

Учебно-методическое пособие по основам внешнеэкономической деятельности.

Авторы:

Пунгина В.С., ст. преподаватель СЛИ

Пунгин И. В., ст. преподаватель Сыктывкарского филиала СПбГУСЭ

Ответственный редактор — к.э.н., доцент И.В. Левина

Сыктывкар, СЛИ, СФ СПбГУСЭ. — 2010

Оглавление

Введение.....	5
Мировая торговля.....	8
Теории мировой торговли.....	8
Неотехнологические теории разделения труда.....	10
Международное разделение труда.....	12
Роль факторов производства.....	14
Международная торговая политика.....	15
Мировое хозяйство.....	20
Международные экономические отношения и их оценка.....	21
Экономический рост и мировая торговля.....	22
Интернационализация и глобализация производства.....	24
Мировые рынки.....	28
Товарные рынки.....	28
Биржевые товары.....	32
Рынки услуг.....	33
Рынки капиталов.....	35
Международное ценообразование.....	38
Методы ценообразования в международной торговле.....	38
Определение мировой цены.....	39
Ценовые показатели. Основные виды цен.....	40
Ценообразующие факторы. Соотношение между импортными и экспортными ценами.....	43
Организация внешнеэкономических связей.....	45
Сущность и классификация внешнеэкономических связей.....	45
Виды внешнеторговых сделок.....	47
Участники внешнеэкономической деятельности в РФ, их виды и основные функции.....	48
Таможенный брокер и таможенный перевозчик.....	54
Международный коммерческий арбитраж.....	55
Внешнеэкономическая политика.....	58
Стратегия внешнеэкономических связей Российской Федерации.....	61
Государственное регулирование внешнеэкономической деятельности.....	62
Общие принципы регулирования внешнеэкономической деятельности.....	62
Таможенные режимы.....	63
Декларирование.....	64
Таможенный склад.....	65
Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности... ..	65
Нетарифные методы регулирования внешнеэкономической деятельности... ..	66
Определение таможенной стоимости товара.....	68
Место происхождения товара.....	71
Распределение валютной выручки.....	72
Планирование, организация и управление внешнеэкономической	

деятельностью на предприятии.....	74
Особенности международного маркетинга.....	75
Особенности оффшорных зон.....	79
Международный контракт.....	83
Внешнеторговая документация.....	83
Коммерческие предложения и запросы.....	87
Содержание и структура внешнеторгового контракта.....	92
Проведение переговоров. Формирование контракта.....	96
Базисные условия поставок.....	99
Установление контрактной цены.....	105
Контроль исполнения контракта.....	106
Международные платежи.....	108
Основные формы международных расчетов.....	108
Кредитование внешнеторговых операций и международных проектов.....	111
Международная торговля услугами и ее особенности.....	112
Лизинг.....	113
Методы расчета лизинговых платежей.....	116
Ноу-хау.....	121
Консалтинговые услуги. Инжиниринг, реинжиниринг.....	123
Услуги, связанные с обслуживанием внешнеэкономических связей.....	124
Особенности международной передачи технологий.....	126
Объекты интеллектуальной собственности. Правовая охрана технологий...	126
Лицензионный договор.....	127
Кооперационные соглашения.....	128
Франчайзинг.....	129
Туристские экспорт и импорт.....	131
Экономическая сущность и содержание туризма.....	131
Понятие и содержание туристских экспорта, импорта и рынка.....	133
Формы, виды и разновидности туризма.....	134
Система показателей развития туризма.....	134
Организация туристской деятельности в РФ.....	135
Характеристика отдельных товарных рынков.....	137
Мировой лесной рынок.....	137
Характеристика цен на мировом лесном рынке.....	139
Рынки продовольствия.....	142
Методические рекомендации по проведению практических занятий.....	145
Общие замечания.....	145
Семинарские занятия.....	145
Семинар 1.....	145
Семинар 2.....	145
Семинар 3.....	146
Семинар 4.....	146
Семинар 5.....	147
Семинар 6.....	147
Семинар 7.....	148

Семинар 8.....	149
Решение типовых задач.....	150
Определение таможенной стоимости товара.....	150
Определение суммы таможенных платежей.....	151
Базисные условия поставок.....	153
Кредитование внешнеторговой операции.....	154
Лизинг.....	155
Задания для самостоятельного решения на практических занятиях.....	157
Контрольные задания для студентов заочной формы обучения.....	160
Методические рекомендации по выполнению контрольной работы.....	160
Контрольные вопросы	160
Задания для контроля знаний.....	165
Библиографический список.....	169
Приложение 1.....	172
Приложение 2.....	176

ВВЕДЕНИЕ

Внешекономическая деятельность (ВЭД) является важнейшим направлением развития экономики страны, а также основой международного сотрудничества, выраженного в торговых, политических, экономических и культурных связях с различными государствами. Любая форма взаимодействия государств подразумевает стратегию долговременных отношений, разработку непосредственной тактики ведения международного экономического сотрудничества, в том числе на уровне субъектов хозяйственной деятельности.

Внешекономические связи (ВЭС) — это международные хозяйственные, торговые, политические отношения, включающие обмен товарами, различные формы экономического содействия, научно-технического сотрудничества, специализацию, кооперацию производства, оказание услуг и совместное предпринимательство.

К основным формам внешнеэкономических связей относятся:

Торговля. С помощью этой формы осуществляется купля-продажа товаров широкого потребления: одежды, обуви, парфюмерии, галантереи, культуртоваров, а также продовольственных товаров и сырья. Происходит торговый обмен продукцией для промышленного потребления: узлами, деталями, запасными частями, агрегатами, машинами, оборудованием и т. д. Возможна покупка товаров и оборудования для общественного потребления: городского транспорта, оборудования для больниц, курортов, устройств и оборудования для охраны окружающей среды, и др. Осуществляется купля-продажа продукции интеллектуального труда: лицензий, ноу-хау, инжиниринговой продукции.

Совместное предпринимательство. Данная форма внешнеэкономических связей может быть реализована в промышленной сфере на заводах, фабриках, предприятиях, в сельском хозяйстве, науке, образовании, медицине, транспорте, культуре, искусстве, кредитно-финансовой сфере.

Оказание услуг. Большое распространение в международном бизнесе принадлежит посредническим, банковским, биржевым услугам, страхованию, туризму, международным перевозкам грузов, информационным услугам.

Сотрудничество, содействие. Все большее распространение во внешнеэкономических связях получает научное, техническое, экономическое сотрудничество. Реализуются совместные международные культурные, спортивные и научные мероприятия.

Валютно-финансовые, кредитные отношения. К валютно-финансовым отношениям можно отнести систему взаимодействия курсов валют и ссудных капиталов разных стран при осуществлении внешнеторговых операций. Важная роль при этом принадлежит кредитам, предоставляемым зарубежным партнерам через мировой рынок ссудных капиталов.

Взаимоотношения между понятиями «внешнеэкономические связи» и «внешнеэкономическая деятельность» заключаются в следующем. *Внешекономические связи* относятся к уровню макроэкономического (межгосударственного) регулирования, а внешнеэкономическая деятельность — к микро-

уровню, т. е. к уровню фирм и предприятий. Внешнеэкономические связи реализуются «сверху вниз»: объемы и перечень номенклатуры товаров и услуг определяются на правительственном уровне. Они реализуются через систему госзаказа (посредством организаций, определенных в качестве государственных заказчиков) и за счет лимитов с централизованным обеспечением материальными и валютными ресурсами. В противовес ВЭС, внешнеэкономическая деятельность целиком реализуется на микроуровне: предприятия сами определяют свои потребности и возможности во внешнеэкономических отношениях.

Внешнеэкономическая деятельность представляет собой совокупность производственно-хозяйственных, организационно-экономических и коммерческих функций фирм и предприятий.

Основная цель дисциплины — вооружить студентов знанием основ внешнеэкономической деятельности и умением применять эти знания при решении практических задач. Дисциплина тесно связана с другими, а именно: «экономическая теория» (вопросы, касающиеся международного разделения труда и его эффективности), «правоведение» (государственное регулирование коммерческих сделок, нормы международного права, таможенное право и т. д.) и др. Знание этих дисциплин позволит глубже понять практические аспекты внешнеэкономической деятельности.

В результате изучения дисциплины студент должен:

- 1) иметь представление о формах проявления экономических законов в сфере международного разделения труда и мировых рынках (товарных, услуг, капитала), о методах и инструментах государственного регулирования внешнеэкономической деятельности, о мировой валютной системе и методах проведения валютно-финансовых расчетов по внешнеторговым операциям;
- 2) знать методы регулирования международных торгово-экономических отношений, международного ценообразования, сбора и обработки коммерческой информации для проведения исследования и оценки перспективных зарубежных рынков, организации и техники внешнеэкономических операций;
- 3) уметь осуществлять технико-экономическое обоснование внешнеэкономических операций и международных проектов.

Несмотря на многообразие учебной и практической литературы по ВЭД, ВЭС и международным экономическим отношениям, не удовлетворены потребности в систематизированных учебных пособиях, комплексно рассматривающих как теоретические, так и практические стороны ВЭД, содержание которых полностью соответствовало бы Государственному образовательному стандарту. Разработка настоящего учебно-методического пособия направлена на восполнение в определенной мере этого недостатка.

Вместе с тем, издание не является практическим руководством по внешнеэкономической деятельности, поскольку изменения нормативно-правовой базы (происходящие достаточно часто), на которой основывается ВЭД предприятий, изменения в международных нормах и обычаях (которые хоть и редко, но происходят) не могут быть учтены в издании. Поэтому вся нормативно-правовая база приведена по состоянию на 31.12.2008, а в издании содержатся ссылки на источники, в том числе нормативно-правовой информации, которыми студен-

ты должны уметь активно пользоваться. Авторы надеются, что издание поможет составить всестороннее представление о предмете и будут признательны за все конструктивные замечания и предложения, высказанные по адресу ilya@punhin.ru.

МИРОВАЯ ТОРГОВЛЯ

ТЕОРИИ МИРОВОЙ ТОРГОВЛИ

По определению Дж. Сакса, «экономический успех любой страны мира зиждется на внешней торговле. Еще ни одной стране не удалось создать здоровую экономику, изолировавшись от мировой экономической системы».

Традиционной и наиболее развитой формой международных экономических отношений является внешняя торговля. На долю торговли приходится около 80 % всего объема международных экономических отношений.

Под термином «внешняя торговля» понимается торговля какой-либо страны с другими странами, состоящая из оплачиваемого ввоза (импорта) и оплачиваемого вывоза (экспорта) товаров. Многообразная внешнеторговая деятельность подразделяется по товарной специализации на торговлю готовой продукцией, торговлю машинами и оборудованием, торговлю сырьем и торговлю услугами.

Международной торговлей называется оплачиваемый совокупный товарооборот между всеми странами мира. Однако понятие «международная торговля» употребляется и в более узком значении: например, совокупный товарооборот промышленно развитых стран, совокупный товарооборот развивающихся стран, совокупный товарооборот стран какого-либо континента, региона, например стран Восточной Европы, и т. п.

Международная торговля является формой связи между товаропроизводителями разных стран, возникающей на основе международного разделения труда, и выражает их взаимную экономическую зависимость.

Международная торговля, опосредующая движение всех межстрановых товарных потоков, растет быстрее производства. Согласно исследованиям внешнеторгового оборота, на каждые 10 % роста мирового производства приходится 16 % увеличения объема мировой торговли. Тем самым создаются более благоприятные условия для его развития. Когда же в торговле происходят сбои, замедляется и развитие производства.

Перед дилеммой выбора внешнеторговой национальной политики стоят все государства. На протяжении двух столетий на эту тему ведутся жаркие дискуссии. Выбор политики фритредерства (свободной торговли) или протекционизма (ограждения национальной экономики от иностранной конкуренции) во внешней торговле в их бескомпромиссном варианте был характерен для прошлых столетий. В наше время эти два направления взаимосвязаны и переплетаются. Но во все большей степени в этом противоречивом единстве проявляется ведущая роль принципа свободной торговли.

Впервые политика фритредерства была определена А. Смитом при обосновании им «теории сравнительных преимуществ». А. Смит доказывал, что «обмен благоприятен для каждой страны; каждая страна находит в нем абсолютное преимущество», т. е. существует продукт, производство которого наибо-

лее эффективно в конкретной стране. Анализ А. Смита явился исходной точкой классической теории, которая служит основой для всех видов политики свободной торговли.

Однако, продолжая эти рассуждения до конца, можно прийти к выводу: если страна может найти за границей все, что нужно, за меньшую цену и без ограничений, то в ее интересах приобретать за границей ВСЕ. А сама она будет что-нибудь производить для продажи? Гарантии этого нет. Но тогда как она будет рассчитываться за свои покупки? Следовательно, теория абсолютного преимущества заводит в тупик.

Д. Рикардо в работе «Начала политической экономии и налогообложения» (1817) выводит классическую теорию из тупика. Он показывает, в каких пределах возможен и желателен обмен между двумя странами, выделяя критерии международной специализации. В интересах каждой страны специализироваться на производстве, в котором она имеет наибольшее преимущество или наименьшую слабость и для которого относительная выгода является наибольшей. Его рассуждения нашли свое выражение в так называемом принципе или теории сравнительных преимуществ. Таким образом Д. Рикардо показал, что международный обмен возможен и желателен в интересах всех стран.

Дж. Милль в своей работе «Основания политической экономии» (1848) показал, по какой цене осуществляется обмен. Согласно Дж. Миллю, цена обмена устанавливается по закону спроса и предложения на таком уровне, что совокупность экспорта каждой страны позволяет оплачивать совокупность ее импорта. Этот закон международной стоимости, или «теория международной стоимости», — важная заслуга Дж. Милля. Теория международной стоимости показывает, что существует цена, которая оптимизирует обмен товаров между странами. Эта рыночная цена зависит от спроса и предложения.

Вместе с тем все вышеназванные теории исходили из того, что стоимость любого товара создается в процессе труда. Новое слово в развитии теории классиков буржуазной политэкономии было сказано Готфридом Хаберлером, который конкретизировал ее с точки зрения всех факторов производства (труд, земля, капитал).

Основы современных представлений о том, чем определяются направления и структура международных торговых потоков, заложили шведские экономисты Эли Хекшер и Бертиль Олин. Их объяснение сравнительных преимуществ, которыми располагает та или иная страна в отношении определенных продуктов, находится на уровне обеспеченности факторами производства. Э. Хекшер и Б. Олин выдвинули теорему «выравнивания цен на факторы производства». Ее суть в том, что национальные производственные различия определяются разной наделенностью факторами производства — трудом, землей, капиталом, а также разной внутренней потребностью в тех или иных товарах.

В 1948 г. американские экономисты Я. Самуэльсон и В. Столпер усовершенствовали доказательство теоремы Хекшера – Олина, представив свою теорему: в случае однородности факторов производства, идентичности техники, совершенной конкуренции и полной мобильности товаров международный об-

мен выравнивает цену факторов производства между странами.

В концепциях торговли, основанных на модели Д. Рикардо с дополнениями Э. Хекшера, Б. Олина и П. Самуэльсона, торговля рассматривается не просто как взаимовыгодный обмен, но и как средство, с помощью которого можно сократить разрыв в уровне развития между странами.

Дальнейшее развитие теория внешней торговли получила в работе американского экономиста В. Леонтьева под названием «парадокс Леонтьева». Парадокс заключается в том, что, используя теорему Хекшера – Олина, В. Леонтьев показал, что американская экономика в послевоенный период специализировалась на тех видах производства, которые требовали относительно больше труда, чем капитала. Иными словами, американский экспорт, по сравнению с импортом, более трудоемок и менее капиталоемок. Этот вывод противоречил всем существовавшим ранее представлениям об экономике США. По общему мнению, она всегда характеризовалась избытком капитала и, в соответствии с теоремой Хекшера – Олина, можно было ожидать, что США экспортируют, а не импортируют высококапиталоемкие товары. В последующие годы открытие В. Леонтьева получило широкий резонанс. Многие экономисты из разных стран дискутировали на эту тему, разъясняя «парадокс Леонтьева». В итоге теория сравнительных преимуществ получила дальнейшее развитие. Она стала включать понятие технического прогресса и неравномерности его распределения, внефирменной экономии средств, разницы между странами в зарплате и др.

В западных исследованиях проблем международной торговли широкое распространение получила также теория внешнеторгового мультипликатора. В соответствии с этой теорией эффект, оказываемый внешней торговлей (в частности, экспортом) на динамику роста национального дохода, на размер занятости, потребление и инвестиционную активность, характеризуется для каждой страны вполне определенными количественными зависимостями и может быть вычислен и выражен в виде определенного коэффициента — мультипликатора (множителя).

НЕОТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ РАЗДЕЛЕНИЯ ТРУДА

Развитие наукоемких, высокотехнологичных отраслей (к которым относятся, как правило, производство медицинских препаратов, электронно-вычислительных машин и оборудования, радиоэлектронных компонентов, лабораторного оборудования, авиационная и ракетно-космическая промышленность) и стремительный рост международного обмена их продукцией привели к формированию теорий неотехнологического направления, которое представляет собой совокупность отдельных моделей, частично взаимодополняющих, но иногда и противоречащих одна другой.

Теория снижающихся издержек (эффект масштаба) развилась на основе критики и отрицания модели Хекшера – Олина. Исходным является предположение, что развитые страны наделены факторами производства в сходных пропорциях, поэтому торговля между ними имеет смысл в том случае, если они

специализируются на производстве товаров различных отраслей, что позволяет снижать издержки за счет массового производства.

Теория «технологического разрыва» предполагает, что развитие торговли между странами при одинаковой наделенности факторами производства вызвано техническими изменениями, возникающими в какой-то одной отрасли в одной из торгующих стран. Из-за того, что технические новшества первоначально появляются в одной стране, она приобретает преимущество: новая технология позволяет производить товары с меньшими издержками. Если новшество заключается в производстве нового продукта, то предприниматель в стране-новаторе в течение определенного времени обладает так называемой «квазимонополией», т. е. получает добавочную прибыль, экспортируя новый товар. Следовательно, выгодно выпускать не то, что относительно дешевле, а то, что пока никто выпускать не может, но необходимо всем или многим. Как только эту технологию освоят другие страны, следует производить опять что-то новое и такое, что другим недоступно.

В результате появления технических новшеств образуется «технологический разрыв» между странами, обладающими и не обладающими этими новшествами. Этот разрыв постепенно будет преодолеваться, так как другие страны начинают копировать нововведение страны-новатора. Однако пока разрыв не преодолен, торговля новыми товарами, производимыми по новой технологии, будет продолжаться.

Теория «цикла жизни продукта» (product life cycle theory), разработанная в 1966 г. Р. Верноном, является наиболее популярной теорией неотехнологического направления. Она заинтересовала почти всех экономистов, поскольку более точно отражает реальное состояние международного разделения труда в современном периоде. В соответствии с данной теорией, каждый новый продукт проходит цикл, включающий стадии внедрения, расширения, зрелости и старения.

Степень развития технологии и спрос на каждой стадии различны. На первой стадии цикла, когда новую продукцию только начали производить для внутреннего рынка, спрос на нее будет невелик. Она предлагается лицам с высокими доходами, для которых цена не имеет большого значения при принятии решения о приобретении товара. Чем больше лиц с высоким доходом, тем более вероятно появление на рынке новых товаров, для изготовления которых требуются значительные издержки в связи с новизной технологии. Такая технология предполагает использование большого числа высококвалифицированных работников. Экспорт нового товара на первой стадии будет незначительным.

На второй стадии (расширение) спрос на внутреннем рынке быстро расширяется, продукция становится общепризнанной. Начинается серийный выпуск больших партий нового товара. На этой стадии появляется спрос на новый товар за рубежом. Первоначально он полностью удовлетворяется за счет экспорта, а затем начинается зарубежное производство нового товара благодаря передаче технологии.

На третьей стадии (зрелость) спрос на внутреннем рынке насыщен. Производственная технология полностью стандартизируется, что позволяет использовать менее квалифицированную рабочую силу, снизить издержки произ-

водства, цены и достичь максимального выпуска фирмами страны-новатора и зарубежными компаниями, которые начинают проникать на внутренний рынок страны, где появился товар.

На последней стадии цикла продукция стареет, ее производство начинает сокращаться. Дальнейшее снижение цен уже не приводит к повышению спроса, как это было на стадии зрелости.

Такова общая схема прохождения новым продуктом «цикла жизни». В соответствии с данной моделью, страны специализируются на производстве и экспорте одного и того же товара на разных стадиях зрелости. В качестве примера можно привести развитие стран Азиатско-Тихоокеанского региона, где происходит непрерывный процесс последовательного прохождения определенных фаз экономического развития высокоиндустриальными государствами, новыми индустриальными странами (НИС), странами АСЕАН¹. Например, страны АСЕАН в области технологии сегодня делают то, что вчера делали НИС и встают на тот же путь «качества специализации». Это явление получило название концепции «летающих гусей».

МЕЖДУНАРОДНОЕ РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА.

Международное разделение труда (МРТ) — прямое продолжение общественного разделения труда внутри страны, складывающегося в результате качественной диверсификации деятельности в процессе развития общества. Оно представляет собой взаимосвязанный процесс специализации отдельных стран, объединений, предприятий на производстве отдельных продуктов или их частей с кооперированием производителей для совместного выпуска конечной продукции.

МРТ развивается по двум направлениям: производственному и территориальному. В свою очередь, *производственное направление* подразделяется на вертикальное и горизонтальное. Первое имеет место тогда, когда различные производители образуют однолинейную технологическую цепочку и выполняют ряд последовательных производственных операций, в ходе которых продукт каждой предшествующей стадии является незавершенным изделием и становится предметом труда для каждой последующей стадии. *Горизонтальное разделение труда* предполагает изготовление отдельными производителями компонентов, из которых затем собирается технически или технологически сложное изделие. В территориальном аспекте международная специализация производства предполагает специализацию отдельных стран, групп стран и регионов на производстве отдельных продуктов и их частей для мирового рынка.

К участию в международном разделении труда страны побуждает множество факторов, основными из которых являются:

¹ Ассоциация Государств Юго-Восточной Азии - созданная в 1967г. региональная организация, в состав которой вошли Индонезия, Малайзия, Сингапур, Таиланд, Филиппины и Бруней. Цели АСЕАН - ускорение экономического роста, социального прогресса и культурного развития стран, установление мира в регионе.

- 1) объем внутреннего рынка страны. У крупных стран с развитым рынком больше возможностей
- 2) найти на нем необходимые факторы производства и потребительские товары. Следовательно, меньшая потребность участвовать в международной специализации и обмене. В то же время развитый рыночный спрос в стране побуждает расширять импортные закупки, возмещая их расширением экспортной специализации;
- 3) уровень экономического развития страны. Необходимость участия страны в МРТ тем больше, чем меньше экономический потенциал страны; обеспеченность страны природными ресурсами. Высокая степень обеспечения страны моноресурсом (например, нефтью), а также низкая степень обеспечения полезными ископаемыми вызывает необходимость активного участия в МРТ;
- 4) удельный вес в структуре экономики страны базовых отраслей промышленности. Чем выше удельный вес базовых отраслей, тем, как правило, меньше ее включение в систему МРТ.

Надо иметь в виду, что все названные факторы не являются абсолютными в своем проявлении. Их влияние может быть в той или иной степени уменьшено, например, изменением международной конкурентоспособности местной продукции, ограничениями экспорта.

Исторически МРТ возникло как система, основной структурной единицей которой были национальные хозяйственные комплексы. Мирохозяйственные связи в этих условиях сводились к отношениям обращения: первоначально товарообмену на основе общего и частного МРТ, затем миграции капитала и рабочей силы.

Все страны мира так или иначе включены в МРТ, его уровень зависит от развития производительных сил, которые испытывают воздействие научно-технического развития. Основным побудительным мотивом развития мирохозяйственных связей является стремление их участников к получению экономических выгод от участия в МРТ.

Современные теории МРТ ведут свое начало от классической политэкономии, от теорий А. Смита и Д. Рикардо, которые первыми предположили, что для страны выгодной может быть не только продажа, но и покупка товаров на внешнем рынке, участие в МРТ.

А. Смит обосновал тезис, в соответствии с которым основой развития международного разделения труда является различие в абсолютных издержках при производстве товаров в разных странах: одни страны могут производить товары более эффективно, чем другие. В своей теории абсолютного преимущества А. Смит перенес общие принципы разумно хозяйствующего субъекта, казавшиеся ему очевидными, на внешнюю торговлю. Несмотря на то, что в выборе специализации производства продукции А. Смит большую роль отводил рынку, он считал необходимым при рассмотрении этого вопроса учитывать преимущества страны — естественные (климатические условия, обладание некоторыми природными ресурсами и т. п.) и приобретенные (обычно обусловленные технологией производства).

Взгляды А. Смита дополнил и развил Д. Рикардо, которому принадлежит

теория относительного преимущества, так или иначе присутствующая в большинстве современных работ по проблемам внешнеэкономического взаимодействия. Она занимает центральное место в исследовании вопросов участия страны в МРТ. В своих теоретических выкладках Д. Рикардо доказал не только возможность, но и необходимость взаимовыгодной торговли даже при наличии абсолютного преимущества одной страны в производстве всех продуктов: эта страна получит выигрыш, если откажется от менее эффективного в пользу более эффективного. Общий объем продукции можно увеличить, согласно этой теории, за счет дополнительных преимуществ, возникших при специализации страны на производстве той продукции, по которой преимущества в издержках особенно велики. По мнению Д. Рикардо, для страны невыгодно развивать даже те отрасли, где издержки производства ниже, чем в других странах, но разница в издержках меньше, чем продукции наиболее производительной отрасли в стране.

По мысли Д. Рикардо, несмотря на то, что та или иная страна способна выпускать множество разнообразных товаров, она обладает сравнительным преимуществом в производстве лишь определенных видов продукции, в то время как другим странам лучше дается производство чего-либо другого. Каждая страна экспортирует ту продукцию, в выпуске которой она преуспевает, и импортирует ту продукцию, в выпуске которой преуспевают другие страны. Вследствие этого все страны, участвующие в международном разделении труда и торговле, получают определенный выигрыш.

РОЛЬ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА

Расширению внешнеэкономических связей и усилению внешнеэкономической деятельности способствует интенсификация производства, которая, в свою очередь, основывается на повышении эффективности использования факторов производства (труда, земли, капитала и предпринимательских способностей). Существенной предпосылкой развития внешнеэкономической деятельности является возможность повышения нормы прибыли на основе внешне-торговых операций. Расширение внешней торговли удешевляет элементы постоянного и переменного капитала и таким образом способствует снижению издержек производства.

Важным фактором развития внешней торговли является вывоз капитала, на основе которого возникают транснациональные корпорации, которые чаще всего бывают национальными по капиталу и интернациональными по сфере деятельности.

К ряду других факторов развития внешнеэкономической деятельности относятся:

- 1) Неравномерность экономического развития различных стран мира. Каждая страна имеет собственную структуру отраслей, свой уровень развития промышленности, сельского хозяйства, транспорта, связи, сферы обслуживания,

свою специализацию в экономике.

2) Характер политических отношений. Укреплению внешнеэкономической деятельности способствует наличие дружественных политических отношений между странами. И наоборот, политическая конфронтация резко снижает внешнеторговый оборот, вплоть до разрыва экономических связей.

3) Различный уровень научно-технического развития. Формированию внешнеэкономической деятельности способствует обмен между странами студентами, стажерами, научными сотрудниками, преподавателями; проведение совместных исследований, экспериментов, участие в геологических и археологических экспедициях; выполнение контрактов по проведению проектных, научно-исследовательских и конструкторских работ.

4) Особенности географического положения, природных и климатических условий.

5) Различия в людских, сырьевых, финансовых ресурсах. Ежегодно в мире в поисках работы перемещается 25 млн человек. Имеются страны с избыточными трудовыми ресурсами: Индия, Китай, Бангладеш, Пакистан, Нигерия и др. А также есть регионы, которые нуждаются в притоке рабочей силы: Западная Европа, США, Ближний Восток, Южная Америка. Таким образом, перемещение работников из страны в страну, регулируемое Международной организацией труда, — процесс объективно необходимый, способствующий развитию внешнеэкономической деятельности.

Большое разнообразие сырьевых ресурсов, основную долю которых составляют полезные ископаемые, объективно способствует установлению торговых отношений между странами мира.

Установлению внешнеэкономических связей между государствами способствует возможность некоторых стран мира — Японии, Сингапура, Гонконга, Панамы, Бахрейна и др. — выделять средства для кредитования фирм, предприятий, банков, расположенных в различных странах.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА

На стабильный, устойчивый рост международной торговли оказал влияние ряд факторов, в том числе регулирование (либерализация) международной торговли посредством мероприятий Генерального соглашения о тарифах и торговле (ГАТТ) и переход многих стран к режиму, включающему отмену количественных ограничений импорта и существенное снижение таможенных пошлин.

Анализируя процессы, протекающие в мировой торговле, следует подчеркнуть, что либерализация является ее основной тенденцией. Произошло значительное снижение уровня таможенных пошлин, отменены многие ограничения, квоты и т. п. Однако существует ряд проблем. Одна из основных — нарастание протекционистских тенденций на уровне экономических группировок, торгово-экономических блоков стран, во многом противостоящих друг другу.

Первым шагом к образованию торгово-экономических блоков становится создание зон свободной торговли. Среди наиболее известных зон — Европейская ассоциация свободной торговли (ЕАСТ), Европейский союз (ЕС), Североамериканская зона свободной торговли (НАФТА), Организация Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС) и др.

К формированию подобных блоков приводят объективные процессы политического, экономического, исторического характера. Активизация таких процессов, с одной стороны, способствует развитию международной торговли (в рамках зон, блоков, регионов), а с другой — создает для нее ряд препятствий, свойственных любому закрытому формированию. На пути к единой, глобальной системе мирового рынка лежит еще много препятствий и противоречий, которые будут возникать в ходе взаимодействия торгово-экономических группировок друг с другом.

Образование зон свободной торговли не вносит принципиальных изменений в мировое хозяйство. Группировка стран в экономические блоки не означает безусловный прогресс в реализации идей свободной торговли или капитуляцию перед протекционистскими принципами. Дилемма «свободная торговля» или протекционизм не перестает существовать. Она переносится на иной уровень внешнеторговых отношений, на котором определяется решение о выборе экономической политики группы государств в отношении третьих стран. Характерно, что даже в рамках отдельных торгово-экономических группировок возникают противоречия между отдельными странами, перерастающие в так называемые «торговые войны» (трестовые, виноградные, масляные «войны» между странами-членами ЕС).

Важную роль в регулировании международной торговли, в устранении препятствий для ее развития, ее либерализации играют международные экономические организации. Одна из основных организаций такого рода — Генеральное соглашение о тарифах и торговле. Договор о создании ГАТТ был подписан 23 странами в 1947 г. и вступил в силу в 1948 г.

ГАТТ прекратила свое существование, модифицировавшись во Всемирную торговую организацию (ВТО) 31 декабря 1995 г. Ее членами-основателями стала 81 страна. Соглашению о создании ВТО предшествовал семилетний период переговоров в рамках «уругвайского раунда».

Правовой механизм ГАТТ основывался на ряде принципов и норм:

– недискриминация в торговле, обеспечиваемая взаимным предоставлением, с одной стороны, режима наибольшего благоприятствования в отношении экспортных, импортных и транзитных операций, связанных с ними таможенных пошлин и сборов, а с другой – национального режима, уравнивающего в правах товары импортного и отечественного производства применительно к внутренним налогам и сборам, а также правилам, регулирующим внутреннюю торговлю;

– режим наибольшего благоприятствования (РНБ), означающий предоставление договаривающимися сторонами друг другу всех тех прав, преимуществ и льгот, которыми пользуется (или будет пользоваться) у них любое тре-

ть государство. Этот принцип может распространяться на ввоз и вывоз товаров, таможенные пошлины, промышленность, мореплавание, правовое положение юридических и физических лиц;

- использование преимущественно тарифных средств защиты национального рынка, устранение импортных квот и других нетарифных ограничений;

- прогрессивное снижение таможенных тарифов путем проведения многосторонних переговоров;

- предоставление преференциального режима в торговле с развивающимися странами;

- разрешение возникающих торговых споров путем переговоров;

- взаимность в предоставлении торгово-политических уступок.

Всемирная торговая организация помимо принципов ГАТТ включает в себя Соглашение о торговле услугами (ГАТС) и Соглашение по торговым аспектам интеллектуальной собственности (ТРИПС). Новая организация также регулирует международный обмен услугами и интеллектуальной собственностью и контролирует защиту инвестиций. По оценкам, ее компетенция распространяется на товарооборот в 5 трлн долл.

Во время действия соглашения ГАТТ государства, снижая таможенные пошлины, компенсировали их так называемыми **нетарифными барьерами**. К ним можно отнести дотации национальному производству, введение различных стандартов и норм, сертификацию товаров. На Уругвайском раунде ГАТТ были подняты вопросы об охране интеллектуальной собственности, санитарном и фитосанитарном контроле, которые также могут стать преградой на пути свободной торговли. Все эти вопросы предстоит теперь решать ВТО.

Как было отмечено выше, в последнее время широкое распространение получили так называемые **технические барьеры**, представляющие собой административное регулирование, при котором происходит дискриминация импортных товаров в пользу отечественных при помощи специфических стандартов качества, норм безопасности, санитарных ограничений и др.

Несмотря на то, что как тарифные, так и нетарифные методы государственного воздействия на внешнюю торговлю в абсолютном большинстве случаев приводят к частым потерям благосостояния, они широко используются практически всеми странами мира. Это объясняется наличием эффекта перераспределения дохода и, следовательно, значительных (и влиятельных) групп населения, для которых политика протекционизма выгодна. Эти группы населения могут оказывать давление на государство в пользу ограничения торговли, и такое давление часто приносит свои плоды, тем более что и самому государству таможенный тариф и некоторые нетарифные меры протекционизма приносят немалый доход.

Как сторонники, так и противники протекционизма используют целый ряд дополнительных аргументов, которые не всегда поддаются простой количественной проверке и поэтому требуют особого рассмотрения.

Аргументы в пользу протекционизма

Стимулирование производства и увеличение занятости. Сторонники протекционизма утверждают, что ограничение импорта необходимо, во-первых, для того, чтобы поддержать отечественных производителей, сохранить рабочие места и тем самым обеспечить социальную стабильность. Во-вторых, сокращение импорта увеличивает совокупный спрос в стране и тем самым стимулирует рост производства и занятости. Однако существо проблемы заключается в том, что отечественное производство нуждается в защите в силу своей недостаточной эффективности, и политика протекционизма, ограничивая конкуренцию, создает условия для сохранения такого положения. Кроме того, хотя импорт сокращает занятость в импортозамещающих отраслях, но одновременно он создает и новую занятость (связанную, например, с закупкой, продажей, послепродажным обслуживанием импортной продукции). Наконец, государство может обеспечить поддержку отечественных производителей и более эффективным, чем протекционизм, методом, с меньшими потерями для благосостояния общества.

Если сохраняется режим свободной внешней торговли и производители получают субсидию, то увеличение отечественного производства достигается без повышения цен, и, следовательно, потребители потерь не несут. Часто приводится аргумент, что протекционизм необходим как временная мера для того, чтобы нарождающиеся перспективные отрасли промышленности, в которых пока высок уровень издержек, смогли сформироваться и укрепить свои позиции. По мере становления этих отраслей и повышения их эффективности уровень протекционистской защиты может снижаться.

Особенно часто этот аргумент приводится применительно к развивающимся странам. Однако, во-первых, достаточно трудно точно определить, какая именно отрасль является действительно перспективной с точки зрения формирования новых сравнительных преимуществ страны. Во-вторых, протекционизм в отношении молодых отраслей в значительной степени снижает стимулы к повышению их эффективности, и в результате период становления может затянуться на неопределенно долгое время. Наконец, в-третьих, в случае с молодыми отраслями предоставление субсидий или других льгот оказывается более эффективным средством поддержки, чем внешнеторговый протекционизм.

Увеличение доходов государственного бюджета. Во многих случаях государство проводит протекционистскую политику, потому что нуждается в дополнительных доходах для покрытия дефицита государственного бюджета. Особенно популярным этот аргумент является в тех странах, где нормальная налоговая система находится в стадии становления и существуют значительные трудности со сбором внутренних налогов.

Конечно, таможенную пошлину организационно собрать гораздо легче, чем, например, налог на прибыль. Однако поступления в бюджет в этом случае сильно зависят от степени эластичности спроса на импорт по цене, и при достаточно высокой эластичности доходы государства возрастут не при усилении, а при ослаблении протекционизма.

Обеспечение экономической безопасности и обороноспособности страны. Аргумент в пользу протекционизма в отношении отраслей, выпускающих стратегическую и военную продукцию, носит не экономический, а скорее военно-политический характер.

Утверждается, что чрезмерная зависимость страны от импорта может поставить страну в уязвимое положение в случае возникновения чрезвычайных обстоятельств. Однако и этот на первый взгляд справедливый аргумент требует тщательного конкретного анализа. В частности, серьезные затруднения может вызвать само определение отраслей, необходимых для обеспечения национальной безопасности: к ним может быть отнесено производство вооружений, продуктов питания, компьютеров, одежды, автомобилей, энергоносителей и многое другое. Трудно назвать такую отрасль, которая бы не вносила свой вклад в обеспечение безопасности страны. Кроме того, стимулирование с помощью протекционизма производства стратегических невозобновляемых ресурсов (например, нефти и газа) может создать зависимость от импортных поставок в будущем. Целесообразнее создавать стратегические запасы этой продукции по дешевым ценам мирового рынка, а не делать ее более дорогой, вводя ограничения на внешнюю торговлю. Наконец, и стратегические отрасли можно защищать более эффективным, чем внешнеторговый протекционизм, способом (например, субсидиями).

Дополнительные аргументы против протекционизма

Как мы видим, аргументы в пользу протекционизма являются по меньшей мере небесспорными, они нуждаются в тщательной проверке, и во многих случаях можно найти более эффективные средства достижения тех же целей. Вместе с тем, кроме неизбежных потерь благосостояния, протекционизм может порождать и некоторые дополнительные последствия, отрицательные для страны.

Обострение межгосударственных противоречий. Вряд ли можно ожидать, что политика протекционизма, проводимая одной страной, не вызовет ответных мер со стороны ее торговых партнеров. Другими словами, следствием сокращения импорта в результате введения страной тарифных или нетарифных ограничений внешней торговли, скорее всего, станет сокращение и ее экспорта, а значит, снижение занятости, уменьшение совокупного спроса и т. д.

Экономические противоречия между странами могут обостриться до такой степени, что начнутся настоящие торговые войны, которые будут иметь очень серьезные отрицательные последствия для всех вовлеченных в них сторон. Такой сценарии развития событий в реальной действительности далеко не редок.

Сокращение экспорта и ухудшение платежного баланса. Протекционистская внешнеторговая политика, сокращая импорт и увеличивая чистый экспорт страны, неизбежно оказывает влияние на уровень обменного курса национальной валюты, способствуя его повышению. В свою очередь, повышение обменного курса стимулирует импорт и сдерживает экспорт. В результате происходит ухудшение состояния платежного баланса страны, что имеет серьезные отрицательные макроэкономические последствия.

МИРОВОЕ ХОЗЯЙСТВО

Мировое хозяйство — это совокупность национальных экономик, обладающих взаимосвязью и находящиеся в постоянной взаимозависимости, обеспечивающая так называемый синергетический эффект, способствующий экономическому росту стран, в результате чего достигается больший эффект мирового развития, чем при простом механическом суммировании национальных экономик.

Мировое хозяйство объединяет все международные торгово-экономические, финансовые и научно-технические связи. До последнего времени в отечественной литературе широкое распространение имело понятие «всемирное хозяйство», которое включало в себя три подсистемы: мировое капиталистическое хозяйство, мировое социалистическое хозяйство и развивающийся мир.

Зарождение мирового хозяйства связано в первую очередь с великими географическими открытиями. Открытие неизвестных стран и континентов, установление постоянных торговых путей способствовали быстрому развитию торговли между странами. Мореплавание позволило установить экономические связи между континентами, а развивающиеся колонии стали использоваться в качестве хозяйственной периферии европейских стран и послужили основой расширения мирового обмена. Все это положило начало процессу формирования мирового рынка. Однако он был весьма ограниченным по масштабам товарооборота и оставался сферой приложения купеческого капитала.

В конце XIX — начале XX века произошло становление мирового хозяйства, когда благодаря интернационализации производства произошло мощное развитие производительных сил на Западе, основу которого составили выпуск продукции в отдельных странах и рост товарообменных операций между различными странами и территориями. При этом одним из условий, содействующих экономическому объединению мира, явился колониализм.

20 — 30-е годы XX века характеризовались кризисными явлениями в развитии мирового хозяйства (снижение темпов роста экспорта товаров и капитала, разрыв мирохозяйственных связей в целом).

В 40 — 80-е годы XX века происходит послевоенная реорганизация мирового хозяйства, в результате которой образовалась социалистическая система хозяйства. В основу внешнеэкономических связей социалистических стран был положен не экономический, а политический императив. Это сузило рамки прежде единого мирового хозяйства, но не разрушило мировой рынок.

В настоящее время идет этап преобразования мирового хозяйства в целостное, единое образование. Этот этап сопровождается активизацией сотрудничества между всеми странами, что приводит к сближению их политических и экономических структур, а также в определенной мере — к росту взаимозависимости.

Современными направлениями развития мирового хозяйства являются:

- рост темпов развития мировой экономики;
- изменение географической структуры мировой экономики (изменение удельных весов регионов): происходит бурный рост доли азиатских стран в

мировом ВВП за счет уменьшения доли Европы и Америки при стабильной доле Африки, Австралии и стран Океании;

- тенденции неравномерного экономического развития стран в условиях научно-технического прогресса;
- процесс транснационализации, который выражается в превращении огромных корпораций в основные структурообразующие элементы мирового хозяйства;
- создание интеграционных региональных экономических блоков, таких как ЕС, СНГ, НАФТА и т. п., которые становятся важными субъектами мирового хозяйства;
- процесс глобализации, характеризующий качественно новое состояние мирового хозяйства.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ И ИХ ОЦЕНКА

Международные экономические отношения (МЭО) осуществляются в основном посредством участия предприятий и организаций в международном разделении труда.

На реализацию МЭО влияют политические, социально-экономические, правовые и иные факторы.

На макроуровне механизм реализации МЭО включает организационные, правовые нормы и инструменты по их реализации (международные экономические договоры и соглашения, организацию международной торговли и т. д.), соответствующую деятельность международных экономических организаций, направленную на достижение целей по координируемому развитию международных экономических отношений.

Механизм осуществления МЭО на микроуровне включает в себя систему международного маркетинга и организации внешнеэкономической деятельности. При всем внешнем сходстве с внутренним маркетингом международный маркетинг представляет собой специфический инструмент управления предпринимательством на международном уровне. Его специфика проявляется прежде всего в методах изучения особенностей национальных рынков, а также мировых рынков тех или иных товаров и услуг.

Для оценки уровня развития международных экономических отношений применяется ряд показателей. Широко используется такой показатель, как экспортная квота (ЭК), которая определяется как отношение объема экспорта (Э) к величине валового внутреннего продукта (ВВП):

$$ЭК = \frac{\text{Э}}{\text{ВВП}} \cdot 100\% .$$

Чем больше экспортная квота, тем более открыта экономика.

Наряду с экспортной квотой применяется показатель импортной квоты (ИК), которая рассчитывается как отношение объема импорта (И) к величине валового внутреннего продукта (ВВП):

$$\text{ИК} = \frac{\text{И}}{\text{ВВП}} \cdot 100\% .$$

Более точным синтетическим показателем является внешнеторговая квота ВТК, определяемая как отношение объема внешнеторгового оборота (ВТ), т. е. совокупности экспорта и импорта, к величине валового внутреннего продукта (ВВП):

$$\text{ВТК} = \frac{\text{ВТ}}{\text{ВВП}} \cdot 100\% .$$

Чем больше внешнеторговая квота, тем более открыта экономика.

К числу других показателей развития МЭО можно отнести такие, как: удельный вес страны в международной торговле по отдельным товарам и долю экспортируемой продукции в общем объеме производства страны.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ И МИРОВАЯ ТОРГОВЛЯ

Со второй половины XX века, когда международный обмен приобретает «взрывной характер», мировая торговля развивается высокими темпами. В период 1950 — 1994 гг. мировой торговый оборот вырос в 14 раз. По оценке западных специалистов, период между 1950 и 1970 годами можно охарактеризовать как «золотой век» в развитии международной торговли. Именно в этот период был достигнут ежегодный 7 %-й рост мирового экспорта.

Однако уже в 70-е годы он снизился до 5 %, еще больше сократившись в 80-е годы. В конце 80-х мировой экспорт продемонстрировал заметное оживление (до 8,5 % в 1988 г.). После явного спада в начале 90-х, в середине 90-х годов он вновь демонстрирует высокие устойчивые темпы. На стабильный, устойчивый рост международной торговли оказал влияние ряд факторов:

1) развитие международного разделения труда и интернационализация производства;

2) научно-техническая революция, способствующая обновлению основного капитала, созданию новых отраслей экономики, ускоряющая реконструкцию старых;

3) активная деятельность транснациональных корпораций на мировом рынке;

4) регулирование (либерализация) международной торговли посредством мероприятий Генерального соглашения о тарифах и торговле;

5) либерализация международной торговли, переход многих стран к

режиму, включающему отмену количественных ограничений импорта и существенное снижение таможенных пошлин — образование свободных экономических зон;

б) развитие процессов торгово-экономической интеграции: устранение региональных барьеров, формирование общих рынков, зон свободной торговли;

7) получение политической независимости бывших колониальных стран. Выделение из их числа «новых индустриальных стран» с моделью экономики, ориентированной на внешний рынок.

Со второй половины XX века заметно проявилась неравномерность динамики внешней торговли. Это повлияло на соотношение сил между странами на мировом рынке. Доминирующее положение США было поколеблено. Так, если в 1950 г. на долю этой страны приходилась 1/3 всего мирового экспорта, то в 1990 г. только 1/8. В свою очередь, экспорт Германии приблизился к американскому, а в отдельные годы даже превосходил его. Помимо Германии, заметными темпами рос экспорт и других западноевропейских стран. В 90-е годы Западная Европа — главный центр международной торговли. Ее экспорт почти в четыре раза превышал экспорт США.

В 80-е годы значительный рывок в сфере международной торговли сделала Япония. В 1983 г. она впервые вышла на первое место в мире по экспорту машин и оборудования. Япония значительно опережала все страны по вывозу легковых и грузовых автомобилей, бытовой электроники и др. Одна треть японского экспорта приходилась на США. Дефицит США в торговле с Японией в 90-е годы находился на уровне 50–60 млрд долл. в год.

Уменьшение доминирующей роли США в международной торговле в известной степени было связано со снижением конкурентоспособности американского производства.

К концу 80-х годов Япония стала выбиваться в лидеры по факторам конкурентоспособности. В тот же период к ней присоединились «новые индустриальные страны» Азии — Сингапур, Гонконг, Тайвань. Однако к середине 90-х годов США вновь выходят на лидирующие позиции в мире по конкурентоспособности.

Конкурентоспособность в международных отношениях определяется как способность конкретного государства создавать (и продавать) пропорционально больше богатств, чем его соперники на мировых рынках. Конкурентоспособность страны определяется не только наличием ресурсов, но и эффективностью их использования, рациональной структурой развития отраслей, а в конечном итоге — конкурентоспособностью (не только на внешнем, но и на внутреннем рынке) продукции отечественных предприятий.

Пока развивающиеся страны в основном остаются поставщиками сырья, продовольствия и сравнительно простых изделий готовой продукции на мировой рынок. Относительное снижение спроса на сырье и продовольствие на мировом рынке к началу 90-х годов означало уменьшение возможностей развивающихся стран для расширения экспорта. К тому же промышленно развитые страны увеличили свою долю в мировом экспорте продовольствия и сырья (за исключением нефти).

