имиджу.

Обычно стоимость товарных знаков учитывается в стоимости предприятий и лицензий на промышленную собственность. При самостоятельной продаже товарных знаков расчеты могут производиться в паушальной форме и форме роялти.

В случае нарушения прав на товарный знак у его владельца возникает право требовать через суд возмещения ущерба.

За рубежом действуют консультационные фирмы, специализирующиеся как на определении стоимости самих товарных знаков, так и на определении ущерба, нанесенного нарушением монопольного права собственности на них.

В 90-х гг. в России при большом числе нарушений прав на товарные знаки общественности было известно только о судебном разбирательстве спора на знак Смирновской водки.

Важное значение для успешного лицензирования товарного знака имеет соблюдение установленных законом требований к их действительности. В соответствии с Законом о товарных знаках лицензионный договор об использовании товарного знака должен быть зарегистрирован в патентном ведомстве. Без такой регистрации лицензионный договор будет считаться недействительным. Исходя из положений ГК РФ, это означает следующее:

- недействительная сделка не влечет юридических последствий, за исключением тех, которые связаны с ее недействительностью;
- такая сделка недействительна с момента ее совершения;
- при недействительности сделки каждая из сторон обязана возвратить другой все полученное по сделке.

В соответствии с установленным в России порядком регистрации лицензионного договора владелец товарного знака должен подать в патентное ведомство соответствующее заявление. К нему прилагается договор в трех экземплярах. Это объясняется тем, что один экземпляр (контрольный) остается в ведомстве, а два других, с отметкой о регистрации, направляются в адреса обеих сторон договора. Заявление о регистрации рассматривается в течение двух месяцев с даты его поступления в патентное ведомство.

3. Франчайзинг

Самостоятельной формой лицензионных соглашений являются *контракты на использование товарного знака – франчайзинг* (franchising), которые предусматривают предоставление прав на использование торговой марки или фирменного названия, а также оказание услуг по технической помощи, повышению квалификации рабочей силы, организации торговли и управлению.

Операции по франчайзингу проводятся, как правило, между крупными компаниями и мелкими фирмами или частными лицами, обычно только начинающими бизнес.

Франчайзор – это компания, которая выдает лицензию или передает в право пользования свой товарный знак, ноу-хау и операционные системы. Например, франчайзор создает успешный продукт или услуги, скажем, особый стиль работы ресторана быстрого питания. Франчайзор исследует и развивает бизнес, тратит деньги на продвижение бизнеса, создает хорошую репутацию и узнаваемый имидж (называемый брэнд-нэйм). После того, как компания доказала работоспособность своей бизнес-концепции и успешную воспроизводимость этого бизнеса, она может начать предлагать предпринимателям, которые хотят повторить подобный успех, купить ее франшизу.

Франчайзи – это человек или компания, которая покупает возможность обучения и помощь при создании бизнеса у франчайзора и выплачивает сервисную плату (роялти) за использование товарного знака, ноу-хау и системы ведения работ франчайзора. Франчайзи сам оплачивает затраты на создание бизнеса. Очень часто франчайзор предоставляет очень выгодные скидки на важные поставки (материалы, расходные средства). Эти скидки всегда дают возможность франчайзи покупать продукты у франчайзора по более низкой цене, таким образом это стоит дешевле, чем развивать бизнес без франчайзора. Франчайзи делает первоначальный взнос за помощь по созданию и открытию бизнеса. Франчайзи принимает на себя обязанность выплачивать ежемесячные взносы за право пользования торговым знаком и бизнес-системой и за поддержку, обучение и консалтинг, предоставляемые франчайзором. Если

все идет по плану, то франчайзи ведет успешный бизнес, и его прибыль превосходит затраты.

Франшиза – это полная бизнес-система, которую франчайзор продает франчайзи. Другим названием для подобной системы служит франчайзинговый пакет, который обычно включает пособия по ведению работ и другие важные материалы, принадлежащие франчайзору.

Любой вид бизнеса можно превратить во франшизу. Международная ассоциация франчайзинга выделяет 70 отраслей хозяйства, в которых можно использовать методы франчайзинга. Полное их перечисление не имеет смысла, но можно понять ширину применимости франчайзинга из следующей выборки: бухгалтерский учет, авторемонт, книжные магазины, детская одежда и обучение, строительство, небольшие продовольственные магазины, магазины косметических товаров, образование, услуги по трудоустройству, рестораны, отели, прачечные и услуги по уборке, частные почтовые ящики, фотостудии, риэлтерские компании, туризм и развлечения, прокат специального оборудования и туристические агентства.

