

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКАЯ АКАДЕМИЯ УПРАВЛЕНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ГЛАВЕ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ»

Кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности



Менеджмент ВЭД

Конспект лекций

для обучающихся 4 курса
образовательной программы бакалавриата
направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
(профиль «Менеджмент внешнеэкономической деятельности»)
очной / заочной форм обучения

Утверждено на заседании
Учебно-методического совета
ГОУ ВПО «ДонАУиГС»
Протокол № 2 от 22.12.2020г.

Донецк
2020

УДК 339.9:005(043.4)
ББК У298.2-21+Ч448я73
М50

Рецензенты :

- Н. П. Докторова – канд. гос. упр., доцент, доцент кафедры менеджмента непроеизводственной сферы ГОУ ВПО «ДонАУиГС»;
- Л. А. Гончарова – канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента строительных организаций ГОУ ВПО «ДонНАСА».

М50 Менеджмент ВЭД : конспект лекций для обучающихся 4 курса образовательной программы бакалавриата направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (профиль «Менеджмент внешнеэкономической деятельности») очной / заочной форм обучения / Минобрнауки ДНР, ГОУ ВПО «ДонАУиГС», Кафедра менеджмента внешнеэкономической деятельности ; сост. Н. Г. Яблонская. – Донецк : ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2020. – 160 с.

Конспект лекций предназначен для формирования у обучающихся систематизированных теоретических знаний и понятий в сфере менеджмента внешнеэкономической деятельности предприятия. В конспекте рассматриваются: сущность и основные функции менеджмента внешнеэкономической деятельности, классификация предприятий-субъектов ВЭД, основные виды внешнеэкономических операций. Особое внимание обращено на организацию и технологию внешнеторговых операций, особенности заключения сделок.

Учебный материал соответствует рабочей программе учебной дисциплины, позволяет изучить основные категории, приобрести навыки анализа практических проблем в сфере организации внешнеэкономических операций, содержит вопросы для самоподготовки после каждой темы лекции.

УДК 339.9:005(043.4)
ББК У298.2-21+Ч448я73

© Яблонская Н. Г., 2020
© ГОУ ВПО «ДонАУиГС», 2020

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА УРОВНЕ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	6
Тема 1.1. Менеджмент внешнеэкономической деятельности предприятия, его сущность, особенности и роль в развитии национальной экономики	6
Тема 1.2. Предприятие как субъект внешнеэкономической деятельности.....	20
Тема 1.3. Планирование внешнеэкономической деятельности предприятия.....	35
Тема 1.4. Организация внешнеэкономической деятельности предприятия.....	50
Тема 1.5. Маркетинг в управлении внешнеэкономической деятельностью предприятия.....	62
РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА ВЕДЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ ПО ТОРГОВЛЕ ТОВАРАМИ.....	75
Тема 2.1. Экспортно-импортные операции их сущность и особенности регулирурования.....	75
Тема 2.2. Компенсационные операции во внешнеэкономической деятельности.....	89
Тема 2.3. Арендные операции во внешнеэкономической деятельности.....	98
РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА ВЕДЕНИЯ ДРУГИХ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ ПО ТОРГОВЛЕ УСЛУГАМИ.....	110
Тема 3.1. Операции по международному обмену научно-техническими знаниями.....	110

Тема 3.2. Инжиниринг и франчайзинг в системе внешнеторговых операций.....	122
Тема 3.3. Транспортное обеспечение внешнеэкономической деятельности.....	132
Тема 3.4. Международные расчеты во внешнеэкономической деятельности.....	146
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	157
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	158
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	160

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность изучения менеджмента внешнеэкономической деятельности в настоящее время обусловлена отсутствием комплексных научных разработок в области управления внешнеэкономической деятельностью, охватывающих все этапы процесса внешнеэкономических операций, что приводит к снижению эффективности деятельности предприятия в целом.

Дисциплина «Менеджмент ВЭД» является обязательной дисциплиной профессионального цикла и базируется на изучении общих идей и концепций менеджмента во всех формах внешнеэкономической деятельности (экспорте и импорте товаров и услуг, лизинговых операциях, прямом инвестировании и т.д.). В данном курсе изучается планирование, маркетинговое обеспечение управления ВЭД, организация экспортно-импортных и техника осуществления основных внешнеэкономических операций (торгово-посреднических, компенсационных, арендных, по международному обмену технологиями, транспортному обеспечению ВЭД, международным расчетам), особенности управления ими. В нем обучающиеся изучают основные вопросы управления ВЭД как системы.

Целью курса является изучение теоретических основ, формирование системных знаний и навыков практической деятельности в управлении внешнеэкономической деятельностью предприятий.

Для реализации поставленной цели в процессе преподавания дисциплины решаются следующие задачи:

- усвоение основных понятий и видов внешнеэкономической деятельности предприятия;
- изучение форм и подходов планирования, организации и стратегического развития ВЭД на предприятии;
- анализ техники проведения внешнеэкономических операций по торговле товарами и услугами;

- выработка умений поиска зарубежных партнеров, заключения контрактов и осуществления международных расчетов;
- формирование управленческих навыков в сфере развития внешнеэкономической деятельности предприятий.

В результате изучения предложенного в конспекте лекций материала студент должен:

Знать: основные положения и методы разработки управленческих решений в сфере ВЭД, теоретические основы планирования стратегии внешнеэкономической деятельности и виды стратегий, методы стратегического анализа, теоретические и практические подходы к определению источников и механизмов обеспечения конкурентного преимущества организации.

Уметь: анализировать течения и тенденции развития научных подходов к управлению, применять конкретные способы и методы принятия решений на основе понимания закономерностей развития управленческой мысли, участвовать в разработке внешнеэкономической стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на реализацию стратегии.

Владеть: методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений в управлении международной деятельностью организаций, а также навыками разработки стратегии внешнеэкономической деятельности и мероприятий, направленных на обеспечение конкурентоспособности, способностью на основе анализа подготавливать сбалансированные управленческие решения.

Особенности данного конспекта лекций состоят в его практической направленности, т.к. изложенные в нем материалы позволяют приобрести практические навыки для управления внешнеэкономическими операциями.

РАЗДЕЛ 1. УПРАВЛЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА УРОВНЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

Тема 1.1. Менеджмент внешнеэкономической деятельности предприятия, его сущность, особенности и роль в развитии национальной экономики

1. ВЭД как объект управления во внешней деятельности предприятия.
2. Сущность менеджмента ВЭД, его теоретические и методологические основы.
3. Этапы развития ВЭД и менеджмента ВЭД

1. ВЭД как объект управления во внешней деятельности предприятия

Полноценное функционирование экономики страны не может происходить без развитой системы внешнеэкономических связей. Включение национальной экономики в систему мировых хозяйственных процессов положительно влияет на развитие экономики страны, способствует повышению технического уровня производства, рациональному использованию природно-сырьевых ресурсов, ликвидации дефицита отдельных товаров, а значит и повышению уровня жизни населения[1].

Эффективность хозяйственной деятельности как отечественных, так и иностранных предпринимателей в рамках правовой системы конкретного государства определяется, прежде всего, степенью совершенства и охвата сфер регулирования и либеральности ее законодательства.

В связи с этим возрастает значение правового регулирования вопросов функционирования различных субъектов хозяйственной деятельности, построенной на взаимоотношениях, которые имеют место, как на территории материнской страны, так и за ее пределами и основывается на законах внешнеэкономической деятельности. С целью контроля за осуществлением всех видов внешнеэкономических сделок, посредством проведения

инспекционной работы на предмет соблюдения норм валютного, таможенного, налогового и иного действующего в сфере внешнеэкономической деятельности законодательства, а также на предмет соответствия минимальным требованиям к обязательным реквизитам внешнеэкономического договора (контракта), направленной на совершенствование механизма государственного регулирования и защиты экономических интересов Донецкой Народной Республики и интересов субъектов внешнеэкономической деятельности было разработано *Временное положение о порядке аккредитации субъектов внешнеэкономической деятельности и регистрации внешнеэкономических договоров (контрактов) субъектов внешнеэкономической деятельности Донецкой Народной Республики*, утвержденное приказом Министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики от 14 мая 2015 г. №154.

С принятием законодательного акта внешнеэкономическая деятельность в стране получает правовой статус. Временное положение определяет порядок получения аккредитации субъектов внешнеэкономической деятельности и проведения регистрации внешнеэкономических договоров (контрактов), содержит определение ВЭД и ее субъектов, документы и порядок аккредитации, порядок регистрации внешнеэкономических договоров, основания для отказа в регистрации внешнеэкономического договора, получение разрешения на вывоз валюты и контроль расчетов по внешнеэкономическим операциям Центрального Республиканского Банка, таможенное оформление, контроль за ведением внешнеэкономической деятельности осуществляемый уполномоченным структурным подразделением Министерства доходов и сборов, ответственность субъектов ВЭД.