Стремление развивающихся стран диверсифицировать свой экспорт за счет товаров промышленной группы зачастую встречается в той или иной форме противодействие промышленно развитых стран. Вместе с тем отдельные развивающиеся страны, прежде всего «новые индустриальные страны», сумели добиться существенных сдвигов в реструктуризации своего экспорта, повышения в нем доли готовой продукции, промышленных изделий, в т. ч. машин и оборудования. В целом экспорт развивающихся стран (за исключением «новых индустриальных стран») растет неравномерно как по группам стран, так и по отраслям. В отличие от большинства развивающихся стран, «новые индустриальные страны», в особенности четыре «малых дракона» Азии (Южная Корея, Тайвань, Гонконг, Сингапур), демонстрируют быстрый рост экспорта.

Характеризуя основные тенденции в географической направленности международной торговли, следует подчеркнуть тот факт, что развитие и углубление международного разделения труда между промышленно развитыми странами ведет к увеличению их взаимной торговли и уменьшению доли развивающихся стран.

ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ И ГЛОБАЛИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВА

В результате международной кооперации производства, развития международного разделения труда, внешней торговли и международных экономических отношений в целом происходит усиление взаимосвязи и взаимозависимости национальных экономик, нормальное развитие которых невозможно без учета внешнего фактора. Данное явление принято называть *интернационализацией* хозяйственной жизни.

Можно дать достаточно общее определение этого понятия: интернационализация хозяйственной деятельности — это усиление взаимосвязи и взаимозависимости экономик отдельных стран, влияние международных экономических отношений на национальные экономики, участие стран в мировом хозяйстве.

В своем развитии интернационализация экономики прошла ряд этапов. Первоначально она представляла собой международное экономическое сотрудничество: затрагивала, прежде всего, сферу обращения и была связана с возникновением международной торговли (конец XVIII — начало XX века). В конце XIX века набирает силу международное движение капитала.

Международное экономическое сотрудничество означает развитие устойчивых хозяйственных связей между странами и народами, выход воспроизводственного процесса за рамки национальных границ.

Следующим этапом явилась международная экономическая интеграция, объективно обусловленная углублением международного разделения труда, интернационализацией капитала, глобальным характером научно-технического прогресса и повышением степени открытости национальных экономик и свободы торговли. Интеграция в переводе с латинского (*integratio*) означает соедине-

ние отдельных частей в общее, целое, единое.

Международная экономическая интеграция — сближение и взаимоприспособление национальных экономик, включение их в единый производственный процесс в интернациональных масштабах. Ее можно охарактеризовать как процесс хозяйственного объединения стран на основе разделения труда между отдельными национальными хозяйствами, взаимодействия их экономик на различных уровнях и в различных формах путем развития глубоких устойчивых взаимосвязей.

Международная экономическая интеграция — это достаточно высокая, эффективная и перспективная ступень развития мировой экономики, качественно новый и более сложный этап интернационализации хозяйственных связей. На этой ступени происходит не только сближение национальных экономик, но и обеспечивается совместное решение экономических задач. Следовательно, экономическую интеграцию можно представить как процесс экономического взаимодействия стран, приводящий к сближению хозяйственных механизмов, принимающий форму межгосударственных соглашений и согласованно регулируемый межгосударственными органами.

Экономическая интеграция, в частности, выражается:

- в сотрудничестве между национальными хозяйствами разных стран и полной или частичной их унификации;
- ликвидации барьеров в движении товаров, услуг, капитала, рабочей силы между этими странами;
- сближении рынков каждой из отдельных стран с целью образования одного единого (общего) рынка;
- стирания различий между экономическими субъектами, относящимися к разным государствам;
- отсутствию той или иной формы дискриминации иностранных партнеров в каждой из национальных экономик и т. п.

Процессы экономической интеграции идут как на двусторонней, так и на региональной или глобальной основе. В качестве характерной особенности интеграционных объединений в настоящее время можно назвать их развитие на региональном уровне: создаются целостные региональные хозяйственные комплексы с общими наднациональными органами управления.

Интернационализация производства проявляется в том, что в создании конечного продукта в разных формах и на разных стадиях участвуют производители многих стран мира. Промежуточные товары и полуфабрикаты занимают все большую долю в мировой торговле и межкорпоративных трансфертах. Институциональной формой интернационализации производства выступают транснациональные корпорации (ТНК).

Осуществление прямых зарубежных инвестиций непосредственно связано с деятельностью многонациональных фирм.

В настоящее время в литературе можно встретить различные трактовки этого термина. В зарубежной литературе понятие «многонациональная фирма» подразумевает следующие признаки:

- 1) фирма реализует выпускаемую продукцию более чем в одной стране;

- 2) предприятия или филиалы фирмы расположены в двух и более странах;
- 3) собственниками фирмы являются резиденты различных стран.

Если реально действующая фирма отвечает хотя бы одному из перечисленных признаков, в зарубежной литературе она будет отнесена к многонациональным фирмам.

В отечественной литературе фирмы, действующие в различных странах, называют международными корпорациями. Выделяют два вида международных корпораций: многонациональные (МНК) и транснациональные (ТНК).

Многонациональная корпорация – это, как правило, акционерное общество, уставный капитал которого не имеет определенной национальной принадлежности, т. е. владельцами компании являются резиденты разных стран. В связи с существованием международного рынка ценных бумаг, акции фирмы может приобрести гражданин любой страны. Примером многонациональных корпораций могут служить англо-голландский химико-пищевой концерн «Unilever», британо-нидерландская компания, третья по величине частная нефтегазовая компания в мире «Royal Dutch Shell», «General Motors», «Ford», IBM и др.

Транснациональные корпорации – это корпорации, которые являются международными по характеру своей деятельности. Они имеют достаточно определенную национальную принадлежность, но их филиалы и дочерние предприятия расположены в разных странах. В настоящее время практически все крупные компании – транснациональные. Причем некоторые компании почти 100 % деятельности ведут в своих зарубежных филиалах. Например, швейцарская компания «Нестле» 98 % объема производства имеет за пределами Швейцарии.

Деление на МНК и ТНК весьма условно, так как в настоящее время наибольшее значение имеет не национальная принадлежность капитала фирмы, а глобальный характер ее деятельности (т. е. реализация товара, инвестирование и извлечение прибыли). Поэтому в современной отечественной литературе термин «транснациональная корпорация» часто употребляется как для транснациональных, так и для многонациональных корпораций. Под ТНК понимают крупное финансово-производственное, научно-технологическое, торгово-сервисное объединение, которое осуществляет свои операции во многих зарубежных странах. Ее отличает сложная организационно-управленческая структура, включающая в себя собственно производственную, банковскую, инвестиционную, торгово-рекламную деятельность, проведение научно-исследовательских разработок, подготовку кадров. ТНК контролируют треть производства частного сектора в мире. Общая сумма их иностранных инвестиций равна 2 трлн. долл.

Именно транснациональные корпорации формируют в настоящее время новые тенденции в вывозе капитала. Их деятельность активно способствует укреплению интеграционных связей в масштабах всего мирового хозяйства. В их руках сосредоточено около 95 % мировых патентов и лицензий. Именно эти компании способствуют распространению достижений НТР в развивающиеся страны. Если первоначально туда перемещали только трудоемкие сборочные производства, то в последние десятилетия на своих филиалах ТНК стали широ-

ко использовать квалифицированные научно-технические кадры этих стран.

Как правило, ТНК представляет собой головную компанию, вокруг которой сосредоточены различные хозяйственно самостоятельные производственно-финансовые, торгово-транспортные и другие подразделения. Эта структура непрерывно совершенствуется с целью повышения ее эффективности на базе широкого использования достижений НТР и диверсификации.

Глобализация — это абстрактное понятие, выражающее собой воспроизводственные отношения, которые складываются между государствами и другими субъектами в результате сближения и взаимодействия экономических систем разных стран с целью совместного решения общепланетарных проблем в интересах всего человечества, а также обеспечения роста национальных экономик на основе использования достижений технологической революции, повышения эффективности международного разделения труда и интеграции мировых рынков.

Традиционно глобализация связывается с появлением различных мировых монополизированных рынков: финансового, промышленных товаров, услуг, информационно-коммуникационных технологий и ряда других. Не для всех отраслей характерно появление транснациональных форм концентрации производства, поскольку в ряде случаев оказываются сильнее национальные традиции.

МИРОВЫЕ РЫНКИ

ТОВАРНЫЕ РЫНКИ

Товары в таможенном праве — любое движимое имущество, в том числе валюта, валютные ценности, электрическая, тепловая, иные виды энергии и транспортные средства (за исключением любых средств, используемых для международных перевозок пассажиров и товаров, а также контейнеров и другого транспортного оборудования), перемещаемое через государственную или таможенную границу. В зависимости от направления движения товары могут быть экспортными, импортными или транзитными. В зависимости от цели перемещения через таможенную границу товары могут быть подразделены на коммерческие и некоммерческие.

Товарные рынки рассматриваются как система субъектов экономики и их отношений (производителей и потребителей, посредников и организаций, обеспечивающих их отношения), целью которых является обеспечение обращения товаров конечного потребления и производственно-технического назначения.

Международные организации систематизируют и классифицируют товары, которые являются предметом международной торговли.

В 1983 г. была опубликована Гармонизированная система описания и кодирования товаров, ГС (Harmonized Commodity Description and Coding System), разработанная Советом таможенного сотрудничества (СТС).

Классификация товаров осуществлялась по следующим признакам:

- происхождение товара;
- вид материала, из которого изготовлен товар;
- назначение товара;
- химический состав товара.

Первые две цифры кода обозначают товарную группу, четыре — товарную позицию, шесть — субпозицию. Например:

72 — Товарная группа — «Черные металлы».

7201 — Товарная позиция — «Чугун, включая зеркальный, в чушках, болванках и других первичных формах».

720140 — Товарная субпозиция — «Зеркальный чугун».

Гармонизированная система описания и кодирования товаров служит основой для переговоров в рамках ВТО/ГАТТ, а также является базой для увязки с системами классификации ООН.

С ориентацией на ГС была разработана и в 1986 г. опубликована 3-я редакция Стандартной международной торговой классификации (СМТК) ООН (Standart International Trade Classification (SITC), Rev. 3).

Классификация товаров на уровне групп осуществлялась:

- по видам сырья, из которого изготовлен товар;
- по степени обработки товара;
- по назначению товара;

– по месту товара в международной торговле.

Как и в предыдущих изданиях СМТК, в 3-м издании сохранена десятичная система кодирования: одна цифра кода соответствует товарному разделу, две — товарной группе, три — товарной подгруппе, четыре — товарной позиции, пять — субпозиции. Например:

8 — Раздел — «Разные готовые изделия».

88 — Товарная группа — «Фотоаппараты ... оптические приборы ... часы».

885 — Товарная подгруппа — «Часы ручные, настольные, стенные».

8857 — Товарная позиция — «Часы настольные, настенные».

88574 — Субпозиция — «Будильники на батарейках, аккумуляторах или питающиеся от сети».

На основе 3-го издания СМТК можно определить сопоставимые показатели, характеризующие объем и структуру экспорта и импорта различных стран, а также с помощью специального «ключа» производить перегруппировку товаров с СМТК на другие классификации и номенклатуры.

Для статистики международной торговли применяется также Классификатор товаров по укрупненным экономическим группировкам (КУЭГ) ООН (Classification by Broad Economic Categories (BEC)). Ныне действующая редакция издана в 1989 г. Классификационная схема КУЭГ представлена в табл. 1.

КУЭГ основан на товарах, включенных в ГС и СМТК. Все товары, перечисленные в этих классификациях, распределены на семь групп в соответствии с их назначением, а внутри каждой группы — по степени обработки. Кроме того, некоторые товары объединены в группы по принципу промышленного или личного потребления, а некоторые — в зависимости от срока пользования.

В КУЭГ также определены следующие основные понятия.

Сырьевые товары — продукты сельского хозяйства, лесного хозяйства, рыболовства и охоты или любые полезные ископаемые, стоимость которых лишь в незначительной степени зависит от обработки.

Полуфабрикаты — продукты, требующие дальнейшей обработки или включенные в состав других товаров, прежде чем они станут орудием производства или предметом потребления.

Готовые изделия — все промышленные изделия, предназначенные для потребления и использования в домашнем хозяйстве, а также капитальное оборудование для промышленности, сельского хозяйства и транспорта, промышленные товары недлительного пользования, применяемые в промышленности в качестве материалов и топлива.

Готовые промышленные товары краткосрочного пользования, предназначенные для промышленности, — товары со сроком пользования один год и менее.

Готовые изделия длительного пользования — изделия со сроком потребления свыше одного года, предназначенные для промышленности, а также для государственных и частных учреждений, классифицируются как капитальное оборудование, кроме оружия, которое классифицируется как товары, не отнесенные к другим категориям.

Классификационная схема КУЭГ

Русский эквивалент	Английский эквивалент
1. Продовольственные товары и напитки	1. Food and beverages
1.1. Сырьевые товары	1.1. Primary
1.1.1. Для промышленного потребления	1.1.1. Mainly for industry
1.1.2. Для личного потребления	1.1.2. Mainly for household
1.2. Обработанные полуфабрикаты	1.2. Processed
1.2.1. Для промышленного потребления	1.2.1. Mainly for industry
1.2.2. Для личного потребления	1.2.2. Mainly for household consumption
2. Промышленное сырье (непродовольственное)	2. Industrial supplies not elsewhere specified
2.1. Сырьевые товары	2.1. Primary
2.2. Полуфабрикаты	2.2. Processed
3. Топливо и смазки	3. Fuels and lubricants
3.1. Сырьевые товары	3.1. Primary
3.2. Полуфабрикаты	3.2. Processed
3.2.1. Бензин	3.2.1. Motor spirit
3.2.2. Прочие полуфабрикаты	3.2.2. Other
4. Машины, оборудование и части к ним (кроме средств транспорта)	4. Capital goods (except transport equipment), and parts and accessories thereof
4.1. Машины и оборудование	4.1. Capital goods (except transport equipment)
4.2. Части и принадлежности	4.2. Parts and accessories
5. Транспортные средства (ТС), их части и принадлежности	5. Transport equipment and parts and accessories thereof
5.1. Легковые автомобили	5.1. Passenger motor cars
5.2. Другие автомобили	5.2. Other
5.2.1. ТС производственного назначения	5.2.1. Industrial
5.2.2. ТС личного потребления	5.2.2. Non-industrial
5.3. Части и принадлежности к ТС	5.3. Parts and accessories
6. Потребительские товары	6. Consumer goods not elsewhere specified
6.1. Товары длительного пользования	6.1. Durable
6.2. Товары среднесрочного пользования	6.2. Semi-durable
6.3. Товары краткосрочного пользования	6.3. Non-durable
7. Товары, не включенные в перечисленные выше группы	7. Goods not elsewhere specified

Потребительские товары (непищевые) недлительного пользования — товары со сроком потребления один год или менее, включая товары, используемые государственными и частными учреждениями.

Товары среднесрочного пользования — товары со сроком пользования от 1 до 3 лет и с относительно низкой стоимостью.

Товары длительного пользования — товары со сроком пользования свыше 3 лет, а также товары со сроком пользования от 1 до 3 лет, но с высокой стоимостью.

Распространенным способом торговли для ряда сырьевых товаров являются товарные биржи, представляющие собой постоянно действующие оптовые рынки однородных (заменяемых) товаров.

Впервые биржи возникли в Европе в XV — XVI вв. С тех пор изменились и их роль, и их функции. Тем не менее они оказывают значительное влияние на мировую торговлю. На товарных биржах совершается около 20 % операций с сырьевыми товарами, а цены во внебиржевой торговле устанавливаются на основе биржевых котировок. Кроме того, биржа является не только местом заключения сделок, но и центром информации обо всем, что касается того или иного биржевого товара.

К крупнейшим мировым товарным биржам относятся Лондонская биржа металлов, Чикагская торговая палата, Чикагская товарная биржа, Нью-йоркская товарная биржа, Французская международная фьючерсная биржа.

Биржи бывают публичными и частными. Наиболее распространены частные биржи, организованные в форме акционерных обществ, но не выплачивающие своим членам дивиденды. Члены таких бирж получают монопольное право на осуществление биржевых сделок.

Институт биржи основывается на принципе членства. Это означает, что только члены биржи имеют право непосредственно и в полной мере использовать преимущества, создаваемые биржей в торговле. Прежде всего члены биржи имеют право на заключение сделок на ней, что позволяет им проводить операции за свой счет и в качестве посредников (брокеров) в интересах нечленов биржи. Они также имеют право участвовать в биржевых собраниях и в выборах руководства биржи.

Членами товарных бирж являются, как правило, физические лица, представляющие промышленные или торговые компании, производящие или торгующие товаром, обращающимся на бирже. Торговые компании финансируют покупку членства и поддерживают кандидата. На некоторых биржах членство граждан других стран ограничено. Кроме того, кандидат в члены биржи должен быть платежеспособным. Финансовые требования различаются в зависимости от цели членства. Если кандидат собирается использовать членство для себя, то к нему предъявляются достаточно высокие требования. В случае же членства в интересах компании личное финансовое положение не играет существенной роли, но при этом имеют значение величина оборотов компании и ее уставный капитал.

На многих биржах существуют различные категории членства в зависимости от степени ограниченности прав. Например, существенным критерием

классификации может быть право непосредственного заключения сделок, которым обладают так называемые члены ринга, остальные же члены биржи имеют право только на свободный вход на биржу и могут во время биржевых сессий давать поручения членам ринга на заключение сделок за их счет.

Количество членов может быть оговорено в уставе биржи либо устанавливается советом директоров. Цена членства зависит прежде всего от активности биржи и от ее значения в обороте данным товаром, от преимуществ, получаемых от данного членства, а также от наличия свободных мест.

Участники биржи, так же как и ее члены, могут заключать сделки, но не имеют права на скидки, а также не имеют права участвовать в выборе руководства биржи.

Брокеры нанимаются для посредничества при заключении сделок. Они действуют от имени и за счет третьих лиц, получая за свои услуги комиссионные. Комиссионные обычно составляют доли процента от цены товара, но, тем не менее, их доходы бывают значительными, поскольку стоимость каждого контракта достаточно высока, а обороты на бирже имеют массовый характер. Брокеры должны соблюдать определенные условия, оговоренные в уставе биржи, а также сдать соответствующий экзамен. Посредничество брокеров является необходимым, так как клиенты зачастую находятся далеко от биржи. Но прежде всего это необходимо с формальной стороны, поскольку только определенным лицам доверяется непосредственное заключение сделок. Функции брокеров обычно выполняют члены или участники биржи.

Приглашенные гости являются последней группой участников биржевой торговли. Они могут заключать сделки с помощью членов биржи или брокеров.

БИРЖЕВЫЕ ТОВАРЫ

К товарам, традиционно являющимся предметом биржевого оборота, относятся:

1. продукты растительного происхождения (зерно, масличные культуры, сахар, кофе, какао, чай, пряности, хлопок, апельсиновый сок, каучук и т. п.);
2. продукты животного происхождения (живой скот, мясо свежее и мороженое, бекон, бройлеры, яйца, топленое сало, щетина, кожи, шерсть, шелк-сырец, рыбная мука);
3. энергетические и смазочные материалы, а также иные химикаты (нефть, бензин, смазочные масла, пропан, кокс, ацетон, спирт, каустическая сода и др.);
4. металлы, а также изделия и полуфабрикаты из них.

Биржевые товары отличаются от других сырьевых товаров наличием у них некоторых общих признаков, характеризующих их как предметы биржевой торговли:

1. биржевой товар должен быть однородным (заменяемым), т. е. каждую партию данного товара можно без ущерба для потребителя заменить любой другой партией товара аналогичного качества и количества;

2. биржевой товар должен быть пригодным для стандартизации, т. е. для создания классификационного стандарта, на основе которого заключаются сделки без наличия товара;
3. биржевой товар не должен быстро портиться;
4. спрос и предложения на биржевой товар должны носить массовый характер;
5. предложение биржевого товара должно, как правило, превышать его спрос в течение достаточно продолжительного времени;
6. величина спроса и величина предложения на биржевой товар должны быть легко прогнозируемы.

Хотя на современных биржах зачастую торгуют товарами, которым не присущи данные признаки, что связано с усилением влияния на биржевую торговлю техники осуществления операций, такие признаки, как заменяемость и пригодность к стандартизации, все же являются определяющими для биржевых товаров.

РЫНКИ УСЛУГ

Услуги – это полезная деятельность, направленная на удовлетворение определенных потребностей населения и общества. В число услуг входят 160 видов услуг, разделенных на 12 основных разделов:

1. Деловые услуги — 46 отраслевых видов услуг.
2. Услуги связи — 25 видов.
3. Строительные и инжиниринговые услуги — 5 видов.
4. Дистрибьюторские услуги — 5 видов.
5. Общеобразовательные услуги — 5 видов.
6. Услуги по защите окружающей среды — 4 вида.
7. Финансовые услуги, включая страхование — 17 видов.
8. Услуги по охране здоровья и социальные услуги — 4 вида.
9. Туризм и путешествия — 4 вида.
10. Услуги в области организации досуга, культуры и спорта — 5 видов.
11. Транспортные услуги — 33 вида.
12. Прочие услуги.

Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС) под услугами понимает любую услугу, предоставляемую на коммерческой основе. Как правило, услуга проявляется в определенном полезном эффекте, не всегда реализуясь в материальном продукте.

Международная торговля услугами по сравнению с торговлей товарами имеет следующие особенности:

- регулируется не на границе, а внутри страны соответствующими положениями внутреннего законодательства. Отсутствие или наличие факта пересечения услугой границы не может выступать критерием экспорта услуги (равно как и валюта, в которой эта услуга оплачивается);

- услуги не подлежат хранению. Они производятся и одновременно потребляются. Поэтому большинство видов услуг базируется на прямых контрактах между их производителями и потребителями;
- производство и реализация услуг имеют большую государственную защиту, чем сфера материального производства и торговли. Транспорт, финансовые связи и страховые услуги, наука и образование, здравоохранение во многих странах находятся в полной или частичной собственности государства или же под строгим его контролем;
- международная торговля услугами находится в тесной взаимосвязи с торговлей товарами и оказывает на нее сильное воздействие. Например, велико воздействие услуг на торговлю наукоемкими товарами, требующую больших объемов технического обслуживания, информационных и различных консультационных услуг;
- не все виды услуг, в отличие от товаров, могут быть предметом торговли. Услуги поступающие преимущественно в личное потребление, не могут быть включены в международный хозяйственный оборот. Большие перспективы в международной торговле услугами имеются у туризма, здравоохранения, образования, культуры и искусства.

Характеристика рынка услуг может быть представлена:

- высокой степенью дифференциации услуг как по потребительским характеристикам (горизонтальная дифференциация), так и по уровню качества (вертикальная дифференциация);
- повышенной чувствительностью к экономической конъюнктуре и коротким периодом реагирования на ее изменения, существенностью фактора сезонности;
- значительностью влияния рекламы, моды, информированности;
- выраженной сегментированностью спроса на услуги в зависимости от доходов, цен, субъективной оценки потребителем значимости (насущности) услуги, обеспеченности товарами длительного пользования, национальных традиций и особенностей потребления, стиля жизни и т. д.;
- существенностью неценовых барьеров входа на рынок и абсолютными преимуществами уже действующих в отрасли предприятий, хотя в отдельных отраслях такого может и не быть;
- большой степенью неопределенности результата на рынке услуг и наличием «информационной асимметрии» производителя, а также ценовой дискриминации различных видов;
- присутствием на рынке услуг социально значимых благ (жилья, образования, медицины и др.), производство и реализация которых требуют регулирующей роли государства и финансирования из общественного сектора;
- большей территориальной привязанностью и локализованностью обслуживания для мирового рынка услуг по сравнению с товарным рынком.

Мировой рынок услуг регулируется соответствующими международными организациями (среди основных — около 40 организаций). Регулирование международной торговли услугами затрудняется рядом причин:

- особенностями оценки стоимости экспортируемых услуг с точки зрения

как технической организации контроля, так и правового регулирования торговых сделок в информационных сетях;

– наличием как коммерческой, так и некоммерческой составляющей при экспорте услуг, что характерно для экспорта образовательных, медицинских, аудиторских и консалтинговых услуг из развитых стран в развивающиеся страны и страны с переходной экономикой;

– недостаточным вниманием, уделяемым проблеме регулирования международной торговли услугами национальными и международными организациями, например: отсутствие соответствующих законодательно-нормативных актов.

РЫНКИ КАПИТАЛОВ

Мировой рынок капитала — это неотъемлемая часть мирового хозяйства, которая на международном уровне играет все более возрастающую роль. С функциональной точки зрения, международный рынок капитала представляет собой сложный экономический механизм, систему рыночных отношений, которая обеспечивает аккумуляцию и перераспределение финансовых средств (ресурсов) между странами и регионами. Внешнеэкономические связи длительное время осуществлялись чаще всего в виде ввоза и вывоза товаров, импорта и экспорта. По мере упрочнения капиталистического способа производства в число ввозимых и вывозимых товаров попадает и такой специфический товар, как капитал. Этому способствует интернационализация хозяйственной жизни. В условиях обострения конкурентной борьбы между странами и регионами вывоз и ввоз товаров и услуг становится затруднительным или даже невозможным без экспорта и импорта капитала.

Интернационализация рынков капитала связана с приграничным объединением рынков ценных бумаг и в меньшей степени рынков прямых капиталовложений, банковских займов и депозитов. Она измеряется объемом операций на внутренних рынках. Объем и изменение операций в стоимостном отношении показывают доступ на международные рынки капиталов. Этот показатель растет по всем секторам рынка капиталов. Так, выпуск ценных бумаг все больше осуществляется на международных рынках.

Постоянное перемещение капитала через национальные границы, обусловленное углубленной интернационализацией производства, превратило международные кредитные отношения в неотъемлемую часть мирохозяйственных связей. Начиная с последней трети прошлого столетия, кредитные рынки стали функционировать как совокупности, объединенные общими закономерностями развития, что позволяет говорить о формировании мировой кредитной финансовой системы, включающей движение облигационных, банковских займов, портфельных, прямых капиталовложений, а также экономическую мощь.

Основными институтами рынка капитала являются банковские компании, государство, межгосударственные банки и валютные фонды, транснациональные корпорации.

Банковские компании. На первом этапе экономического развития коммерческие банки доминируют. На среднем и высшем уровнях развития возрастает значение специализированных посредников и рынков ценных бумаг. Процесс интернационализации кредитно-финансовой инфраструктуры привел к созданию банковских синдикатов для разовых операций по сбыту и распределению облигаций промышленных компаний. По мере удлинения сроков предоставляемых кредитов группы крупных банков различных стран начали создавать устойчивые консорциумы для предоставления средне- и долгосрочных займов. Международные ассоциации крупнейших банков были организованы для совместного обеспечения своих клиентов всеми видами банковских услуг.

Государство выступает в виде центральных и местных органов власти, казначейства или других уполномоченных учреждений и может выполнять функции кредитора, заемщика или играть роль гаранта и поручителя по внешним обязательствам частных юридических лиц.

Для осуществления государственного страхования экспортных кредитов во многих странах были созданы, а позднее реорганизованы специальные институты. В одних случаях они являются государственными организациями (США), в других — полугосударственными (Британия, Франция), а в третьих — частными компаниями, оперирующими от имени и за счет правительства (Германия). В большинстве индустриальных стран экспорт кредитуются частной банковской системой. Практика государственного кредитования внешнеторговых операций распространяется повсюду, и прежде всего через деятельность государственных и полугосударственных внешнеторговых банков.

Межгосударственные банки и валютные фонды. Банк международных расчетов (БМР) наблюдает за состоянием европейского валютного рынка и обеспечивает регулирование валютных и кредитных отношений во всем мире.

Транснациональные корпорации являются крупными субъектами международных кредитных отношений. Они располагают гигантскими внутрикорпоративными накоплениями и покрывают за счет самофинансирования более половины потребности в своих ресурсах. Тем не менее ТНК постоянно нуждаются в средствах для обслуживания растущего производства и сбыта продукции. ТНК используют все типы рынков — национальные, иностранные и международный рынок. ТНК используют рынок ссудных капиталов не только для получения кредитов на обслуживание текущих платежей или долгосрочных вложений, но и для наиболее выгодного размещения принадлежащих им денежных и финансовых требований.

Источниками финансирования международных рынков капитала являются синдицированные займы, евроноты (векселя), облигации, акции, депозиты.

Основная доля средств международных рынков капитала поглощается заемщиками из стран Организации экономического сотрудничества и развития. В развивающихся странах крупнейшими заемщиками являются Саудовская Аравия и Мексика.

Основными кредиторами на международных рынках ссудного капитала также являются промышленно развитые страны, среди которых крупнейшим экспортером является Япония, далее Швейцария, Нидерланды, Германия. Фак-

тор платежеспособности является одним из серьезных ограничений предоставления финансовых резервов.

Усиливающаяся интернационализация рынков капиталов предполагает использование единой глобальной учетной ставки, которая представляет собой среднеарифметическую взвешенную ставку.

Международная миграция капитала — движение стоимости в денежной и (или) товарной форме из одной страны для получения прибавочной стоимости в другой стране, а также для получения других экономических и политических выгод. При товарном экспорте произведенная стоимость вывозится за рубеж с целью реализации уже заключенной в данном товаре прибавочной стоимости и однократно. При экспорте капитала за рубежом происходит инвестирование, а не реализация, причем присвоение прибавочной стоимости происходит в стране-импортере и многократно.

Цель международной миграции капитала — максимизация прибыли: получение более высокой прибавочной стоимости.

Формы вывоза капитала:

- вывоз предпринимательского капитала (создание совместного предприятия, создание предприятия с участием иностранного капитала на 100 %);
- вывоз ссудного капитала (эмиссия и операции с ценными бумагами, международный банковский кредит);
- зарубежные инвестиции (прямые инвестиции и портфельные инвестиции, трансконтинентальные и транснациональные).

МЕЖДУНАРОДНОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Для того чтобы решить, по какой цене следует продавать или покупать товар на внешнем рынке, надо знать мировую цену на аналогичный товар. При этом вопрос чаще всего ставится так: «По какой цене товар, аналогичный нашему, продают конкуренты?». Цена аналога и определит в этом случае искомый уровень мировых конкурентных цен.

Однако такие аналоги встречаются весьма редко и лишь на ограниченном числе рынков. В таких условиях отыскание уровня мировых конкурентных цен требует приведения анализируемых данных к сопоставимому виду, т. е. если нет готового аналога, то надо создать гипотетический аналог. При этом основной вопрос ставится иначе, чем в первом случае: «А какой была бы цена товара у конкурента, если бы качество, упаковка, комплектация, коммерческие условия поставки у этого товара были такие же, как у того товара, который мы собираемся продать (купить)?».

Изучение цен мировых товарных рынков требует четкого представления о существующих в рыночном хозяйстве видах цен. В зависимости от наличия промежуточных звеньев на пути от производителя к потребителю различают цены производителей, оптовые и розничные цены.

Цены производителей отражают все денежные затраты предприятий (фирм) на изготовление и реализацию продукции. При переходе от цен производителя к оптовым и далее к розничным цены возрастают за счет торговой надбавки, которая должна покрыть расходы оптового и розничного звеньев и обеспечить им определенную прибыль. Чем больше посреднических звеньев, тем больше и различного рода надбавок к цене. По отдельным товарам расходы в сбытовых звеньях (включая рекламу) могут превышать 100 %. Так, известный всем детям «Киндер-сюрприз», продаваемый по цене, близкой к 1 \$, в Китае (где налажено его производство) имеет себестоимость от 3 до 5 центов. Остальное — «премия» посредников.

В зависимости от того, продается товар на внутреннем или на внешнем рынке, различают также внутренние и экспортные цены. Экспортные цены, как правило, ниже цен внутреннего рынка, что связано с острейшей конкуренцией на мировых рынках. Практически *мировые цены* — это экспортные цены основных поставщиков данного товара и импортные цены в важнейших центрах импорта этого товара. Если по сырьевым товарам мировую цену определяют основные страны-поставщики, то в отношении готовых изделий и оборудования решающую роль играют ведущие фирмы, выпускающие и экспортирующие определенные типы и виды изделий.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ МИРОВОЙ ЦЕНЫ

В категорию мировой цены могут быть отнесены только те цены внешнего рынка, которые:

- установлены в свободно конвертируемой валюте;
- являются ценами на товары или услуги ведущих производителей или поставщиков, т. е. имеющих существенную долю в общем объеме подобной продукции, реализуемой на соответствующем мировом рынке;
- установлены для товаров сырьевой группы тех регионов мира, в которых сосредоточено их производство и (или) торговля, — цены базисных рынков. Для разных товаров это разные рынки.

Почти для каждого вида товара существуют специальные источники ценовой информации, включающие экспортные усредненные цены, среднестатистические цены, внутренние оптовые цены, импортные цены и т. д. В основном это зарубежные публикации, перечень которых достаточно широк и специфичен для различных товаров.

В качестве примера можно назвать выпускаемые ежемесячно Статистическим бюро ООН «Monthly Bulletin of Statistics» (около 190 рядов цен, в том числе экспортные цены, цены фактических сделок, среднестатистические цены, внутренние цены на экспортную продукцию, импортные цены на стандартных условиях, внутренние оптовые цены на импортную продукцию и много другой дополнительной информации), ежегодники «Statistical Yearbook», газеты «Financial Times» и другие специализированные издания. Внешнеторговые цены на сырьевые товары, продовольствие и полуфабрикаты публикуются, кроме того, продовольственной сельскохозяйственной организацией ООН (ФАО), Международным валютным фондом.

Полезно отслеживать публикации отраслевого характера. По товарам широкого потребления могут использоваться в качестве мировых после соответствующей корректировки розничные цены, публикуемые в каталогах признанных торговых и посылочных фирм.

Наиболее трудоемок процесс поиска информации по мировым ценам на промышленное оборудование, приборы. В этом случае приходится использовать прейскуранты, каталоги, проспекты ведущих фирм.

В наше время большинство информационных агентств и специализированных информационных компаний оказывают услуги по представлению ценовой информации в электронном виде. Такая услуга обходится довольно дорого, но для крупных экспортеров и импортеров это позволяет каждый день быть в курсе ценовой ситуации.

Информацию по ценам основных мировых товарных рынков можно найти и в ряде периодических изданий. К наиболее известным можно отнести «Бюллетень иностранной коммерческой информации» (БИКИ), специальные издания Всероссийского научно-исследовательского конъюнктурного института (ВНИКИ), объединения информационного обеспечения и автоматизации обработки данных «Информ ВЭС», некоторые деловые издания, такие как «Финансовые известия», «Коммерсантъ», «Деловой мир», «Бизнес и банки», издания

различных ассоциаций, ряда совместных предприятий.

В практической работе, имея реальные контрактные цены по предыдущим сделкам и пользуясь различными справочными ценами, можно определить динамику движения цены с целью ее учета при заключении очередного контракта.

ЦЕНОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ. ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ЦЕН

Далеко не все цены сделок публикуются. Вместе с тем предприятию могут быть известны и некоторые непубликуемые цены, которые он также может использовать в ходе подготовки и заключения внешнеэкономических сделок. При уточнении контрактных цен на мировом рынке необходимо знать и использовать следующие виды цен:

- базисная, исходная — определенная для основного сорта, наиболее известной марки, серийной модели. Она может соответствовать определенному набору физико-технических или химических показателей качеств, принятых за базисные. Контрагенты предусматривают также допустимые отклонения от базисного качества, поэтому согласовывают не только величину базисной цены, но и размер надбавок и скидок за повышенное или пониженное качество, называемых соответственно бонификацией и рефакацией. В основу базисных цен положены справочные и прейскурантные цены. Они обычно отражают общее направление динамики цен за предшествующий период, их используют при заключении контрактов на срочную поставку небольших партий товаров, а при установлении более стабильных торговых связей базисные цены подлежат дальнейшему уторгованию с учетом различных скидок и надбавок к ним;

- справочная — публикуемая в отдельных периодических изданиях (журналах, бюллетенях, газетах), прейскурантах, каталогах, издаваемых агентствами, крупными компаниями. Исчисляется как усредненная по фактическим сделкам за определенный срок с учетом экспертных оценок. Используется как ориентир для заключения сделок;

- номинальная — условная, определяемая при отсутствии информации о реальных сделках на основании оценок и сведений о неоторгованных предложениях продавцов или запросов покупателей в центрах биржевой торговли;

- биржевая — цена на товары, действующая на биржах. Биржи публикуют котировки на начало и конец утреннего и вечернего биржевого торга, котировки продавцов и покупателей товаров, котировки на товары с немедленной поставкой (спот) и отсрочкой поставки (форвард). Рассчитываются и публикуются средние и другие котировки на биржах ежедневно. Публикации на бирже являются основанием для установления цен на аналогичные товары во внешней торговле;

- закупочная — вид оптовых цен, используемых для закупки сельскохозяйственной продукции у государственных, кооперативных и частных сельскохозяйственных предприятий;

- проектная — вид цен, используемых в торговле готовыми изделиями, машинами и оборудованием. Эти цены относятся к справочным ценам, близким к ценам изготовителя, публикуются время от времени экспортером;

- монопольная — вид рыночных цен товаров в международной торговле, предназначенных для получения максимально возможной прибыли;

- нетто — представляют собой чистые цены товара на месте купли-продажи без скидок и надбавок, обусловленных набором тех или иных базисных условий контракта, наличием субсидий и т. д.;

- оптовая — цена на товар при продаже ее крупными партиями; зачастую экспортные оптовые цены ниже внутренних оптовых цен;

- фактурная — указывается в счете (фактуре, инвойсе) на поставленный товар. В зависимости от базиса поставки фактурная цена может включать расходы по перевозке товара, погрузочно-разгрузочным работам, страхованию, оплате экспортной пошлины, различные сборы;

- покупательская — цена, по которой осуществляются сделки купли-продажи товаров (следует учитывать, что покупатель стремится купить товар в конкретный момент на данном рынке по самой дешевой цене);

- цена продавца — цена, запрашиваемая продавцом, или фактическая цена реализации на рынке в условиях превышения спроса над предложением; отражает экономические интересы продавца, стремящегося продать товар дороже;

- целевая — используется в странах, имеющих общий рынок, для определения налога на ту или иную продукцию с целью осуществления единой товарной политики этой группы стран;

- цены производителя — цены, определяемые предприятием-изготовителем продукции на стадии начала производства и ориентирующиеся на затраты по производству и реализации; соответствуют ценам каталогов, проспектов, прейскурантов;

- розничная цена — это цена продажи товаров либо поштучно, либо мелкими партиями индивидуальным потребителям; включает издержки производства и обращения, прибыль предприятия, налоги (в том числе акцизы, налог на добавленную стоимость и т. п.) и складывается с учетом ситуации на рынке, оценки товара конкретным потребителем; розничные цены обычно выше оптовых, так как включают затраты розничной торговой сети, те или иные прямые и косвенные налоги;

- «успокаивающая» — устанавливается продавцом чуть ниже привычной «круглой» величины как психологический прием, используемый в розничной торговле для привлечения покупателей;

- контракта или фактической сделки — это цена купли-продажи продукции на внутреннем или внешнем рынке, фиксируемая сторонами в контракте. По экономическому содержанию она соответствует цене потребления, отражает конкретные условия реализации товаров. Обычно эта цена является коммерческой тайной. Если сведения о заключенных контрактах и публикуются в экономических и отраслевых изданиях, то в ней отражаются далеко не все условия сделки. Довольно трудно получить сопоставимую информацию о ценах на

машины и оборудование. Информация о них малодоступна, нерегулярна и относительна, тем более, что технико-экономические параметры машин и оборудования подвержены частым изменениям;

– расчетная внутрифирменная — называется иначе трансфертной, применяется при расчетах на поставки между материнской и дочерними компаниями, заграничными филиалами между собой. Цена по внутрифирменным поставкам, как правило, существенно отличается от складывающихся на свободном рынке, считается конфиденциальной и не подлежит разглашению;

– мировые — это совокупность цен, имеющих на мировых рынках; характеризуются множественностью или различием цен на одинаковые товары на одном и тем более на разных рынках соответствующей продукции. Различие их зависит от времени, места, условий реализации товара, условий контракта. Под мировыми ценами понимаются цены крупных систематических и устойчивых экспортных или импортных сделок, совершаемых на обычных коммерческих условиях за наличные в определенных центрах международной торговли известными экспортерами и импортерами соответствующей продукции.

Кроме этого, большое значение при определении конкретной цены имеют различного рода скидки с цены, которых в практике международной торговли насчитывается несколько десятков. Наибольшее применение имеют указанные ниже виды скидок.

Общая (простая) скидка предоставляется к преysкурантной или справочной цены товара. Она может находиться в интервале от 20 до 40 %. Эти скидки часто применяются при заключении сделок на машины и оборудование.

Бонусная скидка (за объем оборота) обычно дается постоянным покупателям на основе специальной договоренности. При этом в контракте устанавливается шкала скидок пропорционально достигнутому в течение определенного периода обороту и порядок выплаты сумм на базе этих скидок. Бонусная скидка может составлять 15 — 20 % оборота на машины и оборудование.

Прогрессивная скидка (за количество) дается покупателю в случае покупки определенного сторонами увеличивающегося объема товарной массы.

Поставщики-экспортеры предоставляют своим постоянным посредникам дилерские скидки от 10 — 15 % (для сложного технического оборудования) до 40 — 50 % (для отдельных дорогих потребительских товаров).

Экспортеры могут предоставлять специальные скидки привилегированным импортерам, в заказах которых они заинтересованы и которые являются их постоянными клиентами. Размер скидок в этом случае составляет 5 — 8 %.

Возможны также предоставление **скрытых скидок** импортеру при снижении процентов за кредит, оказание бесплатных услуг и предоставление бесплатных образцов.

При продаже автомобилей, электрооборудования, транспортных средств применяется скидка за возврат ранее купленного у фирмы товара в размере 25 — 30 % преysкурантной цены.

Временные скидки применяются в основном в торговле продукцией массового спроса, имеющей сезонный характер.

Закрытые скидки предоставляются на продукцию, образующуюся в зам-

кнутых экономических единицах, например во внутрифирменных поставках или во внутренней торговле международных замкнутых группировок, а также на товары, поставляемые по специальным межправительственным соглашениям.

Количественные скидки меняются в зависимости от величины или серийности заказа. При поставках товаров массового спроса размер их относительно невелик, а для товаров, производимых малыми сериями или по индивидуальным заказам, скидка на количество имеет большое значение, поскольку увеличение серии ведет к сокращению издержек производства. По отдельным контрактам скидки на количество составляют до 15 %.

Скидки «сконто» предоставляются за оплату наличными или за досрочное осуществление платежей по сравнению с контрактом (обычно до поставки товара или в течение 14 дней с момента заключения контракта). Могут достигать 3 — 5 % стоимости сделки.

Общий уровень ценовых скидок может достигать 50 % общей стоимости первоначально объявленных прейскурантных цен, а по отдельным товарам — еще выше.

ЦЕНООБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ. СООТНОШЕНИЕ МЕЖДУ ИМПОРТНЫМИ И ЭКСПОРТНЫМИ ЦЕНАМИ

Уровень мировых цен на товары и услуги определяется множеством факторов (которые были перечислены выше). Самым важным является соотношение спроса и предложения. Сложившаяся на рынке ситуация будет в значительной степени определять, является рынок того или иного товара рынком продавца или рынком покупателя, т. е. кто будет определять цену. В связи с этим при определении уровня мировой цены следует учитывать условия конкуренции продавцов и производителей на рынке.

В целом цена на товар определяется спросом и предложением. При этом продавцы всегда стремятся продать дороже, а покупатели — купить дешевле. Однако цена конкретной сделки, как правило, находится несколько ниже первоначальной цены продавца и несколько выше первоначальной цены покупателя. Отсюда можно сделать несколько выводов, позволяющих лучше сориентироваться на мировых рынках:

1) ни цена предложения, ни цена спроса не отражают средний уровень сделок;

2) превышение предложения товара над спросом «давит» на цену и приводит к ее снижению, поэтому в условиях избытка товаров на мировом рынке следует ориентироваться, скорее, на цену спроса (или же корректировать соответственным образом цену предложения — учитывать возможный уровень скидок);

3) превышение спроса над предложением приводит к росту цен, поэтому ориентироваться следует на цену поставщиков (скидки если и будут, то незна-

чительные).

Кроме этого, на уровень экспортных цен может повлиять такой фактор, как возможность предприятий реализовать дополнительные объемы продукции без рисков «обвалить» цену на внутреннем рынке. Рассмотрим это на примере.

Предприятие производит 1000 шт. товара в месяц и реализует их на внутреннем рынке по цене 1000 у. е. за штуку. При этом постоянные затраты предприятия (т. е. затраты, не зависящие от объемов производства) составляют 200 тыс. у. е., а переменные затраты на производство 1 штуки составляют 600 у. е. Таким образом себестоимость всего выпуска составит 800 тыс. у. е., а прибыль предприятия — 200 тыс. у. е.

Если предприятие имеет техническую возможность произвести дополнительный объем продукции, ему может быть невыгодно увеличивать производство, поскольку при реализации на внутреннем рынке большего объема продукции цены на нее упадут, а прибыль предприятия сократится не только в расчете на 1 единицу продукции, но и в целом.

Определим, какую прибыль от реализации дополнительной единицы продукции предприятие получит, если весь дополнительный выпуск направит на экспорт.

Дополнительные затраты на производство 1 единицы товара (когда 1000 шт. произведено и реализуется на внутреннем рынке) составят 600 у. е. (т. е. только переменные затраты, необходимые для производства 1 единицы; постоянные затраты включены в себестоимость реализуемой на внутреннем рынке продукции). В этом случае производитель может согласиться и на цену ниже уровня полной себестоимости, включающей в себя как переменные, так и часть постоянных затрат. В нашем примере производитель согласится на любую цену, которая превысит 600 у. е. плюс некоторый минимальный уровень прибыли в расчете на единицу. Единственным условием экспортера должен стать запрет реэкспорта товара (который повлечет обвал цен на его продукцию на внутреннем рынке).

Этот пример ярко иллюстрирует возможность маневрирования ценой для получения дополнительной прибыли в условиях внешнеэкономических сделок.

ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ

СУЩНОСТЬ И КЛАССИФИКАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ

Внешнеэкономические связи – это международные хозяйственные, торговые, политические отношения, включающие обмен товарами, различные формы экономического содействия, научно-технического сотрудничества, специализацию, кооперацию производства, оказание услуг и совместное предпринимательство.

Создание в России рыночной экономики предполагает ее открытость и интеграцию в мировое хозяйство. Любые предприятия, фирмы, холдинги, независимо от формы собственности, участвуя в формировании рыночных отношений, должны иметь выход на внешний рынок. Только в этом случае удастся обеспечить их реальное вхождение в международные экономические процессы.

Внешнеэкономические связи являются исторической и экономической категорией.

Как историческая категория, внешнеэкономические связи являются продуктом цивилизации. Они возникают с появлением государств и развиваются вместе с ними. Особенно мощный толчок развитию этих связей дало разложение феодализма. Переход от натурального хозяйства к товарно-денежным отношениям вызвал резкий скачок в развитии национальных рынков отдельных государств и в обмене товарами этих национальных рынков, что привело к расширению и углублению интернациональных связей международного обмена в экономической сфере государственных отношений.

Как экономическая категория, внешнеэкономические связи представляют собой систему экономических отношений, возникающих при движении ресурсов всех видов между государствами и экономическими субъектами разных государств. Эти двухсторонние отношения охватывают все сферы экономической жизни государства и прежде всего его производственную, торговую, инвестиционную и финансовую деятельность.

Сущность внешнеэкономических связей как экономической категории проявляется в их функциях. Такими функциями являются:

- организация и обслуживание международного обмена природными ресурсами и результатами труда в их вещественной и стоимостной форме;
- международное признание потребительной стоимости продуктов международного разделения труда;
- организация международного денежного обращения.

Эффективность организации внешнеэкономических связей и механизма управления ими во многом определяется классификацией связей (рис. 1).

Под классификацией внешнеэкономических связей следует понимать распределение этих связей на конкретные группы по определенным признакам для достижения поставленных целей.