Франчайзинговые взаимоотношения могут быть прибыльными для обеих сторон. Франчайзи заинтересован в максимальных продажах при минимальных затратах. Франчайзи должен следовать правилам ведения бизнеса по франшизе и участвовать в рекламных и маркетинговых компаниях, проводимых франчайзором. Франчайзор сосредоточенно работает над тем, чтобы лидировать в конкурентной борьбе, что было бы очень трудно сделать одному франчайзи. Франчайзор предоставляет необходимую поддержку, с тем, чтобы франчайзи мог уделять все внимание своим ежедневным операциям.

В настоящее время франчайзинг широко применяется в международных экономических отношениях. В США, где франчайзинг впервые появился и получил широкое распространение, эти сделки подразделяются на следующие виды:

ТОВАРНЫЙ франчайзинг – взаимоотношения сторон франчайзинга в сфере торговли, при которых франшизодатель передает, а владелец франшизы получает эксклюзивное право, ограниченное конкретной территорией, на реализацию под торговым знаком франшизодателя выпускаемой им продукции. Товарный франчайзинг повсеместно используется для сбыта бензина, автомобильных товаров, сельскохозяйственного оборудования.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ франчайзинг – отношения в рамках договора франчайзинга, которые дают право франшизополучателю на производство, сбыт под торговым знаком франшизодателя продукции с использованием поставляемого им сырья, материалов или технологий. Классический представитель – компания «Дока-Пицца», поставляющая франчайзи оборудование, рецептуру и право пользования товарным

знаком и общим рекламным фондом при производстве и сбыте продукции. Обязательным условием является обязательный контроль качества со стороны франчайзи.

ДЕЛОВОЙ франчайзинг – взаимоотношения сторон франчайзинга в сфере обслуживания, обучения и общественного питания, при которых франшизополучатель создает и развивает бизнес по модели и при участии франшизодателя с использованием его технологий, ноу-хау, товарного знака и опыта предпринимательства. В основном применяется для открытия магазинов и киосков для продажи набора продуктов и оказания услуг под фирменным наименованием франчайзера. Первый пример в нашей стране – ресторан Мак Дональдс в Москве.

КОРПОРАТИВНЫЙ франчайзинг – современная форма организации франшизного бизнеса, при которой франшизополучатель оперирует не отдельным предприятием, а сетью франшизных предприятий с использованием наемных менеджеров.

КОНВЕРСИОННЫЙ франчайзинг – способ расширения франшизной сети, при котором действующее самостоятельно предприятие переходит на работу по договору франчайзинга и присоединяется к системе франшизных предприятий, работающих под контролем одного франшизодателя.

РАЙОННЫЙ франчайзинг – форма организации франшизного бизнеса, при которой франшизополучатель получает право на освоение определенного района, т.е. создание франшизной системы и контроль над нею в соответствии с оговоренным количеством предприятий и графиком их открытия.

Все франчайзинговые сделки могут быть условно разделены на четыре типа в зависимости от состава участников договора франчайза:

- предприятия производители – предприятия оптовой торговли (последние также могут заниматься производством);
- производители – предприятия розничной торговли;
- оптовики – розничные торговцы;
- розничные торговцы между собой.

Взаимоотношения при франчайзинговых сделках исторически также подразделяются на две категории: индивидуальный и районный (региональный) франчайзинг. Наиболее распространенным является индивидуальный франчайзинг, т.е. приобретение права на занятие каким-то определенным типом бизнеса.

Принимающая страна получает немалые выгоды от франчайзинга, так как она приобретает управленческий опыт и технические знания. В то же время выгоды имеет и франчайзер, поскольку ему предоставляется возможность контролировать рынок данной страны с минимальными капитальными затратами.

Франчайзинговый договор обычно включает определение «интеллектуальной собственности» франчайзора. Под интеллектуальной собственностью франчайзора понимается торговый знак, ноу-хау, специальные детали производственного процесса, торговые и производственные секреты и другая конфиденциальная информация.

Большая часть франчайзинговых договоров оговаривают лицензию, по которой франчайзи может пользоваться ноу-хау, торговым знаком и бизнес-системой франчайзора. Детали бизнес-системы находятся в производственном пособии.