Для сравнения в украинском законе о ВЭД предлагается определение понятия внешнеэкономической деятельности, ее субъектов, их прав и свобод; устанавливаются принципы осуществления и организационные формы внешнеэкономической деятельности.

До перестройки управление внешнеэкономическими связями в стране осуществлялось на макроуровне, т.е. на уровне государства. При монополии на внешнюю торговлю и другие виды внешнеэкономической деятельности государство устанавливало, какие организации, в каких отраслях и в каком объеме могли вести непосредственные операции по внешней торговле; определяло посредством экспортно-импортного плана, что и в каких количествах могло быть вывезено из страны и ввезено в нее. Кроме того, государство непосредственно регулировало ввоз и вывоз, операции внешнеторговых организаций посредством системы лицензий (разрешений). В тот период только около 80 специальных внешнеэкономических объединений имели право осуществлять экспортные и импортные операции на мировых рынках[4].

По мнению ряда специалистов, **понятие «внешнеэкономическая деятельность»** (ВЭД) появилось с началом экономической реформы в 1987 г., когда вступил в силу правовой акт (О мерах по усовершенствованию управления ВЕС), допускающий на внешний рынок практически любую организацию (предприятие, фирму) страны, чья продукция обладала конкурентоспособностью на мировом рынке, государственная монополия на ведение внешнеторговых операций ослабла, а затем была устранена. Одним из центральных направлений данной экономической реформы была децентрализация внешней торговли, предоставление предприятиям права непосредственного выхода на внешний рынок и стимулирование развития ВЭД на уровне хозяйственных субъектов.

В настоящее время каждая организация (предприятие, фирма), соблюдая соответствующие законодательные регламентации, может самостоятельно организовывать и осуществлять внешнеэкономическую деятельность и соответственно управлять ею на микроуровне. Государству в этом случае отводятся функции регулирования, координации, контроля и содействия развитию внешнеэкономической деятельности предприятий и фирм, защиты общегосударственных интересов и обеспечения экономической безопасности

страны, эффективного продвижения отечественных товаров на мировые рынки.

В результате проведения экономических реформ во внешней сфере сформировалось два понятия:

1) *внешнеэкономические связи* (ВЭС) – различные формы, средства и методы внешнеэкономических отношений между странами

2) *внешнеэкономическая деятельность* (ВЭД) - деятельность на уровне производственных структур (фирм, организаций, предприятий, объединений и т.д.)

Таким образом, разница между понятиями «внешнеэкономические связи» и «внешнеэкономическая деятельность» заключается в следующем: внешнеэкономические связи относятся к уровню макроэкономического (межгосударственного) регулирования, а внешнеэкономическая деятельность — к микроуровню, т. е. к уровню фирм и предприятий.

Понятие внешнеэкономической деятельности подразумевает совокупность производственно-хозяйственных, организационно-экономических и оперативно-коммерческих функций предприятия, связанных с его выходом на внешний рынок и участием во внешнеэкономических операциях.

Вместе с тем, эта самостоятельная деятельность предприятия, является, с одной стороны, составной частью хозяйственной деятельности предприятия, а с другой - такой частью его деятельности, которая осуществляется на другом, международном уровне, во взаимосвязи с хозяйственными субъектами других стран.

Рассмотрим понятие внешнеэкономической деятельности согласно законодательным актам государств, которые являются основными торговыми партнерами (табл. 1).

В соответствии с действующим законодательством в Российской Федерации практически любое предприятие или организация имеют право самостоятельного выхода на внешний рынок. Это предполагает, что

предприятие должно самостоятельно решить все вопросы, касающиеся осуществления внешнеторговой сделки с иностранным партнером.

Таблица 1

Подходы к определению сущности ВЭД в законодательстве
государств-партнеров

Нормативно правовой документ	Определение ВЭД
Федеральный закон ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 08.12.2003 № 164 (ред. от 01.05.2019)	Деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью.
Закон Украины «О внешнеэкономической деятельности» от № 960-ХІІ от 16.04.91 (ред. 15.08.2020)	Деятельность субъектов хозяйственной деятельности Украины и иностранных субъектов хозяйственной деятельности, а также деятельности государственных заказчиков по оборонному заказу в случаях, определенных законами Украины, построенная на взаимоотношениях между ними, имеющая место как на территории Украины, так и за ее пределами
Закон Республики Беларусь «Об основах внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь» от 25.10.1990 г. №354-ХІІ (ред. 1.11.2007)	Деятельность юридических и физических лиц, направленная на установление и развитие взаимовыгодных экономических связей с юридическими и физическими лицами иностранных государств, а также международными организациями. Ее специфичность состоит, прежде всего, в том, что участники при заключении сделок должны исходить не только из собственных интересов, но и не противоречить экономическим интересам страны.
Временное положение о порядке аккредитации субъектов внешнеэкономической деятельности и регистрации внешнеэкономических договоров (контрактов) субъектов внешнеэкономической деятельности Донецкой Народной Республики от 14.05.2015 г. №154	Внешнеторговая деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, инвестиционная деятельность, между субъектами хозяйствования ДНР и иностранными субъектами хозяйствования.

Управление внешнеэкономической деятельностью на уровне фирмы предполагает решение таких важнейших задач, как разработка стратегических

направлений внешнеэкономической политики и поведения фирмы на зарубежных рынках, составление планов внешней торговли и формирование оптимальной структуры органов управления внешнеэкономической деятельностью, ее координация с другими видами работы фирмы, учет и контроль эффективности операций на внешних рынках, информационное обеспечение решений в области экономических отношений с иностранными партнерами. Это требует от отечественных субъектов мирового рынка высокого профессионализма, знания сложившейся практики и обычаев ведения внешней торговли, ее форм и методов, умения проводить комплексные исследования зарубежных рынков и отбирать для своей работы наиболее перспективные и оптимальные из них.

Основными мотивами развития ВЭД на уровне предприятия представлены на рис.1.



Рис.1. Мотивы развития внешнеэкономической деятельности

Надо подчеркнуть, что роль ВЭД как внешнего фактора экономического роста в современных условиях постоянно растет. Усиливается ее влияние на социально-экономическое развитие не только страны, но и каждого хозяйственного субъекта.

ВЭД - понятие многогранное. Оно включает следующие виды деятельности: внешнюю торговлю, международное производственное

кооперирование, международное научно-техническое сотрудничество, международное инвестиционное сотрудничество, валютно-финансовые и кредитные операции. Каждый из видов ВЭД осуществляется в определенных формах. Например, формами внешней торговли является экспорт, импорт, реэкспорт, реимпорт. Формами производственной кооперации - совместное производство на основе специализации, совместные предприятия двух или более иностранных партнеров, подрядная кооперация и др.

Материальная основа ВЭД - внешнеэкономический комплекс страны (региона). Он представляет собой совокупность отраслей, подотраслей, объединений, предприятий и организаций, производящих продукцию на экспорт или использующих импортную продукцию и осуществляющих другие виды и формы ВЭД. Важной задачей в развитии внешнеэкономического комплекса страны является объединение производственных и внешнеэкономических видов деятельности в единую органическую, успешно функционирующую систему. Условиями успешного развития внешнеэкономического комплекса сегодня являются:

- укрепление и наращивание экспортного потенциала;
- активное участие в различных формах международного совместного предпринимательства;
- повышение конкурентоспособности предприятий и производственно-хозяйственного комплекса;
- расширение самостоятельной деятельности предприятий, фирм регионов страны в осуществлении внешнеэкономической деятельности.

2. Сущность менеджмента ВЭД, его теоретические и методологические основы

В самом общем виде **менеджмент внешнеэкономической деятельности** представляет собой управление производственно-хозяйственной и коммерческой деятельностью предприятия; связанной с его выходом на внешний рынок, во внешнюю международную среду с целью

более полного использования внешних (международных) факторов экономического роста.

Внешнеэкономическая деятельность связана с проведением разными хозяйственными субъектами деловых операций на зарубежных рынках. Поэтому очевидно, что внешнеэкономическая деятельность включает два вида деловых операций: операции национальных субъектов хозяйствования (резидентов) за пределами страны и иностранных хозяйствующих субъектов (нерезидентов) из разных стран на территории данного государства[8].