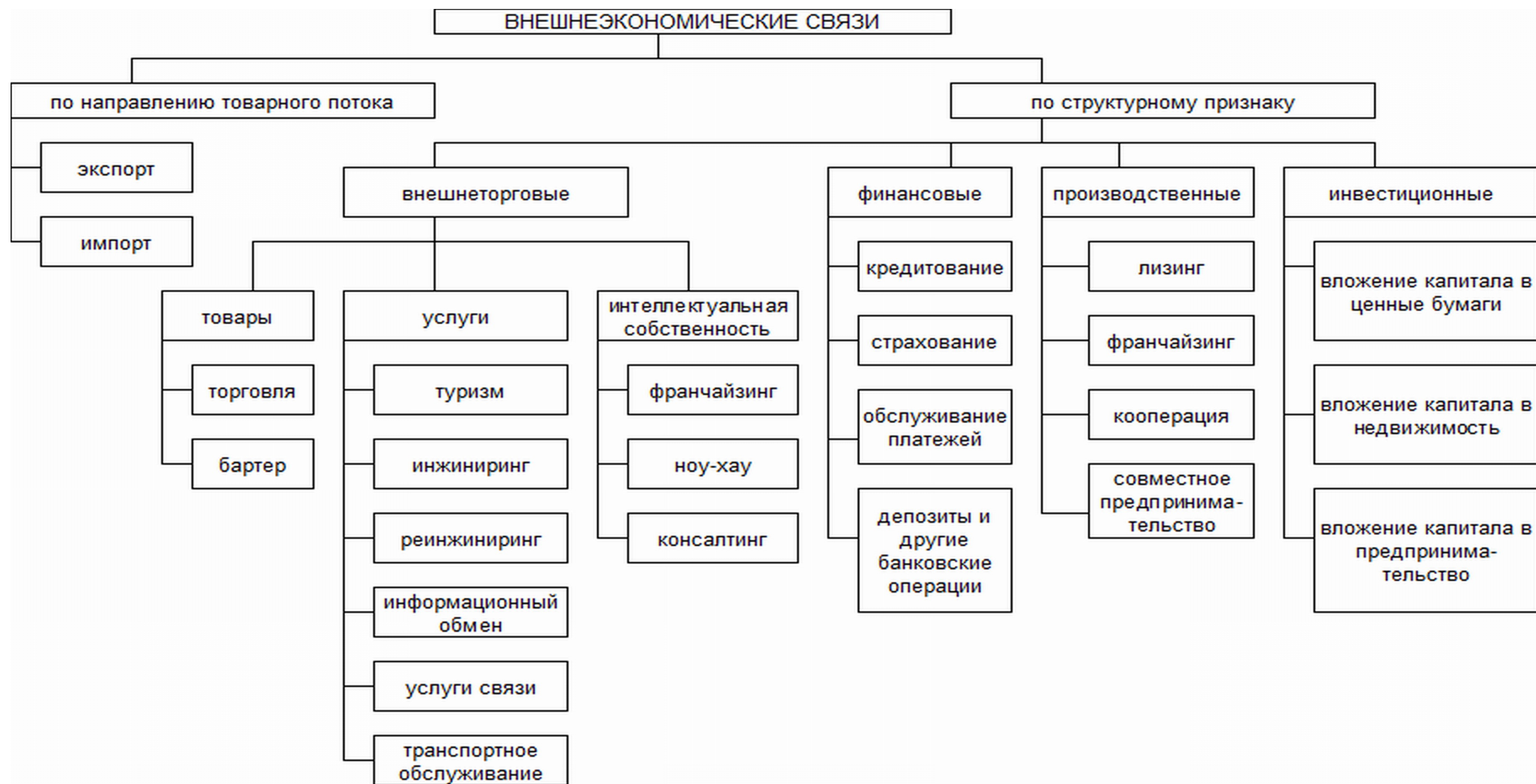


Рис. 1. Классификация внешнеэкономических связей

Классификационная система внешнеэкономических связей состоит из видов и форм связей.

Вид внешнеэкономических связей – это совокупность связей, объединенная одним общим признаком, например направлением товарного потока (экспорт, импорт) и структурным признаком (внешнеторговые, финансовые, производственные, инвестиционные).

ВИДЫ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ СДЕЛОК

Внешнеторговые операции осуществляются на основе заключаемых сделок. Международная торговая сделка является правовой формой, опосредующей международные коммерческие операции.

Под *международной торговой сделкой* понимается договор (соглашение) между двумя или несколькими сторонами (коммерческими предприятиями, фирмами), находящимися в разных странах, в котором оговариваются условия поставки установленного количества товарных единиц и (или) оказания определенных услуг. Другими словами, сделка считается международной, если в юридическом адресе партнеров по сделке указаны разные государства.

Договор купли-продажи не считается 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, коммерческие предприятия которых находятся на территории разных государств.

Все многообразие сделок в международной торговле классифицируется в зависимости от предмета (объекта) сделки:

- купли-продажи товаров;
- купли-продажи услуг;
- купли-продажи объектов интеллектуальной собственности.

Продукты, обращающиеся на рынке, в том числе и мировом, могут иметь как вещественно-материальную форму, так и форму услуг, или нематериальных ценностей.

Классификацию внешнеторговых сделок можно провести также в зависимости от каналов сбыта и характера взаимоотношений между сторонами. В этом случае различаются сделки напрямую, т. е. между производителями и потребителями товаров и услуг, и сделки косвенные, т. е. с участием третьего лица — посредника.

Сделки купли-продажи товаров в материально-вещественной форме являются традиционными для международной торговли и для практики внешнеторговой деятельности фирм. По этим сделкам продавец обязуется передать

товар в собственность покупателя в обусловленные сроки и на определенных условиях, а покупатель — принять товар и уплатить за него согласованную денежную сумму. Сделки купли-продажи товаров могут присутствовать в качестве составного элемента и в других видах сотрудничества — технико-экономическом и научно-техническом.

В торговле товарами основными видами операций являются экспортные и импортные. При этом экспортные операции подразумевают продажу и вывоз за границу товаров для передачи их в собственность иностранному контрагенту, импортные — закупку и ввоз иностранных товаров для последующей реализации их на внутреннем рынке страны.

Разновидностями экспортно-импортных операций являются реэкспортные и реимпортные операции. К первым относятся операции, предусматривающие вывоз за границу ранее купленного на другом рынке товара, не подвергшегося в реэкспортирующей стране какой-либо переработке. Они могут возникать в коммерческой практике в различных ситуациях, наиболее типичными из которых являются сделки, являющиеся частью более сложной операции и сделки, совершенные с целью получения прибыли на разнице в ценах.

Реимпортные операции связаны с ввозом из-за границы ранее вывезенных отечественных товаров, не подвергшихся там переработке. Это могут быть товары, не проданные на аукционе, возвращенные с консигнационного склада, забракованные покупателем и др. Основным признаком реимпортных операций является пересечение товарами границы своей страны дважды: при вывозе и при ввозе. Товары, возвращаемые с выставок и ярмарок, к реимпортируемым не относятся.

Существует множество классификаций сделок по купле-продаже услуг. Обобщая различные виды услуг, можно в целом объединить их в две группы: основные и обслуживающие куплю-продажу товаров.

В современных условиях сделки по купле-продаже услуг являются в большинстве случаев самостоятельными, обособленными от купли-продажи товаров операциями, такие сделки и относятся к группе основных.

К основным сделкам купли-продажи услуг относятся:

- сделки по оказанию производственно-технических услуг (инжиниринговые услуги);
- арендные сделки;
- сделки по экспорту и импорту туристских услуг;
- сделки по консультационным услугам в области информации и совершенствования управления.

УЧАСТНИКИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ, ИХ ВИДЫ И ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ

Внешнеэкономическая деятельность представляет собой любую деятельность (производство, распределение, сбыт, оказание услуг) с элементом участия

зарубежных партнеров (на любом этапе — от производства сырья и средств производства до потребления готовых благ). Поэтому участниками ВЭД являются все предприятия, осуществляющие сделки, «привязанные» к территории иностранных государств или осуществляемые на российской территории с привлечением хотя бы одного зарубежного партнера.

Всех участников можно разделить на две группы:

- участников, осуществляющих внешнеэкономические операции регулярно, на профессиональной основе;
- участников, осуществляющих внешнеэкономические операции периодически, от случая к случаю.

К первой группе относятся крупные предприятия, самостоятельно занимающиеся внешнеэкономической деятельностью (производящие продукцию на экспорт, импортирующие сырье, работающие с информационными потоками, оказывающие услуги). Здесь принято выделять посредников: коммерческих представителей, комиссионеров, поверенных, агентов, дистрибьюторов, торговые дома.

Вторая группа предприятий занимается внешнеэкономическими операциями изредка, нерегулярно, а при расширении масштабов сделок либо расширяет свою внешнеэкономическую деятельность и организует ее для собственных нужд, но уже профессионально (нанимает соответствующих специалистов, проводит самостоятельно исследования рынков, решает вопросы доставки товаров и т. д.).

Кроме этого, существуют и другие классификации.

Большую роль во внешнеэкономической деятельности играют торгово-посреднические фирмы, которые создают для фирм-экспортеров определенные преимущества, прежде всего вследствие экономии средств и времени по сбыту, что и обуславливает их важную роль в международной торговой практике. Вместе с тем экспортер в этом случае непосредственно не связан с рынками сбыта и целиком доверяется добросовестности и активности торгового посредника.

При выделении видов посреднической деятельности определяющими факторами являются:

- 1) лицо, от имени которого действует посредник (он сам или производитель);
- 2) за чей счет действует посредник (за свой или за счет производителя).

В практике зарубежных государств выделяются следующие виды посреднических операций:

- дилерские операции — посредник действует от своего имени и за свой счет;
- комиссионные операции – посредник действует от своего имени, но за чужой счет;
- операции по договорам поручения, агентские поручения – посредник действует от чужого имени и за чужой счет.

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

- торговые фирмы, или дилеры;
- комиссионные фирмы;
- торговые агенты (особый вид агентов — брокеры).

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

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

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

Экспортные фирмы также чаще всего выступают в роли дилеров, закупая за свой счет товары на внутреннем рынке, а затем перепродавая их от своего имени за границу. Свои отношения с контрагентами экспортные фирмы оформляют особыми дилерскими соглашениями, которые, по существу, являются договорами купли-продажи, хотя имеют специфические особенности.

Импортные фирмы являются по сути своей дилерами. Они покупают за свой счет товары за границей, а затем продают их от своего имени на внутреннем рынке промышленникам, оптовым и розничным торговцам. Эти фирмы создают на складах товарные запасы и при необходимости немедленно поставляют товары на внутренний рынок. Импортные фирмы покупают товары или непосредственно у иностранных экспортеров, или на товарных биржах и аукционах, или через закупочные конторы, открываемые ими за рубежом.

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

Дистрибьюторы (англ. Distribution — распределение) занимаются распродажей товаров, определенных в дилерских соглашениях. Фирмы осуществляют основные импортные операции и выступают в качестве торговцев по договору на основе соглашения о предоставлении им права на продажу. Они

получают исключительное право на закупку и продажу от своего имени и за свой счет определенного перечня товаров или услуг на определенных рынках. Дистрибьюторская фирма находится в стране-импортере.

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

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

Брокеру предоставляются специальные полномочия на заключение каждой отдельной сделки, и он обязан действовать строго в пределах этих полномочий.

Крупные брокерские фирмы сотрудничают с банками в кредитовании покупателя, в отдельных случаях сами выступают в роли кредитора, принимают также на себя поручительство за исполнение сделки, т. е. выступают как гаранты — за дополнительную плату. Наиболее распространены брокерские фирмы в Англии, где они монополизировали торговлю многими сырьевыми и другими биржевыми товарами. Россия, например, экспортирует лесные товары в Великобританию только через брокерские фирмы.

По первому требованию клиента брокер обязан предоставлять ему отчет о всех проведенных по его поручению операциях. За свои услуги брокер получает обусловленное, нередко устанавливаемое торговым обычаем вознаграждение. Размер этого вознаграждения при товарных операциях колеблется от 0,25 до 2 — 3 % от суммы сделки. С брокерами могут заключаться соглашения, расширяющие их обязательства, например, кредитование торговых операций и гарантирование платежеспособности покупателей.

Комиссионер — торговый посредник, который продает и покупает товары от своего имени, но за счет и по поручению поручителя (комитента) за оговоренное вознаграждение (комиссию). Комиссионер действует строго в пределах предоставленных ему полномочий, в противном случае поручитель может расторгнуть договор торговой комиссии и взыскать с комиссионера убытки. Комиссионер обязан передать поручителю все полученное по заключенной сделке. Однако он не несет ответственности перед поручителем за неисполне-

ние сделки третьим лицом, если только это особо не оговорено дополнительным соглашением, по которому комиссионер берет на себя ответственность за платежеспособность и состоятельность третьего лица. В таком случае у комиссионера возникает право на дополнительное вознаграждение.

Комитент — сторона в договоре торговой комиссии, от которой исходит поручение на совершение сделок комиссионером. В области внешней торговли комитент может давать поручение комиссионеру на совершение разовой сделки или ряда сделок в течение определенного периода по импорту, экспорту, фрахтованию, найму, банковским операциям и т. д., поручения комитента комиссионер осуществляет от своего имени, но за счет комитента. Комитент возмещает комиссионеру все расходы, связанные с выполнением данного ему поручения, уплачивает обусловленное комиссионное вознаграждение.

Подписание покупателями или продавцами (комитентами) договоров с комиссионерами широко применяется в международной торговле. Такой договор называется договором комиссии, как правило, он носит разовый характер.

Важная часть таких договоров – изложение полномочий комиссионеров по техническим и коммерческим условиям предстоящих сделок. Обычно оговариваются:

- минимальные цены реализации при экспорте товара и максимальные при его импорте;
- минимальные сроки поставок оговоренных партий товара;
- предельные технические и качественные характеристики товара;
- пределы ответственности комитентов перед комиссионерами и комиссионеров перед комитентами;
- размеры и порядок выплаты комиссионных, вознаграждений.

В таких договорах фиксируется обязанность комиссионеров в каждом случае согласовать с комитентами главные условия контрактов (количество товара, сроки поставок, цены, условия кредитов и др.).

Перед третьими лицами, т. е. партнерами с противоположной стороны, комиссионеры выступают как продавцы.

Комиссионеры несут ответственность за сохранность товаров комитентов, находящихся в их распоряжении. Комитенты сохраняют на эти товары право собственности до перехода этих товаров к покупателям. В связи с этим в договорах часто содержатся обязательства комиссионеров страховать товары в пользу комитентов. Комиссионеры несут материальную ответственность за убытки, вызванные превышением полномочий комитентов. Однако, как уже отмечалось, комиссионеры не несут ответственности за выполнение третьими сторонами обязательств по платежам, кроме случаев, когда такая ответственность предусмотрена в комиссионных соглашениях.

Как и в других формах посредничества, договоры комиссии обычно включают дополнительные обязательства комиссионеров по предоставлению комитентам дополнительных услуг по изучению рынка, рекламе, техническому обслуживанию и т. п., а также по защите их коммерческих интересов.

Когда комиссионеры самостоятельно выступают в роли продавцов или покупателей товаров с целью их последующей перепродажи, экспортная комис-

сионная операция состоит из двух последовательно совершаемых сделок купли-продажи: между комитентом и комиссионером и между комиссионером и третьим лицом.

В договорах оговариваются способы определения размеров, а также порядок выплаты комитентами комиссионного вознаграждения. Вознаграждение должно не только покрывать понесенные комиссионерами расходы, но и принести им прибыль. В практике работы фирм Японии и США, а также европейских фирм, работающих на комиссионных началах, размеры вознаграждения составляют 1,5 — 5 % суммы сделки. Подобные размеры предусматриваются для тех случаев (и они преобладают), когда между комитентом и комиссионером совершается чисто комиссионная операция:

- 1) комиссионер, продавая или закупая товар, действует в пределах договора комиссии;
- 2) комиссионер при осуществлении операции ни на один момент не становится собственником товара – товар следует прямо от продавца к покупателю;
- 3) комиссионер не несет перед комитентом ответственности за выполнение обязательств третьей стороной (продавцом или покупателем).

В зависимости от вида совершаемых операций и характера взаимоотношений с комитентом различают экспортные и импортные комиссионные фирмы.

Экспортные комиссионные фирмы могут выступать представителем продавца или покупателя. Представитель продавца выполняет поручения отечественного производителя-экспортера по продаже его товаров на заграничном рынке и получает от него комиссионное вознаграждение. При этом фирма обычно берет на себя также ответственность за своевременность поставки товара покупателю, транспортировку, финансирование и документальное оформление сделки, выполнение всех формальностей в стране покупателя и в ряде случаев осуществляет гарантийное техническое обслуживание. Она может организовать по поручению комитента хранение товаров в своей стране или за границей.

Представитель покупателя выполняет поручение иностранного покупателя по закупке товаров на рынке своей страны. При этом комиссионная фирма размещает заказы иностранных импортеров у производителей своей страны. Такому посреднику комиссионное вознаграждение выплачивается покупателем. Закупка товаров в этих случаях, как правило, производится против твердых заказов покупателя, но иногда комиссионер делает предложение постоянному клиенту по своей инициативе.

Импортные комиссионные фирмы выступают представителями покупателей своей страны. Они размещают заказы у иностранных производителей от своего имени, но за счет отечественных комитентов. Крупные комиссионные фирмы имеют за границей своих представителей, поддерживающих непосредственный контакт с поставщиками и информирующих главные конторы о всех изменениях на рынке.

ТАМОЖЕННЫЙ БРОКЕР И ТАМОЖЕННЫЙ ПЕРЕВОЗЧИК

Таможенный брокер (представитель) — посредник, совершающий таможенные операции от имени и по поручению декларанта или иного лица, на которого возложена обязанность или которому предоставлено право совершать таможенные операции в соответствии со ст. 139 Таможенного кодекса (ТК) РФ.

Таможенным брокером (представителем) может быть российское юридическое лицо, включенное в Реестр таможенных брокеров (представителей) (статья 140 ТК РФ). Казенное предприятие не может быть таможенным брокером (представителем).

Таможенный брокер (представитель) совершает от имени декларанта или других заинтересованных лиц по их поручению таможенные операции в соответствии с ТК РФ.

Таможенный брокер (представитель) вправе ограничить сферу своей деятельности совершением таможенных операций в отношении определенных видов товаров в соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности либо в отношении товаров, перемещаемых через таможенную границу определенными видами транспорта, а также совершением отдельных таможенных операций или регионом деятельности в рамках региона деятельности одного (нескольких) таможенного органа (таможенных органов).

Отношения таможенного брокера (представителя) с декларантами и другими заинтересованными лицами строятся на договорной основе. Отказ таможенного брокера (представителя) от заключения договора при наличии у него возможности оказать услугу или выполнить работу не допускается.

Таможенный перевозчик — лицо, осуществляющее перевозку товаров через таможенную границу и (или) перевозку товаров под таможенным контролем в пределах таможенной территории Российской Федерации или являющееся ответственным за использование транспортных средств

Права и обязанности таможенного перевозчика регламентируются ст. 93 ТК РФ.

Таможенным перевозчиком может быть российское юридическое лицо, включенное в Реестр таможенных перевозчиков. Таможенный перевозчик осуществляет перевозку товаров, находящихся под таможенным контролем, в случаях и на условиях, которые установлены настоящим Кодексом.

Таможенный перевозчик вправе ограничить регион своей деятельности регионом деятельности одного (нескольких) таможенного органа (таможенных органов).

Отношения таможенного перевозчика с отправителями товаров либо экспедиторами строятся на договорной основе. Отказ таможенного перевозчика от заключения договора при наличии у этого перевозчика возможности осуществить перевозку товаров не допускается.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОММЕРЧЕСКИЙ АРБИТРАЖ

В процессе реализации внешнеэкономических связей могут возникнуть различные споры, которые разрешаются в арбитражном порядке.

Под **арбитражем** понимается любой арбитраж (третейский суд) независимо от того, образуется ли он специально для рассмотрения отдельного дела или осуществляется постоянно действующим арбитражным учреждением, в частности Международным коммерческим арбитражным судом или Морской арбитражной комиссией при Торгово-промышленной палате Российской Федерации.

Третейский суд означает единоличного арбитра или коллегия арбитров (третейских судей).

Название международного коммерческого арбитража имеет условный характер, так как международный коммерческий арбитраж действует на территории определенного государства, является одним из законных средств рассмотрения споров, допускаемых указанным государством, и не имеет каких-либо национальных свойств.

Основное отличие арбитража от государственного суда состоит в том, что арбитраж представляет собой институт частного (т. е. негосударственного) разбирательства, что обуславливает ряд его преимуществ перед государственным судом в отношении коммерческих споров. Так, стороны, участвующие в споре, могут избирать любой арбитраж и тех арбитров, которых они сочтут наиболее подходящими для рассмотрения спора. Это позволяет сторонам при необходимости обращаться в специализированные арбитражи и избирать арбитров, имеющих глубокие профессиональные знания.

Государственный суд применяет гражданско-процессуальный кодекс своей страны. Здесь стороны не вольны избирать судей, рассматривающих их спор. Судебное разбирательство часто обставлено многими формальностями и длится продолжительное время.

Арбитражное разбирательство обычно проходит в элементарной процессуальной форме и довольно быстрые сроки. В международном коммерческом арбитраже при рассмотрении гражданско-правовых споров процессуальные отношения регулируются на основании правил рассмотрения споров, утвержденных институтом, при котором действует арбитраж (торговой палатой, биржей, ассоциацией и т. п.), либо в соответствии с порядком, определенным сторонами по спору (изолированный арбитраж).

Арбитраж требует гораздо меньше денежных затрат, чем судебное государственное разбирательство. Он позволяет также рассматривать споры в закрытых заседаниях, что способствует сохранению коммерческой тайны и препятствует утечке информации о производственно-торговых и других секретах участников арбитражного разбирательства.

Международный коммерческий арбитраж существует в двух формах:

- изолированный арбитраж;
- институционный арбитраж.

Изолированный арбитраж создается спорящими сторонами для

рассмотрения только одного спора. Он может также функционировать как постоянно действующий орган, имеющий свою структуру, технический аппарат, списки арбитров и правила рассмотрения споров.

Институционный арбитраж — это постоянно действующий арбитраж. Он обычно образуется при торговых палатах, биржах и т. п. Постоянно действующим по существу является лишь сам арбитражный институт, а состав арбитража избирается сторонами по каждому конкретному спору из списков арбитров арбитражного института.

Международный коммерческий арбитраж делится на виды в зависимости от характера споров, входящих в его компетенцию.

Общий международный коммерческий арбитраж рассматривает все споры, возникающие в связи с внешнеэкономическими сделками и входящие в его компетенцию.

Специализированный арбитраж рассматривает споры, относящиеся к одному из видов внешнеэкономической сделки или сделки с конкретным товаром (услуги, работы).

Соглашение сторон о передаче в арбитраж всех или определенных споров, которые возникли или могут возникнуть между ними в связи с каким-либо конкретным правоотношением, независимо от того, носило оно договорной характер или нет, представляет собой **арбитражное соглашение**.

Арбитражное соглашение может быть заключено в виде арбитражной оговорки в договоре или в виде отдельного соглашения.

Международный коммерческий арбитраж приобретает компетенцию на рассмотрение конкретных споров на основании соглашения спорящих сторон. Такое соглашение может касаться уже возникшего спора. В этом случае оно называется **компромиссом**, или третейской записью. Соглашение же, которое заключается сторонами в отношении будущих споров, называется **арбитражной оговоркой**.

Международный коммерческий арбитраж регулируется не только национальным законодательством, но и международными двухсторонними и многосторонними договорами.

При исполнении контракта экспортеры иногда допускают просрочки в поставках товара, несвоевременные извещения, некомплектные поставки и другие нарушения. С целью компенсации потерь пострадавшей стороне в контрактах предусматривается взыскание штрафов, увеличивающихся в зависимости от длительности просрочек. Максимальный размер штрафа составляет 10 % от стоимости непоставленных в срок товаров. Наряду со штрафами взыскиваются и убытки за упущенную выгоду, при этом экспортер не освобождается от выполнения обязательств по поставкам.

Законы многих стран рыночной экономики (кроме США и Великобритании) признают право участников внешнеэкономической деятельности на возмещение конвенциональных штрафов. В этом случае за просрочку в поставке экспортер в соответствии с условиями контракта обязан уплатить неустойку (конвенциональный штраф), чаще всего он предусматривается в тех случаях, когда импортер оплачивает товар полностью или частично авансом. Размер конвенци-

онального штрафа фиксируется в контракте в виде процента от стоимости непоставленного товара или в виде определенной твердой суммы.

Размер конвенционального штрафа не подлежит изменению в арбитражном порядке. Конвенциональный штраф взыскивается путем удержания причитающихся сумм при оплате счетов экспортера. Если импортер по каким-либо причинам не удержит сумму штрафа, экспортер обязуется уплатить сумму штрафа по первому требованию импортера. Но если экспортер не уплачивает штраф, несмотря на предупреждения импортера, последний имеет все основания для обращения в арбитраж.

В контракте может быть заложено право импортеров отказаться от их исполнения, если из-за просрочки теряется коммерческий интерес к товару.

В свою очередь импортеры могут создать трудности для работы экспортера несвоевременным предоставлением документации, задержкой открытия аккредитивов, опозданием с командированием специалистов и т. п. Поэтому в контракте следует предусмотреть санкции и к импортеру.

В контракте необходимо установить ответственность и ее размеры за нарушение (несоблюдение) других взятых на себя сторонами обязательств (продажа товара под другим названием или видом; реэкспорт в третьи страны без согласия на то экспортера, если такой запрет прописан в контракте; нарушение требований контракта; неизвещение или несвоевременное извещение об отгрузке; неполный пакет сопровождающих документов и др.).

Иногда складываются обстоятельства непреодолимой силы (форсмажор), препятствующие исполнению контракта одной из сторон. Сторона, для которой создалась невозможность выполнения обязательств, должна информировать контрагента о наступлении форс-мажора и его прекращении в пределах строго ограниченных сроков и представить соответствующие подтверждающие документы, которыми чаще всего служат свидетельства (справки, сертификаты) национальных торговых палат.

Существуют три арбитражных регламента, которые по-разному регулируют вопрос назначения двух арбитров (по числу спорящих сторон) и суперарбитра. В связи с этим в контрактах необходимо указывать компетентное лицо, которому стороны доверяют назначение арбитров, или делать ссылку на регламенты.

При исполнении контрактов нередко возникают различные условия рассмотрения разногласий между экспортерами и импортерами. В связи с обострением конкуренции на мировом рынке импортеры включают в условия торгов обязательные для поставщиков (экспортеров) тексты будущих контрактов, предусматривающих рассмотрение споров не в арбитражах, а в национальных судах импортирующих стран. Желательно уходить от таких неравноправных условий, так как они зачастую обрекают экспортера на длительные и дорогостоящие судебные процессы с труднопрогнозируемыми результатами.

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

Внешнеэкономические связи формируются и осуществляются под воздействием различных регуляторов, т. е. рычагов, которые воздействуют на возникновение связей и направляют их развитие в единую эффективную политико-экономическую систему, защищающую интересы государства.

Внешнеэкономическая политика государства — это целенаправленная деятельность государства по формированию и использованию внешнеэкономических связей для укрепления своего потенциала (политического, экономического, военного, социального, экологического и т. д.) и эффективного участия в мировой экономике.

Внешнеэкономическая политика Российской Федерации базируется на следующих принципах:

- переход субъектов хозяйствования и предпринимателей от разовых внешнеэкономических сделок к постоянным внешнеэкономическим связям;
- ориентация внешнеэкономической деятельности на долгосрочную перспективу;
- защита российского рынка и стимулирование российской экономики;
- разделение функций осуществления внешнеэкономической политики между Российской Федерацией в целом и отдельными ее субъектами;
- рассмотрение внешнеэкономической политики Российской Федерации как важной составной части всей внешней политики государства.

Внешнеэкономическая политика затрагивает временной и пространственный аспекты.

Временной аспект внешнеэкономической политики определяет действия государства по формированию и использованию внешнеэкономических связей на текущий момент и на длительный период времени. Поэтому внешнеэкономическая политика включает текущую политику и долговременную политику.

Текущая внешнеэкономическая политика заключается в оперативном регулировании внешнеэкономической деятельности.

Долговременная внешнеэкономическая политика направлена прежде всего на решение крупномасштабных внешнеэкономических задач, требующих больших затрат времени и капитала.

Пространственный аспект внешнеэкономической политики определяет действия государства по основным направлениям влияния на мировую и отечественную экономику. По этому признаку в состав внешнеэкономической политики государства входит внешнеторговая политика, внешнеинвестиционная политика, валютная политика, таможенная политика (рис. 2).

Рис. 2. Состав внешнеэкономической политики Российской Федерации

Внешнеторговая политика РФ устанавливает и регулирует отношения Российской Федерации с иностранными государствами в области внешнеторговой деятельности, которые охватывают международный обмен товарами, работами, услугами информацией, результатами интеллектуальной деятельности. Эти отношения строятся на основе соблюдения общепризнанных принципов и норм международного права и обязательств, вытекающих из международных договоров Российской Федерации.

Порядок осуществления внешнеторговой деятельности российскими и иностранными лицами, а также права, обязанности и ответственность органов власти Российской Федерации и ее субъектов в сфере внешнеторговой деятельности установлены Федеральным законом от 08.12.2003 № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»².

Внешнеторговая политика включает в себя экспортную и импортную политику.

Экспортная внешнеторговая политика направлена на реализацию на мировом рынке конкурентоспособных российских товаров и стимулирование производства этих товаров. Для стимулирования экспортоспособных производств используются государственные заказы, бюджетное финансирование, льготное кредитование и другие меры.

Импортная внешнеторговая политика направлена на регулирование

2 Российская газета, 2003. № 254.

вывоза в Российскую Федерацию иностранных товаров (работ, услуг). Инструментами такого регулирования являются:

- прямое ограничение импорта с целью защиты российской экономики, для чего используются лицензирование и контингентирование импорта, антидемпинговые и компенсационные пошлины, система минимальных импортных цен;
- административные формальности, которые прямо не направлены на ограничение импорта, но действие которых ограничивает внешнюю торговлю (таможенные формальности, санитарные и ветеринарные нормы, технические, экологические стандарты и нормы и пр.).

Внешнеинвестиционная политика представляет собой комплекс мер по привлечению и использованию иностранных инвестиций на территории Российской Федерации и регулированию вывоза российских инвестиций за рубеж.

Политика импорта иностранных инвестиций в Российской Федерации направлена на решение следующих задач:

- увеличение объема отечественного производства товаров и услуг на уровне международных стандартов;
- привлечение в Российскую Федерацию передовых (по международным критериям оценки) технологий, опыта, ноу-хау;
- увеличение занятости населения и сокращение уровня безработицы;
- увеличение совокупного общественного продукта и национального дохода.

Политика экспорта российских инвестиций направлена:

- на продвижение российских экспортных товаров (услуг) на зарубежные рынки;
- развитие зарубежного производства для извлечения прибыли или для обеспечения гарантированного снабжения российского рынка импортными товарами (полуфабрикаты, запчасти и др.);
- укрепление банковской сферы и повышение эффективности валютных операций;
- упрочнение страховой системы и увеличение активности страхового бизнеса.

Валютная политика представляет собой совокупность экономических, юридических и организационных форм и методов в области валютных отношений, осуществляемых государством и международными финансовыми организациями.

Текущая валютная политика подразделяется на дисконтную политику и девизную политику. К валютной политике также относятся валютное субсидирование и диверсификация валютных резервов.

Валютная дисконтная политика представляет собой систему экономических и организационных мер по использованию учетной ставки процента для регулирования движений инвестиций и сбалансирования платежных обязательств, ориентированной корректировки валютного курса.

Валютная девизная политика — это система регулирования валютного курса покупками и продажей валюты с помощью валютной интервенции и валютных ограничений.

Валютная интервенция — это целевая операция Банка России по купле-продаже иностранной валюты для ограничения динамики курса национальной валюты определенными пределами его повышения или понижения.

Валютные ограничения представляют собой систему экономических, правовых, организационных мер, регламентирующих операции с национальной и иностранной валютой, золотом и т. д.

Долговременная валютная политика охватывает долгосрочные меры структурного характера по изменению валютного механизма. Основными методами долговременной валютной политики являются межгосударственные переговоры и соглашения прежде всего в рамках Международного валютного фонда, а также на региональном уровне (Европейский фонд валютного сотрудничества и др.).

Таможенная политика Российской Федерации — это составная часть внутренней и внешней политики Российской Федерации.

Целями таможенной политики Российской Федерации являются:

- обеспечение наиболее эффективного использования инструментов таможенного контроля и регулирования товарообмена на таможенной территории Российской Федерации;
- участие в реализации торгово-политических задач по защите российского рынка и стимулированию развития российской экономики.

СТРАТЕГИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Стратегия внешнеэкономических связей России опирается на соответствующий механизм реализации, который складывается из следующих элементов:

- поэтапной тактики совершенствования системы управления ВЭС под воздействием внутренних и внешних факторов (например, снижение мировых цен на энергоносители, появление новых экспортных продуктов, заметный рост покупательной способности населения и соответственно импорта и др.);
- механизма реализации среднесрочных целей, затрагивающих интересы нынешнего поколения, особенно с учетом присоединения России к ВТО и влияния этого процесса на социально-экономическую сбалансированность развития в крупных экономических районах;
- учета долговременных тенденций мирохозяйственного развития с целью передачи будущим поколениям динамично и сбалансировано развивающейся национальной экономики (экологичность технологий, инновационность обучения и смены элементов капитала, ресурсосберегаемость, сбалансированность доходов и расходов крупных экономических районов страны, лишаящая смысла дотационность отдельных из них и высокую концентрацию регистрации бизнеса в столичных агломерациях).

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Регулирование ВЭД осуществляется для достижения ряда целей, таких как защита национальных экономических интересов, содействие росту отечественной экономики и качества выпускаемой продукции, создание и поддержание благоприятного международного режима во взаимоотношениях с различными государствами и международными организациями.

Регулирование ВЭД в России в условиях рыночной экономики должно осуществляться в соответствии со следующими основными принципами:

- единство внешнеэкономической политики и внутренней экономической политики;
- единство систем государственного и негосударственного регулирования и контроля за его реализацией;
- перенос акцентов в регулировании ВЭД с административных методов на экономические;
- четкое разграничение прав и ответственности Российской Федерации и ее субъектов в области управления ВЭД;
- обеспечение равенства всех участников ВЭД.

В компетенции федеральных органов должны находиться такие вопросы, как определение основных принципов осуществления ВЭД, разработка соответствующих федеральных программ, организация и контроль деятельности торговых представительств РФ за рубежом, определение и реализация валютной политики страны, контроль порядка купли-продажи отдельных товарных групп (экологически опасных отходов, средств вооружений и т. д.), разработка платежного баланса РФ.

Субъекты РФ в условиях рыночной экономики правомочны осуществлять ВЭД в пределах их территории согласно законодательству, контролировать и координировать деятельность участников ВЭД в рамках своих регионов, разрабатывать и реализовывать соответствующие региональные программы, заключать соглашения по международному сотрудничеству в рамках своей компетенции, и др.

Международные торговые договоры определяют общие пути развития экономических отношений между государствами, устанавливают торгово-экономический, политический режим взаимодействия, предусматривают условия взаимных расчетов, сроки сотрудничества и т. д. В странах с рыночной экономикой условия международных договоров, соглашений и протоколов состоят из обязательной части, обеспечиваемой законодательными актами, и индикативной, определяемой экономической заинтересованностью предпринимателей.

Наилучшие условия для развития ВЭД обеспечиваются в тех случаях, когда страны предоставляют друг другу режим наибольшего благоприятствования (РНБ). При этом режиме хозяйствующие субъекты договорившихся сторон пользуются таможенными, налоговыми и другими привилегиями в стране-партнере.

Регулирование ВЭД осуществляется с помощью множества мер, которые принято разделять на таможенно-тарифные и нетарифные.

ТАМОЖЕННЫЕ РЕЖИМЫ

Таможенный режим — это таможенная процедура, определяющая совокупность требований и условий, включающих порядок применения в отношении товаров и транспортных средств таможенных пошлин, налогов, запретов и ограничений, установленных в соответствии с российским законодательством о государственном регулировании внешнеторговой деятельности, а также статус товаров и транспортных средств для таможенных целей их перемещения через таможенную границу и использования на таможенной территории России либо за ее пределами.

Правовые нормы, устанавливающие основные положения таможенных режимов, содержатся в главах 18 — 21 ТК РФ.

Таможенные режимы подразделяются на следующие группы:

- основные — выпуск для внутреннего потребления, экспорт и международный таможенный транзит;
- экономические — переработка на таможенной территории, переработка для внутреннего потребления, переработка вне таможенной территории, временный ввоз, таможенный склад и свободная таможенная зона (свободный склад);
- завершающие — реимпорт, реэкспорт, уничтожение и отказ в пользу государства;
- специальные — временный вывоз, беспошлинная торговля и перемещение припасов;
- иные специальные таможенные режимы (устанавливаются для товаров для обеспечения функционирования посольств, консульств, представительств; товаров, перемещаемых через таможенную границу между воинскими частями России; товаров, перемещаемых через таможенную границу и предназначенных для предупреждения и ликвидации стихийных бедствий и иных чрезвычайных ситуаций; товаров, вывозимых в государства — бывшие республики СССР и предназначенных для обеспечения деятельности расположенных на территориях этих государств лечебных, спортивно-оздоровительных и иных учреждений социальной сферы; российских товаров, перемещаемых между таможенными органами через территорию иностранного государства.).

Согласно ст. 156 ТК РФ, ввоз товаров на таможенную территорию России и их вывоз с этой территории влекут за собой обязанность лиц поместить това-

ры под один из таможенных режимов, предусмотренных ТК РФ, и соблюдать его требования. Лицо в праве в любое время выбрать любой таможенный режим или изменить его на другой в соответствии с требованиями законодательства.

Помещение товаров под таможенный режим осуществляется только с разрешения таможенного органа при соблюдении лицом заявленного таможенного режима и других условий выпуска товаров. Днем перемещения товаров под таможенный режим считается день выпуска товаров таможенным органом.

В случае если режим предусматривает полное или частичное освобождение от уплаты таможенных пошлин, налогов либо возврат уплаченных сумм и (или) неприменение запретов и ограничений экономического характера, установленных в соответствии с российским законодательством о государственном регулировании внешнеторговой деятельности, таможенный орган вправе требовать предоставления обеспечения уплаты таможенных платежей, представления обязательства об обратном вывозе временно ввезенных товаров и иных гарантий надлежащего исполнения обязанностей, установленных таможенным законодательством.

ДЕКЛАРИРОВАНИЕ

Таможенное декларирование — это юридическое действие, знаменующее собой начало процесса таможенного оформления товаров, заключающееся в заявлении таможенному органу сведений о товарах, об их таможенном режиме и других сведений, необходимых для таможенных целей. Это действие происходит путем подачи таможенной декларации или иным способом, предусмотренным ТК РФ, в письменной, устной или электронной форме.

Согласно требованиям ст. 23 ТК РФ, декларированию подлежат следующие товары:

- перемещаемые через таможенную границу России;
- для которых изменяется таможенный режим, ранее установленный в соответствии с требованиями законодательства;
- отходы, образовавшиеся в результате переработки товаров на территории России, за исключением случаев, когда они с нее вывезены или переработаны в состоянии, непригодное для их дальнейшего коммерческого использования на таможенной территории России и не могут быть восстановлены в первоначальном состоянии экономически выгодным способом;
- не вывезенные остатки товаров, помещенные под таможенный режим переработки на таможенной территории России;
- отходы, образовавшиеся в результате уничтожения иностранных товаров, за исключением случаев, когда они вывезены с таможенной территории России или переработаны в состоянии, непригодное для их дальнейшего коммерческого использования на нашей таможенной территории и не могут быть восстановлены в первоначальном состоянии экономически выгодным способом;

– незаконно перемещенные через таможенную границу России и обнаруженные впоследствии таможенными органами.

Таможенной декларацией называется документ, составленный согласно нормам таможенного права, в котором содержится вся информация о товаре, необходимая для его таможенного оформления, а также о субъектах внешнеторговых операций и характере этих операций.

ТАМОЖЕННЫЙ СКЛАД

Таможенный склад представляет собой закрытое помещение или открытую площадку, предназначенную для хранения товаров, багажа и иных предметов до выпуска их таможеней внутрь страны или за границу, т. е. до уплаты таможенной пошлины, сборов, налогов, взимаемых в связи с ввозом или вывозом этих предметов, либо представления таможене документов, необходимых для пропуска их через таможенную границу.

Таможенные склады бывают двух типов: открытые (доступные для использования его любым лицом) и закрытые (предназначенные для хранения товаров лишь определенных лиц).

Товары могут храниться на складе в течение трех лет. Указанный срок может ограничиваться для отдельных лиц таможенным органом. Ограниченный срок хранения товаров – не менее одного года.

Территория таможенного склада является зоной таможенного контроля. Для организации таможенного склада хозяйствующему субъекту нужно иметь лицензию.

ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Основой экономического регулирования внешнеэкономической деятельности являются тарифные методы, основанные на использовании таможенных тарифов, таможенных сборов, налогов (НДС, акцизов и др.).

В основу тарифных методов регулирования внешней торговли положены Таможенный кодекс РФ, Постановление Правительства РФ от 27 ноября 2006 г. № 718 «О таможенном тарифе Российской Федерации и товарной номенклатуре, применяемой при осуществлении внешнеэкономической деятельности» и другие нормативные акты.

Основной вид таможенных платежей — **таможенная пошлина**. Это обязательный взнос, взимаемый таможенными органами России при ввозе товаров на таможенную территорию России или вывозе товаров с ее таможенной территории и являющийся неотъемлемым условием такого ввоза или вывоза.

Таможенные пошлины классифицируются по следующим основаниям:

– по направлению перемещения товаров (ввозные, вывозные, транзитные);

- по способу взимания (адвалорные, специфические, смешанные);
- по стране происхождения товаров (базовые; льготные; максимальные и карательные);
- по времени применения (специальные, антидемпинговые, сезонные).

Адвалорные пошлины начисляются в процентном отношении к таможенной стоимости товаров, облагаемых таможенной пошлиной.

Специфические таможенные пошлины начисляются в строго установленном размере за единицу товаров, облагаемых таможенной пошлиной.

Смешанные пошлины сочетают признаки адвалорных и специфических пошлин.

Пример определения специфической пошлины: пошлина при ввозе автомобиля с объемом двигателя от 1500 до 2000 куб. см составляет (цифры примерные) 2 евро за куб. см., но не менее 10 % от стоимости ввозимого автомобиля. Если ввозится автомобиль стоимостью 25000 евро с объемом двигателя 1560 куб. см., то величина пошлины составит максимум из 2 500 (10 % от 25 000) и 3 120 (1560 · 2) евро, т. е. 3 120 евро. Для машины такой же мощности, но стоимостью 50 000 евро величина пошлины составит 5 000 евро (10 % от стоимости).

Специальные таможенные пошлины устанавливаются: а) в качестве защитной меры, если товары ввозятся на территорию РФ на условиях и в количестве, которое наносит ущерб отечественному производителю подобных или аналогичных товаров или б) в качестве ответной меры на дискриминационные или иные действия со стороны других государств или их союзов, ущемляющие интересы России.

Антидемпинговые пошлины начисляются в случаях ввоза на таможенную территорию России товаров по более низкой цене, чем их нормальная рыночная стоимость в стране вывоза на момент пересечения таможенной границы России, если этим нанесен или может быть нанесен материальный ущерб отечественному производителю подобных товаров в России.

Сезонные пошлины вводит Правительство РФ для оперативного регулирования ввоза или вывоза товаров. Срок действия сезонных пошлин не превышает полгода.

НЕТАРИФНЫЕ МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Таможенные нормативные акты определяют общие задачи и функции таможенных органов, порядок разработки, утверждения и использования тарифов, условия освобождения от уплаты пошлин, санкции за нарушение таможенных правил, порядок рассмотрения жалоб. Таможенные формальности являются одними из самых эффективных методов регулирования внешней торговли.

В соответствии с международными классификациями можно выделить семь основных групп, относящихся к нетарифным методам:

- паратарифные методы;
- меры контроля цен;
- финансовые меры;
- методы количественного контроля;
- автоматическое лицензирование;
- монополистические меры;
- технические барьеры.

Паратарифные методы представляют собой виды платежей (помимо таможенных пошлин), которые взимаются с иностранных товаров при их ввозе на территорию данной страны: таможенные сборы, внутренние налоги, специальные целевые сборы. К числу наиболее часто используемых паратарифных методов относятся, прежде всего, налог на добавленную стоимость и акцизы. Паратарифные методы, как правило, официально не связывают с целями регулирования внешней торговли (как, например, таможенные пошлины), однако их воздействие оказывается нередко весьма существенным.

Меры контроля цен представляют собой действия против искусственного занижения цен на импортируемые в данную страну товары (антидемпинговые меры) и меры, направленные против экспортных субсидий, предоставляемых правительствами иностранных государств отечественным фирмам-экспортерам. Ценовые преференции устанавливаются в законодательном порядке путем определения минимальной разницы в ценах, по которым товары и услуги импортера должны быть ниже цен национальных производителей. Например, энергетические компании США имеют право размещать заказы на импортное оборудование только в том случае, если цены на него будут ниже цен американских производителей минимум на 6 %.

Финансовые меры связаны с использованием особых правил совершения валютных операций в ходе внешнеторгового обмена (например, введение обязательной продажи части валютной выручки, полученной от внешнеторговых операций).

Методы количественного контроля связаны с установлением странами соответствующих количественных ограничений (квот) на ввоз и вывоз конкретных товаров.

Автоматическое лицензирование состоит в том, что для ввоза или вывоза определенных товаров в стране требуется получение соответствующего документа — лицензии. С введением автоматического лицензирования осуществляется мониторинг за торговлей данными товарами. Хотя мониторинг сам по себе не является ограничительной мерой, он облегчает введение ограничений в случае необходимости (например, в Республике Беларусь с 2007 г. акцизные марки можно увидеть на таких бытовых товарах, как газированные напитки, минеральная вода, соки, а также на обуви и других товарах, необходимость введения акцизов на которые не столь очевидна).

Монополистические меры — установление государством собственной монополии на торговлю определенными товарами вообще (включая внутреннюю торговлю) или только на внешнюю торговлю ими.

Технические барьеры устанавливаются в законодательном порядке госу-

дарственными организациями и представляют собой комплекс мероприятий по проверке соответствия импортируемой продукции требованиям международных и национальных стандартов, отраслевых норм и технических предписаний.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТАМОЖЕННОЙ СТОИМОСТИ ТОВАРА

Таможенная стоимость — стоимость товара, определяемая и используемая в соответствии с законом для целей:

- обложения товара пошлиной;
- внешнеэкономической и таможенной статистики;
- применения иных мер государственного регулирования торгово-экономических отношений, связанных со стоимостью товаров, включая осуществление валютного контроля внешнеторговых сделок и расчетов банков по ним.

Категория таможенной стоимости товара является одной из самых важных при прохождении процедуры таможенного оформления. Это обусловлено прежде всего той ролью, которую она играет для правильного декларирования грузов, пересекающих таможенную границу России. От таможенной стоимости товара считаются конкретные таможенные пошлины и налоги по действующей на данный момент ставке таможенного тарифа, которые должно уплатить заинтересованное лицо. Следует отметить, что понятие таможенной стоимости товара нельзя путать с понятием стоимости товара для таможенного оформления.

На товары, ввозимые на таможенную территорию России, распространяется система определения таможенной стоимости товаров, основанная на общих принципах таможенной оценки, принятых в международной практике. В отношении вывозимых товаров определение таможенной стоимости происходит на основе данных о цене сделки.

Таможенная стоимость товаров определяется декларантом. Таможенный орган на основании документов и сведений, представленных декларантом, а также на основании имеющейся в его распоряжении информации, используемой при определении таможенной стоимости товаров, принимает решение о согласии с избранным декларантом методом определения таможенной стоимости товаров и о правильности определения заявленной им таможенной стоимости товаров. Для подтверждения заявленной таможенной стоимости товаров декларант обязан по требованию таможенного органа представить необходимые дополнительные документы и сведения либо дать в письменной форме объяснение причин, по которым запрашиваемые таможенным органом документы и сведения не могут быть представлены.

Таможенные органы могут не согласиться с выбранным методом определения таможенной стоимости и предложить декларанту определить ее с использованием другого метода. В этом случае между ними могут проводиться консультации по выбору метода определения таможенной стоимости товаров.