Франчайзинговый договор содержит пункт, по которому франчайзор обязан раскрыть франчайзи все детали функционирования предприятия. Франчайзор также обязан обучить франчайзи вести данный бизнес. Договор должен обязывать франчайзи следовать всем стандартам производства. В отличие от франчайзингового договора операционное пособие (пособие по функционированию предприятия) может быть модифицировано и дополнено. Договор также предусматривает положение, по которому франчайзор может время от времени модифицировать и обновлять франчайзинговую систему. Этот момент, однако, не означает, что франчайзор может отклоняться от операционного пособия.

4. Факторинг

Факторинг – одна из разновидностей комиссии.

Сущность факторинга в том, что банк или специализированная финансовая организация (факторинг-фирма или фактор) приобретает у предприятий-продавцов долги предприятий-покупателей и в течение 2–3 дней оплачивает им от 70 до 90% требований в виде аванса. Остальные 10–30% клиент получает после того, как к нему поступит счет от должника (прежде всего это обязательства покупателей по оплате поставляемых товаров, выполняемых работ или услуг). Факторинг-фирма оплачивает их продавцу по мере их фактической поставки или выполнения.

Понятно, что для того, чтобы осуществлять такую деятельность, любая факторинговая компания должна располагать т.н. *оборотным фондом факторинга* – определенным объемом денежных средств.

В дальнейшем фактор взимает эти долги непосредственно с предприятий-должников.

За свои услуги фактор получает от продавца (клиента) комиссионное вознаграждение, включающее процентную ставку по использованным кредитным ресурсам. Кроме того, фактор зарабатывает также на том, что приобретаемые им долговые обязательства дороже цены покупки этих долгов. Так, например, долговые обязательства на 10 млн долл. могут быть проданы по цене на 30–50% меньше этой суммы.

5. Форфейтинг

Для осуществления операций с применением векселей во внешне-торговых взаимоотношениях мировая практика дала жизнь некоторым специфическим формам банковского кредитования. В настоящее время почти четверть всего экспорта промышленно развитых стран финансируется за счет не совсем привычных для российских экспортеров операций «а-форфе». Форфетирование – это один из альтернативных подходов к финансированию международной торговли, представляющий собой покупку экспортных требований форфетером (коммерческим банком или специализированной компанией по финансированию) с исключением права регресса на экспортера (форфетиста) в случае неуплаты.

Важнейшими предпосылками развития форфетирования служат усиление международной интеграции, рост конкурентоспособности банков, устранение государственных ограничений на экспортную торговлю, а также рост рисков, которым подвергаются экспортеры. Форфетирование дополняет традиционные методы кредитования, в частности – внешней торговли, превращая экспортную сделку с отсрочкой платежа в наличную, что выгодно для экспортера.

Термин «форфетирование, форфейтинг» происходит от франц. – *a fortait* – «целиком», «общей суммой» (англ. *forfeiting*) и обозначает предоставление определенных прав в обмен на наличный платеж. В банковской практике – это покупка на полный срок на заранее оговоренных условиях среднесрочных дисконтных бумаг (векселей, долговых и платежных обязательств, банковских гарантий и поручительств, аккредитивов и т.п.). Покупатель в форфейтинговых операциях принимает на себя весь риск, связанный с платежами за поставку, поскольку в передаточной надписи делается оговорка «без регресса». Регресс (англ. – *resource*) – обратное требование о возмещении уплаченной суммы.

В отличие от традиционного учета векселей форфетирование применяется:

- обычно при поставках оборудования на крупные суммы, в среднем на 1–2 млн долл. (минимальная сумма контракта составляет 250 тыс. долл.);
- с длительной отсрочкой платежа от 6 месяцев до 5–7 лет (сверх традиционных 90 или 180 дней);
- содержит гарантию или аваль первоклассного банка, необходимые для учета и переучета векселей. Аваль (англ., фр., нем. – *Aval*) – поручительство по векселю, в силу которого лицо (авалист), совершившее его, принимает ответственность за выполнение обязательств каким-либо из обязанных по векселю лиц: акцептантом, векселедателем или индоссантом. Оформляется либо гарантийной надписью авалиста на векселе или дополнительном листе (аллонже), либо выдачей отдельного документа.