Процесс вхождения любого государства в систему мирохозяйственных связей во многом зависит от качества принятия управленческих решений в сфере внешнеэкономической деятельности. Международные деловые операции, как и внутренние, является результатом определенных **управленческих действий**: прогнозирования и планирования, организации, мотивации, руководства, контроля и т.д.

Все указанные функции менеджмента во внешнеэкономической деятельности имеют существенные особенности. Так, в процессе *планирования* следует учитывать межгосударственные отношения, влияющие на выбор партнеров. *Маркетинг* внешнеэкономической деятельности базируется на изучении международных рынков, особенностей запросов иностранных клиентов, продвижения товаров и услуг на зарубежные рынки осуществляется с учетом местных традиций и многочисленных ограничений и т.д. По-другому выглядит и *функция организации* во внешнеэкономической деятельности. Например, перед предприятием, которое выходит на зарубежные рынки, сразу же возникает вопрос: создавать за рубежом свои подразделения или искать там иностранных посредников? Это специфика организации внешнеэкономической деятельности, поскольку внутренние деловые операции организовывать намного проще и менее рискованно. Похожие проблемы возникают и в других аспектах управления внешнеэкономической деятельностью. Это в результате приводит к тому, что из общей системы управления рано или поздно при увеличении объема

международных операций выделяется сравнительно обособленная подсистема управления (менеджмента) внешнеэкономической деятельностью.

Менеджмент внешнеэкономической деятельности (МВЭД) связан с применением общих идей и концепций менеджмента во всех формах внешнеэкономической деятельности (экспорте и импорте товаров и услуг, лизинговых операциях, прямом инвестировании и т.д.). *Сущность менеджмента внешнеэкономической деятельности заключается в комплексном исследовании и моделировании международной среды в сочетании с налаженным взаимодействием всех подразделений и должностных лиц организации / учреждения в интересах производительного достижения определенных внешнеэкономических стратегий.*

Следовательно, обратим внимание на такие три ключевых момента менеджмента ВЭД:

1) является определенным процессом, который, в первую очередь, включает изучение и проектирование элементов международной среды;

2) предполагает эффективное взаимодействие не только между работниками внешнеэкономических подразделений, но и между всеми службами предприятия, что и определяет успех фирмы на международных рынках.

3) предусматривает производительное достижение всей организацией избранных внешнеэкономических целей. Это значит, что критерием качества менеджмента ВЭД является не только успех сам по себе, но и цена этого успеха (расходы ресурсов, производительность).

Менеджмент внешнеэкономической деятельности тесно связан с международным менеджментом. Последний есть не что другое, как управление транснациональными компаниями. Поскольку внешнеэкономическая деятельность включает взаимодействие национальных и транснациональных компаний, то она предусматривает взаимодействие внешнеэкономических подразделений с международными отделениями многонациональных корпораций.

Менеджмент ВЭД базируется на функциональных составляющих международного бизнеса в той мере, в которой это имеет отношение к операциям данного предприятия. При этом сам менеджмент внешнеэкономической деятельности основывается на определенных принципах (табл.2). Управленческая деятельность всегда базируется на основных правилах, которых придерживаются руководители и специалисты аппарата управления в процессе принятия тех или других решений.

Таблица 2

Принципы менеджмента ВЭД

Принцип	Составляющие
Общие принципы - это небольшое количество общепризнанных во всем мире правил, которые стали своеобразными общеизвестными истинами (аксиомами), которых придерживаются все участники международных деловых операций.	<i>Научность:</i> развитие деятельности в соответствии с объективными экономическими законами. <i>Системность:</i> между отдельными составляющими деятельности на внешнем рынке существуют крепкие взаимосвязи. <i>Принцип взаимовыгодности:</i> каждый партнер, который принимает участие в международных операциях, получает свою прибыль.
Специфические принципы закреплены в соответствующих международных правовых актах и являются обязательными для выполнения всеми государствами, которые подписали тот или другой акт.	<i>Принципы «Хартии экономических прав и обязанностей государств»:</i> суверенитет, территориальная целостность и политическая независимость государств, взаимная и справедливая выгода, мирное сосуществование, равноправие и самоопределение народов. <i>Принципами ГАТТ/ВТО:</i> взаимное предоставление режима наибольшего благоприятствования (РНБ) в торговле; взаимное предоставление национального режима (НР) товарам и услугам иностранного происхождения; регулирование торговли преимущественно тарифными методами и т.д.
Национальные принципы закрепляются в законодательных актах соответствующих стран.	<i>ФЗ «Об основах внешнеторговой деятельности»</i> основан на принципе разграничения полномочий в области внешнеторговой деятельности между федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Федерации, а также органами местного самоуправления.

Следует отметить, что уполномоченным структурным подразделением Министерства доходов и сборов ДНР, осуществляющим аккредитацию

субъектов внешнеэкономической деятельности является Департамент налогообложения юридических лиц Министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики. Управление ВЭД на уровне государства в ДНР осуществляется в соответствии со следующими законодательными актами:

1) Временное положение о порядке аккредитации субъектов внешнеэкономической деятельности и регистрации внешнеэкономических договоров (контрактов) субъектов внешнеэкономической деятельности ДНР от 14 мая 2015 г. №154. (ред.15.05.2017).

2) Закон Донецкой Народной Республики «О таможенном регулировании», принятый Народным Советом Донецкой Народной Республики 25 марта 2016 года (ред.01.09.2020).

Также в регулировании ВЭД в ДНР принимает участие Центральный Республиканский Банк выдает разрешение на вывоз валюты в порядке, установленном нормативными правовыми актами ДНР, на основании полученной аккредитации в уполномоченном структурном подразделении МДС ДНР и зарегистрированного внешнеэкономического договора (контракта), за исключением случаев, когда внешнеэкономическая операция проводится без регистрации внешнеэкономического договора (контракта), в соответствии с разделом V Временного положения.

3. Этапы развития ВЭД и менеджмента ВЭД

Теоретические концепции управления внешнеэкономической деятельностью являются сочетанием управленческих идей и теорий международной торговли. Практическая направленность всех взглядов на управление внешнеэкономической деятельностью заключается в том, чтобы рационализировать действия менеджеров в сфере международного бизнеса, поднять эффективность инвестиций в сфере внешнеэкономической деятельности. Такое общее современное понимание теории управления международным бизнесом[5].

Обобщение теоретического материала, который рассматривает международный бизнес в историческом аспекте, позволяет выделить три основных этапа эволюции взглядов на внешнеэкономическую деятельность (табл.3)

Таблица 3

Этапы эволюции взглядов на внешнеэкономическую деятельность

Этап	Характеристика
Классические описательные концепции международной торговли (до XIX в. включительно)	Менеджмент не играл заметной роли, поскольку сам предмет начал формироваться в конце прошлого века. Развивались экономические теории (А. Смит, Д. Рикардо и др.) и теории менеджмента (Ф. Тейлор, А. Файоль и др.). Особой необходимости использовать менеджмент для международных торговых операций на первом этапе не было - основные инструменты, которые обеспечивали небольшой объем международной торговли: опыт, здравый смысл, стойкие традиции и торговые обычаи
Регулятивные теории развития внешнеэкономической деятельности (середина 70-х годов XX в.).	Активное вмешательство государств в международные деловые операции. В значительной степени на это повлияли две мировые войны и раскол мира на две противоположные социально-экономические системы. На этом этапе резко выросла роль менеджмента на уровне государств. Международные деловые операции стали объектом тщательного планирования. Для обеспечения успеха этих операций обе системы создают разнообразные государственные и международные институты. Восточные страны воплотили планы социалистической экономической интеграции Западные страны реализовали в план Маршалла и создали Европейский Союз.
Современные концепции системного подхода к управлению международным бизнесом (конец XX в.).	Возрастает роль корпоративного менеджмента в ВЭД. Многие западные компании активно проводят деловые операции в постсоциалистических странах. С другой стороны, многие отечественные предприятия активно действуют на внешних рынках. Именно корпоративный менеджмент международных компаний становится решающим фактором развития международного бизнеса и расширения внешнеэкономической деятельности.

Вообще, в мировой практике менеджмент как практическая деятельность, наука и учебная дисциплина существует чуть более 100 лет. За

это время он получил широкое распространение, особенно в странах с развитой рыночной экономикой.