Закон о таможенном тарифе устанавливает шесть методов определения таможенной стоимости:

1. по цене сделки с ввозимыми товарами;
2. по цене сделки с идентичными товарами;
3. по цене сделки с однородными товарами;
4. вычитания стоимости;
5. сложения стоимости;
6. резервный метод.

При этом каждый последующий метод применяется, если таможенная стоимость не может быть определена путем использования предыдущего метода. Однако методы вычитания и сложения стоимости могут применяться в любой последовательности.

Основным и наиболее часто используемым является метод по цене сделки с ввозимыми товарами. Согласно ему, таможенной стоимостью ввозимого на таможенную территорию России товара является цена сделки, фактически уплаченная или подлежащая уплате за возимый товар на момент пересечения им таможенной границы (до порта или иного места ввоза).

При определении таможенной стоимости в цену сделки включаются следующие компоненты, если они не были ранее в нее включены:

- расходы по доставке товара до авиапорта, порта или иного места ввоза товара на таможенную территорию России, а именно: стоимость транспортировки, расходы по погрузке-выгрузке, перевалке и перегрузке товаров, страховая сумма;

- расходы, понесенные покупателем, — комиссионные и брокерские вознаграждения, за исключением комиссионных по закупке товара; стоимость контейнеров и (или) другой многооборотной тары, если в соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД) они рассматриваются как единое целое с оцениваемыми товарами; стоимость упаковки, включая стоимость упаковочных материалов и работ по упаковке;

- соответствующая часть стоимости товаров и услуг, которые прямо или косвенно были предоставлены покупателем бесплатно или по сниженной цене для использования в связи с производством или продажей на вывоз оцениваемых товаров;

- лицензионные и иные платежи за использование объектов интеллектуальной собственности, которые покупатель должен прямо или косвенно осуществить в качестве условия продажи оцениваемых товаров;

- величина части прямого или косвенного дохода продавца от любых последующих перепродаж, передачи или использования оцениваемых товаров на территории России.

При использовании метода по цене сделки с идентичными товарами в качестве основы для определения таможенной стоимости товара принимается цена сделки с идентичными товарами. При этом под идентичными понимаются товары, одинаковые во всех отношениях с оцениваемыми товарами, в том числе по физическим характеристикам, качеству и репутации на рынке, производителю и стране происхождения.

Цена сделки с идентичными товарами принимается в качестве основы для определения таможенной стоимости, если эти товары либо проданы для

ввоза на территорию России, либо ввезены одновременно с оцениваемыми товарами или не ранее чем за 90 дней до ввоза оцениваемых товаров, либо ввезены примерно в том же количестве и (или) на тех же условиях.

При использовании метода оценки по цене сделки с однородными товарами в качестве основы для определения таможенной стоимости товара принимается цена сделки по товарам, однородным с ввозимыми. При этом под однородными понимаются товары, которые, хотя и не являются одинаковыми во всех отношениях, имеют сходные характеристики и состоят из схожих компонентов, что позволяет им выполнять те же функции, что и оцениваемым товарам, и быть коммерчески взаимозаменяемыми. Определение однородности товаров происходит с учетом их производителя и страны происхождения.

Использование этого метода происходит при соблюдении тех же условий, что и для метода по цене сделки с идентичными товарами.

Определение таможенной стоимости по методу на основе вычитания стоимости производится в случае, если оцениваемые, идентичные или однородные товары будут продаваться на территории России без изменения своего первоначального состояния. В качестве основы для определения таможенной стоимости товара принимаются цены на единицы товара, по которой оцениваемые, идентичные или однородные товары продаются наибольшей партией на территории России не позднее 90 дней с даты ввоза оцениваемых товаров.

Из цены единицы товара вычитаются следующие компоненты:

- расходы на выплату комиссионных вознаграждений, обычные надбавки на прибыль и общие расходы в связи с продажей в России ввозимых товаров того же класса и вида;

- суммы ввозных таможенных пошлин, налогов, сборов и иных платежей, подлежащих уплате в России в связи с ввозом или продажей товаров;

- обычные расходы, понесенные в России, на транспортировку, страхование, погрузочные и разгрузочные работы.

При отсутствии случаев продажи оцениваемых идентичных или однородных товаров в таком же состоянии, в каком они находились на момент ввоза, по просьбе декларанта может использоваться цена единицы товара, прошедшего переработку.

При использовании метода оценки на основе сложения стоимости в качестве основы для определения таможенной стоимости товара принимается цена товара, рассчитанная путем сложения:

- стоимости материалов и издержек, понесенных изготовителем в связи с производством оцениваемого товара;

- общих затрат, характерных для продажи в России из страны вывоза товаров того же вида (сюда входят: расходы на транспортировку, погрузочные и разгрузочные работы, страхование до места пересечения таможенной границы России и иные затраты);

- прибыли, обычно получаемой экспортером в результате поставки в Россию таких же товаров.

Суть резервного метода заключается в том, что таможенная стоимость оцениваемых товаров определяется с учетом мировой практики. При примене-

нии этого метода таможенный орган России представляет декларанту имеющуюся в его распоряжении ценовую информацию.

В качестве основы для определения таможенной стоимости товара по резервному методу не может быть использована цена товара:

- на внутреннем рынке России;
- поставляемого из страны его вывоза в третьи страны;
- цена на внутреннем рынке России на товары российского происхождения;
- произвольно установленная или достоверно не подтвержденная.

Таможенная стоимость товара является важнейшим элементом во внешнеэкономической деятельности, поскольку от ее величины считаются суммы таможенных платежей, подлежащих уплате.

МЕСТО ПРОИСХОЖДЕНИЯ ТОВАРА

Таможенная политика любого государства по отношению к различным странам неодинакова. Это связано со многими факторами, в том числе с преференциями и запретами на ввоз (вывоз) товаров из какого-либо государства, которые установлены в конкретной отдельно взятой стране.

Таможенное оформление товаров, перемещаемых через таможенную границу России, производится с учетом таких характеристик товара, как страна его происхождения и классификационный код, присваиваемый товару в строгом соответствии с ТН ВЭД. Обязанность четко определять эти два важных свойства товара вызвана необходимостью применения мер таможенно-тарифного регулирования, а также запретов и ограничений, установленных в соответствии с российским законодательством о государственном регулировании внешнеторговой деятельности.

Страной происхождения товара считается страна, в которой товары были полностью произведены или подвергнуты достаточной переработке в соответствии с критериями или в порядке, установленном Таможенным кодексом РФ. При этом под страной происхождения может пониматься группа стран, либо таможенные союзы стран, либо регион или часть страны, если имеется необходимость их выделения для целей определения страны происхождения товаров.

Товарами, полностью произведенными в данной стране, согласно ст. 31 ТК РФ, считаются:

- полезные ископаемые, добытые из недр данной страны, в ее территориальном море или на его морском дне;
- продукция растительного происхождения, выращенная или собранная в данной стране;
- животные, родившиеся или выращенные в данной стране;
- продукция, полученная в данной стране из выращенных в ней животных;

- продукция, полученная в результате охотничьего и рыболовного промысла в данной стране;
- отходы и лом (вторичное сырье), полученные в результате производственных или иных операций по переработке в данной стране, а также бывшие в употреблении изделия, собранные в данной стране и пригодные только для переработки в сырье;
- продукция высоких технологий, полученная на космических объектах, находящихся в космическом пространстве, если данная страна является государством регистрации соответствующего космического объекта;
- товары, изготовленные в данной стране исключительно из вышеперечисленной продукции.

В отношении определения критериев переработки действуют следующие правила: если в производстве товаров участвуют две страны и более, страной происхождения товаров считается страна, в которой были осуществлены последние операции по переработке или изготовлению товаров, отвечающие критериям достаточной переработки (ст. 32 ТК РФ).

Если в отношении отдельных видов товаров или какой-либо страны особенности определения страны происхождения товаров, ввозимых на таможенную территорию России, особо не оговариваются, применяется общее правило: товар считается происходящим из данной страны, если в результате осуществления операций по переработке или изготовлению товаров произошло изменение классификационного кода товаров по ТН ВЭД на уровне любого из первых четырех знаков.

По общему правилу, закрепленному в ст. 35 ТК РФ, документом, удостоверяющим страну происхождения товаров, может служить декларация о происхождении товара, составленная в произвольной форме, при условии, что в ней указаны сведения, позволяющие определить страну происхождения товаров. В качестве такой декларации могут использоваться коммерческие или любые другие документы, имеющие отношение к товарам, содержащие заявление о стране происхождения товаров, сделанное изготовителем, продавцом или экспортером в связи с вывозом товаров.

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВАЛЮТНОЙ ВЫРУЧКИ.

Правовой основой расчетных отношений являются международные договоры и нормы внутреннего национального законодательства. На правовое регулирование международных расчетов влияют систематизированные унифицированные банковские обычаи и нормы международной банковской практики. Совокупность внутренних правовых норм, регулирующих валютные отношения, называется **валютным законодательством**.

В настоящее время основным нормативным актом, обеспечивающим регулирование валютных отношений в России, является Федеральный закон «О валютном регулировании и валютном контроле», принятый 10 декабря 2003 г.

Согласно этому закону, основными принципами валютного регулирования и валютного контроля в Российской Федерации являются:

- приоритет экономических мер в реализации государственной политики в области валютного регулирования;
- исключение неоправданного вмешательства государства и его органов в валютные операции резидентов и нерезидентов;
- единство внешней и внутренней валютной политики Российской Федерации;
- единство системы валютного регулирования и валютного контроля;
- обеспечение государством защиты прав и экономических интересов резидентов и нерезидентов при осуществлении валютных операций.

В большинстве случаев (за исключением бартерных, товарообменных операций и трансфертов) внешнеэкономические сделки сопровождаются платежами в страну или из страны. Одной из важнейших задач государственного регулирования внешнеэкономической деятельности является обеспечение платежного баланса страны и, как следствие этого, стабильный курс национальной валюты по отношению к валютам других стран. Деньги являются таким же товаром, как и машины, программы или впечатления от туризма. Поэтому при дефиците этого товара спрос на него значительно превышает предложение, и рынок находит новую точку равновесия, но уже при новой цене, т. е. обменном курсе. Например, если предприятия страны начнут покупать у внешнеэкономических партнеров товары за евро, в стране возрастет спрос на эту валюту, а обменный курс ее вырастет (при условии, что центробанк окажется не в состоянии компенсировать возросший спрос на валюту при помощи увеличения ее предложения).

Для государства рост курса иностранной валюты означает обесценение валюты собственной, что в ряде случаев нежелательно и даже недопустимо. Поэтому государством предпринимаются меры, способные в нужный момент повлиять на рыночную ситуацию.

Купля-продажа иностранной валюты и чеков, номинальная стоимость которых указана в иностранной валюте, в Российской Федерации производится только через уполномоченные банки.

Центральный банк Российской Федерации устанавливает для кредитных организаций требования к оформлению документов при купле-продаже наличной иностранной валюты и чеков, номинальная стоимость которых указана в иностранной валюте.

Следует отметить, что проблемы стабилизации валютного курса российского рубля, введение внутренней его конвертации являются сложными и многоплановыми, поэтому порядок организации торговли иностранной валютой и организация расчетов в России еще только вошли в начальную стадию своего становления. Предприятия должны использовать в основном валюту, заработанную самостоятельно, или банковский кредит.

Для укрепления финансового положения страны применяется также **распределение части валютных ресурсов** через валютные аукционы и биржи, где предприятия, организации и фирмы могут их купить за валюту России.

Обратимость валюты может быть внутренней и внешней. Внешняя обратимость означает возможность свободного перевода валют на счета иностранных нерезидентов и свободной конверсии средств в данной валюте. Внутренняя обратимость дает возможность для граждан и предприятий данной страны осуществлять платежи за границу и покупку иностранной валюты без ограничений. Соединение внешней и внутренней обратимости является полной формой конвертируемости валюты. Ее функционирование позволяет поддерживать одинаковые условия, создаваемые на внутреннем рынке, с мировым рынком и обеспечивать сопоставимость уровней и структуры внутренних и мировых цен, издержек производства.

Полная обратимость означает отсутствие валютных ограничений, что дает возможность производить свободный обмен национальной валюты на любые иностранные, свободный вывоз ее за границу во всех видах операций.

ПЛАНИРОВАНИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Предприятие может осуществлять внешнеэкономическую деятельность через посредников, а также напрямую, самостоятельно. С учетом специфики России возможны два варианта структуры организации внешнеэкономической деятельности предприятия: создание внешнеторговой фирмы или образование отдела внешнеэкономических связей в рамках действующего аппарата управления предприятием. При этом структура ВЭД предприятия может классифицироваться:

- по видам (функциям) ВЭД — подходит для небольших фирм, работающих с узким товарным ассортиментом на небольшом числе зарубежных рынков и сегментов, отличающихся определенной однородностью, стабильностью и незначительной емкостью;
- товарно-отраслевому принципу — подходит для фирм, выпускающих (экспортирующих) продукцию широкого ассортимента с различной технологией изготовления, коротким жизненным циклом, со значительной степенью инновации и специализирующихся на небольшом числе динамично развивающихся зарубежных рынков однородного характера;
- географическому принципу (имеет наибольшее распространение) — подходит для фирм, продающих однородные товары с однородными требованиями со стороны потребителей на различных рынках, не подверженные резким колебаниям конъюнктуры и спроса и не имеющие сезонности продаж;
- группам потребителей или по рыночным сегментам — такая структура рассчитана на удовлетворение требований индивидуализированных групп конечных потребителей и призвана повышать степень их обслуживания; обеспечивает долговременность связей с партнерами.

При построении организационной структуры управления ВЭД на фирме, как правило, происходит комбинирование различных типов и формирование

уникальных, оригинальных структур управления, отвечающих условиям деятельности на внешних рынках именно данной фирмы, именно на данном рынке и именно с данной продукцией.

ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА

Международный маркетинг можно определить как философию и инструментарий международного предпринимательства и как процесс разработки и принятия решений в сети взаимоотношений (коммуникаций) между интернациональными фирмами (юридическими или физическими лицами), которые вовлечены (вовлекаются) в процесс коммерческого или некоммерческого международного обмена товарами и услугами.

Относительно используемого инструментария существенных различий между национальным (внутренним) и международным маркетингом нет: в том и другом случае используются одни и те же принципы организации маркетинговой деятельности. Однако имеются особенности, которые определяются спецификой внешней международной среды, более значительной информационной потребностью, трудностями получения маркетинговой информации, более значительной величиной возможного риска предпринимательства за рубежом.

Основными условиями международного маркетинга являются:

- независимость стран, наличие устойчивых национальных валют;
- развитость национального законодательства, надежность национальной политики;
- языковые, культурные (обычаи и нравы) различия.

Международный маркетинг должен осуществляться на концепции интернационализации межнациональных рыночных отношений, на учете особенностей функционирования национальных бизнес-сетей других стран, принципов международного расширения национальных сетей, международного проникновения и интеграции.

Цели международного маркетинга могут быть краткосрочными, оперативными и долгосрочными, они касаются обеспечения или достижения показателей деятельности фирмы в целом (прибыль, объем продаж, доля рынка) или деятельности отдела маркетинга, т. е. отдельных направлений маркетинговой деятельности на международных рынках. Цели международного маркетинга более динамичны по сравнению с целями маркетинга на национальных рынках, что определяется более высокой неопределенностью поведения международной окружающей среды.

С точки зрения возможности контроля фирмы над факторами маркетинговой среды последние делятся на контролируемые и неконтролируемые.

К контролируемым факторам внешней национальной среды относятся:

- финансово-экономические (это прежде всего издержки производства, затраты на рекламу, уровень рентабельности и пр.);
- производственно-технологические (используемая техника, применяемые

технологии, приобретение лицензий и т. п.);

– организационные (например, организационная структура фирмы).

К неконтролируемым факторам относятся те факторы отечественной и зарубежной среды, которыми фирма не может управлять, но она должна их изучать и адаптироваться к ним.

Маркетинг во внешнеэкономической деятельности требует учета и реализации его стратегических целей и международной сбытовой политики. Маркетинговый подход предполагает целевую ориентацию, слияние в единый технологический процесс всех составляющих маркетинговой и иной деятельности для достижения поставленных стратегических целей.

Выработка стратегии ВЭД фирмы представляет собой процесс изучения мирового рынка, определения глобальной и локальной целей ВЭД. Это также выбор предпочтительных сегментов, приведения экспортного потенциала фирмы в соответствие с поставленными целями, определение предпочтительных партнеров по экспортно-импортным операциям в целях предотвращения неэффективных международных рыночных операций.

В международном маркетинге существуют различные способы выхода на рынки отдельных стран. Выбор конкретного способа зависит, в первую очередь, от финансовых возможностей и целей предприятия, вида и конкурентоспособности продукции, особенностей экономической, политико-правовой и культурной сферы рыночных стран. Разработка международной сбытовой политики направлена на выявление оптимального соотношения направлений и средств, необходимых для обеспечения наибольшей эффективности процесса проникновения на внешний рынок. Для этого необходимо выбрать наиболее предпочтительные организационные формы и методы сбытовой деятельности, четко нацеленные на достижение намеченных результатов.

В процессе разработки и согласования международной сбытовой политики фирмы большое внимание уделяется решению следующих вопросов:

- выбор сегмента зарубежного целевого рынка;
- выбор системы сбыта на внешнем рынке и определение финансовых затрат;
- выбор каналов сбыта;
- выбор способа выхода на зарубежный целевой рынок;
- выбор времени выхода на целевой рынок;
- определение системы международного товародвижения и расходов по доставке товара потребителям;
- определение форм и методов стимулирования сбыта на внешнем рынке и необходимых для этого затрат.

Неотъемлемой частью международной маркетинговой политики является товарная политика. Составляющими товарной политики являются товарная стратегия, политика в отношении качества, ассортимента, упаковки, маркировки, дизайна, товарных марок и сервиса.

Ключевым моментом международной товарной политики фирмы является вопрос о разумном сочетании стандартизации и адаптации товара к условиям внешних рынков. В международном маркетинге можно выделить направления

политики, соответствующие товарным стратегиям: простого расширения (экспорт); адаптации продукции; «обратного» изобретения или новых изобретений; прекращения производства товара.

Стратегия простого расширения, или экспортная стратегия. Данная стратегия предполагает стандартизированный подход фирмы к экспортному ассортименту. В этом случае фирма производит и продает на внешних рынках те же товары, что и на внутреннем рынке. При этом ни один из аспектов товарного развития (характеристики товара, упаковка, дизайн и т. п.) не подвергается изменениям или адаптации к условиям нового внешнего рынка.

Стратегия адаптации продукции. Адаптация, или модификация товара, т. е. его приспособление к условиям внешних рынков, является основной проблемой товарной политики международного маркетинга. Адаптация может касаться не только характеристик самого товара (качества), но и упаковки, сервисного обслуживания, и рассматривается одновременно с адаптацией коммуникативных связей к внешним рынкам.

Стратегия «обратного» изобретения (новых изобретений). В случае «обратного» изобретения фирмы ориентируются на развивающиеся страны, производя более простую продукцию, чем та, что реализуется на национальном рынке. Часто производители развитых стран производят новые товары специально для развивающихся стран. В качестве яркого примера можно назвать коротковолновый радиоприемник, разработанный для некоторых стран Африки. Он работает от встроенной динамо-машины. Предназначение этого прибора — ловить радиопередачи, транслируемые на дальние расстояния (с европейской территории), при этом не зависеть от наличия батареек и солнечной энергии. Мощность радиоприемника позволяет слушать его всей деревней, поскольку часто это единственное средство для получения новостей.

Разработка новых товаров требует значительных денежных средств, но в случае успеха сулит высокие рыночные возможности. Чаще всего разработкой новых товаров занимаются крупные ТНК, которые постепенно выводят товары сначала на рынки развитых стран, затем развивающихся.

Стратегия прекращения производства товаров. Если фирма-экспортер использует стандартизированные стратегии, то она прекращает производство и экспорт товаров одновременно на всех рынках.

Основными **маркетинговыми характеристиками**, которые сопровождают товар на международном рынке, являются качество, ассортимент товара, упаковка и дизайн товара, торговая марка и сервисная политика.

Качество товара характеризуется совокупностью его свойств, которые определяют способность удовлетворять конкретные потребности покупателей и соответствовать установленным требованиям.

Ассортиментная политика. В международной ассортиментной политике существенным является определение состава и количества товаров и услуг, предоставляемых на внешнем рынке. Решения в области ассортимента товарного ряда определяют в свою очередь производственную программу компании. Основой ассортиментной политики является сегментирование потребителей на внешних рынках.

Упаковка, маркировка и дизайн товара. Упаковка представляет собой оболочку в которую помещается товар, и предназначается для сохранности груза, его идентификации, выполняет рекламную, информационную и другие функции в зависимости от целей товарной и коммуникативной политики.

Упаковка включает в себя следующие элементы: тару, этикетку, вкладыш и маркировку.

При планировании экспортной упаковки необходимо учитывать размер упаковки, ее стоимость, местные обычаи в отношении цвета упаковки, узнаваемость товара благодаря упаковке, уровень образования потребителя.

В настоящее время разработана специальная система международных символов для маркировки товара. Существуют следующие международные соглашения по маркировке и упаковке:

АТР – международное соглашение о транспортировке опасных товаров;

IMDG – международный морской код для опасных грузов;

IATA – международное соглашение по маркировке опасных грузов, перевозимых воздушным путем.

ООН опубликовала «Оранжевую книгу», которая содержит инструкции по перевозке опасных грузов.

Дизайн экспортного товара включает выбор названия, цвета и формы товара, поставляемого на внешний рынок. Дизайн экспортного товара в значительной степени зависит от культурных особенностей населения страны. При принятии решения относительно дизайна следует рассматривать языковые особенности страны и восприятие цвета.

Торговые марки. Под товарным знаком (маркой) понимается имя, знак, символ или их сочетание, которые идентифицируют продукцию или услуги продавца. Одна и та же компания может иметь несколько товарных знаков. Зарегистрированный товарный знак имеет обозначение ® или тм.

В международном контексте следует различать локальные, региональные и глобальные торговые марки. Локальными являются торговые марки внутреннего рынка или специально разработанные для целевого внешнего рынка; региональные торговые марки охватывают определенные регионы. Некоторые компании для сбыта товаров в Европе разрабатывают специальные евромарки. Глобальные марки разрабатываются с целью приобретения глобального имиджа товара на мировом рынке.

Регистрация товарных знаков на международном рынке осуществляется на основании как национальных законодательств, так и положений международных соглашений.

Сервисная политика. Товар, особенно на внешний рынок, редко поставляется сам по себе. Как правило, ему сопутствуют услуги, оказываемые продавцом (сервисное обслуживание, ремонт, предоставление дополнительных услуг). Наличие дополнительных гарантий или услуг является одним из факторов конкуренции на международных рынках.

ОСОБЕННОСТИ ОФФШОРНЫХ ЗОН

Оффшорная зона — государство или его часть, в пределах которой для компаний-нерезидентов определяется особый режим регистрации и деятельности. В ряде государств используется также термин «налоговый рай».

В оффшорной зоне:

- упрощен и ускорен процесс регистрации нерезидентов, при которой уплачивается чисто символическая сумма (например, в Панаме необязательно указывать учредителей компании, незначительный сбор уплачивается и при ежегодной перерегистрации);
- по заниженным ставкам уплачиваются нерезидентами налоги с прибыли и подоходный налог с физических лиц;
- гарантируется конфиденциальность деятельности оффшорных компаний, они освобождены от государственного валютного контроля.

В целях защиты национального бизнеса оффшорным компаниям запрещено заниматься любой предпринимательской деятельностью в пределах оффшорной зоны. Основные доходы оффшорной зоны складываются от сборов за регистрацию и перерегистрацию, налоговых поступлений, расходов оффшорных компаний на содержание в зоне их постоянных представительств (секретарских бюро). Они включают следующие статьи: аренду помещения, связь, электроэнергию, оплату проживания и питания, транспорт, досуг, лечение работников бюро.

Во многих оффшорах требуется обязательное трудоустройство местных жителей в секретарское бюро, тем самым решается проблема занятости. Импортируемые для нужд компаний оборудование, автомобили, материалы не облагаются таможенными пошлинами. Число зарегистрированных нерезидентских фирм в одном оффшоре может достигать нескольких десятков тысяч.

На сегодняшний день в мире насчитывается несколько десятков стран, где практикуются налоговые льготы для оффшорных компаний. Но, поскольку проблема бегства капитала осознана большинством богатых стран достаточно давно, оффшор практически перестал быть надежной гаванью, средством сократить налоги. В большинстве развитых стран работа через оффшоры приводит к увеличению налоговой нагрузки и более пристальному вниманию контролирующих органов.

Условно оффшорные зоны можно разделить на три группы:

1. Страны с отсутствием налогов, не требующие отчетности.

В основном это небольшие государства третьего мира. Наиболее известные оффшорные зоны этого типа — Багамские острова, Британские Виргинские острова, Каймановы острова. Такие оффшорные зоны характеризуются высокой степенью конфиденциальности для владельцев оффшорных компаний и почти полным отсутствием контроля со стороны властей за деятельностью таких компаний. Именно поэтому солидные компании и банки не хотят иметь с ними финансовых отношений. Указанные государства имеют невысокий уровень развития экономики, но отличаются достаточно высокой политической стабильностью.

2. Оффшорные зоны повышенной респектабельности.

В таких зонах от оффшорных компаний требуют финансовую отчетность и предоставляют им ощутимые налоговые льготы. Со стороны правительства этих государств контроль более жесткий, чем в странах первого типа, ведется реестр директоров и акционеров, но и престиж компаний гораздо выше. Это — Ирландия, Гибралтар, остров Мэн.

3. Страны, которые нельзя считать стандартными оффшорными зонами.

К третьей группе можно отнести страны, которые нельзя считать стандартными оффшорными зонами, но которые предоставляют зарегистрированным в них нерезидентским и не извлекающим доходов с их территории компаниям некоторые налоговые льготы. Среди этих стран и Россия (Калининградская область). Требование к отчетности повышает степень доверия к таким фирмам со стороны деловых партнеров. В этой группе наибольшей популярностью пользовался Кипр (с 1 января 1977 г. до 1 мая 2004 г. — момента вступления Республики Кипр в ЕС).

В соответствии с Указанием ЦБР от 7 августа 2003 г. № 1317-У выделяются три группы оффшорных зон. При этом, в зависимости от группы, устанавливаются различные требования к проведению операций и определению размера резервов по операциям:

1. первая группа — не требуется резервирования;
2. вторая группа — 25 %;
3. третья группа — 50 %.

В Российской Федерации с 1 января 2004 г. Советом Федерации была отменена инвестиционная льгота по налогу на прибыль, которую до этого имели право устанавливать местные власти. Тем самым упразднены в России внутренние оффшоры (Калмыкия, Чукотка и др.). Из оффшора осталась только Калининградская область, где Налоговым кодексом РФ установлены льготы для резидентов особых экономических зон.

Особая, свободная или специальная экономическая зона (сокращенно ОЭЗ или СЭЗ) — ограниченная территория с особым юридическим статусом по отношению к остальной территории и льготными экономическими условиями для национальных и (или) иностранных предпринимателей. Главная цель создания таких зон — решение стратегических задач развития государства в целом или отдельной территории: внешнеторговых, общеэкономических, социальных, региональных и научно-технических задач.

ОЭЗ могут быть классифицированы по нескольким признакам.

По выполняемым функциям:

- Зона свободной торговли (ЗСТ) — территория, выведенная за пределы национальной таможенной территории. Внутри проводятся операции по складированию товаров и их предпродажной подготовке (упаковка, маркировка, контроль качества и т. п.).
- Промышленно-производственная зона (ППЗ) — часть национальной таможенной территории, внутри которой налажено производство конкретной промышленной продукции; при этом инвесторам предоставляются различные льготы.

– Техничко-внедренческая зона (ТВЗ) — территория, выведенная за пределы национальной таможенной территории, внутри которой размещаются научно-исследовательские, проектные, конструкторские бюро и организации. Примеры ТВЗ: технопарки, технополисы.

– Туристско-рекреационная зона (ТРЗ) — территория, на которой ведется туристско-рекреационная деятельность — создание, реконструкция, развитие объектов инфраструктуры туризма и отдыха, развитие и оказание услуг в сфере туризма.

– Сервисная зона.

– Комплексная зона.

В России существуют особые экономические зоны четырех типов: технико-внедренческие, промышленно-производственные, портовые и туристско-рекреационные. Кроме того, в Калининградской области с 1991 года действует ОЭЗ (СЭЗ «Янтарь»), условия функционирования которой на настоящий момент оговорены в отдельном Федеральном законе № 16-ФЗ от 10.01.2008 г.

По степени интеграции в экономику:

– Зоны, интегрированные в национальную экономику.

– Анклавные (изолированные) зоны.

По системам льгот:

– Налоговые: налоговые «каникулы» — частичное или полное освобождение инвесторов от уплаты налогов на собственность и имущество, НДС и т. п. (в соответствии с законом об ОЭЗ, вступивший в силу 1 января 2006 г: резиденты ППЗ на пять лет освобождаются от уплаты земельного, имущественного и транспортного налогов, на 4 % (до 20 %) снижается налог на прибыль. Для ТВЗ также предусматривается снижение ставки ЕСН с 26 до 14 %).

– Таможенные (импорт) — частично или полное освобождение от импортных пошлин на полуфабрикаты, сырье и т. п., ввозимых для использования внутри зоны.

– Таможенные (экспорт) — частично или полное освобождение от экспортных пошлин на изготовленную внутри зоны продукцию.

– Финансовые — инвестиционные субсидии, государственные льготные кредиты, сниженные ставки на оплату коммунальных услуг и аренду производственных помещений.

– Административные — упрощенный порядок регистрации предприятий, въезда-выезда иностранных граждан, беспрепятственный вывоз правомерно полученной прибыли иностранными гражданами за рубеж.

С декабря 2005 г. в России организовано шесть особых экономических зон:

– четыре технико-внедренческих (инновационных) в городах: Дубна, Москва, Санкт-Петербург, Томск;

– две промышленно-производственные зоны в городах: Елабуга, Липецк.

В 2007 году в России создано семь особых экономических зон туристско-рекреационного типа:

– в Краснодарском крае;

– в Ставропольском крае;

- в Иркутской области;
- в Республике Бурятия;
- в Республике Алтай;
- в Алтайском крае;
- в Калининградской области.

В 2008 г. было зарегистрировано более 50 резидентов ОЭЗ.

Кроме того, на всей территории Калининградской области действует особая экономическая зона, созданная в 2006 г. в соответствии с Федеральным законом № 16-ФЗ от 10.01.2006 г., которая имеет несколько особенностей: применение режима свободной таможенной зоны для большинства ввозимых на территорию области товаров, распространение ОЭЗ на всю территорию области и пр. По состоянию на 06.05.2008 г. данная ОЭЗ привлекла 56 официально зарегистрированных резидентов с общим объемом инвестиций более чем 1 млрд 320 млн руб.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНТРАКТ

ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

Документы, подтверждающие исполнение сделки на всех этапах ее реализации — от поставки продавцом товара, его транспортировки, хранения на складах до прохождения через таможенную, — принято называть внешнеторговыми.

В зависимости от выполняемых функций, внешнеторговые документы можно разделить на следующие группы:

- коммерческие;
- по платежно-банковским операциям;
- страховые;
- транспортные и отгрузочные;
- транспортно-экспедиторские;
- таможенные.

Документы, которые следуют с грузом от пункта отправления до пункта назначения, называют **товаросопроводительными**. К ним обычно относятся документы, входящие в группы коммерческих, транспортных и таможенных. Документы, отправляемые в связи с отгрузкой товара (обычно они перечислены в контракте), называются **отгрузочными**.

Документы оформляются на специальных бланках и содержат определенные реквизиты. Общими для всех документов реквизитами являются наименование фирмы-экспортера (или грузоотправителя) и фирмы-импортера (или грузополучателя), их адреса, номера телефонов, факсов или телексов; название документа, дата и место его выписки; номер контракта или заказа и дата его подписания; номер наряда, транса, грузовой спецификации; наименование и описание товара, его количество (число мест, вес нетто и брутто); вид упаковки и маркировки.

Поставку товара непосредственно от его изготовителя к зарубежному покупателю на первом этапе документооборота сопровождают документы, которые должны обеспечить производство этого экспортного товара. В определенной степени их также можно отнести к внешнеторговой документации, однако виды, количество, характер этих документов определяются правилами внутреннего управления, принятыми той или иной фирмой и системой ее национального законодательства в области документации. К таким документам могут относиться инструкция по изготовлению экспортного товара; поручение на покупку изделий и материалов, необходимых для производства товара; инструкции по упаковке; заказ наряды на внутреннюю транспортировку товара и вывоз продукции со склада и др.

Коммерческие документы дают стоимостную, качественную и количественную характеристики товаров. Документ оформляет на своем бланке продавец, а покупатель против них производит оплату.

Коммерческий счет является основным расчетным документом. В нем содержится требование продавца к покупателю об уплате указанной в нем суммы причитающегося платежа за поставленный товар. В счете указывается цена за единицу товара и общая сумма счета или причитающегося платежа; базисные условия поставки товара; способ платежа и форма расчета; наименование банка, где должен быть произведен платеж; сведения об оплате стоимости перевозки; сведения о страховании и размер страховой премии (при поставках на условиях CIF). Счета обычно выписываются в большом количестве экземпляров (иногда до 25) для представления в различные инстанции. По выполняемым функциям счета можно подразделить на следующие виды:

- счет-фактура: выписывается обычно после окончательной приемки товара покупателем, совмещает в себе два документа — документ, указывающий сумму платежа за товар, и накладную, направляемую при товаре; служит сертификатом о происхождении товара или прилагается к нему;
- счет-спецификация: объединяет реквизиты счета и спецификации. В нем указывается цена за единицу товара по видам и сортам, а также общая стоимость всей партии товара. Выписывается в случаях, когда партия содержит разные по ассортименту товары. Иногда его называют специфицированным счетом;
- предварительный счет: подтверждает произведенные экспортером поставки, но не всегда является требованием к оплате. Часто выписывается в случаях, когда приемка товара производится в стране назначения или при частичных поставках. После приемки товара или поставки всей партии продавец выписывает счет-фактуру, по которому производится окончательный расчет;
- проформа-счет: документ, который содержит сведения о цене и стоимости партии товара, но не является расчетным документом, поскольку не содержит требования об уплате указанной в нем суммы. Проформа-счет может быть выписана на отгруженный, но еще не проданный товар или наоборот. Этот счет выписывается чаще всего при поставках товаров на консигнацию, на выставки, ярмарки, аукционы. Он может служить также сметой, по которой импортер может ознакомиться с основными данными о товаре, который хочет купить, с порядком расчета и определить размер расходов;
- спецификация: содержит перечень ассортимента товаров, входящих в данную партию, с указанием для каждого места количества и рода товара, его сорта и марки. Спецификация обычно дополняет счет на поставленные товары разных сортов и наименований;
- техническая документация: требуется для поставки оборудования и технических потребительских товаров длительного пользования и необходима для обеспечения их своевременной наладки и правильной эксплуатации. К ней относят паспорт, формуляры и описания изделий, инструкции по монтажу и эксплуатации и пр. Перечень необходимой технической документации содержится обычно в стандартных или технических условиях, являющихся неотъемлемой частью контракта. Техническая документация изготавливается на языке страны покупателя или на другом языке по указанию покупателя. На товары серийного производства она должна изготавливаться обязательно типографским

способом;

– упаковочный лист: содержит перечень всех видов и сортов товара, находящихся в каждом товарном месте; используется, когда отправляется большое количество наименований товаров или когда количество, вес или содержимое каждого индивидуального места различны; в отличие от счет-фактуры в упаковочном листе не указываются цены.

К числу важнейших документов, свидетельствующих о качестве поставленных товаров, можно отнести сертификат качества, гарантийное обязательство, протокол испытаний, разрешение на отгрузку.

К документам по платежно-банковским операциям относятся:

- инструкция по банковскому переводу;
- платежное поручение;
- инкассовое поручение;
- извещение об инкассовом платеже;
- извещение о платеже по товарному аккредитиву;
- извещение о принятии документов к оплате по товарному аккредитиву;
- банковская гарантия;
- товарный аккредитив;
- банковская тратта;
- переводной вексель;
- налоговая декларация;
- и др.

Страховые документы отражают взаимоотношения между страховщиком и страхователем. Роль страховщика заключается в возмещении убытков, понесенных страхователем от несчастного случая, против уплаты страховой премии. К страховым документам относятся:

- страховой полис;
- страховой сертификат;
- страховое объявление (бордеро);
- ковернот;
- счет страховщика.

Подготовив экспортный товар к отправке покупателю, продавец должен направить его своему партнеру, соблюдая при этом инструкции, которые они оговорили в контракте по поводу процедуры отгрузки. При этом также используется ряд документов:

- извещение о готовности товара к отгрузке;
- заявка на фрахтование;
- отгрузочная инструкция;
- разрешение на поставку;
- извещение об отгрузке.

Другой сферой взаимоотношений, оформляемых соответствующими документами, являются отношения отправителя и грузоперевозчика, а также получателя товара. Собственно, эти документы и относятся к группе транспортной документации.

К документам, обеспечивающим перевозку, относятся:

- расписка в получении груза;
- гарантийное письмо;
- экспедиторское свидетельство о транспортировке;
- подтверждение о фрахтовании тоннажа;
- заявление-требование об отправке;
- фрахтовый счет;
- извещение о прибытии груза;
- извещение о возникновении препятствий к поставке груза;
- извещение о возникновении препятствий в перевозке груза;
- извещение о поставке;
- грузовой манифест;
- фрахтовый манифест;
- контейнерный манифест.

Транспортно-экспедиторские документы оформляют выполнение экспортером различного рода операций по экспедированию, обработке, складированию грузов, организации перевозки, включая перевозку товара, его хранение, предоставление местных транспортных средств, проверку состояния упаковки и маркировки товара, оформление необходимых документов и др.

Поручение экспедитору на выполнение определенных операций оформляется специальным документом, который называется по-разному: отгрузочное поручение, транспортное поручение или транспортная инструкция. Это документ, который содержит перечень операций, поручаемых экспедитору, и подробные инструкции по их выполнению. Обычно к отгрузочному поручению прилагаются копии товарных счетов, импортной лицензии или валютного разрешения. Кроме этого, к транспортно-экспедиторским документам относятся извещение об отправке, складская расписка экспедитора, товароскладочная квитанция и ордер на выдачу товара.

Для оформления перехода товаров через таможенную границу необходимы **таможенные документы**. К ним относятся таможенная декларация, экспортные, импортные и валютные лицензии, свидетельство о происхождении товара, консульская фактура, транзитные документы, ветеринарные, санитарные и карантинные свидетельства и т. д.

Таможенная декларация — заявление распорядителя груза, представленное им на таможне при импорте или экспорте товаров. Этот документ выполняет несколько функций: декларирование сведений о товаре, заявление участникам сделки ее законности, подтверждение этой законности органами таможенного контроля. Таможенная декларация представляется таможне в установленный законодательством срок, который колеблется от одного дня до двух недель, считая со дня прибытия товара на таможню. Таможенная декларация по экспорту содержит заявление для выполнения таможенной очистки при экспорте.

Сертификат (свидетельство) **о происхождении товара** — особый документ, выдаваемый компетентным органом в стране экспортера, который позволяет определить товары и в котором органы власти или орган, уполномоченный выдавать его, четко удостоверяют, что товары, к которым относится

данный сертификат, происходят из конкретной страны. Для сырьевых и сельскохозяйственных товаров в нем фиксируются страна добычи, а для готовой продукции — страна производства. Такой документ необходим при импорте в случае, если с происхождением товара, декларированного на таможне, связано предоставление привилегированного режима: льготного тарифа, скидок с общего тарифа, беспошлинного ввоза.

В свидетельствах о происхождении сырьевых товаров требуется указать места добычи, а полуфабрикатов — страны производства. Свидетельства о происхождении выдаются торговыми палатами, союзами предпринимателей стран-экспортеров.

Сертификат ЮНКТАД (конференция ООН по торговле и развитию) — особый сертификат о происхождении товара, который охватывает товары, подпадающие под действие преференциального режима в рамках Всеобщей системы преференций.

КОММЕРЧЕСКИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ЗАПРОСЫ

Во внешнеэкономические отношения партнеры вступают, имея, как правило, различные цели, позиции по основным вопросам будущей сделки, разный опыт и различные законодательства в области предпринимательства. Поэтому процесс заключения сделки фактически состоит из двух стадий: во-первых, изложение собственной позиции и пожеланий партнеру, а также изучение его предложений и условий и, во-вторых, поиск взаимоприемлемого компромисса и оформление его в тексте соглашения.

Стороны по внешнеэкономической сделке могут вступать друг с другом в контакт различными способами. Однако наиболее общепринятым является следующий порядок взаимодействия партнеров:

- предварительное изложение предложений и пожеланий, которое осуществляется обычно в письменной форме;
- уточнение и согласование отдельных позиций сделки, что может осуществляться более быстрым способом связи, в частности с использованием телефона;
- окончательное урегулирование всех условий сделки в процессе личной встречи сторон.

Каждый из этих этапов фактически представляет собой переговоры особого рода: переговоры по переписке, переговоры по телефону и личные переговоры. В принципе, в зависимости от ситуации партнеры могут провести переговоры от начала и до конца, используя только один из вышеназванных способов, современные способы связи и коммуникации вполне позволяют это.

Переговоры могут быть начаты как продавцом, так и покупателем путем рассылки соответствующих коммерческих документов. Если инициатива начала переговоров принадлежит продавцу, то он заявляет о желании заключить договор купли-продажи на определенных условиях путем рассылки *инициативных*

предложений. Такое письменное предложение продавца в коммерческой практике называют **офертой**, а лицо, пославшее оферту, — **оферентом**.

В настоящее время основным международным соглашением, регулирующим процесс заключения сделок купли-продажи, является Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров (Венская конвенция³). В этом документе содержится понятие оферты, которое определено как «предложение о заключении договора, адресованное одному или нескольким конкретным лицам, если оно достаточно определено и выражает намерение оферента считать себя связанным в случае акцепта». Таким образом, главным признаком оферты является адресность, что отличает ее от предложения, адресованного неопределенному кругу лиц.

В том же соглашении указано, что «предложение является достаточно определенным, если в нем обозначен товар и прямо или косвенно устанавливаются количество и цена либо предусматривается порядок их определения».

Коммерческое предложение может быть сделано различными способами в зависимости от предмета сделки, степени знакомства сторон и других факторов.

Во-первых, оферту можно оформить в виде делового письма. Этот способ подготовки оферт широко используется во внешнеторговой практике и является наиболее универсальным. Деловое письмо может быть направлено как уже известному партнеру, так и фирме, с которой деловых отношений еще не было.

Во-вторых, оферта может быть подготовлена в виде комплекса документов, состоящих из коммерческих и технических условий предполагаемой сделки. Такие оферты чаще используются для передачи предложений на сложные товары, требующие подробного технического описания. При этом технические условия являются приложением к коммерческой части оферты, которая оформляется как обычное деловое письмо.

В-третьих, оферту можно подготовить в форме проекта контракта, подписанного со стороны экспортера и содержащего все основные условия сделки. Такой способ используется только с постоянными партнерами, которые знакомы с обычными условиями сделки данного продавца и с которыми уже предварительно обговаривались позиции будущей сделки.

Коммерческое предложение может быть также подготовлено как типовая оферта данного продавца, в которой указаны обычные условия его продажи. Типовые оферты широко используют фирмы, известные на мировом рынке и заключающие большое количество внешнеторговых сделок. Обычно на бланке типовой оферты уже внесены все общие условия будущего контракта, и продавец заполняет лишь те разделы, в которых речь идет об индивидуальных условиях данной сделки (количество, цена, срок поставки и др.).

Составление предложения требует особого внимания. Продавец должен заинтересовать покупателя, показать выгоду своего предложения. Текст оферты должен быть кратким, но в то же время четким и ясным. Надо избегать возмож-

3 Официальные материалы на русском языке можно найти на сайте www.cisg.ru

ности различного толкования тех или иных условий предложения. В оферте предпочтительнее привести объективные данные о выгодности предмета оферты (цифровые данные об экономичности, производительности, качестве), чем голословное восхваление.

Обычно в оферте указываются все коммерческие условия сделки: наименование товара, количественные и качественные характеристики, базисные условия поставки и цена, срок поставки, условия платежа, порядок сдачи-приемки товара, характер тары и упаковки, гарантии и санкции. Твердое фиксирование цены и указание базиса поставки позволит покупателю определить свои полные затраты на приобретение товара у данного оферента и сравнить его с другими предложениями.

Оферта обязательно содержит юридический адрес и подписи со стороны продавца.

Если в коммерческом предложении представлены рекламные материалы и расценки на всю или часть номенклатуры товаров, то оно, даже если направлено в адрес конкретной фирмы, будет рассматриваться как предложение неопределенному кругу лиц и приглашение вступить в деловые контакты.

Ситуация, в которой экспортер готовит свое предложение, может быть различной. Во-первых, экспортер может подготовить и направить потенциальному покупателю оферту по собственной инициативе. И во-вторых, оферта может готовиться в ответ на запрос покупателя. В последнем случае оферент по многим условиям связан условиями запроса покупателя и, следовательно, его действия и варианты предложений ограничены.

Когда же инициатива предложения исходит от экспортера, ему приходится самостоятельно решать все вопросы, связанные с выбором всех условий. И прежде всего продавец должен решить вопрос о том, какую оферту послать — твердую или свободную.

Твердая оферта представляет собой предложение, которое отправляется только одному возможному покупателю на данную партию товара с указанием срока, в течение которого продавец является связанным своим предложением и не может сделать аналогичное предложение другому покупателю. В том случае, если покупатель согласен со всеми условиями оферты, он посылает продавцу письменное подтверждение, содержащее его безоговорочный акцепт, и его получение продавцом считается моментом вступления сторон в договорные обязательства.

В современных условиях многие фирмы, являющиеся постоянными партнерами, используют именно данный способ заключения сделок, не предполагающий оформления контракта. В отечественной практике такой способ практически не применяется, если не считать ситуации, когда оформляется дополнение к ранее заключенному контракту, в котором оговорены все права и обязанности сторон.

Неполучение ответа от покупателя в течение установленного в оферте срока равносильно отказу покупателя от заключения сделки на предложенных условиях и освобождает продавца от сделанного им предложения. К практике «молчаливого отказа» прибегают крупные, известные в международной торгов-

ле фирмы. Начинаящие покупатели, а также небольшие фирмы обычно присылают вежливый письменный отказ. Письменная форма отказа считается более соответствующей хорошим деловым отношениям, и она позволяет и той, и другой стороне надеяться на возобновление отношений в другой ситуации.

Если покупатель не согласен с одним или несколькими условиями оферты, он посылает продавцу встречное предложение с указанием своих условий и срока для ответа, которое называется **контрофертой**. Если продавец не согласен с условиями контроферты, он либо считает себя свободным от своих обязательств по оферте, о чем письменно извещает покупателя, либо посылает ему новую оферту с учетом предложенных покупателем условий или на новых условиях, отличных как от своей первой оферты, так и от условий контроферты покупателя.

Если продавец имеет монопольного посредника в стране экспорта, то первое предложение делается обязательно ему и лишь в случае его отказа продавец может сделать предложения другим покупателям на тех же условиях. При изменении условий оферты он обязан послать новое предложение своему посреднику.

Свободная оферта делается одновременно на одну и ту же партию товара нескольким возможным покупателям. Она не устанавливает срока для ответа и поэтому не связывает оферента. Согласие покупателя с условиями свободной оферты подтверждается твердой контрофертой. После подтверждения продавцом (акцепта) контроферты покупателя сделка считается заключенной.

Продавец подтверждает контроферту того покупателя, которую он получил раньше, или покупателя, с которым предпочел заключить сделку. Покупатель не вправе предъявлять какие-либо претензии продавцу в случае, если продавец заключит сделку не с ним, а с другим контрагентом.

В настоящее время по большинству товаров позиции у продавцов бывают слабее, чем у покупателей. В этих условиях покупатели мало считаются со свободными офертами, так как не имеют уверенности в том, что, приняв их, они могут стать собственниками товара; время же для выгодной покупки такого товара в другом месте может быть упущено. Поэтому сейчас экспортеры предпочитают направлять твердые оферты, у которых больше шансов заинтересовать возможного покупателя.