Вопросы и задания

1. В чём состоит сущность и особенности лицензионной торговли?
2. Назовите виды лицензионных договоров. Охарактеризуйте их.
3. Чем отличается формирование цены на предметы лицензионных отношений от формирования цены на обычные материальные товары?
4. С учётом каких факторов складывается цена лицензии?
5. Назовите способы лицензионных платежей. Раскройте их.
6. Раскройте сущность и содержание операции франчайзинг.
7. Назовите виды франчайзинга. Раскройте их.
8. Какие преимущества и какие недостатки имеет франчайзинг?
9. Раскройте сущность и содержание операции факторинг.
10. Раскройте сущность и содержание операции форфейтинг.

ТЕСТ

1. В чьей собственности находятся продукция и прибыль, получаемые путём использования арендованного имущества:

- А) В собственности арендодателя.
- Б) В собственности арендатора.
- В) В собственности субарендатора (если это субаренда).
- Г) А, В
- Д) Б, В

2. Какой договор подписывают участники арендной операции:

- А) Односторонний
- Б) Двухсторонний.
- В) Трёхсторонний
- Г) Четырёхсторонний.

3. Какой договор подписывают участники лизинговой операции:

- А) Односторонний
- Б) Двухсторонний.
- В) Трёхсторонний
- Г) Четырёхсторонний.
- Д) Б,В
- Е) А,В

4. Кто осуществляет ремонт и обслуживание лизингового имущества:

- А) Производитель оборудования.
- Б) Собственник оборудования.
- В) Финансовая компания, финансирующая сделку.
- Г) Арендатор.

Д) Лизингодатель.

Е) Б,В

4. Кто несёт все риски, расходы и налоги во время действия контракта финансового лизинга:

А) Производитель оборудования.

Б) Собственник оборудования.

В) Финансовая компания, финансирующая сделку.

Г) Арендатор.

Д) Лизингодатель.

Е) Б,В

5. Где регистрируется договор франчайзинга:

А) В налоговой инспекции.

Б) В налоговой полиции.

В) В юридическом отделе фирмы-франчайзора.

Г) В органе, производившем регистрацию юридического лица или предпринимателя.

Д) А, В

Е) А, В, Г

Ж) Нигде не регистрируется.

6. При операции факторинга какой размер вознаграждения получает фактор:

А) Разницу между ценой долговых обязательств и ценой их покупки.

Б) Процентную ставку за использование кредитных ресурсов

В) Прибыль на вложенный капитал.

Г) А,Б

Д) А,В

7. Чем отличается форфейтинг от факторинга:

А) Исключением права регресса на экспортёра.

Б) Применением только при продаже сырьевых товаров.

В) Покупкой кроме платёжных обязательств всех среднесрочных дисконтных бумаг.

Г) Все утверждения верны.

Д) А, Б

Е) А, В

8. Кто несёт все риски, связанные с платежами за поставку товаров при операции форфейтинг:

А) Форфетер.

Б) Форфетист.

В) Импортёр.

ОГЛАВЛЕНИЕ

| | |
|---|-----|
| I. Учебная программа дисциплины «Организация международной коммерческой деятельности» | 1 |
| II. Основные положения курса «Организация международной коммерческой деятельности» | 13 |
| Тема 1. Международная коммерческая деятельность: сущность и содержание. | 13 |
| Тема 2. Методы международной торговли. | 25 |
| Тема 3. Участники международной коммерческой деятельности | 29 |
| Тема 4. Оценка и выбор иностранного партнёра. Выход на внешний рынок | 44 |
| Тема 5. Формы осуществления международной коммерческой деятельности | 56 |
| Тема 6. Управление и регулирование международной коммерческой деятельностью в России | 67 |
| Тема 7. Международная коммерческая сделка | 74 |
| Тема 8. Организация международных платежей и расчётов | 82 |
| Тема 9. Организация международной товарообменной торговли | 97 |
| Тема 10. Международные арендные операции. Лизинг | 102 |
| Тема 11. Основные виды международных коммерческих операций | 110 |

Учебное издание

Сидоров Виктор Петрович

ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Учебно-практическое пособие

Редактор Л.И. Александрова

Корректор Л.З. Анипко

Компьютерная верстка М.А. Портновой

Лицензия на издательскую деятельность ИД № 03816 от 22.01.2001

Подписано в печать 25.01.2004. Формат 60×84/16.

Бумага писчая. Печать офсетная. Усл. печ. л. 6,96.

Уч.-изд. л. 7,7. Тираж 200 экз. Заказ

Издательство Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса

690600, Владивосток, ул. Гоголя, 41

Отпечатано в типографии ВГУЭС

690600, Владивосток, ул. Державина, 57