Менеджмент ВЭД, международный менеджмент возникают чуть позже, примерно в 60-х годах, под влиянием бурного развития международной и коммерческой деятельности ТНК, углубления международного разделения труда, развития международной экономической интеграции. В постсоветских странах возможность использования менеджмента, в том числе во внешней сфере, появилась в годы перестройки, в начале перехода страны к рыночной экономике. Поэтому, конечно, речь здесь идет о становлении менеджмента ВЭД о выработке подходов и принципов к его формированию и использованию на современном этапе развития. Выделяют три этапа развития данного процесса:

Первый (1918-1987 г.) - советские годы, в частности, послевоенные и, особенно, десятилетия до перестройки. Внешнеэкономические связи бывшего Советского Союза в этот период развивались по-разному: в годы «холодной» войны менее интенсивно, а позже более интенсивно. Но в целом объем внешнего торгового оборота постоянно увеличивается. Предприятия не имели права непосредственно выходить на внешние рынки. Все вопросы (заказ на экспорт, зарубежные закупки и др.) находились в ведении государства и его органов, что максимально снижало заинтересованность производителей в развитии экспортной продукции, улучшения ее качества и технических характеристик.

Второй этап (1987-1991 гг.) - годы перестройки экономики, в том числе ВЭС в СССР. Этот этап характеризовался ликвидацией государственной монополии на внешнюю торговлю и изменением принципов организации управления ВЭД. В этот период решаются задачи: 1) расширение прав министерств и ведомств, объединений и предприятий для выхода на внешний рынок, установление прямых связей, развития производственной и научно-технической кооперации; 2) дальнейшее совершенствование государственного регулирования ВЭД (принят ряд важных

правительственных постановлений). Однако предприятия, получившие право выхода на внешний рынок, не владели надлежащим опытом ведения экспортно-импортных операций, достаточными знаниями в области деловых отношений и этике международного бизнеса.

Третий этап (1991г. до настоящего времени) - период реформирования и развития ВЭД и управление ею в суверенных государствах. Вступление стран на путь самостоятельного развития требовало выработки новой концепции ВЭС с учетом проведения самостоятельной внешнеэкономической политики. На данном этапе ВЭД предоставляется еще большее значение. Она рассматривается не только как составная часть хозяйственной деятельности предприятия, но и как важный фактор экономического роста, создания предпосылок более интенсивного развития интеграционных процессов на микроуровне. За этот период значительно увеличилось число субъектов, осуществляющих ВЭД, вырос объем внешнеторгового оборота, расширилась география внешнеэкономических связей.

Таким образом, предметом менеджмента ВЭД является сложная совокупность управленческих отношений, возникающих в сфере внешнеэкономической деятельности в связи с планированием, организацией, руководством и контролем выполнения конкретных международных деловых операций на различных уровнях управления бизнесом, главным образом на предприятиях. Он включает также управленческую деятельность не только отечественных предприятий на внешних рынках, но и иностранных фирм, виды деятельности на уровне предприятий, регионов, министерств и ведомств.

Следует учитывать, что выделить в чистом виде менеджмент внешнеэкономической деятельности из общего функционирования предприятия невозможно, поскольку планы внешнеэкономической деятельности органически связаны с планами выпуска продукции на внутреннем рынке.

Вопросы для самоподготовки

1. Согласно какому нормативному документу осуществляется ВЭД в Донецкой Народной Республике?
2. Какие основные мотивы развития ВЭД на уровне предприятия?
3. Что понимают под менеджментом ВЭД?»?
4. Какие принципы менеджмента внешнеэкономической деятельности вам известны?
5. Сколько этапов в развитии менеджмента ВЭД выделяют? Охарактеризуйте их.

Тема 1.2. Предприятие как субъект внешнеэкономической деятельности

1. Содержание понятия предприятие как субъект внешнеэкономической деятельности.
2. Предприятие как основное звено ВЭЖ страны.
3. Виды субъектов внешнеэкономической деятельности.

1. Содержание понятия предприятие как субъект внешнеэкономической деятельности

Одним из основных субъектов ВЭД является предприятие. Мировая практика показывает, что около 85% внешнеэкономических операций осуществляют предприятия, фирмы, организации, а 15% - министерства, ведомства, союзы предпринимателей [7].

Предприятие - это самостоятельный субъект хозяйственной деятельности, который производит продукцию или предоставляет услуги с целью удовлетворения потребностей общества и получения прибыли.

Внеэкономическая деятельность предприятия основывается на возможности получения экономических выгод исходя из преимуществ международного разделения труда, международных деловых отношений.

Внешнеэкономическая деятельность предприятия (ВЭДП) - это сфера хозяйственной деятельности, связанная с международной производственной и научно-технической кооперацией, экспортом и импортом продукции, выходом предприятия на внешний рынок.

Внешнеэкономическая деятельность предприятия является составной частью общей деятельности, а, следовательно, взаимосвязанной с ней; одновременно внешнеэкономическая деятельность имеет существенную специфику, которая заключается в том, что осуществляется на другом, международном, уровне, во взаимосвязи с субъектами хозяйствования других стран.

При создании эффективной системы управления внешнеэкономической деятельностью предприятия следует иметь в виду, что объект управления в данном случае имеет свои специфические черты, представленные на рис.1.

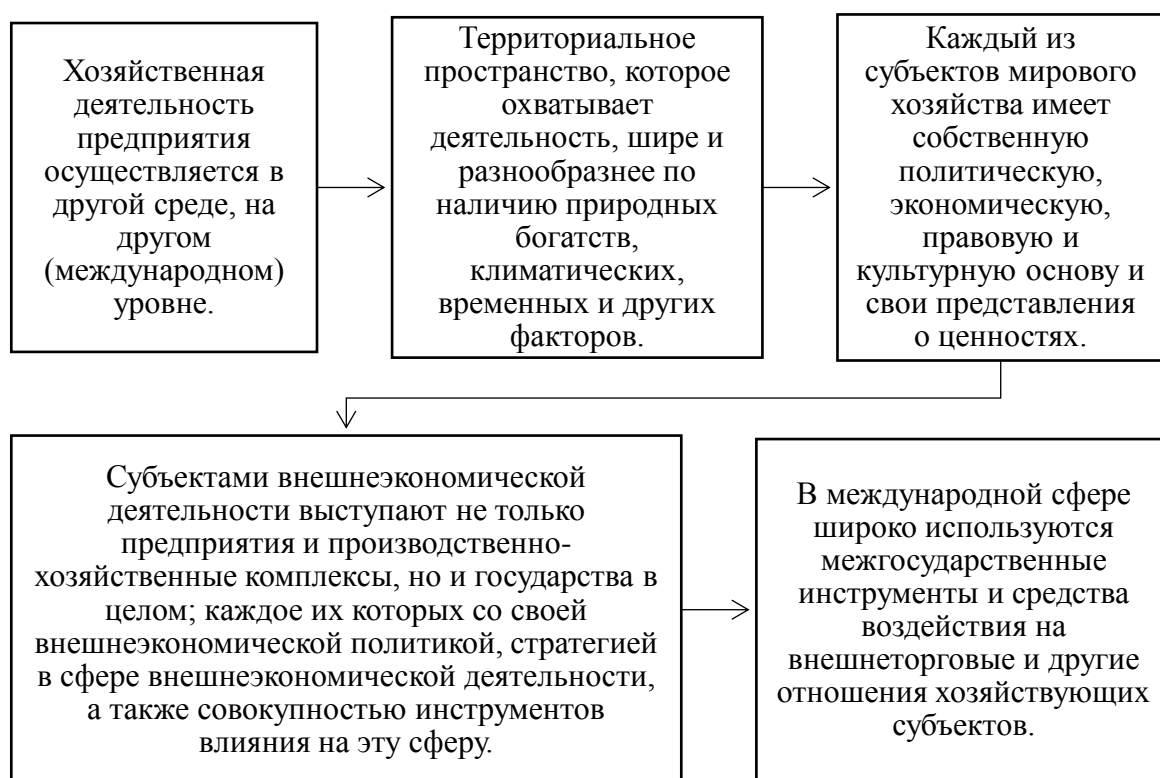


Рис.1. Специфические черты объекта управления ВЭД

Главной целью управления ВЭД является исследование особенностей современных тенденций развития внешней среды, в которой действует

предприятие, и создание на этой основе собственных конкурентных преимуществ.

Любая внешнеторговая операция отечественных предприятий начинается с выбора подходящего партнера, то есть контрагента.

Контрагентами в международной торговле называют стороны, находящиеся в договорных отношениях по купле-продаже товаров или оказанию услуг. **Иностранцами контрагентами** отечественных предприятий выступают фирмы и организации, представляющие собой противоположную сторону внешнеторговой сделки. Контрагентом экспортера выступает импортер, арендодателя - арендатор, подрядчика - заказчик и т.д.

Чаще всего во внешнеторговых операциях принимают участие фирмы. Под **фирмой** понимается обособленное в процессе общественного разделения труда предприятие, осуществляющее хозяйственную деятельность с целью получения прибыли. Основные отличия фирмы от предприятия представлены на рис.2.