Свободными офертами экспортеры иногда пользуются для предварительного ознакомления с неизвестным для них рынком или при выходе на рынок с новым товаром, по которому у них еще нет конкурентов.

Рассылка подготовленных предложений также является не столь простой, чисто технической операцией, какой она кажется на первый взгляд. Далеко не всегда чем больше оферт разослано, тем быстрее и больше будет заключено сделок. Следует учитывать существующие связи между различными фирмами в рамках тех или иных союзов и объединений, поскольку в силу взаимного информирования предпринимателями о поступивших офертах у покупателей может сложиться преувеличенное представление о количествах предлагаемых товаров или об особой заинтересованности экспортера в срочной продаже. В этом случае эффект может быть обратным: покупатели будут выжидать и не

откликаться на предложение, рассчитывая на снижение цен.

Особенно хорошо зарекомендовали себя стандартные предложения (заранее разработанные условия продажи) на международных выставках и ярмарках, где фактор времени играет большую роль и где поэтому очень важно иметь возможность быстро вручить посетителям, проявившим интерес к тому или иному товару, соответствующие предложения.

Если инициатива вступления в переговоры исходит от покупателя, то его обращение к продавцу с просьбой прислать предложение принято называть **запросом**. Цель запроса — получить от экспортеров конкурентные предложения, из которых выбирается наилучшее. Для этого запросы обычно посылаются не одной, а нескольким фирмам различных стран, конкурирующим между собой. В запросе указывается точное наименование нужного товара, его качество, сорт, количество. Цена в запросе, как правило, не указывается. Делается это для того, чтобы покупатель имел свободу действий при последующих переговорах с экспортером, если оферта последнего будет представлять для него интерес. Однако вопрос цены слишком важен для импортера, чтобы он мог оставить его решение полностью на усмотрение оферента. Поэтому, как правило, импортер выражает в запросе пожелание относительно валюты, цены и базиса поставки.

В запросе также указывается, сколько времени покупатель будет ждать оферту. Такой срок обычно не превышает времени, необходимого оференту для составления и присылки предложения. Этот момент очень важен, поскольку, во-первых, в случае неполучения оферты в срок импортер не будет на нее рассчитывать и, во-вторых, если экспортер заинтересован в поставке запрошенного товара, но по каким-то причинам не может прислать предложение к назначенной дате, то он попросит отсрочки. Это будет свидетельствовать о заинтересованности экспортера в предполагаемой сделке, что может быть использовано покупателем при последующих переговорах.

В целом запросы более лаконичны, чем оферты, и к их оформлению не предъявляются столь жесткие требования.

Ответом на запрос является твердая оферта продавца.

Импортеры обычно запрашивают предложение на меньшее количество товара, чем подлежит закупке. Это делается для того, чтобы при уторговывании цен получить дополнительную скидку с цены на увеличенный объем заказа. Некоторые формулировки, в частности «просим срочно дать предложение» либо «срочная поставка», нежелательны в запросах, так как ведут к завышению цены предложения и неуступчивости контрагента на переговорах.

В вопросе о количестве рассылаемых запросов следует придерживаться ряда правил. Большое количество запросов отнюдь не желательно, особенно если они направляются фирмам одной страны, которые могут быть связаны между собой различными соглашениями. Кроме того, рассылка большого количества запросов, во-первых, возлагает на внешнеторговый аппарат излишнюю, не всегда оправдывающую себя работу, которая выражается в контроле за поступлением запрашиваемых оферт и необходимости анализировать каждую полученную оферту. Во-вторых, чем больше запрашивается предложений, тем

больше окажется фирм, которые не получают заказов. Это нежелательно для покупателя, так как в будущем, возможно, придется обратиться к этим фирмам.

Если запрос делался при отсутствии у покупателя намерения совершить закупку, то в ответ на представленное предложение следует поблагодарить поставщика и отклонить его предложение, выразив надежду на сотрудничество в будущем. В качестве причины отказа запрашивающая фирма часто ссылается на завышенные цены либо несоответствующие технические показатели. Формулируя такие оговорки, следует быть внимательным, чтобы мнение покупателя о ценах и качестве товаров не было принято поставщиком как оферта на закупку товаров с учетом замечаний покупателя. Можно попасть в сложное положение, если от продавца в ответ на такой отказ последует акцепт и он будет считать свой акцепт фактом заключения договора.

СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ВНЕШНЕТОРГОВОГО КОНТРАКТА

Любой договор должен содержать все существенные условия, т. е. те условия, без которых он не имеет юридической силы. Существенными являются:

- 1) условия о предмете договора;
- 2) условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида;
- 3) все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение.

Перечень существенных условий и, в частности, условие о предмете договора для договоров международной купли-продажи товаров будет определяться в зависимости от того, попадает ли договор под действия Венской конвенции о договорах международной купли-продажи 1980 года или норм Гражданского Кодекса РФ.

Конвенция дает широкую автономию присоединившихся стран, что позволяет им либо применять, либо не применять те или иные положения Конвенции. Венская Конвенция предполагает, что область ее применения может быть ограничена путем использования оговорок любой страной, присоединившейся к Конвенции. В частности, СССР, а затем как его правопреемница — и Россия, применил весьма существенную оговорку в отношении формы и порядка подписания внешнеторговых контрактов. Так, Конвенция исходит из того, что не требуется заключение или подтверждение договора в письменной форме. Конвенция допускает возможность заключения контракта в устной форме или даже свидетельскими показаниями.

В России все договоры должны заключаться только в письменной форме, что предусмотрено в п. 3 ст. 162 Гражданского кодекса РФ. Поэтому российские контрагенты обязаны заключать все контракты только в письменной форме, а права и обязанности возникают лишь тогда, когда договор подписан обеими сторонами.

В международной практике часто сделки заключаются в устной форме: по телефону, на аукционах, на биржах. Однако устная договоренность затем обязательно должна подтверждаться письменным контрактом, подписываемым обеими сторонами.

Основными разделами контракта купли-продажи являются:

- преамбула;
- предмет контракта (наименование товара);
- количество товара;
- качество товара;
- цена и общая стоимость;
- базисные условия поставки;
- платеж;
- срок поставки;
- упаковка и маркировка;
- санкции за нарушение условий контракта;
- обстоятельства непреодолимой силы (форс-мажор);
- транспортные условия (порядок отгрузки);
- приемка-сдача товара;
- претензии (рекламации);
- страхование;
- арбитраж;
- перечень документов для платежа;
- лицензии;
- прочие условия;
- порядок расторжения контракта.

При купле-продаже машин и оборудования, приборов в контракт добавляются такие пункты (помещаемые в приложения и являющиеся его неотъемлемыми частями):

- технические условия;
- техническая документация;
- гарантийный срок;
- техническое обслуживание в гарантийный период;
- послегарантийное обслуживание;
- снабжение запасными частями.

Текст контракта начинается с вводной части, или преамбулы, в которой дается полное юридическое наименование сторон, участвующих в его заключении. Вводная часть контракта предшествует тексту договора и имеет обычно такое содержание: номер контракта, место и дата заключения, определение сторон, совершающих сделку.

Номер контракта обычно присваивается в соответствии с правилами делопроизводства, существующими в организации, разрабатывающей проект контракта и представляющей его после согласования сторонами на переговоры.

При определении сторон указываются их полные наименования, под которыми контрагенты зарегистрированы в торговом регистре своей страны, их местонахождение (название страны или города), наименование сторон в

контракте (продавец и покупатель или поставщик и заказчик). Иногда во вводной части делается ссылка на предшествовавшие контракту переговоры с указанием места и срока их проведения или на предложение продавца с указанием его номера и даты ссылки.

Актуальным вопросом является установление надлежащих полномочий лиц, подписывающих контракт от имени партнеров — фирм или организаций. Отсутствие у лица, подписавшего договор, таких полномочий (в связи с его должностным положением или на основании доверенности, выданной ему в соответствии с уставом фирмы) может привести к признанию недействительным подписанного им договора.

Юридические адреса сторон, заключивших внешнеторговый контракт, обычно указываются в конце контракта, где фиксируются подписи уполномоченных лиц (продавец и покупатель). Однако в последнее время все чаще юридические адреса приводятся и в преамбуле контракта, где указываются стороны сделки.

Необходимо давать точное название товара, а если наименований много, то составляется их список и заносится в приложение к контракту.

Для описания товара со сложными техническими характеристиками включаются специальные разделы «Технические условия» или «Технические спецификации», с помощью которых затем осуществляется проверка фактически поставленного оборудования.

В контракте необходимо определить единицу измерения количества товара, порядок его определения, систему мер и весов. Количество указывается в характерных для товара единицах измерения: мерах веса, объема, длины, площади, в штуках, условных единицах, комплектах. Выбор зависит от вида товара и от сложившейся практики торговли им.

На массовые продовольственные и сырьевые товары, поставляемые насыпью, навалом или наливом, обозначение количества дополняется оговоркой, допускающей отклонение фактически поставляемого экспортером количества товара от количества, обусловленного в контракте. Оговорка «около» ставится перед цифрой, указывающей количество товара. Подобная оговорка может быть указана после цифры, обозначающей количество, словом «больше или меньше на ...%» или ставится знак \pm ... %. Оговорка может основываться и на торговых обычаях. Так, на зерно она составляет ± 5 %, на кофе — ± 3 %, на каучук — $\pm 2,5$ %, на лес — ± 10 %. При торговле машинами и оборудованием отклонение в весе допускается в интервале ± 5 %.

В контракте необходимо оговорить включение тары и упаковки в количество поставляемого товара с указанием веса брутто, нетто. Некоторые товары подвержены естественной убыли во время транспортировки из-за усушки, утруски, утечки и т. д.

Стороны в таком случае делают в контракте оговорку, называемую размером отклонения, определяя ответственного за естественную убыль. Обычно продавец несет ответственность за недостачу товара, происходящую во время его транспортировки и превышающую установленный в контракте размер естественной убыли, которая обычно колеблется в интервале 0,5 — 3 % в зависимо-

сти от товара.

В контракте купли-продажи устанавливается цена расчета за сверхконтрактное количество. Расчет может производиться как по контрактной цене, так и по цене, существующей на рынке в момент исполнения сделки.

В контрактах купли-продажи часто предусматривается **право опциона**, предоставляющее собой право выбора из определенных вариантов, предоставленное какому-либо участнику сделки. Во внешнеторговых контрактах может быть предусмотрен опцион продавца в отношении количества поставляемого товара, размеров партий, сроков поставки, портов отгрузки, а также опцион покупателя в отношении способов платежа, портов выгрузки и т. п.

Сроки поставки. Под сроком поставки товара понимается момент, когда продавец обязан передать товар в собственность покупателю или по его поручению лицу, действующему от его имени. В контрактах обычно указываются календарные сроки поставок, но это не означает, что указывается только одна дата. Обычно указывается месяц, квартал, год, а вместо конкретного числа указывается интервал.

Особо оговаривается право досрочной поставки, поскольку оно связано с досрочной оплатой, а денег может и не оказаться. Немедленная поставка — это поставка в течение 14 суток со дня подписания контракта. Иногда указывают такой срок: на первую открытую воду, после освобождения перевалов от снега и т. п.

В отличие от срока поставки, датой поставки товара следует считать дату передачи товара в распоряжение покупателя. Дата зависит от способа поставки товара и может быть определена:

- датой документа, выдаваемого транспортной организацией, принявшей товар для перевозки;
- датой расписки транспортно-экспедиторской фирмы в приеме груза для последующей отправки по назначению;
- датой складского свидетельства в случае, если покупатель несвоевременно предоставит транспорт и продавец изменит право передачи товара на складское хранение за счет и на риск покупателя;
- датой подписания приемо-сдаточного акта комиссией покупателя и представителем продавца и выдачи им покупателю сертификата на право собственности;
- датой подписания приемо-сдаточного акта комиссией покупателя и представителем продавца после поставки последней партии, без которой невозможно использовать всю партию товаров (оборудования).

Во избежание противоречий между торговыми партнерами Международная торговая палата разработала и выпустила с 1936 по 2000 гг. семь версий сборников толкований наиболее часто встречающихся торговых обычаев — Инкотермс. Контракт содержит коммерческие гарантии качества, которые представляют собой обязательства экспортера поставить импортеру товар, обладающий в течение гарантийного срока (как правило, не менее 12 месяцев) определенными качествами.

Качество может регламентироваться стандартами (национальными, фир-

менными, международными), содержанием отдельных веществ, выходом готовой продукции, справедливым средним весом, натурным весом, предварительным осмотром, образцом, описанием с помощью технических условий, спецификаций, а иногда и понятием «такой, какой есть».

Способ оценки качества товара на основе учета фирменного, национального и международного стандартов, в которых дается качественная характеристика товара, не является строго обязательным, и их использование зависит от согласия контрагентов.

Регламентирование качества товара по предварительному осмотру означает предоставление покупателю возможности осмотра всей партии товара в установленных срок. Экспортер гарантирует качество товара таким, каким его осмотрел и одобрил импортер. Ответственность экспортера может возникнуть только в случае возникновения скрытых дефектов товара. В контрактах этот способ проверки качества обозначается словами «осмотрено-одобрено». По предварительному осмотру чаще всего продаются товары на аукционах и со складов.

При установлении качества по образцу используется эталон товара. Обычно отбираются три образца. Один образец хранится у импортера, второй — у экспортера, а третий передается незаинтересованной нейтральной организации, чаще всего торговой палате. В контракте предусматривается порядок сличения поставленного товара с образцом.

Как правило, проверка качества осуществляется выборочно, и покупатель имеет право предъявить претензии по дефектам, обнаруженным в течение гарантийного периода, во время которого экспортер также осуществляет ремонт, прием дефектных товаров, снижение цен и т. п.

Весьма желательно указание в контракте экспортером патентной оговорки, в которой он говорит о том, что изделие может быть использовано без каких-либо претензий со стороны третьих лиц.

ПРОВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ. ФОРМИРОВАНИЕ КОНТРАКТА

Переговоры, предшествующие установлению внешнеэкономических отношений, могут быть начаты как продавцом, так и покупателем путем подготовки и рассылки соответствующих коммерческих документов. В ряде случаев предложение продавца или покупателя о вступлении в переговоры делается в устной форме, в частности — во время телефонного разговора. Кроме того, переговоры по телефону часто используются на промежуточном этапе для согласования позиций сторон, а также для уточнения отдельных деталей. По телефону согласовываются только такие условия, как цена, количество товара и срок поставки. Впоследствии стороны оформляют свою договоренность контрактом.

В обычной торговле телефонные переговоры наиболее оправданы при уточнении уже согласованных запросов, для подтверждения предложенных офферентом условий, при заключении сделок на условиях предыдущего контрак-

та, а также для завершения имевших ранее место переговоров. Следует избегать переговоров по телефону с людьми, с которыми у вас не было контактов или с которыми не сложились удовлетворительные деловые отношения. Не рекомендуется обсуждать по телефону вопросы, по которым есть основания предполагать, что собеседник выскажет мнение, противоположное вашему. Не стоит обсуждать по телефону острые или деликатные вопросы производственной деятельности вашего собеседника или представляемой им фирмы, а также персональные проблемы, даже если они, как вам кажется, имеют непосредственное отношение к обсуждаемой ситуации.

По телефону, как правило, не обсуждаются долгосрочные перспективы, крупные торговые соглашения, вопросы координации деятельности между вами и вашими организациями. Не рекомендуется сообщать по телефону отрицательные решения по коммерческим вопросам, так как вашим собеседником это будет расценено как неуважение к его личности и представляемой им фирме.

Во внешнеэкономических связях личные встречи и переговоры с партнерами по сделкам имеют огромное значение. Необходимость личных встреч возникает в тех случаях, когда сторонам трудно согласовать окончательные условия оферт и запросов другими способами. Кроме того, личные переговоры широко используются для установления деловых контактов с предполагаемыми контрагентами на выставках, ярмарках, при заключении крупных и сложных контрактов, при согласовании условий кооперации и т. д. Они могут иметь решающее значение для вывода из тупика затянувшихся переговоров по переписке.

Для успеха в переговорах коммерсант должен уметь:

- идентифицировать себя со своим партнером и понимать его видение мира и систему ценностей;
- представить выгоды своего предложения партнеру, чтобы он захотел изменить свою позицию;
- противостоять стрессам и контролировать острые ситуации (например, непредусмотренные просьбы);
- проявлять чуткость к культурным ценностям партнера, уметь корректировать свое поведение в соответствии с требованиями и ограничениями момента.

До начала деловой встречи с партнерами целесообразно провести определенную подготовку, в ходе которой следует:

- рассчитать и согласовать предлагаемые в данной сделке цены;
- составить проект контракта и согласовать его со всеми участниками переговоров от вашей фирмы;
- изучить предварительную переписку с фирмой;
- изучить досье на фирму-партнера, уделив особое внимание информации о прибывающих представителях.

В необходимых случаях следует продумать программу пребывания представителей фирмы в стране, возможность посещения предприятий-поставщиков или организаций-потребителей.

Переговоры включают несколько этапов, каждый из которых отличается

особой техникой проведения. Обычная схема переговоров включает этап вступления в переговоры, этап уточнения и согласования позиций сторон и этап завершения сделки.

Вступление в переговоры. Партнер может по-разному относиться к предложению заключить сделку. Задача представителей фирмы заключается в том, чтобы определить, как в данный момент настроен партнер, и постараться изменить негативный или нейтральный настрой на позитивный.

Обычно негативное отношение складывается в результате прошлого опыта партнера и связанных с ним проблем. Неправильно было бы стремиться отрицать возможность таких же проблем в будущем, поэтому лучше стараться показать, как ваша фирма может помочь избежать их. Необходимо помнить, что только сам партнер может изменить свое отношение с негативного на позитивное.

Ведя переговоры с неизвестным контрагентом, следует прежде всего выявить его требования к товару или услуге. Из них нужно выделить приоритеты, т. е. те условия, которые другая сторона считает обязательными и при отсутствии которых не даст согласия на сделку.

Обсуждение деталей. На этом этапе стороны приступают к обсуждению деталей будущей сделки и к согласованию тех условий, которые расходятся в позициях продавца и покупателя. Последовательность обсуждения вопросов на переговорах должна быть продумана заранее. Так, главной проблемой на любых переговорах является согласование цен в пределах установленных лимитов. Для этого следует при взаимной увязке позиций последовательно обсудить все условия, влияющие на цену.

Возражения покупателя следует рассматривать как интерес к товару, стремление совершить сделку на наиболее выгодных для покупателя условиях. Задача продавца сводится к тому, чтобы правильно понять природу возражений покупателя, так как это поможет ему лучше определить его позиции и намерения и, следовательно, подобрать наиболее подходящие ответы.

В принципе, если при переговорах возникают разногласия по каким-либо условиям обсуждаемого договора, то, возможно, правильнее будет не концентрировать на них внимание и не стараться устранить их немедленно. Несогласованность некоторых вопросов может пригодиться в ходе дальнейших переговоров.

Завершение переговоров. Целью любых переговоров является заключение сделки. Очень часто лучшим моментом для этого является первая встреча либо начало беседы. В этот момент интерес у собеседника находится на высшей отметке. В последующих встречах либо в процессе длительной беседы интерес может уменьшиться. Кроме того, неуступчивость по каким-либо условиям может вызвать дополнительные возражения и по другим условиям, которые могли бы и не возникнуть в случае принятия первоначального предложения.

В международной практике в процессе переговоров не принято отказываться от достигнутых договоренностей. Возврат к обсуждению уже согласованных условий сделки ведет обычно к необходимости уступок от стороны, настаивающей на изменении согласованных позиций.

БАЗИСНЫЕ УСЛОВИЯ ПОСТАВОК

Применение базисных условий поставки существенно рационализирует механизм действий контракта на основе упрощения в составлении и согласовании его позиций и статей, оказании помощи контрагентам в отыскании равноправных способов разрешения возникающих разногласий, устраивающих обе стороны.

В базисных условиях поставки определены обязанности продавца за установленную в контракте цену обеспечить доставку груза в определенную географическую точку или погрузить товар на транспортное средство, или передать его транспортной организации.

Базисные условия поставки определяют и другие обязанности продавцов и покупателей, а именно:

- кто и за чей счет обеспечивает транспортировку товаров по территориям стран продавца, покупателя, транзитных стран, морем и воздухом;
- обязанности продавцов в части упаковки и маркировки товаров;
- обязанности сторон по страхованию грузов;
- место и время перехода с продавца на покупателя рисков случайного повреждения или утраты товара.

В базисных условиях поставок прописаны только основные обязанности контрагентов по транспортировке и страхованию товаров на пути движения их от экспортера до импортера, соответственно — в условиях реального контракта они могут (а зачастую — и должны) быть дополнены конкретными деталями, вытекающими из договоренности сторон.

Базисные условия поставки изложены в сборнике Инкотермс, у которого есть семь редакций (1936, 1953, 1967, 1976, 1980, 1990 и 2000 года издания). Следует обратить особое внимание на то, что все они являются действующими (более того, иногда бывает удобно ссылаться в контракте на более раннюю версию в силу тех или иных причин), поэтому в контракте при указании ссылки на Инкотермс необходимо однозначно определить, на какую из семи редакций контракт ссылается, поскольку от редакции к редакции происходили те или иные изменения в толковании торговых обычаев. Так, последняя редакция учитывает наличие зон, свободных от таможенных пошлин, внедрение в практику коммерческой деятельности электронной связи и изменения в практике перевозок грузов. Текст издания 2000 года существенно отредактирован по сравнению с редакцией 1990 года.

Материалы, изложенные в Инкотермс, носят нормативный характер в том случае, если на них сделана прямая ссылка в контракте. Если такой ссылки нет, то действуют условия, прописанные в контракте. Если есть ссылка на Инкотермс и условия, противоречащие правилам Инкотермс, действуют положения контракта.

По новой классификации Инкотермс-2000 все базисные условия разбиваются на четыре группы (Таблица 2). В основу классификации положено различие в объеме обязательств контрагентов по доставке товара.

Первая группа «Е» имеет одно условие — «франко-завод», которое

содержит минимум обязанностей для продавца и заключается лишь в предоставлении товара для покупателя в месте нахождения продавца.

Во вторую группу «F» включены условия, требующие от продавца обязанность передать товар перевозчику, указанному покупателем (FOB, FAS, FCA).

В третьей группе «C» объединены условия, по которым продавец должен обеспечить перевозку продукции, но не обязан принимать на себя риск случайной гибели или повреждения товара или нести какие-либо дополнительные расходы, которые могли бы возникнуть после отгрузки товара (CFR, CIF, CPT, CIP).

Четвертая группа «D» включает условия поставки, предусматривающие обязанность продавца нести все расходы и риски, которые могут возникнуть при доставке товара в страну назначения (DAF, DES, DEQ, DDU, DDP).

Следует отметить, что в Инкотермс-2000 значительные изменения внесены в таможенную очистку и осуществление таможенных платежей по терминам FAS и DEQ, а также в обязанности по погрузке и разгрузке по термину FCA.

Таблица 2

Наименования условий Инкотермс-2000

Сокращение	На английском языке, полное название	На русском языке
EXW	Ex Works	Франко-завод
FCA	Free Carrier	Франко-перевозчик
FAS	Free Alongside Ship	Франко вдоль борта судна, ФАС
FOB	Free On Board	Франко борт, ФОБ
CFR	Cost And Freight	Стоимость и фрахт
CIF	Cost, Insurance and Freight	Стоимость, страхование и фрахт, СИФ
CPT	Carriage Paid To	Фрахт/перевозка оплачены до ...
CIP	Carriage and Insurance Paid to	Фрахт/перевозка и страхование оплачены до ...
DAF	Delivered At Frontier	Поставка до границы
DES	Delivered Ex Ship	Поставка с судна
DEQ	Delivered Ex Quay	Поставка с пристани с оплатой пошлины
DDU	Delivered Duty Unpaid	Поставка, без оплаты пошлины
DDP	Delivered Duty Paid	Поставка с оплатой пошлины

Если в условиях поставок по какой-либо позиции у продавца или покупателя указано «нет обязательств», то любая из этих сторон может выполнить те или иные обязанности контрагента по его поручению и за его счет, но тем не менее эти процедуры не являются обязательствами, вытекающими из базиса

поставки.

Как показывает опыт, наибольшую трудность на практике представляют условия поставки **FAS, FOB, DES** и **DEQ**. Проблема заключается в том, что эти термины предполагают использование только водных видов транспорта. Следовательно, использование их в автомобильных, железнодорожных и авиаперевозках неправомерно. В этих случаях могут быть применены такие условия, как **FCA** (из группы **F**) и **DDU, DDP** (для группы **D**). Использование условий поставки **FAS, FOB, DES, DEQ** в контрактах с наземным или воздушным видами транспорта является ошибкой.

Для детального ознакомления с обязанностями продавцов и покупателей по каждому типу базисных условий, с порядком номинирования места и времени подачи транспортных средств под погрузку проданного товара и другими транспортными условиями договоров купли-продажи необходимо обращаться к изданию Инкотермс. Остановимся только на особенностях применения терминов Инкотермс-2000.

Термин **EXW** возлагает на продавца минимальные обязательства: продавец должен лишь предоставить товар в распоряжение покупателя в согласованном месте — обычно в собственном помещении продавца (завод, склад). С другой стороны, продавец часто помогает покупателю погрузить товар на транспортное средство, предоставленное покупателем. Хотя термин **EXW** лучше отражал бы это, если бы обязательства продавца были расширены и включали погрузку, было принято решение сохранить традиционный принцип минимальных обязательств продавца в соответствии с условиями термина **EXW**, чтобы их можно было использовать для случаев, когда продавец не хочет принимать никаких обязательств относительно погрузки товара. Если покупатель хочет, чтобы продавец делал больше, это должно быть оговорено в договоре купли-продажи.

Термины группы **F** предусматривают, что продавец доставляет товар для перевозки в соответствии с инструкциями покупателя. Пункт, в который стороны предполагают осуществить поставку согласно термину **FCA**, вызывал затруднения из-за широкого разнообразия обстоятельств, которые могут встречаться в договорах, заключенных с этим термином. Так, товар может быть погружен на транспортное средство, присланное покупателем, чтобы забрать товар из помещений продавца; в других случаях товар может нуждаться в разгрузке с транспортного средства, присланного продавцом для доставки товара на терминал, названный покупателем.

Правила Инкотермс-2000 учитывают эти варианты, оговаривая, что в случае, когда местом, названным в договоре в качестве места доставки, является помещение продавца, поставка завершена, когда товар погружен на транспортное средство покупателя, а в других случаях поставка завершена, когда товар предоставлен в распоряжение покупателя без разгрузки с транспортного средства продавца. Опять же напомним, что Инкотермс — это только обычаи, а не четкие схемы, а следовательно — в большинстве случаев в договоре могут быть уточнения (например, в договоре может быть сказано, что поставка товаров из Германии осуществляется на условиях **FCA-Берлин**, а в дополнительных

условиях прописано, что обязательства поставщика выполнены, когда товар будет выгружен из транспортного средства на складе основного перевозчика).

Важное изменение имеет место в термине FAS в отношении обязанности очистить товар для экспорта, так как наиболее широко принято возлагать эти обязанности на продавца, а не на покупателя. Чтобы обеспечить должное внимание этому изменению, оно было выделено заглавными буквами в предисловии к термину FAS (в редакции Инкотермс-1990 обязанность по очистке товара для экспорта лежала на покупателе).

«С»-термины возлагают на продавца обязанность заключить договор перевозки на обычных условиях за свой собственный счет. Поэтому пункт, до которого он должен оплачивать транспортные расходы, обязательно должен быть указан после соответствующего С-термина (например: CIF-Прага). В соответствии с терминами CIF и CIP продавец должен застраховать товар и нести расходы по страхованию. Так как точка разделения расходов фиксирована в стране назначения, «С»-термины часто ошибочно считаются договорами прибытия, при которых продавец несет все риски и затраты, пока товар не прибыл фактически в согласованный пункт. Однако следует подчеркнуть, что «С»-термины имеют ту же природу, что и «F»-термины в том отношении, что продавец выполняет договор в стране отгрузки или отправки. Таким образом, договоры купли-продажи в соответствии с «С»-терминами, подобно договорам по «F»-терминам, попадают в категорию договоров отгрузки.

В природе договоров отгрузки заложено, что в то время как обычные транспортные расходы за перевозку товара по обычному маршруту и обычным способом до согласованного места должны оплачиваться продавцом, покупатель несет риски потери или повреждения товара, а также дополнительные расходы, возникающие вследствие событий, имеющих место после того, как товар был должным образом доставлен для перевозки. Таким образом, «С»-термины отличаются от всех других терминов тем, что они содержат две «критические» точки. Одна указывает точку, до которой продавец должен организовать транспорт и нести расходы согласно договору перевозки, а другая служит для перехода рисков. По этой причине максимальная осторожность должна быть соблюдена при добавлении продавцу обязательств, которые возлагаются на него после перехода риска за пределы вышеуказанной «критической» точки.

Сущностью «С»-терминов является освобождение продавца от любых дальнейших рисков и расходов после того, как он должным образом выполнил договор купли-продажи, заключив договор перевозки, передав товар перевозчику и обеспечив страхование в соответствии с терминами CIF и CIP. Сущность «С»-терминов как договоров отгрузки также может быть проиллюстрирована распространенным использованием документарных кредитов в качестве предпочтительного способа оплаты, используемого в таких случаях.

В случаях, когда стороны договора купли-продажи договорились, что продавец получит оплату при представлении в банк согласованных погрузочных документов по документарному кредиту, главной цели документарного кредита полностью противоречило бы, если бы продавец нес дальнейшие риски и расходы после момента получения оплаты по документарным кредитам или

после отгрузки и отправки товара.

Конечно, продавцу придется нести все расходы по договору перевозки, независимо от того, оплачен груз предварительно, после отгрузки или должен быть оплачен в месте назначения (фрагт подлежит уплате грузополучателем в порту назначения); однако, дополнительные расходы, которые могут возникнуть в результате событий, имевших место после отгрузки и отправки, обязательно оплачиваются за счет покупателя.

Если продавец должен обеспечить договор перевозки, который включает в себя оплату пошлин, налогов и других сборов, такие расходы, конечно, возлагаются на продавца в той степени, в какой они приписаны ему согласно договору. Теперь это четко сформулировано в условиях всех «С»-терминов. Если обычно заключается несколько договоров перевозки, связанных с перегрузкой товара в промежуточных пунктах для достижения согласованного места назначения, продавец должен оплачивать все эти расходы, включая любые возникающие расходы при перегрузке товара с одного транспортного средства на другое. Однако, если перевозчик использовал свои права — согласно договору перевозки — чтобы избежать непредвиденных препятствий (например, лед, забастовки, трудовые нарушения, правительственные постановления, война или военные действия), тогда все дополнительные расходы, вытекающие из этого, будут отнесены на счет покупателя, так как обязательство продавца ограничено обеспечением обычного договора перевозки.

Сборник Инкотермс-2000 требует предоставления продавцом покупателю «доказательства поставки», и продавец выполняет это требование, предоставляя «обычные» доказательства. В соответствии с терминами СРТ и СІР это будет коносамент (англ. bill of lading, В/L, BOL — документ, выдаваемый перевозчиком груза грузовладельцу; удостоверяет право собственности на отгруженный товар) или морская накладная. Транспортные документы должны быть «чистыми», что означает, что они не должны содержать оговорок или указания, констатирующие плохое состояние товара или упаковки. Если такие оговорки или указания появляются в документе, он считается «нечистым» и не принимается банками в операциях документарного кредита.

Однако следует отметить, что транспортный документ, даже не содержащий таких оговорок или указаний, обычно не предоставляет покупателю неопровержимого доказательства в отношении перевозчика, что товар был отгружен в соответствии с условиями купли-продажи. Обычно перевозчик в стандартном тексте на первой странице транспортного документа отказывается принять ответственность за информацию относительно товара, указывая, что подробности, включенные в транспортный документ, представляют собой лишь заявления грузоотправителя.

В соответствии с большинством применяемых законов и принципов, перевозчик должен, по крайней мере, использовать разумные способы проверки достоверности информации, и его неспособность сделать это не снимает с него ответственность перед грузополучателем. Однако в контейнерной торговле перевозчик не имеет способов проверки содержания контейнера, если только он сам не отвечал за загрузку контейнера.

Существуют только два термина, связанных со страхованием, а именно — CIF и CIP. В соответствии с этими терминами продавец обязан обеспечить страхование в пользу покупателя. В некоторых случаях стороны сами решают, желают ли они застраховать себя и в какой степени.

«D»-термины по природе отличны от «С»-терминов, так как в соответствии с «D»-терминами продавец отвечает за прибытие товара в согласованное место или пункт назначения на границе или в стране импорта. Продавец обязан нести все риски и расходы по доставке товаров от этого места. Таким образом, «D»-термины означают договоры прибытия, в то время как «С»-термины говорят о договорах отгрузки. В соответствии с «D»-терминами, за исключением DDP, продавец не обязан доставлять товар, очищенный для импорта в стране назначения.

Традиционно в соответствии с термином DEQ продавец был обязан очистить товар, так как товар должен был быть выгружен на пристань и таким образом ввезен в страну импорта. Но вследствие изменений в процедурах таможенной очистки в большинстве стран сейчас более уместно, чтобы сторона, постоянно проживающая в заинтересованной стране, осуществляла очистку и платила пошлины и другие сборы. Таким образом, изменение в термин DEQ было внесено по той же причине, что изменение в термине FAS, о котором говорилось выше.

Термин DDU был добавлен в версии Инкотермс-1990. Термин выполняет важную функцию в случаях, когда продавец готов доставить товар в страну назначения без очистки товара для импорта и оплаты пошлины. В странах, где таможенная очистка может быть затруднена и занимать много времени, продавцу может быть рискованно брать на себя обязательство доставить товар за пределы пункта таможенной очистки. Хотя в соответствии со статьями термина DDU покупатель должен нести дополнительные риски и расходы, которые могут вытекать из невозможности для него выполнить свои обязательства по очистке товара для импорта, продавцу рекомендуется не использовать термин DDU в странах, где возможно ожидать затруднений при очистке товара для импорта.

Проиллюстрируем это простым примером: в Германии закупается оборудование, которое должно быть доставлено в Сыктывкар прямым беспосадочным авиарейсом. В этом случае товар попадет на таможенную территорию Российской Федерации в Сыктывкаре (первое место посадки самолета). Однако в связи с метеоусловиями либо по техническим причинам самолет может совершить вынужденную посадку, например, в Москве. В этом случае товар будет выгружен из самолета и размещен на таможенный склад временного хранения (в Москве), в связи с чем у продавца и покупателя могут возникнуть определенные проблемы. Таким образом, если нет уверенности в том, что неожиданные форс-мажорные обстоятельства не приведут к разного рода затруднениям, лучше не рисковать и применить другие базисные условия поставки.

УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТРАКТНОЙ ЦЕНЫ

Во внешнеторговой деятельности имеется ряд особенностей в определении контрактных цен по сравнению с расчетом внутренних цен на товары предприятий и организаций. Имеется также и специфика в классификации цен и использовании специальной терминологии, применяемой при расчете цен на экспортные или импортные товары.

Цена товара — это количество денежных единиц определенной валютной системы, которое должен заплатить покупатель продавцу в указанной в контракте валюте за согласованную единицу измерения товара и принятые базисные условия поставок. Для установления цены товара в контракте купли-продажи определяются: единица измерения, за которую устанавливается цена, базис цены, валюта цены, способ фиксации цен и их уровень.

На выбор единицы измерения товара влияет характер товара и сложившаяся практика торговли им. Цена может быть установлена за одну штуку или определенное количество единиц. При поставках товара с разным качеством цена устанавливается за единицу товара каждого вида, сорта, типа, марки индивидуально, для чего зачастую используются спецификации. Если в основу цены положена весовая единица, необходимо уточнить характер веса (нетто, брутто) или сделать оговорку о включении в цену стоимости тары и упаковки.

В зависимости от способа фиксации выделяются такие виды цен: твердая, подвижная, с последующей фиксацией, скользящая.

Твердые цены чаще всего применяются в сделках с различными сроками поставки, но чаще всего при поставках в течение короткого времени. При этом цены после согласования не изменяются в ходе исполнения контракта.

Для установления **подвижной цены** в контракт следует внести оговорку, предусматривающую учет повышения или понижения цены на рынке к моменту исполнения контракта. Соответственно происходит и изменение контрактной цены.

Установленная в контракте цена за проданный товар не должна быть ниже определенного лимита в составленном и утвержденном руководством организации документе «Обоснование цены», а при закупке — выше лимита, определенного в документе «Конкурентный лист».

Цены с последующей фиксацией устанавливаются в назначенные договором сроки на основании согласованных источников: биржевых котировок, публикаций в специальных справочниках и журналах, а также цены, реально складывающейся на мировом рынке и вычисленной по достоверным конкурентным материалам.

Скользящая цена применяется в контрактах с длительными сроками поставок, в течение которых экономические условия производства существенно меняются. Скользящая цена состоит из двух частей: базовой, устанавливаемой на дату предложения и подписания контракта, и переменной, определяемой на период изготовления или поставки товаров.

Окончательно цену можно рассчитать по следующей формуле:

$$C_1 = C_0 \cdot \left(A + \frac{B \cdot M_1}{M_0} + \frac{D \cdot P_1}{P_0} \right) + \dots ,$$

где C_1 — окончательная цена, C_0 — базовая цена, A — коэффициент торможения, т. е. неизменяемая доля в переменной части цены (его величина обычно составляет от 0,1 до 0,2); B и D — доли, которые занимают в цене отдельные составляющие, например, стоимость материалов, стоимость рабочей силы; M_1 и M_0 — цены на материалы, используемые для продукции, на периоды их закупки поставщиком (M_1) и установления базовой цены (M_0); P_1 и P_0 — индексы заработной платы в момент исполнения и подписания контракта.

«+ ...» в формуле означает возможность учета и других компонентов, существенно влияющих на цену, например, топливо. Сумма всех коэффициентов ($A + B + D$) равна единице.

Большое практическое значение для участников международной торговли имеет приведение цены предложения к цене предстоящей сделки. Для этого осуществляется подбор конкурентных материалов с базисного рынка, на котором производится торговля аналогичными товарами.

Предварительные расчеты цен выполняются на основе следующих подходов:

- обоснование экспортных или импортных цен на базе достоверных конкурентных материалов по торговле аналогичным товаром;

- составление конкурентного листа на основе расчета цен в табличной форме с внесением нескольких поправок на составление технических характеристик, коммерческих условий и конкурентных материалов;

- выполнение сложных расчетов для определения поправок на техническое сопоставление, транспортировку, монтаж, техническое обслуживание.

В контракте может быть предусмотрено, что скольжение распространяется не на всю сумму издержек производства, а только на определенные их элементы. Может быть предусмотрено скольжение цены не на весь период действия контракта, а на более короткий срок.

Ориентиром при установлении уровня цены служат публикуемые и расчетные цены. К публикуемым ценам относятся, как правило, справочные цены, иногда цены фактических сделок, цены предложения крупных фирм.

Расчетные цены поставщика используются в контрактах на нестандартное специальное оборудование при изготовлении его по индивидуальному заказу. В связи с тем, что по целому ряду свойств, характеру исполнения, конструктивным особенностям такое оборудование не имеет аналогов, цены на него рассчитываются поставщиком для каждого конкретного заказа в разовом порядке.

КОНТРОЛЬ ИСПОЛНЕНИЯ КОНТРАКТА

Окончательный вариант контракта является результатом совместных усилий контрагентов, но непосредственно печатание текста обычно выполняет принимающая сторона.

Наиболее выгодной позицией обладает сторона, готовившая проект контракта для обсуждения, так как текст условий сформулирован в наиболее удобной для них редакции. Внесение изменений требует определенных усилий от второй стороны в связи с необходимостью быстрой и доказательной аргументации своих контрпредложений.

Принимающая сторона имеет также преимущества при уточнении различных новых предложений, выдвигаемых контрагентом, силами своих специалистов, находящихся под рукой руководителя переговоров. Имеется возможность оперативно обсудить новые идеи и первоначальные замыслы непосредственно с их разработчиками.

Сложнее складывается ситуация для приехавшей стороны. При необходимости отступления от согласованного проекта контракта очень важно, чтобы на завершающей стадии переговоров присутствовал либо глава фирмы, либо менеджер, обладающий достаточными полномочиями для внесения коррективов.

Подписание контракта осуществляется участниками переговоров, имеющими соответствующие права подписи коммерческих документов по должности или по доверенности. Каждая сторона обычно подписывает по одному оригиналу контракта. И, кроме того, принимающая сторона обеспечивает всех необходимым числом копий, которые могут понадобиться для организации исполнения контракта различными отделами. Оригинал контракта обязательно учитывается в плановом, валютно-финансовом отделах, бухгалтерии и сдается на хранение.

Исполнение контрактов обязательно планируется. Для исполнения сложных контрактов разрабатываются целевые планы мероприятий. Планирование исполнения выполняется на основе взаимной увязки этапов взаимоотношений различных предприятий, фирм со сроками выполнения заданий перед контрагентом.

В экспортном контракте непременно указывается только один срок его выполнения, а в плане исполнения импортного контракта может быть предусмотрено большое число промежуточных этапов. В планах по выполнению импортного контракта указываются сроки перевода аванса иностранному партнеру, сроки получения различного рода документации, подачи заявок и согласованных документов и т. д.

В целом же конкретизация планирования исполнения контрактов зависит от условий контрактов, от их вида, от особенностей организации внешнеторговой работы на предприятии, в фирме.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПЛАТЕЖИ

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ МЕЖДУНАРОДНЫХ РАСЧЕТОВ

Международные расчеты регулируются нормативными национальными законодательными актами, международными банковскими правилами и обычаями.

Международные платежи осуществляются в различных валютах. При этом контрактом могут быть предусмотрены разные валюта цены и валюта платежа. Указание цены в одной валюте с требованием оплаты в другой валюте может преследовать цель защитить продавца или покупателя от колебаний курса валюты платежа, удобной для совершения сделки.

Во внешнеэкономической деятельности могут быть использованы следующие формы международных расчетов: наличный расчет, расчет по открытому счету, аккредитивы и инкассо. Товар может быть оплачен банковским переводом, векселем, чеком.

Под **наличным расчетом** (осуществляемым как правило банковским переводом) подразумевается полная оплата товара до срока или в момент перехода товара либо товаросопроводительных документов в распоряжение покупателя (возможны и авансовые платежи).

Авансы бывают следующих видов:

- денежная сумма, получаемая для покрытия расходов, в том числе командировочных, при выполнении поручений агентом, поверенным, командированными сотрудниками;

- денежная сумма, предназначенная для платежей за материальные ценности, выполненные работы, услуги. При этом размер аванса, как правило, составляет 10 — 15 % суммы всего платежа. Аванс засчитывается либо полностью при окончательном расчете, либо частями в случае оплаты отдельных партий товаров или этапов работ.

Расчеты кредитные представляют собой расчеты, связанные с предоставлением кредита, его погашением и уплатой процентов. Основные формы кредита: финансовый и товарный. Финансовые кредиты предоставляются в виде денежных займов импортерам на оплату приобретаемых товаров. Более распространена товарная форма кредита, при которой экспортеры предоставляют отсрочку платежей за поставленные товары.

В международной торговой и банковской практике значительное место занимают **расчеты в форме открытого счета**. Это наиболее простой, самый дешевый, но в то же время крайне рискованный способ получения экспортной выручки. Особенность данной формы расчетов состоит в том, что движение товаров опережает движение валютных средств, принимая форму своеобразного коммерческого кредита. При этом в некоторых случаях экспортер односторонне кредитует импортера. Более того, товаросопроводительные документы поступают к последнему напрямую, минуя банк. Как следствие, весь контроль

за своевременностью платежей ложится на плечи участников сделки, в первую очередь на экспортера. С этой точки зрения расчеты по открытому счету наиболее выгодны для покупателя-импортера, так как он получает отсрочку платежа за фактически поставленный товар, а процент за предоставляемый кредит при этом отдельно не взимается. К тому же для него практически полностью нивелируются риски оплаты не поставленного товара либо поставки продукции ненадлежащего качества или количества. Следует отметить, что для экспортера эта форма расчетов менее выгодна, поскольку не содержит никакой надежной гарантии платежа от импортера. По сути, поставщик вынужден безоговорочно полагаться на платежеспособность и расчетную дисциплину покупателя, так как полностью передает ему все юридические права на товар вместе с товарораспорядительными документами.

При использовании открытого счета покупатель осуществляет платеж за товар или услугу через определенный период времени после поставки, а контрагенты ведут так называемый взаимный учет сумм текущей задолженности друг перед другом. Поэтому открытый счет используют, как правило, компании, связанные уже долговременными торговыми отношениями. Это могут быть традиционные бизнес-партнеры, ТНК с ее заграничными филиалами по экспортным поставкам, аффилированные или смешанные фирмы с участием организации-продавца. Открытый счет применяют также в тех случаях, когда предприятие расплачивается за товары, отправляемые на консигнацию для продажи со склада.

Технология осуществления расчетов по открытому счету может быть представлена следующим образом: экспортер отгружает товар импортеру и отдельно, предположим по почте, высылает товарораспорядительные документы: счета, железнодорожные накладные или коносаменты, сертификаты и проч. После этого он заносит сумму отгруженного товара в дебет открытого на покупателя счета. Импортер совершает такую же запись в кредит счета экспортера.

В обусловленный контрактом срок, обычно не превышающий одного месяца, после выверки расчетов производится окончательное погашение задолженности по открытому счету. К примеру, покупатель оплачивает поставку банковским переводом или чеком. Либо при условии предоставления кредита импортер осуществляет акцепт тратты экспортера — выставляет на его имя простой вексель. После этого обе стороны контракта совершают компенсирующие проводки и «закрывают» сделку.

На практике порядок погашения задолженности по открытому счету зависит от соглашения между контрагентами. Так, например, при регулярных поставках компании могут договориться, что расчеты между ними будут производиться не по каждой отдельной партии товаров, а в определенные сроки — конец или начало месяца, квартала. Возможен еще более сложный вариант взаимодействия партнеров, когда поставки продукции осуществляются и той, и другой стороной контракта. В данном случае происходит двустороннее кредитование и зачет взаимных требований, которые отражаются на едином счете или контокорренте. Фирмы могут зачесть взаимные требования и на безвалютной основе.

Большое распространение в практике международных расчетов получила **аккредитивная форма**, представляющая собой обязательство покупателя открыть в определенном банке-эмитенте аккредитив (денежный документ) в пользу продавца на оговоренную сумму и в установленный срок.

Документарный аккредитив — обязательство банка произвести по просьбе и в соответствии с указаниями импортера платеж экспортеру (при наличных расчетах) или акцептовать тратту, выставленную экспортером (при расчетах в кредит), в пределах суммы и срока и против предусмотренных документов (коносаменты, страхового полиса, счета-фактуры).

По операциям с аккредитивами все заинтересованные стороны имеют дело только с документами, но не с товарами или другими видами исполнения обязательств, к которым могут относиться документы.

Аккредитивная форма расчетов имеет существенные преимущества для экспортеров, так как они имеют возможность получить оплату за поставленные товар в короткий срок.

Импортер должен произвести оплату либо за счет собственных средств, либо за счет банковского кредита. При этом возникают расходы на уплату банковской комиссии, открытию и продлению аккредитива, его операционному ведению.

Для удобства работы с товарами, если трудно установить объем и стоимость каждой партии, покупатель может открыть делимый аккредитив с правом частичных отгрузок, что позволяет оплачивать каждую часть поставки.

При равномерных поставках товаров, растянутых во времени, выгодно открывать аккредитивы на суммы, автоматически пополняемые по мере осуществления расчетов за очередные партии товаров. Такие аккредитивы называются револьверными.

Важным элементом аккредитивной формы расчетов является срок открытия и срок действия аккредитива. Аккредитивы, как правило, открываются заблаговременно перед отгрузкой товара. Экспортер стремится достигнуть более ранних сроков открытия при длительном сроке его действия. Важно предусмотреть различные санкции за несвоевременное открытие аккредитива импортером, что влечет за собой убытки из-за расходов по хранению товаров и приводит к замедлению оборачиваемости средств экспортера.

Все расходы, связанные с проведением аккредитивной операции, несет импортер. Это условие в контракте должно быть предусмотрено.