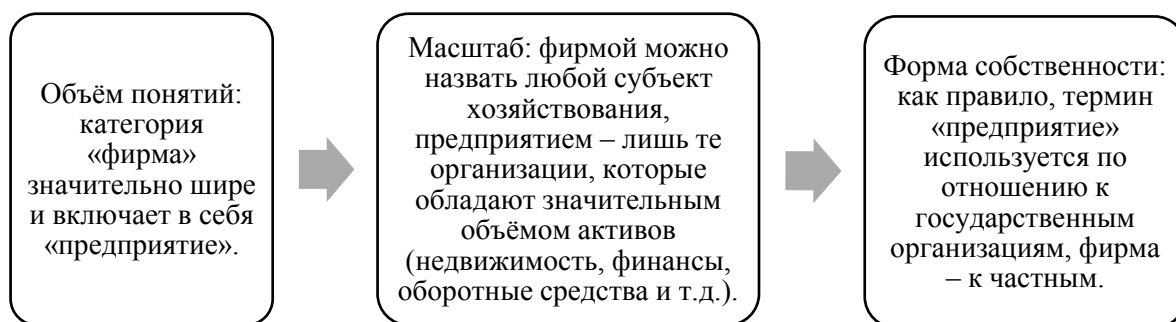


Рис.2. Отличительные черты фирмы от предприятия

Фирмы, действующие на мировом рынке, классифицируются по следующим критериям:

- 1) вида хозяйственной деятельности и характера операций;
- 2) правовому положению;
- 3) характеру собственности;
- 4) принадлежности капитала и контроля;
- 5) объема операций[10].

В зависимости от вида хозяйственной деятельности и характера операций фирмы делятся на промышленные, торговые, транспортные, страховые, инжиниринговые, туристические и др.

Говоря **о классификации фирм по правовому положению**, надо отметить, что каждая фирма, которая принимает участие в хозяйственной деятельности, в т.ч. связанной с выходом на мировой рынок, относится к соответствующей правовой форме. В соответствии с нормами гражданского и торгового права отдельных государств правовые формы фирм имеют специфические для каждой страны особенности. Вместе с тем можно выделить основные виды правовых форм, характерных для большинства стран. Это прежде всего:

1) **индивидуальные предприниматели** – физические лица, осуществляющие хозяйственные операции в разных сферах деятельности. Они подписывают коммерческие сделки от своего имени и несут полную ответственность всем своим имуществом в соответствии с обязательствами фирмы.

2) **объединение предпринимателей**, в свою очередь, реализуются в двух видах: общество и союз. При организации *обществ* предприниматели не только объединяют свои капиталы, но и принимают непосредственное участие в деятельности фирмы, руководят ею. Члены обществ несут неограниченную имущественную ответственность в соответствии с обязательствами фирмы. При организации *союзов* объединяются только капиталы предпринимателей, а сами они не принимают участия в ведении дел фирмы. Руководство фирмой осуществляют профессиональные менеджеры, которых назначают сами вкладчики.

Промежуточной формой между обществами и союзами выступает *командитное общество* - общество, в котором вместе с участниками, осуществляющими от имени общества предпринимательскую деятельность и солидарно несущими дополнительную (субсидиарную) ответственность по обязательствам общества всем своим имуществом (полными участниками),

имеется один или несколько участников (вкладчиков), которые несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах сумм сделанных ими вкладов и не принимают участия в деятельности общества.

Общества и союзы делятся на определенные виды (табл.1).

Таблица 1

Классификация и особенности обществ

<i>Акционерное общество</i>	<i>Общество с ограниченной ответственностью</i>
<p>Уставный капитал разделен на определенное число акций. Участники общества не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.</p> <p><i>Открытое акционерное общество</i> - участники могут свободно продавать принадлежащие им акции без согласия других акционеров</p> <p><i>Закрытое акционерное общество</i> - акции которого распределяются только среди его учредителей или иного заранее определенного круга лиц.</p>	<p>Учрежденное одним или несколькими лицами, уставной капитал которого разделен на доли, определенные учредительными документами. Участники общества с ограниченной ответственностью несут риск убытков, связанный с деятельностью общества в пределах стоимости внесенных ими вкладов.</p>

В соответствии с гражданским кодексом в России могут создаваться следующие организационные формы коммерческих предприятий:

Хозяйственные товарищества и общества:

- полное товарищество - его участники в соответствии с заключенным между ними договором занимаются предпринимательской деятельностью и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом, т.е. по отношению к участникам полного товарищества действует неограниченная ответственность;
- товарищество на вере (командитное товарищество);
- общество с ограниченной ответственностью;

- общество с дополнительной ответственностью - особенностью такого общества является то, что его участники несут субсидиарную ответственность по обязательствам общества в одинаковом для всех кратном размере к стоимости их вкладов;

-акционерное общество (открытое и закрытое).

По характеру собственности фирмы делятся на частные, государственные, кооперативные (предприятия, основанные на совместной деятельности и взаимопомощи членов кооператива, рассматриваются как третий сектор экономики народного хозяйства, наряду с частным (индивидуальным) и государственным (централизованным) секторами экономики).

По принадлежности капитала и контроля - на национальные, иностранные и смешанные. *Национальными* называют фирмы, капитал которых принадлежит предпринимателям своей страны. Национальная принадлежность определяется также местоположением и регистрацией основной (главной) компании. К *иностранным* относятся фирмы, капитал которых принадлежит иностранным предпринимателям полностью или в определенной части, обеспечивает им контроль. Иностранные фирмы создаются в форме филиалов, дочерних и акционерных компаний иностранных главных фирм и регистрируются в стране местонахождения.

Смешанными по капиталу называют фирмы, капитал которых принадлежит предпринимателям двух или нескольких стран. Регистрация смешанной формы осуществляется в стране одного из учредителей на основе действующего в ней законодательства, определяет местонахождение ее штаб-квартиры. Эти компании называются совместными предприятиями в том случае, когда цель их создания - осуществление совместной предпринимательской деятельности [11].

Формы смешанных по капиталу компаний разнообразны. Чаще всего в форме смешанных создаются такие международные объединения как картели, синдикаты, тресты, концерны. Фирмы, капитал которых принадлежит

предпринимателям нескольких стран, называются многонациональными. По объему операций фирмы делятся на крупные, средние и малые компании. Здесь надо иметь в виду, что в разных странах эти понятия не являются одинаковыми.

2. Предприятие как основное звено ВЭК страны

Внешнеэкономический комплекс страны – это совокупность отраслей, подотраслей, объединений, предприятий, фирм, кооперативов, производящих и реализующих экспортную продукцию, а также закупающих и перерабатывающих импортные товары и осуществляющих другие формы внешнеэкономических связей.

Внешнеэкономический комплекс состоит из двух основных частей, включающих:

1. Фирмы, предприятия, чья производственная деятельность направлена на производство экспортной продукции и услуг, а также фирмы, предприятия, являющиеся потребителями импорта.

2. Фирмы, предприятия, занятые поставками товаров зарубежным потребителям, а также поступлением продукции, производимой за рубежом.

Современный этап развития комплекса заключается в установлении прямого, устойчивого и долгосрочного соединения производственного и внешнеэкономического видов деятельности и преобразовании комплекса в динамичную и сбалансированную производственно-коммерческую систему.

Условиями успешного развития внешнеэкономического комплекса являются: наращивание экспортного потенциала, включение в различные формы совместного предпринимательства, наличие конкурирующих производств, повышение самостоятельности регионов, предприятий, фирм.

Очевиден тот факт, что внешнеэкономическая деятельность каждой страны является важным условием ее экономического роста. ВЭД способствует развитию перспективных направлений экспортного потенциала, именно за счет внешнеэкономической деятельности страна решает проблему

нехватки энергоносителей, новейших машин, технологий, некоторых товаров народного потребления.

Внешнеэкономические связи формируются и осуществляются под воздействием различных регуляторов, действующих на возникновение связей и направляют их развитие в единую эффективную политико-экономическую систему, которая защищает интересы государств.

Внешнеэкономические связи государства оцениваются с помощью абсолютных и относительных показателей, показателей структуры, интенсивности и эффективности внешнеэкономической деятельности. Эти показатели дают возможность проанализировать состояние внешнеэкономических связей, физические объемы, структуру, диверсификацию, географическую концентрацию экспорта (импорта), качественные и количественные изменения, интенсивность и эффективность таких связей. Наличие указанного инструментария является чрезвычайно важным для аналитики, поскольку без этого невозможно правильно оценивать связи одной страны с другими, делать корректные обобщения и выводы.

Структурной единицей ВЭД является внешнеэкономическая операция. **Внешнеэкономическая операция (ВЭО)** - это комплекс действий контрагентов разных стран по подготовке, заключению и исполнению торговой, инвестиционной или иной сделки экономического характера.

ВЭО могут осуществляться по следующим основным направлениям:

- международная торговля (экспортно-импортные операции, включая реэкспорт и реимпорт, операции встречной торговли);
- международный трансфер технологий (заключение лицензионных и франчайзинговых соглашений, инжиниринг, реинжиниринг, консалтинг и т.д.);
- международные инвестиции (создание совместных предприятий с иностранным капиталом, инвестиции в пределах свободных экономических зон).

3. Виды субъектов внешнеэкономической деятельности

Согласно временному положению Донецкой Народной Республики **участники (субъекты) внешнеэкономической деятельности** – это субъекты хозяйствования (юридические лица и физические лица предприниматели) ДНР и иностранные субъекты хозяйствования, осуществляющие ВЭД, зарегистрированные в установленном законом порядке.

Иностранные субъекты хозяйствования – субъекты хозяйствования, имеющие постоянное местонахождение или постоянное местожительство за пределами ДНР и зарегистрированные в установленном порядке своего государства.

В соответствии с Гражданским Кодексом ДНР вступившим в силу 1 июля 2020 года *физические лица* – это участник гражданских отношений, гражданин ДНР, иностранный гражданин или лицо без гражданства.

Физические лица могут:

- 1) иметь имущество на праве собственности;
- 2) наследовать и завещать имущество;
- 3) заниматься предпринимательской и любой иной не запрещенной законом деятельностью;
- 4) создавать юридические лица самостоятельно или совместно с другими физическими и юридическими лицами;
- 5) совершать любые не противоречащие закону сделки и участвовать в обязательствах;
- 6) избирать место жительства;
- 7) иметь права авторов произведений науки, литературы и искусства, изобретений и иных охраняемых законом результатов интеллектуальной деятельности;
- 8) иметь иные имущественные и личные неимущественные права.

Юридическим лицом признается организация, которая имеет обособленное имущество и отвечает им по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять гражданские права и нести

гражданские обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Юридическое лицо должно быть зарегистрировано в Едином государственном реестре юридических лиц и физических лиц – предпринимателей в одной из организационно-правовых форм, предусмотренных Гражданским кодексом.

Все вышеперечисленные субъекты принято относить **к микроуровню** и для них свойственны общие цели, а именно: максимизация индивидуальной прибыли; расширение производства; расширение рынков сбыта благодаря проникновению в хозяйственную сферу зарубежных стран; повышение эффективности производства благодаря приближению к иностранному потребителю; преодоление институциональных, тарифных и нетарифных препятствий; решение проблем, связанных с нестабильностью международных цен.

Если фирма решила начать внешнеэкономическую деятельность, то, прежде всего, необходимо:

1. В устав предприятия (в единый гос. реестр пункт «виды деятельности» для физических лиц предпринимателей) нужно внести вид - внешнеэкономическая деятельность.

2. Открыть валютные счета в банке.

3. Провести аккредитации предприятия (ФЛП) в таможене по месту регистрации предприятия.

4. В валютном отделе налоговой инспекции задекларировать наличие или отсутствие за границей валютных ценностей и получить соответствующую справку.

Аккредитация субъектов внешнеэкономической деятельности – процедура официального подтверждения права субъекта хозяйствования на осуществление ВЭД, путем реализации комплекса контрольно – аналитических мер, осуществляемая уполномоченным структурным подразделением Министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики (далее - МДС ДНР).

Уполномоченным структурным подразделением МДС ДНР, осуществляющим аккредитацию субъектов внешнеэкономической деятельности является *Департамент налогообложения юридических лиц* Министерства доходов и сборов Донецкой Народной Республики (далее – уполномоченное структурное подразделение).

Осуществление внешнеэкономической деятельности на территории ДНР без аккредитации в уполномоченном структурном подразделении МДС ДНР, не допускается.

Аккредитация осуществляется в результате предоставления в уполномоченное структурное подразделение следующих документов:

1) Заявление заверенное: печатью и подписью руководителя юридического лица; подписью физического лица-предпринимателя и печатью при наличии; либо уполномоченным представителем на основании доверенности.

2) Анкета субъекта ВЭД

3) Оригинал и копия свидетельства о государственной регистрации в ДНР заверенная печатью и подписью руководителя (для юридических лиц), или подписью физического лица – предпринимателя и печатью (при наличии), а также для ФЛП (плательщиков упрощенного налога III группы – свидетельство плательщика упрощенного налога III группы). (Подпункт 3 пункта 2.1 изменен согласно Приказа МДС ДНР № 146 от 25.05.2016 г.)

4) Оригинал и копия устава, заверенная печатью и подписью руководителя (для юридических лиц).

5) Протокол собрания учредителей об избрании директора юридического лица.

6) Приказ о назначении (вступлении в должность) директора юридического лица.

7) Копия паспорта и справки о присвоении ИНН (для физических лиц-предпринимателей), и уполномоченного представителя (при наличии, а также

доверенность на уполномоченного представителя заверенная ФЛП и печатью при наличии).

8) Копия паспорта и справки о присвоении ИНН директора, и уполномоченного представителя (доверенность на уполномоченного представителя заверенная руководителем юридического лица и печатью) для юридических лиц.

9) Справки из банков об открытых счетах, как на территории ДНР, так и на территории других государств, в том числе и по счетам третьих лиц (юридические лица резиденты и нерезиденты, физические лица – предприниматели резиденты и нерезиденты, физические лица резиденты и нерезиденты), по которым будут осуществляться расчеты по внешнеэкономическим операциям.

10) Карточка образцов подписей, заверенная печатью и подписью руководителя юридического лица; подписью физического лица-предпринимателя и печатью при наличии.

В случае изменения, каких-либо данных заявленных при получении аккредитации субъекты ВЭД ДНР, *в течение 5 рабочих дней*, обязаны уведомлять уполномоченное структурное подразделение МДС ДНР об этих изменениях.

Ответственность за достоверность информации, содержащейся в предоставленных для аккредитации документах, несет руководитель юридического лица; физическое лицо-предприниматель.

Порядок приема и рассмотрения документов для аккредитации субъектов внешнеэкономической деятельности Министерством доходов и сборов ДНР. Должностные лица уполномоченного структурного подразделения МДС ДНР (далее – должностное лицо) перед принятием документов для аккредитации, должны удостовериться в наличии всех необходимых документов и правильности их оформления, представленных заявителем.

Убедившись в наличии всех необходимых документов и правильности их оформления, должностное лицо присваивает заявлению номер с указанием даты принятия заявления и вносит сведения о заявлении в специальный Журнал учета заявлений и получения аккредитации субъектов ВЭД. При получении аккредитации, в данном журнале делается запись с указанием регистрационного номера аккредитации и даты ее получения.

Должностное лицо уполномоченного структурного подразделения МДС ДНР может потребовать от заявителя заключение профильного министерства о возможности осуществления внешнеэкономической деятельности по заявленному виду товаров, в случае наличия таковых в Списке товаров, запрещенных либо ограниченных к ввозу-вывозу за территорию ДНР, утвержденном Советом Министров ДНР.

В процессе аккредитации проводится собеседование с представителями субъектов хозяйствования, проверяется правомерность заявленной деятельности в соответствии с законодательством ДНР, проводится анализ хозяйственной деятельности субъекта хозяйствования, а также заполнение учетной карточки аккредитации субъекта ВЭД.

Карточки аккредитации заполняются должностным лицом уполномоченного структурного подразделения МДС ДНР, заверяются подписью Министра МДС ДНР, либо его заместителя, скрепляются печатью, присваивается регистрационный номер карточки аккредитации с занесением в специальный журнал, что является подтверждением получения аккредитации.
Карточки аккредитации заполняются в четырех экземплярах.

При необходимости регистрации внешнеэкономического договора (контракта) (согласно п.5.1. Временного положения) в карточках проставляется отметка о полученной аккредитации в уполномоченном структурном подразделении МДС ДНР и о зарегистрированном внешнеэкономическом договоре (контракте).

Данные карточки предоставляются:

1) первый экземпляр карточки аккредитации остается в Министерстве доходов и сборов;

2) второй экземпляр карточки передается субъектом хозяйствования должностному лицу таможенного органа, осуществляющему таможенное оформление;

3) третий экземпляр карточки передается субъектом хозяйствования должностному лицу Центрального Республиканского Банка ДНР (далее - ЦРБ) для получения разрешения на вывоз валюты, а также дальнейшего контроля за своевременностью расчетов по экспортным, импортным операциям субъектами ВЭД;

4) четвертый экземпляр карточки передается субъекту внешнеэкономической деятельности Донецкой Народной Республики.