Инкассовая форма расчета реализуется при посредничестве двух банков-корреспондентов: инкассирующего банка экспортера и банка-плательщика импортера. Инкассо означает операции, осуществляемые банками на основании полученных инструкций, с документами с целью получения акцепта или платежа, выдачи коммерческих документов, против акцепта или против платежа, выдачи документов на других условиях. Во внешнеторговой деятельности акцепт покупателем полученного предложения или акцепт продавцом полученного заказа означает заключение сделки. Документарное инкассо во внешнеторговой деятельности представляет собой обязательство банка по поручению экспортера получить от импортера сумму платежа по контракту против передачи

последнему документов и перечислить ее экспортеру.

Для импортера инкассовая форма расчетов выгодна относительной простотой в оформлении, а также она обычно не требует предварительных действий от импортера, его банка или банка экспортера.

Использование инкассовой формы расчетов дает возможность импортеру добиться экономии валютных ресурсов. Однако для российской организации-экспортера инкассовая форма расчетов дает всего лишь гарантию в том, что импортер получит товар только после его оплаты или акцепта тратты. Довольно часто доставка товара опережает поступление документов в банк, поэтому желательно передавать импортеру оригинал товарораспорядительного документа (коносамент) до оплаты товара для устранения простоя судов и возможной порчи груза.

Возможно также получение товара под сохранную расписку или банковскую гарантию в пользу перевозчика, но, чтобы импортер не смог владеть товаром до его оплаты, коносамент необходимо выписывать в пользу банка-гаранта.

Банковская гарантия для экспортера необходима из-за ненадежности в оплате документов по двум основным причинам:

- импортер может оказаться неплатежеспособным на момент их появления в банке;

- импортер может отказаться от оплаты документов. Такое действие чаще всего возникает в случае понижения цены на мировом рынке по отношению к контрактной. Поэтому импортер стремится избавиться от ставшей невыгодной сделки.

Российские организации-экспортеры, обеспечивая платежи по инкассовой банковской гарантией, должны одновременно вносить соответствующие указания в инкассовое поручение, соблюдая при этом, чтобы срок гарантии покрывал срок оплаты документов, а сумма гарантии обеспечивала сумму представленных к оплате документов.

КРЕДИТОВАНИЕ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ И МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРОЕКТОВ

Важным условием успеха кредитных отношений является гарантирование платежей за поставленные товары. В международной торговле наиболее распространенной формой является вексельная.

Акцепт векселя означает, что должник принимает на себя обязательство выплатить указанную в нем сумму по истечении указанного в нем срока. Они могут передаваться от одного векселедержателя к другому, при этом на оборотной стороне наносится надпись (индоссамент) с указанием или без указания имени нового держателя.

Юридическое или физическое лицо, которому передается вексель, может потребовать банковской гарантии оплаты (авалья) векселя. Российские внешне-

торговые контрагенты практикуют для расчетов переводные векселя (тратты). Тратта выписывается кредитором (трассантом) и является приказом должнику (трассату) уплатить в установленный срок указанную сумму трассанту или векселедержателю (ремитенту), которым обычно является банк кредитора.

В России акцепт применяется как согласие на оплату расчетных и товарных документов. Экспортер выписывает счет и платежное требование на имя импортера и передает их своему банку, который уведомляет о них плательщика. Плательщик обязан в течение трех дней сообщить банку о своем отказе от акцепта. Отказ от акцепта может быть полным или частичным. Платежное требование считается акцептованным, если в установленный срок не предъявлен мотивированный отказ в письменной форме.

Важной формой гарантирования кредитных обязательств являются гарантии банков, которые являются письменными обязательствами банков выполнить платежные обязательства своих клиентов. В международной торговле нередко применяется такой вид кредитных расчетов, как акцептно-рамбурсный кредит. Он является краткосрочным банковским кредитованием торговых операций, осуществляемым на основе переводного векселя, выставяемого экспортером на банк, указанный импортером. Учитывая этот вексель до его акцепта в своем банке, экспортер получает платеж наличными за проданный им товар.

Учтенный товар вместе с товаросопроводительными документами пересылается банку, на который выставлен вексель, и после акцепта вексель возвращается банку, произведшему его учет. После этих действий банк может получить выплаченную сумму на основе его переучета. Товаросопроводительные документы передаются банком-акцептантом импортеру против соответствующего обязательства об уплате ему суммы, указанной в векселе. Данный вид платежей является довольно удобным для экспортера, так как позволяет ему получить оплату за реализованный товар в сравнительно короткий срок.

Во внешнеторговых операциях довольно часто осуществляются расчеты чеками. **Чеки** — это письменные распоряжения покупателей или заказчиков своим банкам в выплате указанных в них сумм предъявителям или по их приказу другим лицам (ордерные чеки). При нанесении на ордерных чеках передаточной надписи (индоссамент) они могут переходить к другому держателю.

При расчетах банковскими переводами экспортеры направляют импортерам счета и другие документы за поставленные товары. На основании этих документов плательщики направляют в свои банки платежные поручения на перевод денег на счета экспортеров или кредиторов.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ И ЕЕ ОСОБЕННОСТИ

Специфическая особенность услуги как товара состоит в том, что она не имеет вещественной формы, а выступает как результат определенной деятельности.

Вместе с рынком товаров, капиталов, рабочей силы имеется и мировой рынок услуг. Находящиеся на рынке услуги разнообразны и распадаются на отдельные узкие рынки: факторинга, транспортных перевозок, туризма, банковских операций и др. В сфере услуг размещено 40 % объема иностранных прямых инвестиций в мировой экономике. Причинами роста спроса на услуги, как показывает опыт развитых стран, являются высокая степень зрелости экономики и высокий уровень жизни людей.

Особенности торговли услугами, по сравнению с торговлей товарами, заключаются в следующем. Услуги, в отличие от товаров, производятся и потребляются одновременно и не нуждаются в хранении; большинство услуг основано на непосредственном прямом контакте между их производителями и потребителями (за исключением услуг, оказываемых с помощью ЭВМ). Торговля услугами тесно связана с торговлей товарами, особенно ЭВМ, машинами, оборудованием, и способствует расширению продажи этих товаров. Сфера услуг лучше защищена государством от иностранной конкуренции. Во многих странах госсектором реализуются в значительном объеме такие услуги, как финансовые и страховые, транспорт, связь, наука, образование и медицина.

Не все виды услуг можно широко использовать на международном рынке, например коммунальные, бытовые; но их наличие в стране (медицина, образование, культура, спорт и т. д.) могут привлечь иностранцев.

Россия и страны СНГ обладают большими потенциальными резервами для развития услуг, но росту экспорта мешает слабая материально-техническая база этой сферы деятельности. Главной формой поставок услуг за границу является открытие там филиалов.

В России есть возможности роста услуг на основе развития туризма, транспорта, а также инженерно-консультационных и строительных работ. Однако следует учитывать и конкуренцию со стороны стран Западной Европы.

ЛИЗИНГ

Во внешнеэкономической деятельности в той или иной степени получили распространение все виды сделок, осуществляющихся в обычной экономической жизни предприятий. Внешнеэкономическая деятельность включает в себя не только куплю-продажу, но и аренду, т. е. сдачу внаем имущества иностранному контрагенту. Одна из сторон сделки — арендодатель — предоставляет другой стороне — арендатору — предмет аренды в исключительно пользование на установленный срок за определенное вознаграждение. Наибольшее распространение в международной коммерческой практике приобрела долгосрочная аренда, или лизинг.

Под лизингом понимается аренда основных средств производства, а также других товаров для их использования в производственных целях арендатором, в то время как сами товары и средства производства покупаются арендодателем и он сохраняет право собственности на них до конца сделки. В

большинстве случаев лизинг представляет собой специфическую форму финансирования вложений на приобретение оборудования, недвижимого имущества и других элементов основного капитала.

Объектами лизинга являются чаще всего стандартное промышленное оборудование (включая комплектное), авиационные двигатели, самолеты, суда, автотранспортные средства, электронно-вычислительные машины и др.

В сравнении с операциями по купле-продаже машин и оборудования, лизинг имеет следующие преимущества:

- позволяет гибко реагировать на изменения конъюнктуры, оперативно обновлять основной капитал, не производя крупных разовых инвестиций;
- обеспечивает стопроцентное финансирование сделки, тогда как обычное кредитование предусматривает, как правило, частичную оплату наличными;
- дает возможность мелким производителям, не имеющим наличных средств, использовать необходимое им оборудование, не приобретая его в собственность;
- в случае международных операций позволяет арендатору пользоваться налоговыми льготами (если они есть) страны арендодателя, что достигается путем снижения процентных ставок;
- освобождает арендатора от процедур и расходов, связанных с владением имуществом, поскольку юридически собственником является арендодатель;
- для бухгалтерского учета лизинг удобен тем, что арендуемое оборудование не берется на баланс предприятия, а арендные платежи рассматриваются как текущие расходы.

Существуют две разновидности лизинговых операций: финансовый лизинг и оперативный лизинг.

Финансовый лизинг характеризуется средне- и долгосрочным характером контрактов, амортизацией полной или большей части стоимости оборудования. По истечении срока действия контракта арендатор может вернуть объект аренды арендодателю, либо продлить соглашение, либо купить объект лизинга по остаточной стоимости. Последний вариант равносителен долгосрочному кредитованию покупки, отличаясь от обычной сделки купли-продажи моментом перехода права собственности на объект сделки к потребителю. Эта сделка представляет собой арендную сделку на срок, близкий к сроку службы оборудования, в течение которого происходит полное возмещение всех расходов арендодателя и обеспечение ему установленной прибыли за счет арендных отчислений. Особенностью финансового лизинга является невозможность расторжения договора в течение так называемого основного срока аренды, т. е. срока, необходимого для возмещения расходов арендодателя. Расходы обычно включают капитальные затраты на приобретение оборудования, выплату процентов и других финансовых, накладных, страховых и прочих издержек арендодателя.

В сделке финансового лизинга участвуют три стороны: арендатор, арендодатель и поставщик оборудования. Арендодатель, который выполняет в этой сделке чисто финансовые функции, заключает договор о лизинге с арендатором и контракт на закупку оборудования — с поставщиком. Сдаваемое в аренду оборудование остается собственностью арендодателя, арендатор имеет лишь

право на его временное использование. Арендатор и поставщик оборудования не связаны между собой договорными отношениями, однако выбор оборудования, его приемка и прочие формальности осуществляются арендатором (он же выбирает поставщика). Арендодатель не несет ответственности за работу оборудования и не предоставляет соответствующих гарантий. Техническое обслуживание, текущий ремонт оборудования и т. п. производятся обычно арендатором.

Финансовый лизинг может быть более привлекателен для потребителя по сравнению с кредитом банка, хотя процентная ставка за банковский кредит может быть ниже ставки, взимаемой при лизинге. Это объясняется тем, что при лизинге в первые годы арендные платежи меньше, чем суммы, выплачиваемые в погашение кредита.

Оперативный лизинг представляет собой сделку, не предполагающую компенсацию затрат арендодателя, связанных с приобретением сдаваемого в аренду оборудования, в течение основного срока аренды. Эта сделка характеризуется более коротким, чем жизненный цикл изделия, сроком контракта, и неполной амортизацией оборудования за время аренды, после чего оно может быть вновь сдано в аренду или возвращено арендодателю. Этот вид аренды предлагается, как правило, производителями оборудования, торговыми компаниями или их дочерними лизинговыми компаниями.

Сроки этой сделки, как правило, значительно меньше сроков физического износа оборудования, что предполагает неоднократную сдачу в аренду предмета оперативного лизинга. В оперативном лизинге арендные ставки обычно выше, чем в финансовом, поскольку арендодатель, не имея гарантий полной окупаемости затрат, вынужден учитывать возможный коммерческий риск, повышая цены на услуги.

Арендаторы, напротив, с помощью оперативного лизинга пытаются избежать рисков, связанных с владением имуществом (например, быстрым моральным устареванием оборудования, снижением прямых и косвенных производственных затрат, вызванных чаще всего ремонтом или простоем техники).

Оперативный лизинг бывает предпочтительнее:

- когда предполагаемые доходы от использования арендуемого оборудования не окупают его первоначальной цены;
- арендованное оборудование требуется на небольшой срок (сезонные работы);
- арендованное оборудование требует специального технического обслуживания;
- арендуется новое, непроверенное оборудование.

В рамках международного лизинга выделяют прямой зарубежный лизинг, т. е. арендную сделку между юридическими лицами различных стран, и косвенный зарубежный лизинг, в котором арендатор и арендодатель являются юридическими лицами одной страны, но капитал последнего частично принадлежит иностранным фирмам либо арендодателем выступает дочерняя компания иностранной фирмы. Сейчас большая часть сделок приходится на косвенный лизинг, который контролируется в основном транснациональными банками и кор-

порациями. Прямой зарубежный лизинг подразделяется на сделки, в которых лизинговая компания покупает оборудование у национальной фирмы, а затем предоставляет его арендатору за границей (экспортный лизинг), а также сделки, в которых арендодатель покупает оборудование у иностранной фирмы, а затем предоставляет его отечественному арендатору (импортный лизинг).

Качество лизинговых услуг определяется несколькими факторами, прежде всего качеством оборудования и качеством самой услуги. В последнем случае принимается во внимание знание юридических, налоговых и бухгалтерских стандартов страны-партнера, позволяющее принять оптимальное решение, а также понимание специфики рынка арендных услуг (лизинговые ноу-хау).

Качество вспомогательных услуг включает техническое обслуживание и специальный сервис (страхование и регистрация оборудования, получение экспортной лицензии, оформление финансовых документов и т. д.).

МЕТОДЫ РАСЧЕТА ЛИЗИНГОВЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

Под *лизинговыми платежами* понимается общая сумма, выплачиваемая лизингополучателем лизингодателю за предоставленное ему право пользования имуществом — предметом договора лизинга.

В лизинговые платежи включаются: амортизация лизингового имущества за весь срок действия договора лизинга; компенсация платы лизингодателя за использованные им заемные средства (за исключением лизинга, проводимого за счет собственных средств); лизинговая премия лизингодателя (комиссионное вознаграждение); плата за дополнительные услуги, предоставляемые лизингодателем, например по договору страхования, а также стоимость выкупаемого имущества, если выкуп и порядок выплат стоимости в виде долей в составе лизинговых платежей предусмотрены договором.

При начислении лизинговых платежей стороны могут выбрать один из трех методов:

- стандартный — оплата всего комплекса услуг, предоставляемых лизингодателем в соответствии с моментом их возникновения. Обычно применяется при расчете лизинговых платежей методом потока денежных средств (ПДС);
- равных платежей — оплата всей суммы лизинговых платежей равными частями в течение всего срока договора с периодичностью, оговоренной сторонами в договоре (применяется при методе составляющих и методе аннуитетов). Следует отметить, что данный способ начисления может применяться при использовании линейного способа расчета амортизационных отчислений, в то время как при нелинейных способах начисления амортизации возникает необходимость производить оплату в соответствии с фактическим возникновением затрат, что приближает данный метод к методу ПДС;
- с авансом — внесение лизингополучателем авансового платежа при заключении договора; в дальнейшем выплаты осуществляются в соответствии с одним из вышеописанных способов.

Периодичность выплат и сроки внесения платежей устанавливаются

договором лизинга (ежегодно, ежеквартально, ежемесячно, еженедельно). При этом договором может быть предусмотрено изменение размера лизинговых платежей, но не чаще чем один раз в три месяца.

Способы уплаты определяются соглашением сторон и могут осуществляться равными долями в уменьшающихся или увеличивающихся размерах.

Основными методами расчета лизинговых платежей, применяемыми на практике, являются:

- метод потока денежных средств (ПДС);
- метод составляющих;
- метод коэффициентов (аннуитетов).

Метод ПДС — это метод расчета, при котором лизинговый платеж определяется посредством суммирования отдельных агрегатов за каждый расчетный период. Отличительной особенностью этого метода является то, что при методе составляющих наиболее часто применяется способ равных платежей, а в методе ПДС лизинговый платеж формируется на основании фактических затрат, понесенных в данном периоде (стандартный способ).

Расчет лизинговых платежей. Общая формула для расчета лизинговых платежей имеет следующий вид и применяется, если расходы по уплате налога на имущество уже заложены в лизинговой премии лизингодателя (поскольку лизингодатель как собственник имущества является плательщиком данного налога):

$$S_{\text{лп}} = \text{АО} + \text{ПК} + \text{ЛП} + \text{ДУ} + \text{НДС},$$

где $S_{\text{лп}}$ — общая сумма лизинговых платежей; АО — величина амортизационных отчислений, причитающихся лизингодателю; ПК — плата за использованные кредитные ресурсы; ЛП — лизинговая премия лизингодателю за предоставление имущества; ДУ — плата лизингодателю за дополнительные услуги, предусмотренные договором лизинга; НДС — налог на добавленную стоимость, уплачиваемый лизингополучателем по услугам лизингодателя; не уплачивается, если организация соответствует требованиям, указанным в ст. 145, части II Налогового кодекса РФ.

Если же расходы по уплате налога на имущество не включены в лизинговую премию, то формула для расчета лизинговых платежей будет иметь следующий вид:

$$S_{\text{лп}} = \text{АО} + \text{ПК} + \text{ЛП} + \text{ДУ} + \text{НИ} + \text{НДС},$$

где НИ — сумма налога на имущество.

В связи с тем, что закон о финансовой аренде (лизинге)⁴ предусматривает возможность долговременного определения сроков и размеров уплаты лизинговых платежей, целесообразно рассчитать общую сумму выплат по договору лизинга, хотя в большинстве случаев выплаты осуществляются в сроки, совпа-

4 Федеральный закон № 164-ФЗ от 29.10.1998 в ред. Федерального закона от 29.01.2002 № 10-ФЗ.

дающие с выплатами по кредиту.

Расчет амортизационных отчислений. Амортизационные отчисления (АО) рассчитываются в зависимости от того, какой метод амортизации выбран. Так, ПБУ 6/01⁵, предусматривает следующие варианты уплаты амортизационных отчислений:

- линейный способ — применяется для объектов основных средств, у которых главными факторами, ограничивающими срок их полезного использования, являются время использования и относительно постоянный объем выполняемых периодических работ;
- способ уменьшаемого остатка — использование этого способа оправдано по таким основным средствам как вычислительная техника, средства связи, машины и оборудование малых и недавно образованных предприятий, у которых нагрузка на объекты основных средств приходится на первые годы работы;
- способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования — применяется в случаях, если: стоимость объектов уменьшается в зависимости от срока их полезного использования; быстро наступает моральный износ основных средств; расходы на восстановление объекта увеличиваются с увеличением срока его службы;
- способ списания стоимости пропорционально объему продукции — применяется для объектов основных средств, критерием отбора которых является периодичность их использования. Это относится ко многим транспортным средствам (амортизация по которым зависит от величины пробега, летных часов, количества взлетов и посадок и т. п.), а также к горнодобывающему оборудованию, амортизация по которому зависит от объема добычи. Для таких объектов определяется сумма амортизации на единицу работ или услуг.

Предприятие может само определять срок службы имущества, но для единообразного расчета амортизационных отчислений в бухгалтерском и налоговом учете необходимо использовать сроки, установленные п. 3 ст. 258 Налогового кодекса РФ, где имущество, исходя из полезного срока его использования, разделено на группы. Перечень активов, принадлежащих каждой группе, приведен в Классификации основных средств⁶. Коэффициент ускоренной или замедленной амортизации применяется на основании закона о финансовой аренде (лизинге). Используя нелинейные методы амортизации, необходимо учитывать, что при их применении нельзя использовать коэффициент ускорения амортизации для 1 — 3 групп основных средств.

В соответствии с п. 3 ст. 25 Налогового кодекса РФ, амортизация на основные фонды, принадлежащие 8 — 10 группам, исчисляется только линейным способом.

Способ списания стоимости пропорционально объему продукции используется в лизинговой практике достаточно редко, поскольку лизингодатель неохотно берет на себя дополнительные риски, связанные с особенностями

5 Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» (ПБУ 6/01): утв. приказом Минфина РФ от 30.03.2001 № 26н

6 Постановление Правительства РФ от 1 января 2002 г. № 1 «О классификации основных средств, включаемых в амортизационные группы».

технологических и конъюнктурных колебаний. Поскольку лизингодатель часто работает за счет заемных средств и это вынуждает его осуществлять платежи равномерно, то любой спад в сумме лизинговых платежей лизингополучателя может привести к потере ликвидности лизингодателя.

Расчет платы за использованные кредитные ресурсы. Формула для расчета платы за предоставленные кредитные ресурсы (ПК) имеет следующий вид:

$$ПК = КР \cdot L / m \cdot СТ / 100;$$

где ПК — плата за использованные кредитные ресурсы; КР — тело кредита, руб.; СТ — годовая ставка за пользование кредитом, %; L — длительность периода, дней; m — период сделки, дней.

Плата за использованные кредитные ресурсы может соотноситься либо с суммой непогашенного кредита, либо со средней за период стоимостью оборудования:

$$КР = (ОСн + ОСк) / 2 \cdot Q,$$

где КР — кредитные ресурсы, используемые на приобретение предмета лизинга, плата за которые взимается в данном периоде; ОСн — расчетная остаточная стоимость имущества на начало периода; ОСк — расчетная остаточная стоимость имущества на конец периода; Q — коэффициент, учитывающий долю заемных средств. Если на приобретение имущества используются только заемные средства, то $Q = 1$.

Расчет лизинговой премии. По соглашению сторон лизинговая премия устанавливается:

- в виде фиксированной суммы;
- в процентном выражении от стоимости контракта (имущества);
- в процентном выражении от средней остаточной стоимости имущества за период;
- в процентном выражении от остаточной стоимости имущества;
- в виде суммы, подлежащей оплате в данном периоде, а именно платы за кредитные ресурсы, дополнительные услуги и амортизацию.

Расчет фиксированной лизинговой премии не представляет сложности. Для того чтобы определить размер выплаты в период (при условии, что выплаты осуществляются равными долями), необходимо разделить указанную сумму на число периодов.

Сумма лизинговой премии, подлежащей в течение периода оплате за кредитные ресурсы, дополнительные услуги и амортизацию, исчисляется по формуле:

$$ЛП = (АО + ПК + ДУ)(p / 100),$$

где ЛП — лизинговая премия; АО — амортизационные отчисления; ПК — плата по кредиту; ДУ — плата за дополнительные услуги; r — ставка вознаграждения лизингодателя, устанавливаемая в процентах от полагающихся выплат в данном периоде.

Расчет платы за дополнительные услуги. К дополнительным услугам обычно относят страхование предмета лизинга, оплату затрат на транспортировку и монтаж оборудования. Лизинговая компания по закону не обязана страховать предмет лизинга, но если по обоюдному согласию сторон было принято решение о страховании, то данные расходы будут включены в лизинговые платежи. Плата за дополнительные услуги в расчетном периоде может рассчитываться как процент от стоимости имущества по договору (например, страхование) или как фиксированные платежи, величина каждого прописывается в договоре лизинга. На практике возможно сочетание различных методов (определение стоимости дополнительной услуги на основе остаточной стоимости имущества, на основе среднегодовой стоимости имущества и т. д.).

Основным отличием международного лизинга от внутреннего является субъектный состав сделки. При международном лизинге одна из сторон является нерезидентом и, следовательно, возникает необходимость уплаты таможенных платежей. Основной сложностью для расчета является определение условий поставки предмета лизинга. Наиболее простая ситуация возникает, когда таможенную очистку оборудования проводит лизингодатель. В этом случае таможенные платежи просто увеличивают стоимость предмета лизинга и оплачиваются лизингополучателем в составе амортизационных отчислений, которые соответственно увеличиваются на размер таможенных выплат (пошлин, сборов и др.). Более сложная ситуация возникает, когда таможенную очистку проводит лизингополучатель. В соответствии с п. 3 ст. 34 закона о лизинге, таможенные платежи начисляются на полную таможенную стоимость имущества. При этом на момент ввоза предмета лизинга платежи начисляются только на сумму оплаченной части таможенной стоимости имущества. В дальнейшем уплата таможенных платежей производится одновременно с лизинговыми платежами или в течение 20 дней с момента их получения. Общая формула для расчета лизинговых платежей при международном лизинге будет иметь следующий вид:

$$S = AO + TP + PK + LP + DU + НДС,$$

где АО — амортизационные отчисления; ТП — таможенные платежи; ПК — плата по кредитам; ЛП — лизинговая премия; ДУ — плата лизингодателю за дополнительные услуги.

Таможенные платежи начисляются на сумму таможенной пошлины, а НДС — с учетом таможенных платежей, которые увеличивают налогооблагаемую базу.

При ввозе товаров, являющихся предметами международного лизинга, таможенные платежи взимаются в соответствии с порядком, предусмотренным таможенным режимом.

Расчет лизинговых платежей как неотъемлемая часть лизинговой сделки

требует во внешнеэкономических контрактах особого внимания.

НОУ-ХАУ

Важной частью внешнеэкономической деятельности является обмен в виде знаний, опыта и научно-технической информации. Этот обмен в чистом виде представляет собой ноу-хау. **Ноу-хау** (англ. know-how — знаю, как) — комплекс технических знаний и коммерческих секретов.

Ноу-хау технического характера включает в себя:

- опытные незарегистрированные образцы изделий, машины и аппараты, отдельные детали, инструменты, приспособления и пр.;
- техническую документацию — формулы, расчеты, планы, чертежи, результаты опытов, перечень и содержание проведенных научно-исследовательских работ и их результаты, расчеты применительно к конкретному производству или технологии, учебные планы для подготовки персонала;
- инструкции, содержащие данные о конструкции, изготовлении или использовании продукта; производственный опыт, описание технологий; практические указания по дизайну; технические рецепты, данные по планированию и управлению производством;
- знания и навыки в области бухгалтерской, статистической и финансовой отчетности, правовой и экономической работы;
- знание таможенных и торговых правил;
- и др.

К ноу-хау коммерческого характера относятся:

- адресные банки данных;
- картотеки клиентов;
- картотеки поставщиков;
- данные об организации и эффективности производства, объеме выпуска продукции;
- данные по организации сбыта и распространения продукции;
- методы и формы рекламы;
- данные об обучении персонала и др.

В отличие от секретов производства, ноу-хау не патентуется, поскольку в значительной части состоит из определенных приемов, навыков и т. п. Ноу-хау определенного производственного процесса является собственностью того или иного юридического или физического лица и соответственно становится предметом купли-продажи. Как правило, ноу-хау в качестве товара сопутствует продаже патентов и лицензий, являясь как бы продолжением к ним, но может реализовываться и самостоятельно.

Определенной спецификой в области лицензионных операций обладают сделки по передаче ноу-хау. Торговля ноу-хау может осуществляться как в рамках специально заключаемых сделок, так и являться элементом комплексной сделки. Договор о передаче ноу-хау предполагает обязанность экспортера предоставить техническую информацию в предусмотренной форме для использования импортером за определенное вознаграждение. Основной областью дан-

ной сделки является передача информации, а дополнительной — техническая помощь в использовании информации, поставка в ряде случаев машин и оборудования и др.

Проблемой этой сделки является четкое установление самого наличия информации типа ноу-хау в комплексной сделке. Признаком ноу-хау является неизвестность технического знания, полезность его для решения хозяйственных задач.

По контракту ноу-хау могут передаваться в следующих формах:

- технической документации, включая чертежи, рабочие проекты, схемы, технико-экономическое обоснование, статистические расчеты, формулы, рецепты и т. д.;

- устной информации и показа;

- изготовления образцов технических объектов.

Поскольку при продаже ноу-хау экспортер стремится сообщить минимум информации о сути ноу-хау, а импортер, напротив, хочет узнать о нем как можно больше, то это часто приводит к срыву переговоров. Выходом из этой ситуации становится двухэтапное заключение сделки по продаже ноу-хау. На первом этапе стороны заключают опционное соглашение, по которому экспортер передает своему потенциальному покупателю информацию, достаточную для оценки выгоды приобретения ноу-хау, в обмен на уплату опциона (обычно 10 % стоимости будущей лицензии). В дальнейшем, если стороны заключают договор по продаже ноу-хау, стоимость опциона засчитывается как первый платеж по сделке, а если покупатель отказывается от покупки ноу-хау, опцион остается у продавца.

Существует несколько способов оплаты ноу-хау. Основные из них:

- роялти — постепенные выплаты пропорционально определенным показателям в ходе его использования. Роялти обычно начисляется с привязкой к показателям роста прибыли или роста выпуска готовой продукции. Форма расчета от суммы продаж применяется тогда, когда реальную прибыль оценить сложно;

- паушальный платеж — единовременный, оговоренный заранее платеж. Паушальные платежи применяются, когда сложно спрогнозировать эффект действия ноу-хау или стоимость лицензии невысокая. Паушальные платежи чаще всего применяются в непроизводственной сфере. По существу, они представляют собой фактическую цену лицензии;

- кост плас (англ. cost plus — цена плюс) — выплаты за дополнительные услуги по согласованным расценкам сверх оговоренной цены.

Одной из возможных форм паушальных платежей является следующая: 10 % от общей суммы при подписании соглашения, 20 % — при передаче документации, остальные 70 % — равными долями в течение нескольких лет.

Основным признаком ноу-хау является его конфиденциальность, т. е. секретность информации. Обычно со временем ноу-хау теряет свою коммерческую ценность и становится доступным широкому кругу лиц.

Коммерциализация ноу-хау широко используется в международной практике. Ноу-хау является самостоятельным объектом лицензионных сделок (бес-

патентных лицензий). Многие компании предпочитают не патентовать, а продавать на лицензионных началах в качестве ноу-хау новые изобретения, процессы и методы.

Обеспечение прав владельца ноу-хау зависит прежде всего от четко сформулированных условий контракта. На практике сложилось три вида лицензионных соглашений: простая, исключительная и полная лицензия.

По договору простой лицензии лицензиар разрешает на определенных условиях использовать ноу-хау, оставляя при этом за собой право как самостоятельного использования, так и выдачи аналогичных по условиям лицензий другим заинтересованным лицам. Договор простой лицензии широко применяется в тех отраслях, где производимая продукция не поддается точному учету и на нее имеется большой спрос, например при производстве медикаментов, пищевых продуктов и т. п.

По договору **исключительной лицензии** лицензиату предоставляются права на использование секретов производства в пределах, оговоренных в соглашении, и лицензиар уже не может предоставить аналогичные по условиям лицензии другим фирмам. Это, однако, не лишает лицензиара права на самостоятельное использование предмета лицензии и на выдачу лицензии другим фирмам на условиях, не противоречащих условиям первого соглашения.

По договору **полной лицензии** лицензиар уступает лицензиату полностью все права на использование секретов производства в течение всего срока действия договора. При этом сам лицензиар в течение этого срока лишается права использования лицензии. Договор полной лицензии применяется обычно в тех случаях, когда лицензиар не располагает возможностями ни для самостоятельного использования изобретения, ни для проведения коммерческой работы по реализации изобретения на рынке другим потенциальным покупателям.

КОНСАЛТИНГОВЫЕ УСЛУГИ. ИНЖИНИРИНГ, РЕИНЖИНИРИНГ

Производственно-технические услуги, получившие в международной практике название **инжиниринговых**, представляют собой комплекс услуг коммерческого характера по подготовке и обеспечению процесса производства и реализации продукции, обслуживанию строительства и эксплуатации промышленных, инфраструктурных, сельскохозяйственных и других объектов.

Инжиниринговые услуги делятся на прединвестиционные и услуги по разработке и реализации проектов. К прединвестиционным относятся:

- разработка схем развития отраслей и регионов;
- проведение технико-экономических исследований;
- оценка целесообразности капитальных проектов.

Услуги по разработке и реализации проектов включают:

- научно-исследовательские, лабораторные и экспериментальные работы;
- изыскательские работы, сбор исходных данных;
- разработку и экспертизу технических проектов;

- разработку тендерной документации и содействие в проведении торгов;
- подготовку и экспертизу контрактной документации;
- анализ коммерческих предложений и рекомендации по выбору поставщика и подрядчика;
- испытание оборудования;
- подготовку кадров;
- управление строительством объекта.

К специальным услугам в области инжиниринга относятся:

- разработка и модернизация машин и оборудования для объекта;
- рационализация технологических процессов, схем управления производством;
- проведение финансово-экономических расчетов и оценок, исследование рынка сбыта продукции;
- рекомендации по внедрению ЭВМ;
- услуги в области архитектуры и реставрации.

Предоставление на основе договора на инжиниринг полного комплекса услуг и поставок, необходимых для строительства нового объекта, называется комплексным инжинирингом. Он включает три отдельных вида инженерно-технических услуг, каждый из которых может быть самостоятельным предметом сделки:

- консультационный инжиниринг, связанный главным образом с интеллектуальными услугами при проектировании объектов, разработке проекта строительства и контроле за проведением работ;
- технологический инжиниринг, означающий предоставление заказчику технологии, необходимой для строительства промышленного объекта и его эксплуатации, разработку проектов по энерго- и водоснабжению, транспорту и т. п.;
- строительный и (или) общий инжиниринг, предполагающий поставки оборудования, техники и (или) монтаж установок, включая, в случае необходимости, инженерные работы.

Инженерно-консультационные услуги предоставляются в виде технической документации, результатов исследований, исходных данных для строительства, экономических расчетов, схем, рекомендаций и т. п.

УСЛУГИ, СВЯЗАННЫЕ С ОБСЛУЖИВАНИЕМ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ

Обслуживание внешнеэкономических связей связано с услугами транспорта, связи, информационного обмена, сетевой рекламы и т. д. Транспорт обеспечивает перемещение товаров (грузов) и людей (пассажиров) между двумя и более странами. В зависимости от вида транспорта, используемого в перевозках, различают морские, речные, воздушные, железнодорожные и автомобильные сообщения.

Международные сообщения бывают прямые и комбинированные. Прямые международные сообщения обслуживаются одним видом транспорта; комбинированные (или смешанные) — последовательно двумя и более видами транспорта.

Комбинированные перевозки грузов и людей могут быть оформлены одним транспортным документом, покрывающим все участвующие в ней виды транспорта. Такие перевозки иногда называются прямыми смешанными перевозками.

Международные транспортные услуги — это специфический товар международной торговли. Они продаются и покупаются на специализированных международных транспортных рынках. Цены транспортных услуг и другие условия их предоставления в одних случаях являются предметом переговоров между заинтересованными сторонами, в других — устанавливаются самими перевозчиками.

Эффективность транспортных перевозок во многом определяется логистическим подходом к ним. **Логистика** — это определение наиболее эффективных методов коммерческой деятельности и, прежде всего, путем товародвижения.

В настоящее время формируется панъевропейская транспортная система. Международные мультимодальные транспортные коридоры прокладываются с таким условием, чтобы исключить параллельные грузопотоки, которые могут подорвать экономическую жизнедеятельность уже действующих цепочек. **Мультимодальные перевозки** — это перевозки, когда перемещаются модули — груз упакован в контейнеры, в «пакеты» на поддонах или трейлерах.

Внешнеэкономической деятельностью занимаются и предприятия связи. В отношении международных почтовых отправок действуют таможенные правила при пропуске товаров через таможенную границу РФ. Эти правила являются едиными как для стран СНГ, так и для стран дальнего зарубежья.

Таможенный контроль международных почтовых отправок проводится, как правило, в выборочном порядке. Его основной целью является предотвращение перемещения запрещенных товаров (оружия, наркотиков, взрывчатых, сильнодействующих, ядовитых веществ, радиоактивных материалов), а также вывоза без соответствующих разрешений культурных ценностей.

ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПЕРЕДАЧИ ТЕХНОЛОГИЙ

ОБЪЕКТЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ. ПРАВОВАЯ ОХРАНА ТЕХНОЛОГИЙ

Внешнеторговые сделки по купле-продаже объектов интеллектуальной собственности включают в себя сделки по торговле научно-техническими знаниями и сделки по торговле объектами авторского права.

Операции по торговле научно-техническими знаниями связаны с обменом результатами производственных, научных исследований и разработок, имеющих не только научную, но и коммерческую ценность. В качестве товара здесь выступают продукты интеллектуального труда, облеченные в форму патентов, лицензий, товарных знаков, промышленных образцов, представляющих собой часть так называемой промышленной собственности, а также технические знания и опыт, объединяемые понятием «ноу-хау», что предполагает передачу знаний и опыта путем предоставления технической документации, чертежей, секретов производства, не подлежащих патентованию.

Научно-технические знания поступают в международный оборот на основе либо отношений купли-продажи (при продаже патентов), либо отношений, возникающих в связи с получением временного права пользования результатами научной деятельности на базе международных лицензионных соглашений.

Внешнеторговые сделки по торговле объектами авторского права охватывают сферу духовной жизни и конкретизируются в операциях по уступке и приобретению прав на перевод и издание научной и художественной литературы, постановку театральные спектаклей, издание нот и исполнение музыкальных произведений, совместную постановку кинофильмов, прокат и обмен кинофильмами и телепрограммами.

В большинстве зарубежных стран изобретения являются собственностью разработавших их лиц и организаций. Охрана собственности на изобретения осуществляется **патентами** — официальными документами, подтверждающими монопольное право изобретателя или его правопреемника на владение, использование и распоряжение изобретением на определенной территории в течение установленного времени.

Лицензия — разрешение на передачу физическими или юридическими лицами (лицензиарами) принадлежащих им прав на использование изобретения, промышленного образца другим физическим или юридическим лицом (лицензиатом).

В международной практике торговли имеются две *группы лицензий*: чистые и сопутствующие. **Чистые лицензии** являются объектом лицензионных соглашений, основное содержание которых заключается в передаче прав на предмет изобретения или ноу-хау. **Сопутствующие лицензии** включаются в

общие договоры о поставках продукции, чаще всего комплектного оборудования и при этом отдельные лицензионные соглашения не подписываются. Экспорт и импорт лицензий осуществляются на основе подписания лицензионных соглашений.

ЛИЦЕНЗИОННЫЙ ДОГОВОР

Лицензионные операции связаны с предоставлением права стороной-патентоладельцем, именуемым лицензиаром, на промышленное и коммерческое использование изобретения, пользующегося патентной защитой, в течение обусловленного срока и за определенное вознаграждение.

К новым видам операций в области лицензионной торговли относятся:

– комбинирование купли-продажи лицензий с лизингом соответствующего оборудования;

– комплексные сделки по продаже лицензии, оборудования, сырья и материалов, запасных частей и т. д.;

– «пакетные» лицензии, при которых продаются несколько лицензионных объектов, увязанных в единую технологическую или производственную систему, носящую межотраслевой характер;

– «перекрестное» лицензирование, в котором партнеры взаимно предоставляют друг другу лицензии на право пользования изобретениями и ноу-хау (своеобразный бартер в технологии).

В международном кодексе поведения в области передачи технологий, разработанном Конференцией ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), определены виды сделок, регулирующие порядок передачи технологий и различных технологических новшеств:

1) передача, продажа или предоставление по лицензии всех форм промышленной собственности, запатентованных лицензиаром;

2) предоставление ноу-хау и технологического опыта (непатентованные новшества);

3) предоставление технологических знаний, необходимых для монтажа и использования машин и оборудования;

4) промышленное и технологическое сотрудничество по содержанию машин, оборудования;

5) оказание инжиниринговых услуг — расчет технико-экономического обоснования, технологического проекта, консультации, технический надзор;

6) передача технологии по производственной и научной кооперации;

7) передача технологии на основе инвестиционного сотрудничества — продажа техники и технологии, надзор, обучение специалистов.

Все эти подходы дают возможность привлечь передовую технологию и наладить собственное производство на основе мировых достижений.

КООПЕРАЦИОННЫЕ СОГЛАШЕНИЯ

В последние годы в мировой экономике значительное развитие получила кооперация, которая придает сотрудничеству гибкость, маневренность и позволяет быстро включаться в процесс создания и производство новых товаров.

Промышленная кооперация — это форма длительных и устойчивых связей между хозяйствующими субъектами, занятыми совместным изготовлением определенной продукции на основе специализации их производства.

Международная кооперация развивается в различных формах. Это может быть: кооперация, реализуемая через договор и не сопровождающаяся созданием каких-либо организационных структур; кооперация, реализуемая через международные хозяйственные объединения.

Весьма распространенной практикой является соглашение о производстве товаров одним предприятием из сырья или полуфабрикатов, принадлежащих другому предприятию (давальческая основа). Вид предпринимательства на основе такого соглашения, т. е. на давальческой основе, называется толлинг.

Толлинг — это услуга по обработке импортного давальческого сырья, ввозимого на таможенную территорию России, для дальнейшей переработки его российскими предприятиями в готовую продукцию, вывозимую за пределы России. Толлинг нередко приводит к разделению производственных программ между фирмами, к созданию совместных производств и научных коллективов.

Конкуренция современных производителей товаров в различных странах существенно обостряет проблему сбыта как внутри стран, так и особенно в международной торговле. С целью повышения своей конкурентоспособности производители и продавцы объединяют свои усилия в сфере реализации товаров. Они создают совместные сбытовые структуры, используют сбытовые сети друг друга, проводят совместные рекламные кампании.

Кооперация по сбыту представляет собой сотрудничество независимых производителей и оптовых продавцов при реализации товаров, осуществляемое с целью продвижения на рынок и повышения конкурентоспособности их товаров. Кооперация по сбыту, которая относится только к сфере реализации товаров, называется сбытовой, а если и к производству — производственно-сбытовой.

Целями производственно-сбытовой кооперации являются совместная разработка новых видов продукции, специализация кооперирующихся сторон на производстве узлов и деталей изделий и совместный их сбыт. Кооперирующиеся стороны заключают соглашение о производственной и сбытовой кооперации, в котором определяют и четко разграничивают права и обязанности сторон, порядок взаимодействия и ответственность. В развитие и дополнение соглашения стороны подписывают конкретные контракты и договоры на взаимную поставку комплектующих узлов и деталей с приложением позиционных цен и сроками поставки.

ФРАНЧАЙЗИНГ

Франчайзинг является одним из способов кооперации по сбыту товаров и услуг достаточной известной фирмы (франчайзера) через специально созданную при ее участии сбытовую компанию (франчайзи) благодаря предоставленному франчайзером праву использовать его товарный знак и ноу-хау.

Наибольшее применение франчайзинг находит в сфере услуг: индустрии туризма, сервисе бытовой техники, системе быстрого питания, авторемонте.

Международная ассоциация франчайзинга определяет франчайзинг как продолжающиеся отношения, при которых франчайзер передает франчайзи исключительные права, основанные на лицензионном соглашении, заниматься предпринимательской деятельностью, плюс помощь в обучении, маркетинге, управлении в обмен на финансовую компенсацию от франчайзиата.

Преимущества франчайзинга состоят в следующем.

Для франчайзера — это возможность:

- увеличить число торговых предприятий (торговых точек) при минимальных капиталовложениях, так как франчайзиат также вкладывает свою долю капитала в этот бизнес;
- увеличить доходы (прибыль) за счет усилий франчайзиата. Поскольку франчайзиат является собственником предприятия, он будет прилагать максимум усилий по увеличению доходности бизнеса;
- снизить уровень издержек производства и обращения на единицу товарооборота, так как франчайзиат как предприниматель сам покрывает все расходы по содержанию своего торгового предприятия;
- расширить сеть распределения своего товара или услуг за счет привязки франчайзиата к франчайзеру, так как франчайзиат, как правило, обязан покупать необходимое ему оборудование у франчайзера или через него.

Для франчайзиата — это возможность:

- стать самостоятельным предпринимателем;
- вести свой бизнес под признанным торговым знаком;
- использовать испытанные схемы и формы предпринимательства;
- получать преимущества от совместной рекламы;
- получать помощь и обучение со стороны франчайзера;
- приобретения многих видов лицензионного бизнеса по относительно низким ценам.

Вместе с тем франчайзинг имеет и определенные недостатки, которые сдерживают его развитие. Для франчайзера — это:

- сложность контроля за деятельностью франчайзиата, так как он непосредственно не подчиняется франчайзеру (в рамках договора имеет определенную самостоятельность);
- возможность потерять свое доброе имя и репутацию из-за плохой работы франчайзиата;
- опасность получения неправдивой информации и бухгалтерской отчетности от франчайзиата.

Для франчайзиата — это:

- контроль со стороны франчайзера, что может оставить мало возможностей франчайзиату для самовыражения в своем бизнесе;
- опасность быть скомпрометированным и потерять свою репутацию из-за плохой работы и потери репутации франчайзера или других франчайзиатов;
- опасность изменения политики франчайзера в худшую для франчайзиата сторону;
- большие затраты на услуги франчайзера, обязанность приобретения оборудования у франчайзера, когда у других продавцов оно может быть гораздо дешевле.

Существуют два типа франчайзинга: товарный и бизнес-формат.

Товарный франчайзинг связан с продажей товарных групп франчайзера франчайзиату, с платежами, взыскиваемыми с франчайзиата, и с условиями платежей. В отдельных случаях он имеет отношение к оплате гарантийных услуг и возмещению расходов на совместную рекламу. При товарном франчайзинге франчайзер по договору уступает франчайзиату право продажи товаров и услуг на строго определенном рынке или определенной территории. А франчайзиат, в свою очередь, обязуется закупать товары исключительно у франчайзера.

Бизнес-формат франчайзинг заключается в предоставлении франчайзиату со стороны франчайзера целого пакета услуг: передачу производства, ноу-хау, обучение, как именно делать этот бизнес, накопленный опыт, подтверждение успешных идей, анализ мест размещения, товарные знаки, знаки обслуживания, фирменное название, постоянное обслуживание и др. При этом типе франчайзинга франчайзиат получает от франчайзера поддержку на протяжении всего срока действия договора.

Доходы франчайзера складываются из первоначально уплачиваемого ему одноразового вознаграждения (вступительный взнос) и из постоянных отчислений, т. е. текущих сборов (процент от оборота или от валового дохода и т. п.). Дополнительно должны осуществляться все инвестиции, необходимые для начала работы торгового предприятия.

Договор коммерческой концессии — франчайзинг — должен быть зарегистрирован в Роспатенте, что подтверждает переуступку прав на использование товарного знака и имеет важное значение в случае возникновения споров сторон при ограничении прав его использования.

ТУРИСТСКИЕ ЭКСПОРТ И ИМПОРТ

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ ТУРИЗМА

Международный туризм сегодня представляет собой динамичную сферу внешнеэкономической деятельности, которая во многих странах мира превратилась в бурно растущую отрасль большого бизнеса. Туризм возник как продукт развития цивилизации. Это прежде всего удовольствие, удовлетворение любознательности. Как товар, туризм реализуется на рынке в форме услуг — материальных (например, питание туристов) и нематериальных (например, обслуживание туристов, организация экскурсий, посещение концертов и т. д.). Его особенностью является то, что туризм не является товаром первой жизненной необходимости, поэтому он становится насущной потребностью только при определенном уровне дохода и определенном уровне богатства общества.

Туризм — временные путешествия людей с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране временного пребывания.

Под туристской индустрией понимается совокупность производственных, транспортных и торговых предприятий, производящих и реализующих туристские услуги и товары туристского спроса. С развитием массового организованного туризма и переходом его на новую основу, опирающуюся на развитую туристскую индустрию и современные виды транспорта, произошли некоторые изменения в формах организации международного туризма.

Во-первых, существенно возросло число розничных фирм, предлагающих туристские услуги турагентов и лишенных зачастую юридической и хозяйственной независимости.

Во-вторых, изменился характер деятельности туристских оптовых фирм, которые превратились в туроператоров, предлагающих полный комплекс услуг в виде инклюзив-туров.

В-третьих, появились крупные корпорации, основанные на капитале транспортных, торговых, страховых компаний и банков, осуществляющие операции по предоставлению туристских услуг клиентам.

Виды туристских услуг, предлагаемых в качестве товара на международном рынке, довольно разнообразны и включают услуги:

- по размещению туристов (в гостиницах, отелях, пансионатах, кемпингах и т. д.);
- по перемещению туристов из страны назначения и по стране — объекту туризма различными видами пассажирского транспорта;
- по обеспечению туристов питанием;
- направленные на удовлетворение культурных потребностей туристов (посещение театров, концертных залов, музеев, фестивалей, спортивных соревнований, знакомство с памятниками истории и культуры);

- направленные на удовлетворение деловых интересов туристов (участие в конгрессах, симпозиумах, научных конференциях, ярмарках и выставках);
- торговых предприятий (продажа сувениров, открыток);
- по оформлению документов (паспорта, визы).