Документы, поданные для аккредитации, рассматриваются в период, не превышающий *пяти рабочих дней* от даты подачи заявления. По результатам рассмотрения документов уполномоченное структурное подразделение МДС ДНР принимает решение об аккредитации либо об отказе в аккредитации. Информация, содержащаяся в документах, представленных для аккредитации, может использоваться только в служебных целях и в соответствии с полномочиями должностных лиц, работающих или знакомящихся с этой информацией и, не подлежит разглашению.

При экспорте товаров, на основании полученной аккредитации и зарегистрированного внешнеэкономического договора (контракта) (соответствующего п.5.1. Положения) Министерством доходов и сборов выдается специальный пропуск на вывоз товара, за территорию Донецкой Народной Республики, регистрируются и заверяются товарно-транспортные накладные (ТТН).

Субъектами **макроэкономического** уровня является государство, в лице его полномочных органов в пределах их компетенции, а также негосударственные органы управления. Например, в ДНР государственные органы: Совет Министров ДНР, Народный совет ДНР, Министерство доходов

и сборов, Министерство экономического развития, Министерство иностранных дел ДНР, Министерство финансов, Центральный республиканский банк.

Негосударственные органы управления экономикой, к которым относятся: торгово-промышленные палаты (ТПП); товарные, валютные, фондовые биржи; ассоциации; союзы.

Задача вышеназванных органов следующие: обеспечение долгосрочной международной конкурентоспособности и экономической безопасности страны; максимизация выпуска продукции благодаря структурным преобразованиям; контроль за состоянием внутреннего рынка через стимулирование его средствами внешней конкуренции; увеличение занятости; улучшение условий формирования бюджета; оптимизация распределения доходов в масштабах экономики[9].

Все субъекты ВЭД имеют равное право осуществлять любые ее виды, прямо не запрещенные законами, независимо от форм собственности и других признаков. Физические лица имеют право осуществлять ВЭД с момента приобретения ими гражданской дееспособности согласно законам (полная дееспособность с 18 лет). Юридические лица - в соответствии с их уставными документами с момента приобретения ими статуса юридического лица.

Вмешательство государственных органов в ВЭД ее субъектов в случаях, не предусмотренных законом, в том числе путем издания подзаконных актов, создающих для ее осуществления условия, хуже установленных законом, является ограничением права осуществления внешнеэкономической деятельности и как такое запрещается. К субъектам ВЭД может быть применена санкция в виде временного приостановления права осуществления такой деятельности в случаях нарушения действующих законов, касающихся этой деятельности. Субъект ВЭД, получивший от этой деятельности в собственность денежные средства, имущество, имущественные и неимущественные права и другие результаты, имеет право владеть, пользоваться и распоряжаться ими по своему усмотрению.

Вопросы для самоподготовки

1. Что выступает важнейшей задачей в ВЭД для предприятий?
2. Дайте определение понятию «Внешнеэкономический комплекс страны».
3. Условия успешного развития внешнеэкономического комплекса.
4. Какие предприятия, кроме предприятий-производителей, выступают также субъектами ВЭД?
5. По каким признакам можно классифицировать субъектов ВЭД?

Тема 1.3. Планирование внешнеэкономической деятельности предприятия

1. Сущность и необходимость планирования ВЭД
2. Планирование стратегии ВЭД
3. Управление рисками при осуществлении ВЭД
4. Подход к составлению бизнес-плана на предприятии, которое осуществляет ВЭД

1. Сущность и необходимость планирования ВЭД

Планирование является важной частью менеджмента ВЭД, основной его функцией. Предприятие, которое не умеет планировать не считает нужным это делать, вряд ли может достичь серьезных успехов в своем развитии [13].

Сущность планирования можно определить, как умение предусмотреть цель предприятия, результаты его деятельности и ресурсы, необходимые для достижения этой цели. В сфере внешнеэкономической деятельности планирование означает также умение определять цель ВЭД как составной части общей системы внутреннего планирования. Основная цель ВЭД не должна расходиться с общей целью предприятия, должна быть направлена на их успешное осуществление за счет внешних факторов экономического роста.

Планирование ВЭД является объективно необходимым для любого предприятия-субъекта ВЭД. Это определяется прежде всего:

- стремлением предприятий, функционирующих в условиях глобализации рынка, получить дополнительную прибыль за счет более полного использования преимуществ МРТ, международной экономической интеграции; предусмотреть неблагоприятные воздействия внешних факторов, разнообразные непредвиденные обстоятельства, которые могут произойти на мировом рынке;

- необходимостью прогнозирования своего будущего. Для этого важно определить каким будет рынок в будущем, в котором будет развиваться, чего ждут потребители от предприятия, его возможности в увеличении экспортного потенциала, объема продаж и т.д.

В зависимости от степени неопределенности в планировании, временных ориентаций идей планирования, пределов планирования и т.д., в мировой практике используют разные типы планирования ВЭД. Например, в зависимости от того, какую границу (период) времени охватывают планы, составленные на предприятии, планирование разделяется **на три типа** (табл.1)

Таблица 1

Виды планирования

Вид планирования	Характеристика
<i>Долгосрочное планирование</i> охватывает длинные периоды времени (10-15 лет)	Некоторое время долгосрочное планирование отождествлялось со стратегическим, но эти два понятия рассматриваются отдельно. Стратегическое планирование по своему содержанию намного сложнее долговременного.
<i>Среднесрочное планирование</i> (период до 2-3 лет)	Конкретизирует ориентиры, определенные в долговременных планах. В сфере ВЭД среднесрочные планы решают задачи, связанные с перестройкой существующих производственных мощностей, обновлением ассортимента, расширением или сужением экспорта (импорта), поиском новых рынков сбыта.
<i>Кратковременное планирование</i> (выработка планов на 1-2 года)	Обычно это годовой план, который насчитывает в себе конкретные задачи по осуществлению экспортно-импортных операций. Они содержат информацию о сроках, объемах, ассортименте, очередность поставок и др.

Весь процесс планирования ВЭД, как и внутрифирменного, можно условно разделить на две стадии: разработка стратегии ВЭД (стратегическое

планирование) и определение тактики осуществления выработанной стратегии (оперативное или тактическое планирование).

Стратегия производственного предприятия - это совокупность главной цели и основных способов достижения намеченной цели. Иначе говоря, разработка стратегии предприятия означает определение общих направлений его развития.

Разработка стратегии ВЭД означает определение основных направлений деятельности фирмы в международной сфере, на мировом рынке. Важно еще раз подчеркнуть, что стратегические планы развития ВЭД должны быть интегрированы в общую стратегию развития предприятия в целом.

Стратегическое планирование - это не функция времени, а в первую очередь функция направленности. Она не просто сосредоточена на данном периоде времени, а насчитывает в себе совокупность глобальных идей развития предприятия, в том числе в сфере ВЭД.

Тактическое планирование как правило охватывает кратковременный и среднесрочной периоды от 0,5 до 2 лет (обычно год). Оно имеет дело с решением того, как должны быть рассчитаны ресурсы предприятия для достижения стратегической цели[2].

При осуществлении *стратегического анализа* фирма сравнивает задачи и результаты исследования факторов внутренней и внешней среды, определяет разрыв между ними, формирует разнообразные варианты стратегий.

Результатом процесса планирования является система планов, которую можно разделить на следующие элементы:

1. Стратегический план (или генеральный план), который чаще всего составляется на 5 лет.
2. Общефирменной план, основу которого составляет «план развития», содержащий в себе и развитие ВЭД.

3. Оперативные планы предприятия. Они могут включать в себя общефирменные планы текущей деятельности предприятия, а также текущие планы подразделений.

Важными показателями планирования ВЭД на предприятии являются: валютная выручка с распределением на товары и товарные группы; экспортная выручка; рентабельность экспортных и импортных операций; ассортимент экспортной и импортной продукции; доля экспорта в стоимости продукции.

Этап контроля не является стадией непосредственного процесса планирования, однако он имеет важное значение для планирования и реализации стратегии ВЭД предприятия, так как дает возможность более раннего выявления возможного разрыва между плановыми показателями и фактическим выполнением и внесения соответствующих коррективов в этот процесс. В целом процесс планирования представляет собой замкнутый цикл с прямой и обратной связью.