Туристские услуги предоставляются либо по отдельным их видам по выбору, либо в комплексе в рамках так называемых инклюзив-туров или пэкидж-туров.

Инклюзив-туры применяются чаще всего при авиационных перевозках, причем стоимость перевозки туриста к месту назначения и обратно определяется на основе специально разрабатываемых инклюзив-тарифов, которые иногда наполовину ниже обычных. Они включают также стоимость размещения туриста в гостинице, питание (полное или частичное) и другие услуги, предоставляемые на определенное число дней пребывания туриста в стране назначения. Общая цена инклюзив-тура должна быть не ниже обычного тарифа (т. е. стоимости транспортировки до данной страны).

Пэкидж-туры также предполагают предоставление клиенту полного комплекса услуг, который, однако, может и не включать транспортные расходы. Обычно пэкидж-туры организуются по определенной, заранее рекламируемой программе.

В основе развития международного туризма лежат следующие факторы:

- расширение объема деловых поездок и поездок с познавательными целями за счет экономического роста и социального прогресса;
- удешевление поездок благодаря совершенствованию всех видов транспорта;
- интенсификация труда и получение трудящимися более продолжительных отпусков;
- развитие культурных обменов между странами;
- развитие сферы перевозок и технологический прогресс в области телекоммуникаций;
- ослабление ограничений на вывоз валюты во многих странах и упрощение пограничных формальностей.

Международный туризм в мире развит крайне неравномерно, что объясняется, в первую очередь, разными уровнями социально-экономического развития отдельных стран и регионов. Наибольшее развитие международный туризм получил в западноевропейских странах. На долю этого региона приходится свыше 70 % мирового туристского рынка и около 60 % валютных поступлений. Примерно 20 % приходится на Америку, менее 10 % — на Азию, Африку и Австралию вместе взятые.

Всемирная организация по туризму в своей классификации выделяет страны, являющиеся преимущественно поставщиками туристов — США, Бельгия, Дания, Германия, Нидерланды, Новая Зеландия, Швеция, Канада, Англия, и страны, принимающие туристов — Австралия, Греция, Кипр, Италия, Испания, Мексика, Турция, Португалия, Франция, Швейцария.

ПОНЯТИЕ И СОДЕРЖАНИЕ ТУРИСТСКИХ ЭКСПОРТА, ИМПОРТА И РЫНКА

Туризм как товар можно импортировать в страну и экспортировать из нее. **Туристский импорт** — это ввоз в страну туристских впечатлений, который сопровождается одновременным вывозом туристом денег из данной страны. **Туристский экспорт** — это вывоз из страны туристских впечатлений, который сопровождается одновременным ввозом денег в данную страну.

Когда платежи за реализацию услуг туризма, т. е. денежные потоки, идут в Российскую Федерацию, это означает экспорт туризма. Иностраный турист, приезжая в нашу страну, тратит свои деньги на удовлетворение своих туристских потребностей. Следовательно, Российская Федерация экспортирует опыт путешествий, и деньги туриста оседают на ее территории. Одновременно это означает туристский импорт для той страны, из которой турист вывозит деньги.

При туристском экспорте направление денежного потока совпадает с направлением потока туристов. Это главная особенность туристского экспорта и его отличие от экспорта товаров и прочих услуг, так как при экспорте товаров и услуг денежный поток движется в противоположном направлении.

Туристские экспорт и импорт реализуются на туристском рынке. Туристский рынок — это место, где происходят сделки купли-продажи услуг туризма (туров, туристского продукта).

При этом следует иметь в виду, что указанные сделки не всегда происходят в одном и том же месте, например в месте приема туристов в гостинице или месте, где происходят сделки туроператоров. Сделка может состояться без прямого вовлечения продавца и покупателя услуг туризма. Например, посредством телеграммы, электронной почты, с помощью телефонного звонка и т. д. Это является причиной того, что туристский рынок не ограничен специфическим местом или географической зоной.

Туристский рынок — это социально-экономические условия реализации услуг туризма (туров, туристского продукта). На туристском рынке сталкиваются спрос на услуги туризма, который предъявляет турист, и предложение услуг туризма со стороны туристской фирмы. Предложение услуг туризма обусловлено определенными предпосылками, среди которых наиболее важными являются наличие производителей услуг туризма, уровень развития туристской индустрии, объем туристских ресурсов.

Производители услуг туризма — это турфирмы (туроператоры, турагенты), которые работают с целью получения прибыли и для удовлетворения потребностей туристов.

Туристская индустрия включает совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, представляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков.

ФОРМЫ, ВИДЫ И РАЗНОВИДНОСТИ ТУРИЗМА

Каждая форма туризма характеризуется своеобразием потребностей туристов и предполагает соответствующий набор услуг, удовлетворяющих эти потребности. В основе деления туризма на формы лежит страновой признак. Форма туризма связана с тем, пересекает ли турист государственную границу своей страны. Таким образом, выделяют две формы туризма: внутренний и международный.

Формы туризма по наиболее характерным признакам делятся на отдельные разновидности. К этим признакам относятся: главная цель путешествия (рекреационный, познавательный, научный, деловой), характер организации путешествия (индивидуальный, групповой, организованный, самодеятельный), интенсивность туристского потока (постоянный, сезонный), продолжительность тура (кратковременный — до трех суток, продолжительный), возрастной признак (детский, молодежный, зрелый туризм), используемый транспорт (личный или общественный), форма сотрудничества (безвалютный, когда две стороны оказывают друг другу равные объемы услуг, и валютный обмен туристскими группами).

В настоящее время становятся популярными новые формы туризма: парадорес и таймшер. Парадорес представляет собой использование старинных замков и дворцов под туристские гостиницы и для экскурсионных целей, чтобы сохранить национальное архитектурное наследие страны. Таймшер (от англ. timeshare — разделение времени) — совместное владение недвижимостью в туристском бизнесе с возможностью пользоваться ею на протяжении определенного времени, пропорционально денежному взносу. Время пользования измеряется в неделях, которые сгруппированы в три цвета — красный (самый дорогой), белый и голубой — и отражают динамику спроса по сезонам. Владелец (точнее — совладелец кондоминиума, т. е. совместного владения) может отдыхать в приобретенных апартаментах в «свои» недели или обменять место отдыха на аналогичное в рамках «цвета».

Кроме этого, сегодня практикуются и другие варианты путешествий — например, такие как обмен квартирами (когда жители разных стран на оговоренный срок меняются жильем — например, хозяин квартиры в Москве едет жить в квартиру в Берлине, а немец — отправляется в квартиру москвича, при этом участникам такого обмена удастся лучше понять другой народ). Эти «делки» носят, как правило, частный характер, однако сами идеи новых «туристских продуктов» могут быть весьма плодотворными для их реализации фирмами.

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Становление и развитие туризма как отрасли характеризуется системой определенных показателей, которые отражают количественный объем реализации туристских услуг и их качественную сторону, а также экономические пока-

затели производственно-обслуживающей деятельности туристских хозяйствующих субъектов (агентств, бюро, фирм, комплексов и т. п.).

Система показателей развития туризма включает показатели, характеризующие:

- объем туристского потока;
- состояние и развитие материально-технической базы туризма;
- финансово-экономическую деятельность туристской фирмы;
- развитие международного туризма.

Туристский поток — это постоянное прибытие туристов в страну или данный регион. К показателям, характеризующим объем туристского потока, относятся: общее количество туристов, в том числе организованных и самостоятельных; количество туродней (количество ночевок, койко-дней); средняя продолжительность (среднее время) пребывания туристов в стране, регионе (в одном месте или населенном пункте).

Туристский поток — явление неравномерное. Для характеристики неравномерности туристского потока применяют коэффициент неравномерности, который рассчитывается как отношение (в %) количества туродней в месяце максимального туристского потока (чел. дн.) к количеству туродней в месяце минимального туристского потока (для разных целей анализа в знаменателе вместо количества туродней в месяце минимального потока могут быть поставлены годовое или среднемесячное количество туродней).

Показатели, характеризующие состояние и развитие материально-технической базы туризма, определяют ее мощность в стране или регионе. К ним относятся коечный фонд мест размещения, число мест в торговых залах предприятий питания для туристов, число мест, отведенных для туристов в театрах, и т. д.

Показатели финансово-экономической деятельности туристской фирмы включают: объем реализации туристских услуг или выручку от реализации услуг туризма, показатели использования рабочей силы, основных производственных фондов; себестоимость услуг туризма; прибыль, рентабельность; показатели финансового состояния туристской фирмы.

ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РФ

Туристская деятельность представляет собой туроператорскую, турагентскую и иную деятельность по организации путешествий.

Под **туроператорской деятельностью** понимается деятельность по формированию, продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем. Туроператоры выполняют специфическую роль в туристской индустрии. Они приобретают туристские продукты (места в самолетах, комнаты в гостиницах и другие услуги), формируют пакеты услуг туризма и продают их прямо или косвенно различным пользователям — туристам с целью получения

прибыли. Туроператор может продавать услуги туризма отдельно. Это делается либо из соображений прибыли, либо из другой необходимости.

Так, продавая услуги туризма по отдельности, туроператор выступает как оптовый дилер туристских услуг. Это возможно в том случае, когда туроператор покупает у производителя больше туристского продукта, чем это необходимо для формирования туристского пакета. Бывают также случаи, когда туроператоры продают отдельные услуги туризма людям, которые хотят сформировать свой индивидуальный пакет.

Под **турагентской деятельностью** понимается деятельность по продвижению и реализации туристского продукта, осуществляемая на основе лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем. Турагент приобретает туры по туристским маршрутам, разработанным туроператором, выпускает по ним путевки и реализует эти путевки.

Трудности развития иностранного туризма в России следующие: низкое качество обслуживания в общественном питании и в гостиницах, нехватка мест в гостиницах и комфортабельного транспорта, неподготовленность многих объектов для демонстрации их иностранным посетителям, слабое развитие туризма по показу национальных обычаев и быта.

ХАРАКТЕРИСТИКА ОТДЕЛЬНЫХ ТОВАРНЫХ РЫНКОВ

МИРОВОЙ ЛЕСНОЙ РЫНОК

Степень вовлеченности лесопромышленной продукции в международный оборот довольно высокая. Для реализации на внешнем рынке предназначается пятая часть производства пиломатериалов, фанеры, целлюлозы, бумаги и картона, 15 % древесных плит, 7 % деловой древесины. Относительно высокое значение внешнего рынка для производства и потребления предопределено неравномерностью распределения в мире как лесных ресурсов, так и потребителей продукции деревопереработки, а также растущей специализацией производителей.

Мировой лесной рынок делится на несколько региональных субрынков или секций. Они различаются по уровню лесообеспеченности, требованиям к качеству и ассортименту, торговой практике, а также по уровню цен. Особенно выражена эта обособленность региональных рынков по сырью и пиломатериалам. Чем выше степень обработки, тем меньше разница в специфических требованиях этих секций рынков, тем ближе цены на разных региональных рынках.

Основными региональными секциями являются североамериканская, тихоокеанская и европейская.

Торговля внутри **североамериканской секции** представлена международным обменом между фирмами США и Канады. На нее приходится до 20 % всей емкости мирового лесного рынка. Обе эти страны сравнительно хорошо лесообеспечены, поэтому цены здесь обычно низкие. Североамериканский рынок высоко монополизирован, поставки часто осуществляются по внутрифирменным каналам между различными филиалами американских фирм в Канаде и канадских в США. От многих поставщиков рынок отгорожен высокими таможенными и нетарифными барьерами. И США, и Канада на других рынках выступают традиционно крупнейшими продавцами и, казалось бы, утвердиться здесь новому экспортеру практически невозможно. Однако постепенно лесообеспеченность на рынке США меняется. На западе континента, который традиционно выступал как основной район-поставщик и для экспорта, и для других районов США, нарастает дефицит древесины. В этих условиях американские фирмы активно ищут зарубежные источники снабжения и для себя, и для снабжения своих традиционных импортных клиентов в бассейне Карибского моря. Пиломатериалы, отгружаемые в США, должны отвечать требованиям экспортных стандартов, поставляться сухими и, желательно, в контейнерах.

Полную противоположность североамериканской представляет **тихоокеанская секция**, на которую приходится немногим более 20 % емкости мирового лесного рынка. Этот субрынок остролесодефицитный — заготовки леса здесь ограничены жесткими лесохозяйственными нормами. Основной покупатель — Япония, второй по значению — Китай. Много лесной продукции поку-

пают Южная Корея, Тайвань, Сингапур, Гонконг, Таиланд. Еще сравнительно недавно этот рынок предъявлял спрос почти исключительно на древесное сырье и выступал возможным потребителем круглого леса и технологической щепы из районов, расположенных на периферии Тихого и Индийского океанов. Напротив, по отношению к экспортерам сколько-нибудь обработанной продукции тихоокеанские покупатели возводили высокие барьеры тарифных и нетарифных ограничений. Однако постепенно в позициях тихоокеанских импортеров произошли существенные изменения. В частности, после повышения во второй половине 80-х годов курсов валют таких ведущих покупателей, как Япония, Южная Корея и Тайвань, импорт полуфабрикатов стал выгоден и сейчас на данный рынок приходится не только 55 % емкости мирового рынка по сырью, но и 15 % — по материалам, 30 % — по фанере, 20 % — по целлюлозе и 12 % — по бумаге и картону. Важным дополнением к поставкам древесного сырья из США, Канады, бывшего СССР, стран Юго-Восточной Азии, Чили, Австралии и Новой Зеландии стали закупки пиломатериалов в этих странах (кроме территории СССР и Австралии), фанеры в Индонезии, целлюлозно-бумажных товаров в Северной Америке, Чили, Новой Зеландии Северной Европе. Высока привлекательность данного рынка для российских экспортеров, особенно расположенных в Сибири и на Дальнем Востоке. Не исключено, что это направление международной лесной торговли получит развитие в будущем. Конечно, ориентируясь на японский рынок, следует иметь в виду, что качественные требования здесь обычно повыше, чем в Европе или на Ближнем Востоке.

На **европейскую секцию** приходится примерно половина стоимости мирового лесного импорта. Рынок этот характеризуется средней лесообеспеченностью. Своих ресурсов здесь в принципе почти достаточно, чтобы покрыть нужды экономического развития, но они часто дороги или не дают при производстве продукции необходимого качества. Поэтому наряду с широчайшим ассортиментным обменом между собой государства Западной Европы закупают большие объемы качественного сырья и полуфабрикатов. За них европейцы согласны платить довольно высокие цены, нередко заметно превосходящие стоимость продукции своего собственного производства. В сумме, включая взаимную торговлю, на Европу приходится сейчас около 40 % емкости мирового рынка по древесному сырью, пиломатериалам и фанере, более 70 % — по древесным плитам, более 50 % — по целлюлозе, бумаге и картону. Однако растущая часть этих потребностей удовлетворяется за счет опережающего развития торговли между собственно европейскими странами.

Из Скандинавии в страны Европы направляются пиломатериалы, плиты, массовые целлюлозно-бумажные товары, из восточной Европы и стран бывшего СССР — сырье и пиломатериалы, из Северной Америки — массовые целлюлозно-бумажные товары, фанера, дешевые строительные и дорогие столярные пиломатериалы, из Юго-Восточной Азии — пиломатериалы ценных пород и фанера, из Африки — ценное тропическое сырье, из Южной Америки — целлюлоза, картон, пиломатериалы. Крупнейшими импортерами лесных товаров в Европе выступают Великобритания и Германия, которые закупают их на суммы, превышающие 10 млрд долл. С большим отрывом за ними следуют Италия и

Франция, которые платят за лесной импорт обычно 5 — 6 млрд долл.

Средний уровень цен здесь довольно высокий, хотя и обычно немного ниже, чем в тихоокеанской секции. Однако на эти цены может рассчитывать только поставщик качественной продукции, отгружающий ее в достаточном ассортименте. В противном случае экспортер неизбежно вступает в конкуренцию с местными производителями и заплатят ему меньше, чем заведомо более оперативной, близкой и лучше знающей рынок местной фирме. В принципе европейский рынок низко монополизирован, тарифные и прочие барьеры по лесным товарам сравнительно легко преодолимы в том случае, если экспортер не ущемляет интересы местных производителей, например, поставляя товар по низким демпинговым ценам. В этом последнем случае против него немедленно начинает действовать хорошо разработанный и жесткий механизм антидемпингового законодательства. Сами европейские страны вывозят за пределы региона в основном дорогие высококачественные полуфабрикаты и изделия.

Эти три секции охватывают примерно 90 % емкости мирового лесного рынка. Из оставшихся наибольший интерес представляет ближневосточный субрынок. Доля практически безлесных стран Северной Африки, Ближнего и Среднего Востока во всем мировом лесопромышленном импорте составляет около 3 %, но по отдельным товарам она заметно выше: по пиломатериалам — более 5%, по фанере — 10%. Ближневосточный рынок сравнительно дорогой, требования к качеству здесь не такие высокие, как в Европе. Но действовать на нем экспортеру непросто из-за специфических условий, распространенного вмешательства государственной власти, политической и экономической нестабильности.

ХАРАКТЕРИСТИКА ЦЕН НА МИРОВОМ ЛЕСНОМ РЫНКЕ

Для мирового лесного рынка характерна множественность цен — на нем оцениваются и реализуются различные, часто не взаимозаменяемые сорта, виды, типы одного и того же товара. Эта множественность порождает определенные проблемы при выборе представительных, так называемых мировых, цен.

Обычными требованиями к мировой цене выступают доступность ее для любого продавца и покупателя, а также представительность. Доступность предполагает регулярность осуществления операций по данной цене, платеж в свободно конвертируемой валюте, свободный торгово-политический режим на рынке, где производится сделка. Сделка должна иметь характер обычной торговой операции, при которой продавец и покупатель не связаны другими обязательствами и отношениями — т. е. имеется в виду не товарообменная сделка и не поставка по внутрифирменным каналам между материнской компанией и ее филиалом. Цены именно таких сделок складываются в условиях высокого накала конкурентной борьбы, отражая, таким образом, истинную стоимость товара на мировом рынке, они, как правило, доступны для регистрации и публикации.

Требование представительности цены предполагает, что по ней или близко к ней осуществляется заметная часть мирового оборота. Это условие не такое важное, как первое. Нередко за мировую цену принимают цену не самого крупного рынка, если по другим критериям — типичности для других участников торговли, доступности и оперативности — она в большей мере отвечает понятию мировой цены. В наибольшей степени понятию мировой цены отвечают биржевые котировки и цены аукционных сделок.

Необходимо заметить, что цены лесобумажных товаров, как правило, не отвечают данным предъявленным требованиям, если принимать их в строгой редакции. Причины этого многообразны, но в целом их можно свести к широчайшей номенклатуре сортов, видов и типов вырабатываемых в мире лесобумажных товаров, к исходной неоднородности древесины и материала (причем эта неоднородность оказывает определяющее влияние на стоимость), к условности применения для многих лесных товаров самого понятия «мировой рынок». Как уже говорилось, основная масса сделок по лесоматериалам осуществляется на трех крупных региональных рынках — североамериканском, тихоокеанском и европейском (по другим источникам — североамериканском, восточно-азиатском и западноевропейском). При этом регулярные торговые связи между двумя последними не типичны и на них падает небольшая часть международного оборота. Более характерны поставки из Северной Америки в Западную Европу и Восточную Азию, но они имеют почти односторонний характер, а североамериканские экспортеры реализуют на других рынках свою продукцию, выработанную обычно по своим национальным стандартам. В результате конъюнктура, динамика, направление изменений и уровень цен на этих региональных рынках лесоматериалов часто не совпадают, а в качестве мировых приходится использовать преимущественно региональные цены. Для международных связей по целлюлозно-бумажным товарам характерна большая унифицированность и взаимозаменяемость продукции, цены свободных сделок при их реализации в разных странах и регионах отличаются не так сильно, как по лесоматериалам. Торговля ими имеет универсальный, общемировой характер. Однако данный рынок сильно монополизирован, и растущая доля международного и национального оборота по ним идет по закрытым внутрифирменным каналам, что также порождает проблемы для определения мировой цены.

Биржевая торговля для лесобумажных товаров малотипична. Фактически лесные биржи действуют в США (особенно большие объемы торгов наблюдаются на Chicago Mercantile Exchange, CME), где они воздействуют на торговлю между США и Канадой, которая малоинтересна для других стран. Более распространены аукционы. На них во многих странах продается лес на корню, через аукционы реализуется также небольшая часть лесоматериалов в Японии. Но, в виду специфичности таких сделок, применение цен таких аукционов также ограничено.

Напротив, уровень и динамика стоимости многих лесобумажных товаров в международном обороте определяется оптовыми или импортными (экспортными) ценами в отдельных крупных странах-импортерах (экспортерах). Именно цены такого рода выступают ведущими ориентирами при заключении сделок

с реальным товаром. Так, в дальневосточном регионе торговля лесоматериалами осуществляется в основном по оптовым либо импортным ценам в Японии, или близко к ним. Регулярно публикуемые цены, в случае необходимости могут быть приведены к базе франко-порт Японии или страны-экспортера вычитанием известного уровня ориентировочной величины прибыли и издержек оптовика, импортера, а также транспортных и страховых расходов. В Западной Европе в качестве мировых цен часто используется информация агентских, так называемых брокерских фирм по ценам представительных на данный момент сделок. Относительно реже экспортеры выпускают прейскуранты на свою типичную продукцию. Близкий к последнему случаю характер имеют цены целлюлозно-бумажных товаров — по большинству из них фирмы-продавцы объявляют уровень цен на представительный товар. Однако в реальной практике эти справочные цены обычно корректируются через механизм негласных или полугласных скидок или надбавок.

Таким образом, в большинстве случаев доступные покупателю или продавцу цены лесобумажных товаров имеют характер справочных. Они фиксируются на типовой, известный на рынке вид продукции. Цены реальных сделок нередко несколько отличаются за счет скидок и надбавок за качество, по сравнению с базовой позицией, за счет разных условий поставки, платежа и т. п. Порой бывает, что на рынке известна цена условной, необязательно строго очерченной в реальной торговле качественной группы (например, пиломатериалы разных групп финских лесозаводов, пиловочник из США горной или прибрежной заготовки), но фирмы, регулярно присутствующие на рынке, обычно неплохо ориентированы, как относится по качеству и по рыночной стоимости базисная позиция и конкретный товар какого-либо поставщика.

Внешнеторговые цены такого рода публикуются, как правило, в специализированной отраслевой прессе. Довольно полное представление о ценах целлюлозно-бумажных товаров дают издания «Pulp and Paper Week», «This Week». Цены на лесоматериалы публикуются в журналах «Timber Trade Journal», «Ле Буа Насьональ», «Хольцкуррьер» и релизе «Ойвид тимвер». По дальневосточному рынку для аналогичных целей можно пользоваться изданиями «Бейзай Уикли» и «Japan Lumber Journal», по североамериканскому — релизом «Рэндом Ленгс», в нашей стране «БИКИ» а также коммерческим бюллетенем «Рынок леса и лесоматериалов».

Цены лесобумажных товаров в целом сравнительно устойчивы. Они меняются, как правило, реже, чем цены минерального сырья или товаров агропромышленного комплекса, но, с другой стороны, чаще, чем цены продукции машиностроения или товаров широкого потребления.

Сезонные колебания цен у лесобумажных товаров не очень выражены, что объясняется относительно высоким удельным весом в реализованной цене стоимости древесины на корню, а также несезонным характером потребления многих видов продукции. Сезонность проявляется прежде всего по товарам, более или менее тесно связанным со строительством как со сферой потребления. Сезонные оживления строительства в весенние и ранние осенние месяцы нередко сопровождаются колебаниями цен ряда лесоматериалов.

В то же время довольно большое воздействие на конъюнктуру и цены оказывают случайные факторы: вывалка леса ветровалами и снеголомами, забастовки, правительственные решения в области торговли, аномальные погодные условия. Необычно теплая зима, например, может затруднить вывозку леса и, напротив, стимулировать спрос на него в строительстве, длительная засуха приводит в ряде стран к приостановке заготовок по причине пожарной опасности и т. д.

Уровень и динамика цен на мировом рынке продукции из древесины во многом подчинены факторам циклического развития общей экономики. При этом в относительно большом числе случаев изменения в ценах лесоматериалов опережают по времени фазовые изменения классического общехозяйственного цикла. Напротив, цены целлюлозно-бумажных товаров чаще изменяются параллельно показателям общеэкономического развития или даже немного отстают от них. Но эта закономерность не имеет обязательного, непреложного характера. Широко применяется на лесных рынках практика лидерства в ценах — мощные экспортеры объявляют, а негласные объединения крупных импортеров принимают уровень цен, на который впоследствии равняются относительно независимые мелкие и средние фирмы.

РЫНКИ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

Экономические и социальные аспекты мировой продовольственной системы и функционирования мирового рынка продовольствия заключаются в обеспечении населения планеты веществами, необходимыми для жизнедеятельности человека, дефицит которых воспринимается как бедствие и требует быстрого реагирования.

В развитии мировых продовольственных рынков эксперты ООН выделяют ряд закономерностей, важнейшими из которых являются следующие положения:

- в наиболее богатых странах спрос на продовольствие останется на том же уровне, изменения коснутся структуры потребления и качества продуктов;
- на первое место в мировом экспорте выйдут США, Австралия и Новая Зеландия, потеснив страны ЕС;
- ряд развивающихся стран в восточной Европе и Восточной Азии превратятся в нетто-импортеров, а следовательно — крупные страны-производители приобретут дополнительные возможности сбыта.

Результатом изменения конъюнктуры мирового продовольственного рынка в последнее время является невозможность для целого ряда зависящих от импорта стран закупать требуемое количество продовольствия. Эта ситуация вызывает обострение внутреннего продовольственного кризиса во многих регионах, и он серьезнее всего поразит те страны, которые делают наибольшую ставку на закупку продовольствия за счет вывоза сырья и энергоносителей.

По оценкам аналитиков, около четверти производимого в мире продо-

вольствия в сыром или переработанном виде поставляется за пределы страны происхождения.

Лидирующая роль в формировании тенденций конъюнктуры рынков продовольствия принадлежит зерновым, поскольку их удельный вес в стоимостной структуре мирового экспорта составляет 16 %. Весьма значительные объемы мировой торговли приходятся на ячмень, овес, сорго, рожь.

Следует отметить, что для отдельных товарных групп на мировом рынке продовольствия характерна разная степень глобализации торговли, определяемая по общемировой экспортной или импортной квоте по каждому товару (соответственно доля экспорта в производстве и импорта в потреблении).

На уровень глобализации влияют следующие факторы:

- пригодность продукции к длительному хранению и транспортировке (проще всего транспортировать и хранить зерновые культуры, сложнее всего — такие овощи, как томаты и зеленные культуры);
- традиции производства и потребления конкретной продукции (в США из овощей наиболее популярны томаты, сахарная кукуруза, овощной горошек; в Японии широко используют дайкон и другие культуры семейства капустных; французы отдают предпочтение бобовым культурам, спарже, томату, артишоку);
- ярко выраженная сезонность производства сельскохозяйственных культур, а следовательно — и цен на них (продукция животноводства также подвержена колебаниям цен, вызванным изменениями в стоимости кормовых культур, однако они не столь динамичны).

Кроме того, на продовольственных рынках цена товара сильно зависит от страны происхождения, условий и сроков поставки. На рынке могут быть представлены несколько партий однородного товара, произведенные в разных странах и имеющие в зависимости от страны происхождения различные цены.

Мировой рынок продовольствия — это рынок экспортных товаров, произведенных в лучших условиях наиболее эффективными производителями, которые реализуются по ценам, приемлемым прежде всего для производителя.

Цены на продукты питания характеризуются нестабильностью. Их динамичность определяется воздействием таких факторов, как погодные условия, связанные с ними объемы производства, открытость рынков переливу спекулятивных капиталов, сезонность спроса и предложения. Кроме этого, цены могут существенно различаться в зависимости от положения на рынке конкретной страны (где котируется товар), сорта, страны происхождения, качества, сезона, упаковки и других факторов. При этом колебания цен на многие товары в течение года могут превышать 100 %, в течение месяца 10 — 30 %, а на биржевые товары даже в течение дня составлять 5 — 10 %.

Наиболее представительными являются цены основных экспортеров и импортеров (для стран ЕС — это импортные цены ФРГ), а также цены в крупнейших центрах оптовой и аукционной торговли (в первую очередь Парижский оптовый рынок).

Наиболее динамично в группе продовольственных товаров развивается международная торговля овощами и фруктами. Здесь наблюдаются тенденции ускоренного роста торговли продуктами, готовыми к употреблению, и увеличе-

ния степени их переработки. При этом спрос на уникальные сельскохозяйственные культуры, произрастающие только в климатических условиях развивающихся стран, достиг насыщения еще в первые послевоенные десятилетия.

В экономике многих регионов мира произошли качественные сдвиги, благодаря которым международная торговля постепенно приобретает все более устойчивый характер и становится менее чувствительной к ценовым и другим шокам. В частности, произошел перенос акцента на обмен готовыми товарами, отличающийся большей стабильностью. Однако конъюнктура большинства видов сельскохозяйственного сырья остается неустойчивой.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ПРОВЕДЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЙ

ОБЩИЕ ЗАМЕЧАНИЯ

Практические занятия могут проводиться в виде семинаров (обсуждение контрольных вопросов, заслушивание докладов) и практических работ (решение задач).

Доклады готовятся студентами по темам семинарских занятий в виде презентаций Power Point (не более 15 слайдов) продолжительностью не более 7 минут.

Предлагаемые задания к семинарским занятиям призваны закрепить и углубить знания предмета. Для их выполнения необходимо пользоваться дополнительной литературой, в первую очередь — приведенной в списке рекомендуемой литературы, а также нормами действующего законодательства Российской Федерации и международных соглашений.

СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ

СЕМИНАР 1

1. Классическая теория (А. Смит, Давид Рикардо).
2. Модель Хекшера — Олина. Парадокс Леонтьева.
3. Внешняя торговля России: состояние, тенденции, перспективы развития.

Контрольные вопросы

1. Что является предметом МЭО?
2. Каковы задачи курса «Внешнеэкономическая деятельность»?
3. Что такое внешнеэкономические связи?
4. Что представляет собой современное мировое хозяйство?
5. Каковы тенденции развития современного мирового хозяйства?
6. Каковы тенденции и перспективы развития внешней торговли России?
7. Каковы недостатки внешнеэкономической деятельности Российской Федерации?

СЕМИНАР 2

1. Транснациональные корпорации и их роль в мировой экономике.
2. Международное разделение труда.
3. Экономическая интеграция.

Контрольные вопросы

1. В чем заключается сущность международного разделения труда?
2. Что такое международное разделение труда?
3. Что побуждает страны к участию в международном разделении труда?
4. Каковы показатели развития МРТ?
5. Что представляет собой международная специализация производства?
6. В чем суть международной кооперации производства?
7. Какие существуют сферы кооперирования?
8. Каковы черты международного кооперирования производства?
9. Каковы экономические результаты международного кооперирования производства?
10. Какова роль России в системе международного разделения труда?
11. Что представляют собой международные корпорации? Каковы их отличительные черты?
12. Какие существуют виды международных корпораций?
13. В чем суть западных теорий транснационализации мировой экономики?
14. Каковы причины и особенности развития ТНК?
15. Какова роль транснациональных компаний в мирохозяйственных связях?

СЕМИНАР 3

1. Внешняя торговля товарами.
2. Понятие туристского экспорта, импорта и туристского рынка.
3. Международный рынок услуг.
4. Источники коммерческой информации.
5. Постоянные публикации по зарубежным фирмам.

Контрольные вопросы

1. Что такое торговля и какова ее экономическая сущность?
2. Что такое активный и пассивный торговый баланс, «благоприятный» торговый баланс?
3. Какими показателями характеризуется внешняя торговля?
4. В чем заключаются основные и вспомогательные внешнеторговые операции?
5. Что такое бартерные сделки?
6. Опишите паспорт бартерной сделки.
7. Каковы особенности международной торговли услугами?
8. Что такое ноу-хау?

СЕМИНАР 4

1. Методы ценообразования на мировом рынке.
2. Виды мировых цен.
3. Влияние научно-технической революции на мировые цены.

Контрольные вопросы

1. Каковы требования к цене товара на мировом рынке?
2. Что такое мировые цены?
3. Какие цены не признаются в качестве мировых, хотя являются ценами реализации?
4. Каковы методы установления цен?
5. Каковы преимущества и недостатки различных способов установления цен?
6. Что такое цена сделки? Каковы ее виды?
7. Что такое публикуемые цены?
8. Каковы методы регулирования импортных и экспортных цен?

СЕМИНАР 5

1. Международный контракт и его содержание.
2. Организация международных расчетов РФ.
3. Валютная политика. Валютный курс.
4. Основные формы кредита в международной торговле.

Контрольные вопросы

1. Выделите основные формы внешнеторговых операций.
2. Представьте классификацию внешнеторговых операций.
3. Что такое встречная торговля?
4. Что представляют собой международные аукционы, международные торги?
5. Проанализируйте существующие виды внешнеторговых операций.
6. Какие внешнеторговые документы необходимо оформлять при осуществлении сделок на мировых рынках?
7. Что такое «твердая оферта»?
8. Что такое внешнеторговые документы?
9. Какова структура внешнеторгового контракта?
10. В чем сущность терминов «Инкотермс-2000»?
11. Что такое компенсационные сделки?
12. Что представляет собой договор комиссии?

СЕМИНАР 6

1. Содержание оффшорных операций.
2. Налоговая гавань и удобный флаг.
3. Оффшорные зоны в РФ.
4. Свободные экономические зоны.
5. Экспорт и импорт капитала.

Контрольные вопросы

1. Что такое двойное налогообложение?
2. В чем содержание оффшорных операций?

3. Назовите виды оффшорных операций.
4. Охарактеризуйте процесс налогового планирования.
5. Что такое налоговая гавань?
6. В чем отличие центра «оффшор» от налоговой гавани?
7. Что означает понятие «удобный флаг»?
8. Чем отличаются центры «оффшор» от зон свободной торговли?
9. Какие оффшорные зоны созданы в Российской Федерации?
10. Каковы цели создания оффшорной компании?
11. Назовите виды оффшорных компаний.
12. Что такое реинвойсинг?
13. Дайте определение капитала.
14. Какие существуют формы капитала?
15. Что такое кредитный капитал?
16. Охарактеризуйте международную промышленную (производственную) кооперацию.
17. Что такое толлинг?
18. Назовите формы совместного предпринимательства и дайте им краткую характеристику.
19. Перечислите стратегии и мотивы, обусловившие возникновение совместного предпринимательства.
20. Что такое свободная экономическая зона?
21. Назовите виды свободных экономических зон и дайте их краткую характеристику.
22. Какие свободные экономические зоны функционируют в Российской Федерации?
23. Что такое иностранные авуары?
24. Что такое валютный рынок с двойным режимом?

СЕМИНАР 7

1. Таможенные режимы
2. Тарифное регулирование ВЭД
3. Нетарифные меры регулирования ВЭД

Контрольные вопросы

1. Какие существуют методы регулирования ВЭД?
2. Какие таможенные режимы действуют в Российской Федерации?
3. Что понимается под реимпортом и реэкспортом товаров?
4. Что представляет собой таможенная декларация?
5. Что такое таможенный склад?
6. Что такое преференция?
7. Что такое адвалорные ставки таможенных пошлин?
8. Особые виды пошлин (виды и их особенности).
9. В чем заключается лицензирование экспорта и импорта товаров (работ, услуг)?

СЕМИНАР 8

Внешнеэкономические связи РК (структура экспорта и импорта, внешнеэкономические связи РК со странами дальнего и ближнего зарубежья)

Контрольные вопросы

1. Какие формы международного экономических отношений присущи предприятиям Республики Коми?
2. Какова структура экспорта товаров на международные рынки из Республики Коми?
3. Какова структура импорта товаров в Республику Коми?
4. В чем специфические особенности внешнеэкономических отношений лесопромышленных предприятий Республики Коми?
5. Охарактеризуйте структуру лесного экспорта Республики Коми и Российской Федерации в истекшем году.

РЕШЕНИЕ ТИПОВЫХ ЗАДАЧ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТАМОЖЕННОЙ СТОИМОСТИ ТОВАРА

Задача 1

Приобретается товар: микроавтобус Ford Transit 350 LWB, длинная база, версия Base, турбодизель 2,4 л 140 л.с. М6, вместимостью 14 мест. Цена завода-изготовителя 26 415 евро. Условия поставки — EXW-Кельн (Германия). Предполагается получение микроавтобуса на складе в Кельне и транспортировка своим ходом в Российскую Федерацию, место назначения Сыктывкар. Требуется определить таможенную стоимость товара, если известно, что расстояние от Кельна до российской территории (по автотрассе) составляет 2 044 км, от границы до Сыктывкара — 1 850 км. Расход топлива автобуса на трассе составляет 14 л/100 км. Для получения автобуса предполагается заключить договор с транспортной организацией (расходы по договору составят 850 евро).

Решение

В таможенную стоимость включаются все затраты на приобретение товара и доставку его на таможенную территорию Российской Федерации. В рассматриваемом случае в таможенную стоимость будут включены расходы по приобретению микроавтобуса (26 415 евро) и стоимость его транспортировки (850 евро).

Таким образом, таможенная стоимость микроавтобуса составит 27 265 евро.

Задача 2

Предприятие периодически закупает импортные LCD-телевизоры, произведенные в Сингапуре. Наибольшим спросом пользуются модели с экраном 17 дюймов. Определить таможенную стоимость партии товаров из 100 телевизоров, если известно только одно из следующих условий, либо известны они все вместе (1 доллар = 33 руб., 1 евро = 44 руб.):

а) цена товара на внутреннем рынке на такие модели составляет в настоящее время 8 900 руб. (имеется документальное подтверждение), уровень торговой наценки при реализации электроники составляет 20 %; стоимость доставки от таможенной границы в пункт назначения составляет 35 000 руб.;

б) стоимость телевизора по сделке составляет 161 доллар США на условиях EXW, стоимость доставки до таможенной территории Российской Федерации составляет 4 200 долларов США;

в) месяц назад предприятие заключало аналогичный договор на поставку 17-дюймовых LCD-телевизоров на условиях поставки до границы (DAF) с другой сингапурской фирмой, стоимость телевизоров по договору составляла 162 евро.

Решение

Определим таможенную стоимость партии товара в каждом отдельном случае, выразив ее в российских рублях.

а) В цену телевизора 8 900 руб. включена его стоимость и 20 % от нее в виде торговой надбавки, т. е. 8 900 руб. = 120 % стоимости телевизора внутри страны. Таким образом, стоимость телевизора, приобретаемого предприятием на внутреннем рынке, равняется $8\,900 / 120\% \cdot 100\% = 7\,416,67$ руб.

Для того чтобы доставить телевизор с таможенной границы в пункт назначения, необходимо понести расходы, равные 350 руб. (вся сумма транспортных расходов от границы, деленная на количество товара в партии). Таким образом, таможенная стоимость 1 телевизора составит 7 066,67 руб.

б) Стоимость телевизора на заводе составляет 161 доллар США, стоимость доставки партии из ста телевизоров до таможенной территории РФ составляет 4 200 долларов США. Таким образом, в расчете на 1 телевизор, стоимость доставки составит 42 доллара, а таможенная стоимость будет равна 203 доллара США или 6 699 руб.

в) Таможенная стоимость может быть определена на основе аналогичного контракта. По контракту с другой сингапурской фирмой таможенная стоимость составляла 162 евро или 7 128 руб.

Имея полную информацию о ценах на ввозимый товар на внутреннем рынке, а также сведения по текущей сделке и аналогичных сделках, таможенная стоимость должна быть определена по цене сделки с ввозимыми товарами, т. е. 6 699 руб.

Однако следует учитывать, что на таможне могут посчитать стоимость товара по сделке заниженной, поскольку по предыдущей аналогичной сделке стоимость телевизора составляла 7128 руб. — в этом случае придется либо доказывать соответствие цены контракта реальной экономической ситуации (например, существенное снижение мировых цен), либо согласиться с таможенными органами и заплатить таможенную пошлину, исходя из стоимости телевизора 7 128 руб.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СУММЫ ТАМОЖЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

Задача 3

Таможенная стоимость товара (партия 320 бутылок емкостью 0,75 л. крымского вина «Старый нектар» с содержанием алкоголя 16 %) составляет 77 120 руб. Определить сумму таможенных платежей.

Решение.

Таможенные платежи включают в себя таможенную пошлину, сбор за таможенное оформление и ввозной НДС. Сбор за таможенное оформление составляет 0,15 % от таможенной стоимости. Ставка НДС равна 18 %.

Для того чтобы определить ставку таможенной пошлины, необходимо

найти соответствующий товар в Таможенном тарифе (а также проверить, действуют ли на текущую дату изменения и дополнения). Для товара, рассматриваемого в условиях задачи, в таможенном тарифе найдем следующую запись:

Код ТН ВЭД	Наименование позиции	Доп. ед. изм.	Ставка ввозной таможенной пошлины (в процентах от таможенной стоимости либо в евро, либо в долларах США)
2204	Вина виноградные натуральные, включая крепленые; сусло виноградное, кроме указанного в товарной позиции 2009:		
2205	Вермуты и виноградные натуральные вина прочие с добавлением растительных или ароматических веществ:		
2205 10	– в сосудах емкостью 2 л или менее:		
2205 10 100 0	– – с фактической концентрацией спирта 18 об.% или менее	л	20

Рассматриваемый товар имеет код ТН ВЭД 2205 10 100 0 и облагается таможенной пошлиной со ставкой 20 % (в случае, если ставка таможенной пошлины указана не в процентах от стоимости товара, это прописано в соответствующей главе).

Таможенная стоимость товара составляет 77 120 руб., при этом таможенная пошлина составит 15 424 руб. Сбор за таможенное оформление составит 0,15 % от 77 120 руб., т. е. 115,68 руб.

Сумма НДС исчисляется исходя из суммы таможенной стоимости товара, таможенной пошлины и сбора за таможенное оформление, т. е. в рассматриваемом примере базой для расчета НДС станет сумма $77\,120 + 115,68 + 15\,424 = 92\,669,68$ руб., а сумма НДС составит 16 680,54 руб.

Если товар является подакцизным, сумма акциза также включается в базу для расчета НДС.

При выполнении подобных расчетов следует особое внимание уделить таким вопросам, как:

- вид пошлины (специфическая, адвалорная либо комбинированная);
- страна происхождения товара (если отсутствуют сведения о стране происхождения товара, таможенная ставка удваивается, если товар происходит из развивающихся стран — ставка таможенной пошлины умножается на коэффициент 0,75; если действует режим наибольшего благоприятствования, коэффициент равен 1,0);
- наличие или отсутствие действующих временных таможенных пошлин на товар [приложение 2].

БАЗИСНЫЕ УСЛОВИЯ ПОСТАВОК

В общем виде задача на базисные условия поставок может иметь вид: известны цена товара с завода-поставщика, затраты на перевозку к железнодорожной станции и погрузку, сумма экспедиторских расходов, стоимость доставки товара на таможенную границу страны назначения, ставки таможенной пошлины, НДС и акцизов, стоимость страхования груза, сумма затрат на доставку товара с таможенной границы на склад покупателя. При этом в условии задачи также указаны базисные условия поставки и соответствующая контрактная цена.

Требуется определить стоимость товара в одной из ключевых точек — на таможенной границе (поскольку от суммы затрат на приобретение товара и доставку его на таможенную границу государства зависит величина уплачиваемых пошлин) либо на складе покупателя (поскольку это — конечная цена потребления). Это необходимо делать всякий раз, когда требуется сравнить несколько предложений, полученных от разных поставщиков (как правило, условия поставки у разных фирм существенно отличаются, в связи с чем прямое сравнение цен не имеет смысла).

Для решения задачи необходимо четко представлять, какие именно затраты из перечисленных включаются в сумму контракта при тех или иных базисных условиях поставки. Не всегда имеет смысл приводить все затраты к конечной цене потребления (когда товар подготовлен поставщиком к экспорту, доставлен на таможенную границу, растаможен и доставлен к покупателю на склад), в таких случаях целесообразно сравнивать таможенную стоимость товара. Рассмотрим общую схему ее определения.

Если по условиям контракта поставщик доставляет товар в промежуточный (перевалочный) пункт за пределами страны назначения, к контрактной цене прибавляются расходы, которые понесет покупатель при доставке товара до таможенной территории страны назначения. Если же по условиям контракта поставщик обязуется поставить товар в пункт, уже находящийся на таможенной территории страны назначения, для определения таможенной стоимости товара необходимо стоимость контракта уменьшить на величину расходов, которые необходимо понести в стране назначения, а также на величину уплачиваемых таможенных платежей (сбор, пошлина, НДС).

Задача 4

Необходимо сравнить оферты на поставку товара (например, современного компьютера), полученные от двух разных поставщиков. Первый поставщик предлагает поставку товара на условиях EXW (с завода), тогда как второй — на условиях DDP. Цена первого поставщика составляет 1 058 евро, цена второго поставщика — 1 544 евро; расходы на доставку товара на станцию и погрузку его в железнодорожный контейнер составляют 19 евро, транспортировка до границы — 83 евро, ставка таможенной пошлины на товар — 10 % от стоимости, к

товару применяется режим наибольшего благоприятствования, НДС взимается по действующей ставке. Стоимость доставки товара с границы на склад покупателя составляет 57 евро.

Решение.

Посчитаем таможенную стоимость единицы товара, предлагаемого первым поставщиком. Для этого сложим цену за единицу товара на заводе и затраты на доставку товара (сначала на станцию, с погрузкой в контейнер, затем до таможенной границы):

$$TC(1) = 1058 + 19 + 83 = 1\,160 \text{ евро.}$$

Теперь приведем к таможенной стоимости цену второго поставщика, для чего рассчитаем и вычтем из цены все затраты, связанные с растаможиванием товара и доставкой его с границы на склад предприятия.

Стоимость растаможенного товара на границе будет равна

$$1\,544 - 57 = 1\,487 \text{ евро.}$$

Эта сумма представляет собой сумму таможенной стоимости, НДС, таможенной пошлины и платы за таможенное оформление. «Очистим» от них таможенную стоимость. Начнем с НДС, поскольку в порядке начисления и уплаты налогов он следует последним:

$$1487 = X \cdot 1,18$$

$X = 1487 / 1,18 = 1\,260,17$ евро (таможенная стоимость + акцизы, пошлина, плата за таможенное оформление).

$$1\,260,17 = Y \cdot (1 + (10 + 0,15) / 100)$$

$Y = 1\,260,17 / 1,1015 = 1\,144,05$ евро — таможенная стоимость товара у второго поставщика.

Приобретать товар целесообразно у того поставщика, который предложит при прочих равных условиях меньшую цену. Мы определили таможенную стоимость товара у каждого из поставщиков и можем утверждать, что покупать товар у второго поставщика при прочих равных условиях выгоднее.

КРЕДИТОВАНИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ОПЕРАЦИИ

Задача 5

Предоставлена рассрочка уплаты таможенных платежей (вывозная таможенная пошлина) в сумме 425 300 руб. под гарантийное обязательство банка

«ВТБ-24» сроком 28 дн. Рассчитать итоговую сумму платежей, подлежащих уплате, если проценты, подлежащие уплате, определены в размере 15 % на день принятия грузовой таможенной декларации.

Решение.

Определим, сколько процентов от суммы рассрочки составит плата за пользование кредитом. Для этого посчитаем, какую долю года (365 дн.) составляет период кредитования (28 дн.):

$$28 / 365 = 0,0767.$$

Определим сумму платы за пользование кредитом: $0,0767 \cdot 425\,300 = 32\,630,51$ руб.

Итоговая сумма платежей включает в себя проценты за пользование кредитом и непосредственно сумму кредита: $32\,620,51 + 425\,300 = 457\,920,51$ руб.

ЛИЗИНГ

Задача 6

Данные для расчета:

стоимость оборудования с НДС – 141 600 руб.;

стоимость оборудования без НДС (ПС) – 120 000 руб.;

объем заемных средств – 141 600 руб.;

норма амортизационных отчислений (H_a) – 1/12;

период расчетов – 12 месяцев (1 год);

период кредитного договора – 9 мес.

коэффициент ускоренной амортизации (k) – 3;

ставка по кредитным ресурсам – 16 %;

погашение кредита – ежемесячно равномерными долями;

стоимость дополнительных услуг (m) – 1 %;

лизинговая премия – 4 %;

затраты по уплате налога на имущество включены в лизинговую премию;

периодичность лизингового платежа – ежемесячно;

метод амортизации – линейный.

Решение.

Обратите внимание, что срок лизинговой сделки может быть как меньше, так и больше срока амортизации предмета лизинга. Существующее законодательство не связывает срок договора лизинга со сроком полной амортизации имущества. Кроме того, ГК РФ ограничивает законодателя в возможности установления такого срока. Согласно ст. 610 ГК РФ, может быть установлен только максимальный (предельный) срок аренды, а следовательно, и лизинга.

В нашем случае период договора лизинга составляет 12 мес., а период амортизации с учетом коэффициента ускорения – 4 мес.

Рассчитаем составляющие лизингового платежа за каждый планируемый

период:

$$AO = k \cdot m \cdot PC \cdot H_a = 3 \cdot 1 \cdot 120\,000 \cdot 1 / 12 = 30\,000 \text{ руб.}$$

При линейном методе амортизация начисляется за каждый месяц равными суммами.

Ежемесячная сумма погашения долга составляет:

$$141\,600 \text{ руб.} / 9 \text{ мес.} = 15\,733,33 \text{ руб./мес.}$$

Остальные расчеты представим в таблице 3.

Таблица 3

Расчет выплат

Месяц	Сумма кредита	СТ	ПК	Остаточная стоимость оборудования	ДУ	ЛП	В	НДС	S
1	141 600	0,16	1 888	120 000	100	400	32 388	5 830	38 218
2	125 867	0,16	1 678	90 000	75	300	32 053	5 770	37 823
3	110 133	0,16	1 468	60 000	50	200	31 718	5 709	37 428
4	94 400	0,16	1 259	30 000	25	100	31 384	5 649	37 033
5	78 667	0,16	1 049	0	0	0	1 049	189	1 238
6	62 933	0,16	839	0	0	0	839	151	990
7	47 200	0,16	629	0	0	0	629	113	743
8	31 467	0,16	420	0	0	0	420	76	495
9	15 733	0,16	210	0	0	0	210	38	248
10	0	0,16	0	0	0	0	0	0	0
11	0	0,16	0	0	0	0	0	0	0
12	0	0,16	0	0	0	0	0	0	0

Данные расчета лизинговых платежей методом ПДС показывают, что срок платежа по данной сделке необходимо будет сократить до девяти месяцев, так как возмещение первоначальной стоимости оборудования произойдет уже через четыре месяца, а кредит будет погашен через девять месяцев.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО РЕШЕНИЯ НА ПРАКТИЧЕСКИХ ЗАНЯТИЯХ

1. Предприятие планирует закупить несколько видов продукции. Определить сумму таможенных платежей, если по каждому товару известны таможенная стоимость и количество (табл. 4).

Таблица 4

Исходные данные

Товар	Ед. изм.	Таможенная стоимость, евро	Количество
Говядина (разделанные туши)	кг	2 150	300
Вино болгарское (в бутылках по 0,75 л)	бут.	480	200
Покрышки для туристского автобуса	шт.	4 620	85
Пиво чешское в кегах по 25 л	шт.	3 125	50
Кофе нежареный робуста	кг	820	53
Покрышки для легковых автомобилей	шт.	8 150	85
Посуда столовая и кухонная	шт.*	2 500	1 000
Телевизор с жидкокристаллическим экраном	шт.	3 500	15
Мыло туалетное (в упаковках 4 • 0,125 кг)	упак.	180	100
Кофе жареный арабика	кг	500	48
Чай мате	кг	2 530	1 800

* 1 шт. весит в среднем 0,3 кг.

2. В соответствии с договором (базисные условия поставки DAF-S) продавец (экспортер) доставил товар железнодорожным транспортом в согласованный пункт S на границе страны покупателя. Товар прошел таможенную очистку для вывоза (за счет продавца), продавец оплатил все расходы по доставке товара до границы страны покупателя (кроме оплаты налогов и сборов, взимаемых при ввозе в страну), передал покупателю все необходимые документы.

Указать:

- Можно ли считать, что продавец выполнил контрактные условия?
- Что такое Инкотермс и какова его роль в международной сделке купли-продажи товаров?
- За чей счет осуществляется таможенная очистка при ввозе товара в страну покупателя (базисные условия поставки — группа D)?
- Какая группа базисных условий поставки предусматривает обязанно-

сти продавца нести все расходы и риски, которые могут возникнуть при доставке товара до границы страны назначения?

3. Продавец в соответствии с условиями контракта (базисные условия FCA-L) выполнил таможенную очистку товара, передал его перевозчику в условленном пункте L, а также документы (коммерческий счет-инвойс, общепринятые документы, подтверждающие передачу товара перевозчику, экспортную лицензию и иные документы, необходимые для вывоза товара через третью страну и для выполнения таможенных формальностей ввоза). Укажите, с какого момента переходит с продавца на покупателя риск возможной гибели или повреждения товара в процессе транспортировки (при заданных базисных условиях).

4. Продавец в соответствии с условиями контракта (базисные условия CIP-R) оплатил фрахт за основную перевозку товара до согласованного места назначения, выполнил таможенные формальности, необходимые для вывоза товара до пункта R, передал необходимые документы покупателю (коммерческий счет-инвойс, транспортный документ). Укажите, за чей счет осуществляется страхование товара до пункта R?

5. Цена товара с завода-поставщика на условиях EXW-F составляет 4 280 евро. Перевозка к железнодорожной станции V из пункта A обойдется в 89 евро. Экспедиторские расходы при этом составят 38 евро. Стоимость погрузки в железнодорожный вагон составляет 17 евро. Рассчитайте затраты для продавца при реализации товара, если базисные условия поставки — FCA-V.

6. Отечественное предприятие, расположенное в Сыктывкаре, реализует в Германию ягоды (клюкву, бруснику) и сушеные белые грибы. Ввозная таможенная пошлина на эти товары в Германии составляет 10 % от стоимости. Таможенные сборы составляют 0,2 %, другие налоги и сборы не взимаются.

Определите цену, которую следует установить для каждого из базисных условий поставок (которые можно рассчитать исходя из имеющихся данных), если стоимость ягод составляет 60 руб./кг, стоимость грибов свежих — 150 руб./кг (при усушке грибы теряют 85 % своей массы). Доставка товара в пункт назначения обходится 50 руб./кг, доставка до границы с ЕС обходится 14 руб.

7. Первоначальный текст договора о поставке товара из Франции в Россию предполагал базисные условия поставки EXW. После того как российская сторона попросила французское предприятие помочь с поиском перевозчиков (внутри Франции и международного перевозчика, который доставит товар на таможенную территорию Российской Федерации), после чего базисные условия поставки были изменены на наиболее подходящие. Определите, какими стали базисные условия поставки (объясните свой выбор).

8. В соответствии с контрактом (базисные условия СРТ-Z) продавец оплатил фрахт для перевозки товара до согласованного места назначения (Z), а также выполнил таможенные формальности, необходимые для вывоза товара. Определите, с какого момента риск утраты, повреждения товара, а также любые дополнительные расходы, возникающие после передачи товара перевозчику, переходят с продавца на покупателя? Как распределяются обязательства между продавцом и покупателем при поставках товара на условиях Инкотермс в группе С?

9. Продавец в соответствии с условиями контракта (базисные условия DDU-Сыктывкар) подготовил товар, погрузил его в самолет, следующий прямым беспосадочным рейсом до пункта назначения, и оплатил все связанные с этим расходы. Самолет вылетел, однако приземлился в Москве, поскольку в Сыктывкаре была нелетная погода. Груз был снят с рейса и размещен на таможенный склад. Каким образом будет осуществляться в дальнейшем транспортировка груза в пункт назначения и кто ее будет оплачивать? Где должно быть проведено таможенное оформление груза? За чей счет будут произведены расходы, связанные с выполнением таможенных формальностей, при ввозе товара в РФ? Для каких видов перевозок может быть использован термин DDU? Как распределяются обязательства между продавцом и покупателем при поставках товара на условиях Инкотермс в группе D? Какая группа базисных условий характеризует максимальные обязательства и ответственность продавца?

10. В соответствии с контрактными условиями DAF-S продавец произвел следующие действия:

- провел таможенную очистку товара для вывоза;
- доставил товар и передал его покупателю в условленном пункте S на границе страны покупателя;
- передал покупателю коммерческий счет-инвойс, сквозной транспортный документ, иные документы, необходимые для вывоза или транзита товара через третью страну и для выполнения таможенных формальностей ввоза.

Можно ли считать, что продавец выполнил свои обязательства по поставке товара?

КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Контрольная работа состоит из трех теоретических вопросов, выбранных из списка в соответствии с вариантом, выданным преподавателем на установочной сессии, и двух задач. Таблица распределения заданий по вариантам представлена в приложении 1.

Контрольная работа выполняется студентами самостоятельно, в сроки, установленные преподавателем.

КОНТРОЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ

1. Что подразумевается под внешнеэкономической деятельностью?
2. Что представляют собой внешнеэкономические связи? Перечислите их основные формы.
3. В чем заключаются различия между внешнеэкономической деятельностью и внешнеэкономическими связями?
4. В чем заключается совместное предпринимательство?
5. Объясните, какую роль играют валютно-финансовые и кредитные отношения во внешнеэкономической деятельности.
6. Можно ли создать здоровую экономику, изолированную от мировой экономической системы? Подтвердите Ваше мнение выдержками из литературных источников (книги, журналы).
7. На каждые 10 % роста мирового производства приходится 16 % увеличения объема мировой торговли. Почему торговля растет быстрее объемов производства?
8. В чем заключается политика фритредерства? В чем ее недостатки?
9. Два государства производят товары, причем одно из них производит абсолютно все товары гораздо более эффективно. Определите, как должна развиваться торговля между этими двумя странами.
10. Какие из теорий международной торговли учитывают влияние на формирование цены климатических условий и наличие (или отсутствие) природных ресурсов в стране, вовлеченной во внешнеэкономические отношения?
11. Какие факторы определяют международное разделение труда?
12. Почему для страны выгодным может быть как продажа, так и покупка товара на международном рынке?
13. Какие факторы и как влияют на развитие внешнеэкономической деятельности в РФ?
14. В чем заключается либерализация внешней торговли?
15. В чем заключается политика протекционизма? В чем ее плюсы и минусы?

16. Какие факторы влияют на динамику мировой торговли товарами (услугами)? Какие основные современные тенденции развития мировых рынков Вы знаете?
17. Что понимается под мировым рынком в настоящее время? Какие цены принято считать ценами мирового рынка?
18. Почему при подготовке к заключению международного контракта купли-продажи покупатели стремятся начинать обсуждение с небольших партий (в разы меньше предполагаемых по сделке)?
19. Почему экспортеры склонны занижать (по сравнению с внутренним рынком) цены при реализации на экспорт? Какую выгоду они получают от реализации товара «по дешевке»?
20. В чем различия участия в мировой торговле (а соответственно, и в МРТ) развитых и развивающихся стран?
21. В чем проявляется множественность цен на международном рынке? Чем она вызвана? Как предприятию определить в условиях множественности цен оптимальную экспортную или импортную цену?
22. Вы предлагаете на рынке услуги и хотите получить максимально возможное количество заказов, для чего применяете скидки, классификация которых насчитывает несколько десятков. Проранжируйте список известных Вам скидок в порядке их предпочтительности для Вашего бизнеса. Объясните Ваш выбор.
23. Что является правовой основой расчетных отношений на мировом рынке?
24. Чем вызваны валютные риски? В чем они проявляются? Какими способами их можно предотвратить или минимизировать?
25. Кто в Российской Федерации имеет право заниматься внешнеэкономической деятельностью? Является ли доставка товара наземными видами транспорта из Калининградской области в Москву внешнеэкономической деятельностью?
26. Перечислите стратегии выхода предприятия с конкретным товаром на зарубежный рынок и опишите преимущества и недостатки, а также применимость каждой из них.
27. Российское предприятие хочет возместить ущерб, возникший вследствие неисполнения зарубежной стороной контракта. Какие должны быть действия российского предприятия?
28. На примере конкретного товара или услуги опишите, какими нормативно-правовыми актами и международными соглашениями (договорами) реализуется его (ее) экспорт и импорт.
29. В чем причина введения временных таможенных пошлин? В качестве примера приведите временные таможенные пошлины, введенные в течение последнего календарного года (с указанием источников информации, причин введения пошлины и срока ее действия).
30. Какие таможенные режимы существуют? В чем заключаются основные особенности каждого из них?
31. Почему российскому предприятию, занимающемуся внешнеэкономической деятельностью, важно отслеживать международные договоры о предоставлении РНБ? С какими странами у Российской Федерации действуют такие дого-

вора в настоящее время?

32. Что означает фраза «помещение товара под таможенный режим»? Каким образом товар помещается под тот или иной таможенный режим? Что для этого должны сделать экспортер и импортер?

33. Территория товарного склада является зоной таможенного контроля, поэтому иногда предприятиям выгодно организовать на своей территории таможенный склад. Что для этого потребуется сделать и сколько это будет стоить?

34. Какие функции выполняют таможенные пошлины и в чем заключается каждая из этих функций?

35. Каким образом регулируется в Российской Федерации импорт туристских услуг?

36. Каким образом регулируется экспорт из Российской Федерации товаров (на конкретном примере)?

37. Почему таможенная стоимость не всегда определяется на основе цены, указанной в сделке? Какие способы определения таможенной стоимости применяются при этом?

38. В чем причины введения государством распределения валютной выручки? Как эта мера регулирования влияет на внешнеэкономическую деятельность предприятий?

39. Как предприятие может исследовать рынок зарубежной страны? В каких случаях применимы тот или иной вариант?

40. В чем различия внутреннего и международного маркетинга (с точки зрения фирмы)?

41. Опишите порядок заключения внешнеторговой сделки, когда известны такие ее параметры, как продавец, покупатель, наименование и количество товара.

42. Что относится к базисным условиям поставок по контракту?

43. Для чего необходимо свидетельство о происхождении товара и как его можно получить предприятию-экспортеру?

44. Как определяется цена контракта?

45. Какие коммерческие предложения в адрес фирмы рассматриваются как приглашение вступить в деловые контакты (в адрес неопределенного круга лиц)?

46. Какие плюсы и минусы имеет свободная оферта для продавца и покупателя?

47. Какие виды оферт существуют? Охарактеризуйте их.

48. Какие преимущества и недостатки имеет твердая оферта?

49. Какие источники содержат информацию об иностранных фирмах? Охарактеризуйте их.

50. Из каких элементов складывается подготовка внешнеторговой сделки?

51. Каковы принципы выбора партнера по сделке?

52. В чем различия прайс-листа и оферты?

53. Перечислите способы фиксации цены в контракте. Какие факторы влияют на выбор валюты платежа в экспортных и импортных контрактах?

54. Какие факторы влияют на выбор валюты платежа в контрактах?

55. Какая форма расчетов предпочтительна для импортера, а какая — для экспортера?
56. В каких ситуациях стороны освобождаются от ответственности и как это отражается в контракте?
57. В каких случаях контракт содержит приложение (спецификацию) и каково его содержание?
58. Где рассматриваются споры по внешнеторговым контрактам?
59. Директор Вашего предприятия готовится к поездке на международную выставку в Москве и дал Вам задание подготовить бумаги, которые могут ему понадобиться в общении с потенциальными зарубежными партнерами. Какие документы Вы подготовите?
60. Что входит в компетенцию торговых представительств России?
61. Что такое Инкотермс и какова его роль в международной сделке купли-продажи товаров?
62. За чей счет осуществляется таможенная очистка при ввозе товара в страну покупателя (базисные условия поставки — группа D)?
63. За чей счет осуществляется погрузка оборудования на территории завода (базисные условия поставки — группа E)? Как распределяются обязательства между продавцом и покупателем при поставках товара на условиях Инкотермс в группе E?
64. С какого момента риск утраты, повреждения товара, а также любые дополнительные расходы, возникающие после передачи товара перевозчику, переходят с продавца на покупателя (базисные условия поставки — СРТ)?
65. Для каких видов перевозок может быть использован термин DDU?
66. Какая группа базисных условий характеризует максимальные обязательства и ответственность продавца?
67. В чем различие в определении ставок лизинговых платежей финансового и оперативного лизинга?
68. Каковы этапы совершения лизинговой сделки?
69. Какие виды лизинга существуют и в чем заключаются их особенности?
70. Какие санкции предусматриваются за нарушение контракта?
71. Ваше предприятие собирается организовать на постоянной основе туры в Швейцарию (предположительно — еженедельная отправка групп туристов по 25 — 30 человек). Для этого Вам поручили разослать запросы в швейцарские агентства и отели. Напишите ориентировочный текст запроса.
72. Вашему предприятию предстоит заключить контракт купли-продажи с зарубежной фирмой. Какие разделы обязательно должны присутствовать в его тексте, а какие пункты желательны?
73. Что необходимо предусмотреть в контракте в целях защиты интересов продавца от нарушения платежных обязательств иностранным покупателем?
74. Как можно проверить надежность контрагента?
75. Какие факторы, определяющие уровень риска, относятся ко внешним, а какие ко внутренним?
76. Ваше предприятие собирается заключить внешнеторговый контракт, при этом предметом сделки являются значительные объемы поставок продукции,

производимой Вашим зарубежным партнером. При этом есть возможность пригласить представителей продавца в Россию или отправить делегацию к фирме-поставщику. Приведите аргументы в поддержку каждого варианта.

77. В подписанном российской и зарубежной компаниями контракте указано, что товар поставляется авиатранспортом на условиях FAS. Кроме этого, сказано, что продавец оплачивает погрузку товара на борт самолета за свой счет. На каких условиях будет осуществлена эта поставка?

78. Что означает «оплата наличными» в международном контракте?

79. Какие особенности имеет международная торговля услугами?

80. Какие формы лизинга предпочтительнее выбрать для приобретения автомобиля, компьютера, помещения для зарубежного офиса?

81. Какие факторы необходимо учитывать при выборе транспортного средства в ВЭД?

82. Какие документы необходимы при перевозке грузов различными видами транспорта?

83. Какие сведения должен представить потенциальный франчайзи на стадии переговоров?

84. В чем заключаются преимущества и недостатки франчайзинга для франчайзи и франчайзера?

85. Как во внешнеэкономической деятельности происходит передача технологий?

86. Какова роль службы ВЭД на предприятии, кому она подчинена?

87. Кто осуществляет распределение (выдачу) квот?

88. На какие товары действуют в настоящее время количественные ограничения на ввоз?

89. Какие условия соблюдаются при предоставлении режима наибольшего благоприятствования во внешней торговле?

90. Какова последовательность действий при определении внешнеторговой цены на импортируемый и экспортируемый товар?

91. В каких случаях целесообразно воспользоваться услугами по инжинирингу и реинжинирингу?

92. В чем заключаются особенности туристского экспорта и импорта?

93. Какие показатели характеризуют развитие туризма в стране и регионе?

94. Каковы цели создания совместных предприятий?

95. Каков порядок распределения прибыли от деятельности совместных предприятий?

96. Что такое факторинг и в каких случаях используется эта разновидность кредита?

ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЯ ЗНАНИЙ

Задача № 1

Исходные данные для вариантов 1 — 50

Предприятие реализует продукцию собственного производства по цене 1000 евро за комплект (табл. 5 и справочные данные). На автомашину вмещается 2 комплекта изделий (минимальная транспортная партия). Произведите расчет цены экспортного товара при трех различных вариантах условий поставки, соответствующих Вашему варианту (согласно приложению 1).

Затраты на страхование составляют 7 % от стоимости товара. Экспедиционные расходы (за каждые сутки нахождения автотранспорта в пути) — 40 евро. В сутки автотранспорт проходит 740 км. Простои при пересечении границы — 0,5 сут. Таможенные формальности (за прохождение каждой границы) — 10 евро. Перегрузка, разгрузка — 30 евро (за комплект). Затраты грузового автотранспорта — 0,4 евро/км. Затраты железнодорожного транспорта — 0,2 евро/км. Затраты морского транспорта — 0,14 евро/км. Затраты на погрузку груза на территории предприятия не учитываются. Сбор за пользование автодорогами (в каждой стране) — 40 евро. Прочие расходы — 5 % от стоимости товара.

Таблица 5

Исходные данные (для вариантов 1 — 50)

Варианты условий поставки	Базисные условия поставки	Расстояние от производителя, км	Способ доставки	Примечание
a	FCA-Брест	340	Авто	—
b	FOB-Калининград	560	Авто	—
c	FAS-Клайпеда	550	Авто	—
d	CIF-Амстердам	1 880	Ж/д, авто	340 км — авто, остальное ж/д
e	CIF-Афины	2 900	Ж/д, авто	290 км — авто, остальное ж/д
f	DDU-Хельсинки	1 100	Авто, морским	560 км — авто, остальное — морским
g	DAF-Франкфурт	1 050	Авто	—
h	CPT-Варшава	700	Ж/д, авто	340 км — авто, остальное — ж/д
i	CIP-Берлин	1 250	Авто	—
j	CPT-Москва	720	Авто	—

Исходные данные для вариантов 51 — 100

На основании данных табл. 6 определите цену трех импортируемых товаров (в соответствии с вариантом согласно приложению 1) с учетом налогов, таможенных пошлин, издержек при совершении импортной внешнеторговой операции.

Цена товара — 10 000 евро.

Способ доставки товара (вид транспорта) определяется самостоятельно. Ставки таможенных пошлин необходимо найти в таможенном тарифе (с учетом действующих временных ставок). Товар должен быть поставлен в Сыктывкар. Маршрут движения выберите самостоятельно исходя из расстояний между городами и стоимости транспортировки.

Затраты на страхование составляют 7 % от стоимости товара. Экспедиционные расходы (за каждые сутки нахождения автотранспорта в пути) — 40 евро. В сутки автотранспорт проходит 740 км. Простои при пересечении границы — 0,5 сут. Таможенные формальности (за прохождение каждой границы) — 10 евро. Перегрузка, разгрузка — 30 евро. Затраты грузового автотранспорта — 0,5 евро/км. Затраты на погрузку груза на территории предприятия не учитываются. Сбор за пользование автодорогами (в каждой стране) — 40 евро. Прочие расходы — 5 % от стоимости товара.

Таблица 6

Исходные данные

Зада- ние	Наименование товара	Пункт получения товара	Количество	Акциз, %	НДС, %
a	Чай ароматизированный, кг	Амстердам	2500	—	18
b	Пиво солодовое, л.	Франкфурт	12000	15	18
c	Сигареты, тыс. шт.	Афины	350	20	18
d	Одежда из натуральной кожи, шт.	Афины	75	10	18
e	Мебель, кг	Варшава	3000	—	18
f	Часы ручные, шт.	Амстердам	50	—	18
g	Телевизоры (с экраном 107 см по диагонали), шт.	Владивосток	100	—	—
h	Шотландское виски, л.	Берлин	2000	20	18
i	Шелковые халаты (производство КНР), шт.	Минск	200	—	—
j	Пшеничная мука высшего сорта, т.	Хельсинки	15	—	10

Задача № 2.

Отечественное предприятие (ООО «Мара») заключило договор с корпорацией, имеющей широко известную торговую марку и высокий имидж на потребительском рынке, на ведение коммерческой деятельности с использованием ее торгового знака и технологии.

Необходимо составить текст договора, если известны: наименование фирмы-франчайзера, вид предпринимательской деятельности, стоимость франшизы, процент роялти от валовой выручки и отдельные коммерческие условия (табл. 7). Предмет договора и другие необходимые данные выбрать самостоятельно.

Таблица 7

Исходные данные для решения задачи № 2

№ п. п.	Франчайзер	Вид деятельности предприятия	Стоимость франшизы, тыс. евро	Роялти, % от валовой выручки	Коммерческие условия
1	Subwar	Рестораны быстрого обслуживания	28	5	Франчайзер обеспечивает поставку комплекта оборудования
2	Yogen Fluz/Bresler's Ice Cream	Кафе-мороженое	12	6	Франчайзер передает в лизинг необходимое оборудование
3	Snap On Tools	Магазин по продаже инструмента	11	8	Франчайзер передает оборудование, инструмент всех видов
4	Burger King Corp.	Изготовление гамбургеров	14	5	Франчайзер за свой счет выполняет работы по оформлению помещений и их дизайн
5	Jani King	Уборка офисов	7	7	Франчайзер передает инструкции, пылесосы 5 видов, рецепты моющих средств, инвентарь
6	Diary Queen	Изготовление блюд из молочных продуктов	6	9	Франчайзер передает комплект оборудования в аренду
7	KFC	Закусочные быстрого обслуживания	21	11	Франчайзер передает необходимое оборудование в лизинг.
8	Pronta print iberica	Моментальная типография	26	7	Франчайзер обеспечивает поставку комплекта оборудования
9	Grupo vit	Мини-химчистка	9	9	Франчайзер передает оборудование на условиях кредита

При разработке договора франчайзинга следует придерживаться следующей схемы.

Договор франчайзинга № _____

Город _____

Дата _____

_____ ,
обозначение сторон (полное наименование предприятий франчайзера и франчайзи, должности, фамилии руководителей)

действующих на основании Устава, заключили настоящий договор о нижеследующем.

Предмет договора

Согласно настоящему договору, Франчайзер обязан предоставить Франчайзи за вознаграждение на указанный в договоре срок право использовать в предпринимательской деятельности Франчайзи комплекс принадлежащих Франчайзеру исключительных прав, а именно: право на фирменное наименование и коммерческое обозначение Франчайзера, ноу-хау на охраняемую коммерческую информацию, на товарный знак и знак обслуживания

Франчайзи вправе использовать принадлежащий Франчайзеру комплекс исключительных прав на территории _____

Срок действия настоящего договора _____

Вознаграждение за пользование комплексом исключительных прав

По настоящему договору Франчайзи в момент вступления договора в силу обязан уплатить Франчайзеру вступительный (единовременный) взнос в размере _____

Текущие платежи Франчайзи обязуется выплачивать Франчайзеру в течение всего срока действия настоящего договора на следующих условиях: _____

Сумма текущих платежей на основе _____

Права и обязанности сторон

Франчайзер обязан⁷:

Франчайзи обязан⁸:

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Основная литература

-
- 7 Необходимо привести данные: о передаче технической и коммерческой документации; об оказании технической и консультативной помощи; об обучении персонала; о контроле качества работ; о непредоставлении другим лицам на обозначенной территории комплекса исключительных прав, аналогичных настоящему договору; о проведении программы маркетинга, продвижения товарного знака, рекламной деятельности.
- 8 Необходимо привести данные: об обеспечении соответствия качества производимых товаров (оказываемых услуг); о соблюдении инструкций и указаний Франчайзера; о неразглашении секретов производства; о предоставлении всей деловой, коммерческой, бухгалтерской документации Франчайзеру (по его запросу); о своевременной оплате Франчайзеру; о проведении рекламной политики в соответствии с требованиями Франчайзера; о выполнении требований по поддержанию фирменного стиля (дизайн помещений, оформление территорий, фирменная одежда); о выполнении требований к персоналу; о выполнении требований работы с клиентами.

1. Балабанов, И. Т. Внешнеэкономические связи [Текст] : учеб. пособие / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанова. — М. : Финансы и статистика, 2000. — 512 с.
2. Прокушев, Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] : учебник / Е. Ф. Прокушев. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Дашков и К^о, 2006. — 448 с.
3. Проничев, И. К. Внешнеэкономические связи Республики Коми [Текст] : учеб. пособие по дисциплине «Региональная экономика» для студ. всех спец. и всех форм обучения / И. К. Проничев. — Сыктывкар : СЛИ, 2003. — 158 с.

Дополнительная литература

1. Алехнович, А. В. Внешнеэкономическая деятельность предприятия [Текст] : практикум / В. А. Алехнович. — Минск : Дикта, 2007. — 248 с.
2. Внешнеэкономическая деятельность предприятия [Текст] : учеб. для вузов / под ред. проф. Л. Е. Стровского. — 4-е изд., перераб. и доп. — М. : Юнити-Дана, 2007. — 799 с.
3. Грачев, Ю. Н. Внешнеэкономическая деятельность. Организация и техника внешнеторговых операций [Текст] : учеб.-практ. пособие / Ю. Н. Грачев. — М. : Интел-синтез, 2000. — 566 с.
4. Дегтярева, О. И. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] / О. И. Дегтярева, Т. Н. Полянова, С. В. Саркисов. — 6-е изд. — М. : Дело, 2007. — 424 с.
5. Козловская, З. Н. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] : конспект лекций / З. Н. Козловская. — Минск : Элайда, 2009. — 160 с.
6. Марьянченко, В. П. Инкотермс-2000 [Текст] : постатейный комментарий с иллюстрациями / В. П. Марьянченко, В. И. Черенков, Я. П. Сударьянто. — М. : Дашков и Ко, 2009. — 128 с.
7. Мировая экономика: введение во внешнеэкономическую деятельность [Текст] : учеб. пособ. для студ., обучающихся по спец. «Экономика» и «Менеджмент» / ред. А. К. Шуркалин, Н. С. Ципина. — М. : Дело. — 2000. — 268 с.
8. Покровская, В. В. Организация и регулирование внешнеэкономической деятельности [Текст] : учебник / В. В. Покровская. — М. : Юрист, 2002. — 456 с.
9. Филиппова, И. А. Внешнеэкономическая деятельность [Текст] : учебно-методический комплекс / И. А. Филиппова ; Ульянов. гос. техн. ун-т. — Ульяновск : Ул ГТУ, 2003. — 140 с.
10. Фомичев, В. И. Международная торговля [Текст] : Учебник; 2-е изд., перераб. и доп. / В. И. Фомичев. — М. : ИНФРА-М, 2001. — 446 с. — (Серия «Высшее образование»).

11. Черенков, В. И. Внешнеэкономическая деятельность: основные операции [Текст] : учеб. пособие / В. И. Черенков. — Ростов н/Д: Феникс, 2007. — 541 с.

12. Шестопалова, Н. С. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью предприятия [Текст] / Н. С. Шестопалова. — 2-е изд. — М. : Изд-во МГУЛ, 2007. — 28 с.

13. Шестопалова, Н. С. Экономика внешних связей предприятий лесного комплекса [Текст] / Н. С. Шестопалова. — 2-е изд. — М. : Изд-во МГУЛ, 2007. — 32 с.

14. Яблукова, Р. З. Международные экономические отношения в вопросах и ответах [Текст] : учеб. пособие / Р. З. Яблукова. — М. : Велби, Проспект, 2004. — 288 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Распределение заданий контрольной работы по вариантам

Вариант	Контрольные вопросы			Задача № 1	Задача № 2
1	1	11	21	abc	1
2	2	12	22	ghi	2
3	3	13	23	ceg	3
4	4	14	24	bdf	4
5	5	15	25	beh	5
6	6	16	26	had	6
7	7	17	27	gae	7
8	8	18	28	afb	8
9	9	19	29	bge	9
10	10	20	30	bcd	1
11	31	41	51	hij	2
12	32	42	52	egi	3
13	33	43	53	dfh	4
14	34	44	54	cfi	5
15	35	45	55	aei	6
16	36	46	56	bic	7
17	37	47	57	cha	8
18	38	48	58	cjd	9
19	39	49	59	bif	1
20	40	50	60	cde	2
21	61	71	81	ija	3
22	62	72	82	gia	4
23	63	73	83	fhj	5
24	64	74	84	dgj	6
25	65	75	85	eic	7
26	66	76	86	afc	8

Вариант	Контрольные вопросы			Задача № 1	Задача № 2
27	67	77	87	bgd	9
28	68	78	88	bia	1
29	69	79	89	cje	2
30	70	80	90	def	3
31	1	31	91	jab	4
32	2	32	92	hjb	5
33	3	33	93	eha	6
34	4	34	94	icg	7
35	5	35	95	bgh	8
36	6	36	96	bid	9
37	7	37	67	cga	1
38	8	38	68	cjf	2
39	9	39	69	bga	3
40	10	40	70	efg	4
41	11	41	81	ace	5
42	12	42	82	jbd	6
43	13	43	83	adg	7
44	14	44	84	chb	8
45	15	45	85	bgj	9
46	16	46	86	bie	1
47	17	47	87	cjh	2
48	18	48	88	afd	3
49	19	49	89	bgc	4
50	20	50	90	fgh	5
51	91	51	21	abc	6
52	92	52	22	ghi	7
53	93	53	23	ceg	8
54	94	54	24	bdf	9
55	95	55	25	beh	1
56	96	56	26	had	2

Вариант	Контрольные вопросы			Задача № 1	Задача № 2
57	67	57	27	gae	3
58	68	58	28	afb	4
59	69	59	29	bge	5
60	70	60	30	bcd	6
61	41	61	1	hij	7
62	42	62	2	egi	8
63	43	63	3	dfh	9
64	44	64	4	cfi	1
65	45	65	5	aei	2
66	46	66	6	bic	3
67	47	67	7	cha	4
68	48	68	8	cjd	5
69	49	69	9	bif	6
70	50	70	10	cde	7
71	51	71	11	ija	8
72	52	72	12	gia	9
73	53	73	13	fhj	1
74	54	74	14	dgj	2
75	55	75	15	eic	3
76	56	76	16	afc	4
77	57	77	17	bgd	5
78	58	78	18	bia	6
79	59	79	19	cje	7
80	60	80	50	def	8
81	1	51	81	jab	9
82	2	52	82	hjb	1
83	3	53	83	eha	2
84	4	54	84	icg	3
85	5	55	85	bgh	4
86	6	56	86	bid	5

Вариант	Контрольные вопросы			Задача № 1	Задача № 2
87	7	57	87	cga	6
88	8	58	88	cjf	7
89	9	59	89	bga	8
90	10	60	90	efg	9
91	11	31	61	ace	1
92	12	32	62	jbd	2
93	13	33	63	adg	3
94	14	34	64	chb	4
95	15	35	65	bgj	5
96	16	36	66	bie	6
97	17	37	67	cjh	7
98	18	38	68	afd	8
99	19	39	69	bgc	9
100	20	40	70	fgh	1

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Выдержки из нормативно-правовой базы

Как было отмечено выше, целью учебно-методического пособия не является детальная характеристика нормативно-правовой базы. Вместе с тем изучение основ внешнеэкономической деятельности предполагает как минимум общее знакомство с ней, чтобы в случае необходимости можно было определить хотя бы направление поисков нужной информации (какие нормативно-правовые акты нужно изучить, где можно найти ставки пошлин, в том числе ставки временных таможенных пошлин и т. п.).

Кроме того, пособие должно привить учащимся навыки работы с нормативно-правовой документацией в решении практических задач. Поэтому задания для контроля знаний написаны таким образом, что для их выполнения необходимо обращение к первоисточникам, т. е. — к законодательству. Чтобы не было разночтений, связанных с изменчивостью правовых норм, задания рекомендуется выполнять, используя выдержки из нормативно-правовых актов, приведенных в приложениях. К тому же это позволит упростить выполнение заданий студентами-заочниками, поскольку в их распоряжении будет вся необходимая информация.

Временные таможенные пошлины.

29.12.2007. Утверждена ставка вывозной таможенной пошлины на пшеницу и меслин.

Постановлением Правительства РФ от 28.12.2007 № 934 в частичное изменение постановления Правительства Российской Федерации от 10 октября 2007 года № 660 ставка вывозной таможенной пошлины на пшеницу и меслин (код ТН ВЭД России 1001) утверждена в размере, равном 40 % таможенной стоимости товара, но не менее 0,105 евро/кг.

Постановление вступит в силу по истечении одного месяца со дня его официального опубликования и действует до 30 апреля 2008 г. включительно.

25.12.2007. Утверждена ставка ввозной таможенной пошлины на части и принадлежности к весам чувствительностью 0,05 г. или выше.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 20 декабря 2007 года № 898 с 27 декабря 2007 г. утверждена ставка ввозной таможенной пошлины на части и принадлежности к весам чувствительностью 0,05 г. или выше (код ТН ВЭД России 9016 00 900 0) в размере, равном нулю.

24.12.2007. Утверждена ставка ввозной таможенной пошлины на части и принадлежности к весам чувствительностью 0,05 грамма или выше.

Постановлением Правительства РФ от 20 декабря 2007 г. № 898 утвер-

ждена ставка ввозной таможенной пошлины на части и принадлежности к весам чувствительностью 0,05 г. или выше (код ТН ВЭД России 9016 00 900 0) в размере, равном нулю.

Установлено, что для целей применения указанной ставки товар определяется исключительно кодом ТН ВЭД России, а наименование товара приведено только для удобства пользования.

Вышеуказанное постановление вступает в силу с 27 декабря 2007 г.

20.12.2007. Установлен размер ставки антидемпинговой пошлины на товары, ввозимые на таможенную территорию Российской Федерации, страной происхождения которых являются Китайская Народная Республика и ее специальные административные районы Гонконг и Макао.

Постановлением Правительства РФ от 13 декабря 2007 г. № 868 на 5 лет установлена антидемпинговая пошлина на товары, классифицируемые кодами ТН ВЭД России 8482 10 100 1, 8482 10 100 2, 8482 10 100 9, 8482 10 900 1, 8482 10 900 2, 8482 10 900 3, 8482 10 900 8, 8482 20 000 1, 8482 20 000 2, 8482 20 000 9, 8482 30 000 1, 8482 30 000 9, 8482 50 000 1, 8482 50 000 2, 8482 50 000 9, 8482 80 000 1, 8482 80 000 2, 8482 80 000 9, 8482 91 100 0, 8482 91 900 0 и 8482 99 000 0, ввозимые на таможенную территорию Российской Федерации, страной происхождения которых являются Китайская Народная Республика и ее специальные административные районы Гонконг и Макао.

19.12.2007. Утвержден перечень товаров, являющихся существенно важными для внутреннего рынка Российской Федерации, в отношении которых в исключительных случаях могут быть установлены временные ограничения или запреты экспорта.

Постановлением Правительства РФ от 15 декабря 2007 г. № 877 утвержден перечень товаров, являющихся существенно важными для внутреннего рынка Российской Федерации, в отношении которых в исключительных случаях могут быть установлены временные ограничения или запреты экспорта. К таким продуктам, например, отнесены молоко и сливки, сгущенные или с добавлением сахара или других подслащивающих веществ, мука ржаная, масло подсолнечное, сафлоровое или хлопковое и их фракции, нерафинированные или рафинированные, но без изменения химического состава.

13.11.2007. Утверждены ставки ввозных таможенных пошлин в отношении чая и отдельных видов необработанных шкур.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 10 ноября 2007 г. № 768, в частичное изменение Таможенного тарифа Российской Федерации, утверждены новые ставки ввозных таможенных пошлин в отношении чая зеленого (неферментированного), черного (ферментированного) и частично ферментированного и отдельных видов необработанных шкур. Постановление вступает в силу с 13 декабря 2007 года.

8.02.2008. Утверждена ставка ввозной таможенной пошлины на бумагу и

картон самоклеящиеся.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 5 февраля 2008 г. № 48 с 18 февраля 2008 года на постоянной основе утверждена ставка ввозной таможенной пошлины на бумагу и картон самоклеящиеся (код ТН ВЭД России 4811 41 900 0) в размере 5 % от таможенной стоимости.

12.11.2007. Утверждены ставки ввозных таможенных пошлин в отношении отдельных видов орехов и семян.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 6 ноября 2007 г. № 756, в частичное изменение Таможенного тарифа Российской Федерации, с 10 декабря 2007 г. утверждена ставка ввозной таможенной пошлины в отношении орехов кешью, миндаля, ореха лесного, или лещины (*Corylus spp.*), семян кунжута (коды 0801 32 000 0, 0802 11 100 0, 0802 11 900 0, 0802 12 100 0, 0802 12 900 0, 0802 22 000 0, 1207 40 100 0, 1207 40 900 0 ТН ВЭД России в размере, равном нулю.

9.11.2007. Установлена специальная пошлина на стеклосетки (сетки из стекловолокна), ввозимые на таможенную территорию Российской Федерации.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 6 ноября 2007 г. № 757 сроком на 3 года установлена специальная пошлина на стеклосетки (сетки из стекловолокна) с размером ячейки по любой ее стороне более 1,8 мм, являющиеся изделиями, в которых два или более слоев параллельных нитей (ровингов) скреплены химическим, механическим или тканым способом, ввозимые на таможенную территорию Российской Федерации, в размерах 14,2 % от таможенной стоимости стеклосеток для производства абразивных изделий при условии подтверждения Министерством промышленности и энергетики Российской Федерации целевого назначения ввозимого товара и 33,4 % от таможенной стоимости стеклосеток прочих.

2.11.2007. Утверждены ставки вывозных таможенных пошлин на отдельные виды продукции лесопромышленного комплекса высокой степени переработки.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 30 октября 2007 г. № 721 в частичное изменение постановления Правительства Российской Федерации от 23 декабря 2006 г. № 795 с 1 января 2008 г. утверждены ставки вывозных таможенных пошлин на шпалы деревянные для железнодорожных или трамвайных путей, плиты древесно-стружечные, целлюлозу древесную из хвойных и лиственных пород и отдельные виды бумаги и картона (коды 4406, 4410, 4802 40, 4802 55, 4802 61 ТН ВЭД России) в размере, равном нулю.

1.11.2007. Установлены сезонные пошлины на отдельные виды овощей, ввозимых на территорию Российской Федерации.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 30 октября 2007 г. № 723 с 15 января 2008 г. установлена ставка сезонной пошлины на капусту белокочанную, морковь, свеклу столовую (коды ТН ВЭД России 0704

90 100 1, 0706 10 000 1, 0706 90 900 1), ввозимые на территорию Российской Федерации, в размере 5 % от их таможенной стоимости на срок по 1 июля 2008 года.

31.10.2007. Внесены изменения в Таможенный тариф Российской Федерации в отношении целлюлозы из эвкалипта.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 26 октября 2007 г. № 705 внесены изменения в структуру кодов Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в отношении целлюлозы из эвкалипта (код 4703 29 000 0 ТН ВЭД России). Сроком на 9 месяцев утверждены ставки ввозных таможенных пошлин на указанные товары. Постановление вступает в силу с 31 декабря 2007 г.

15.10.2007. Утверждены ставки вывозных таможенных пошлин на пшеницу, меслин и ячмень.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 10 октября 2007 г. № 660 на период с 12 ноября 2007 года по 30 апреля 2008 года утверждены ставки вывозных таможенных пошлин на пшеницу и меслин (код 1001 ТН ВЭД России) в размере 10 % от таможенной стоимости, но не менее 0,022 евро за 1 кг и на ячмень (код 1003 00 ТН ВЭД России), в размере 30 % от таможенной стоимости, но не менее 0,07 евро за 1 кг, вывозимые с территории Российской Федерации за пределы государств — участников соглашений о Таможенном союзе.

11.9.2007. Утверждена временная ставка ввозной таможенной пошлины в отношении видеоигр с использованием телевизионного приемника.

Постановлением Правительства РФ от 7 сентября 2007 г. № 564 сроком на 9 месяцев утверждена ставка ввозной таможенной пошлины в отношении видеоигр с использованием телевизионного приемника (код ТН ВЭД России 9504 10 000 0) в размере 10 % от таможенной стоимости. Постановление вступает в силу по истечении 1 месяца со дня его официального опубликования.

6.9.2007. Утверждена временная ставка ввозной таможенной пошлины в отношении цифровых камер.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 3 сентября 2007 г. № 552 сроком на 9 месяцев утверждена новая ставка ввозной таможенной пошлины в отношении цифровых камер (код ТН ВЭД России 8525 80 300 0) в размере, равном нулю. Ранее на ввоз указанного товара действовала ставка ввозной таможенной пошлины в размере 5 % от таможенной стоимости.

20.8.2007. Утверждены временные ставки ввозных таможенных пошлин в отношении отдельных видов одежды из натурального меха.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 15 августа 2007 г. № 518 с 18 сентября 2007 года сроком на 9 месяцев утверждены новые ставки ввозных таможенных пошлин в отношении отдельных видов одежды из

натурального меха (коды ТН ВЭД России 4303 10 101 0, 4303 10 901 0 — 4303 10 908 0), содержащиеся в Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Российской Федерации.

11.7.2007. Внесены изменения в Таможенный тариф Российской Федерации в отношении отдельных видов тропических масел.

Постановлением Правительства РФ от 9 июля 2007 г. № 435 исключены из Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Российской Федерации подсубпозиции согласно приложению № 1. Кроме того, включены подсубпозиции согласно приложению № 2. Также утверждены новые ставки ввозных таможенных пошлин сроком на 9 месяцев.

23.11.2009. Введены временные ставки таможенных пошлин в отношении отдельных видов столовых приборов.

Постановлением Правительства Российской Федерации от 23 ноября 2009 г. № 942 введены временные ставки таможенных пошлин в отношении столовых ножей с ручкой и лезвием из коррозионностойкой стали (код ТН ВЭД России 8211 91 300 0) в размере 15 %, но не менее 1,6 евро/кг. Ставки таможенных пошлин в отношении прочих столовых приборов из коррозионностойкой стали (коды ТН ВЭД 8215 20 100 0 и 8215 99 100 0) установлены в размере 20 %, но не менее 1,6 евро/кг.

Постановление Правительства РФ от 28 сентября 2009 г. № 760 «О временной ставке ввозной таможенной пошлины в отношении некоторых видов вытяжного оборудования». Сроком на 9 месяцев с 0 до 10 % от таможенной стоимости повышается ставка ввозной пошлины в отношении некоторых видов вытяжного оборудования (код ТН ВЭД России 8414 60 000 0). Это вытяжные колпаки и шкафы, наибольший горизонтальный размер которых не превышает 120 см. Постановление вступает в силу по истечении 1 месяца со дня его официального опубликования.

Постановление Правительства РФ от 31 марта 2009 г. № 273 «О временных ставках ввозных таможенных пошлин на отдельные виды аппаратуры приемной для телевизионной связи». Сроком на 9 месяцев установлены ставки ввозных таможенных пошлин на отдельные виды аппаратуры приемной для телевизионной связи (коды ТН ВЭД России 8528 72 810 0 и 8528 72 890 0), содержащиеся в Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Российской Федерации, утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 27 ноября 2006 г. № 718 «О Таможенном тарифе Российской Федерации и товарной номенклатуре, применяемой при осуществлении внешнеэкономической деятельности», в размере 15 процентов таможенной стоимости.

Постановление Правительства РФ от 15 апреля 2009 г. № 327 «Об утверждении ставки ввозной таможенной пошлины на комплектующие для произ-

водства оправ очков». Постановлением утверждена сроком на 6 месяцев ставка ввозной таможенной пошлины на комплектующие для производства оправ очков (код ТН ВЭД России 9003 90 000 0), содержащиеся в Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Российской Федерации, утвержденной Постановлением Правительства Российской Федерации от 27 ноября 2006 г. № 718 «О Таможенном тарифе Российской Федерации и товарной номенклатуре, применяемой при осуществлении внешнеэкономической деятельности», в размере, равном нулю.

Постановление Правительства РФ от 31 января 2009 г. № 72 «О временных ставках ввозных таможенных пошлин в отношении отдельных видов молока и сливок». Сроком на 9 месяцев утверждены ставки ввозных таможенных пошлин на молоко и сливки, сгущенные или с добавлением сахара или других подслащивающих веществ (код ТН ВЭД России 0402, кроме кода ТН ВЭД России 0402 29 110 0), содержащиеся в Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Российской Федерации, утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 27 ноября 2006 г. № 718 «О Таможенном тарифе Российской Федерации и товарной номенклатуре, применяемой при осуществлении внешнеэкономической деятельности», в размере, равном 20 процентам таможенной стоимости.

Постановление Правительства РФ от 31 января 2009 г. № 71 «О временных ставках ввозных таможенных пошлин в отношении сливочного масла и отдельных видов молочной продукции». Постановлением утверждены сроком на 9 месяцев ставки ввозных таможенных пошлин на сливочное масло и прочие жиры и масла, изготовленные из молока; молочные пасты (код ТН ВЭД России 0405), содержащиеся в Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Российской Федерации, утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 27 ноября 2006 г. « 718 «О Таможенном тарифе Российской Федерации и товарной номенклатуре, применяемой при осуществлении внешнеэкономической деятельности», в размере, равном 15 процентам таможенной стоимости, но не менее 0,35 евро за 1 кг.