2. Планирование стратегии ВЭД

В широком смысле стратегия - это взаимосвязанный комплекс мероприятий по повышению жизнеспособности организации. Чем чаще происходят изменения во внешней среде организации, тем острее потребность в разработке стратегии. Если в организации в таких условиях отсутствует единая стратегия, не исключено, что различные подразделения организации будут принимать противоречивые и неэффективные решения. Чтобы избежать такой ситуации и прорабатывается стратегия.

Основными элементами, из которых состоит стратегия являются:

1. *Сфера стратегии* - это способы адаптации организации к своей внешней среде. Это означает, что стратегией должны быть определены такие средства взаимодействия организации с ее внешней средой, которые учитывали бы благоприятные возможности среды, так и угрозы, исходящие из нее; позволяли бы организации достигать при таких условиях своих целей.

2.Распределение ресурсов - это указание на способ распределения ограниченных ресурсов организации между отдельными подразделениями. Это означает, что стратегией должны быть определены подразделения организации: куда направляются ресурсы (перспективные подразделения) откуда убираются ресурсы (мало или бесперспективные подразделения).

3.Конкурентные преимущества - это определение преимуществ организации по сравнению с ее конкурентами. Это означает, что стратегия должна содержать сведения о сильных сторонах организации, на которые она будет опираться в своей деятельности.

4.Синергия - это эффект целостности. Синергия как элемент стратегии означает, что стратегия должна учитывать возможности получения дополнительного эффекта за счет интеграции всех возможностей организации. Синергетический эффект возникает как результат интегрированной реализации всех предыдущих элементов стратегии[16].

Выделяют ***три основных уровня стратегий:***

- общекорпоративная стратегия (определяет: миссии организации, виды и рынки ее деятельности, желанный рост и рентабельность; основными элементами общекорпоративной стратегии являются: сфера стратегии и распределение ресурсов);

- стратегия бизнеса (детализация общекорпоративной стратегии, но ориентированной на конкретное структурное подразделение организации);

- функциональная стратегия (управление организацией осуществляется по функциям: производство, маркетинг, финансы. Функциональные службы организации прорабатывают стратегии оптимального использования ресурсов организации в целом за определенными функциями, а не за отдельными структурными подразделениями).

Модели процесса стратегического планирования поведения организации на внешнем рынке являются разными уровнями агрегирования и дезагрегирования таких этапов (рис.1).



Рис.1. Этапы процесса стратегического планирования

1. Определение миссии фирмы. Миссия компании - это ее главное назначение, четко сформулированная причина ее существования, которая и формирует основные направления и ориентиры ее деятельности. Она очерчивает границы бизнеса организации, позволяет представить возможности фирмы и определиться с тем, на что не надо зря тратить усилия. На практике миссия фирмы формулируется в процессе поиска ответа на вопрос: «Каким бизнесом планирует заниматься фирма?».

2. Внешний анализ - это процесс оценки внешних по отношению к организации факторов. Под внешними факторами понимают все те условия, которые объективно возникают в среде функционирования организации и на которые она не способна влиять. Внешний анализ преследует двойную цель: определить *благоприятные возможности*, то есть факторы, которые могут способствовать достижению целей организации; определить *угрозы и опасности* для организации, то есть внешние условия, которые ограничивают возможности организации в продвижении к поставленной цели.

Для изучения влияния внешних факторов всю их совокупность разделяют на:

- глобальные факторы (условия и тенденции, которые образуются в макросреде организации) общеэкономические, социальные, демографические, политические, правовые, природные, международные и тому подобное;

- отраслевые факторы (совокупность организаций, производящих продукты или услуги, которые способны заменять друг друга с точки зрения потребительских качеств и направлений их использования). Именно в рамках отраслевого анализа должны быть оценены следующие факторы: потребители, поставщики, конкуренты, технологии.

3. *Внутренний анализ* - это процесс оценки факторов, которые поддаются управлению и контролю со стороны фирмы, то есть факторов, которые «вырастают» в пределах самой организации и является результатом деятельности или бездеятельности ее руководства.

Основная задача внутреннего анализа - это выявление сильных и слабых сторон организации. *Сильные стороны* - это особые, уникальные, оригинальные свойства организации или, по меньшей мере, качества, которые отличают ее от конкурентов. На такие качества делается ставка в бизнесе компании. *Слабые стороны* - это качества, которых не хватает организации против успешных конкурентов.

Процесс внешнего и внутреннего анализа обычно завершается проведением сравнительного SWOT- анализа (аббревиатура 4-х английских слов: S - strenght - сила, W - weakness – слабость, O - opportunitites - возможности, T - threats - угрозы. SWOT-анализ основывается на сопоставлении сильных и слабых сторон организации, потенциальных возможностей для бизнеса и угроз из внешней среды[2].

Сформулирована миссия организации определяет ее особый путь в бизнесе, направление, в котором она будет двигаться. Однако, необходимо еще знать, к какому конкретно «пункту» направляется организация и когда, в какие сроки она туда доберется. Чтобы найти ответы на эти вопросы и определяются цели деятельности организации.

В процессе разработки стратегии *цели организации* обычно формулируются в таких терминах:

1) доходность (может отражаться с помощью различных показателей: объемы прибыли; прибыль на инвестированный капитал; прибыль до объема продаж и т.п.);

2) производительность (затраты на производство единицы продукции; производительность труда и т.д.);

3) продукция (изменения номенклатуры и ассортимента, внедрение новых видов продукции и т.д.);

4) рынок (объемы продукта, доля рынка, принадлежащая фирме и т.п.);

5) производственные мощности;

6) персонал (уменьшение текучести кадров, повышение уровня квалификации, улучшения условий труда и т.п.).

4. Анализ стратегических альтернатив и выбор стратегии. Для достижения одной и той же цели можно применить различные способы. Поэтому возникают два вопроса: С помощью каких способов может быть достигнута цель? Какой из этих способов является лучшим? Отвечая на эти вопросы руководство организации обрабатывает несколько вариантов стратегии и выбирает из них наиболее приемлемый вариант. При этом организация целенаправленно ориентируется на использование собственных предпочтений.

Разработка общекорпоративной стратегии фирмы основывается на классификации стратегий по целям. Согласно этому критерию различают:

Стратегию роста - может осуществляться несколькими способами, то есть существуют различные стратегические варианты роста.

Стратегию стабильности - эту стратегию применяют организации, которые довольны своим предыдущим курсом действий и желают оставить существующее положение.

Реструктивную стратегию - используется в случаях, когда организация оставляет определенные рынки, или перепрофилирует производство. В деятельности крупных корпораций стратегии роста, стабильности и реструктуризации сменяют друг друга или используются в комплексе.

Методы выбора общекорпоративной стратегии. На практике существует несколько методов выбора общекорпоративной стратегии. Рассмотрим принцип матричной техники (Матрица BCG) с помощью следующих двух критериев: темпы роста рынка и доля участия продукции фирмы на рынке (табл.2)

Таблица 2

Характеристика элементов матрицы BCG

Элемент	Описание
«Дойные коровы»	продукты этой категории приносят наибольшую прибыль, но их перспективы будущего роста ограничены
«Звезды»	эти продукты также приносят прибыль, но они находятся в быстрорастущем рынке и являются там доминирующими
«Знаки вопроса»	это спекулятивные продукты, производство которых рискованно, они прибыльны, но занимают малую долю рынка
«Собаки»	категория продуктов, которые не приносят прибыли и не сулят улучшение ситуации

Методы выбора стратегии бизнеса. Количество стратегий бизнеса из которых организация может сделать выбор, практически не ограничено. Однако, большинство стратегий бизнеса можно сгруппировать, если взять за основу одну из следующих типовых стратегий, предложенных М. Портером: стратегия контроля за расходами; стратегия дифференциации; стратегия фокусирования.

Стратегия контроля за расходами основывается на уменьшении собственных затрат на производство продукции против расходов конкурентов. Если организация имеет более низкие затраты на изготовление единицы продукции, она может обеспечить необходимый для своего выживания уровень доходов даже когда цены у нее ниже цен конкурентов.

Существует много практических способов построения стратегии контроля за расходами, главными из которых являются: увеличение объемов производства; уменьшение накладных расходов; внедрение нового оборудования; использование более дешевых материально-сырьевых ресурсов; применение новых технологий. Выбор стратегии контроля за

расходами имеет и определенные опасности. Чаще всего организации ошибаются, переоценив свои возможности управлять затратами.

Стратегия дифференциации направлена на то, чтобы поставлять на рынок товары или услуги, которые по своим качествам более привлекательные для потребителей против продукции конкурентов. Выбор стратегии дифференциации обуславливают различные факторы, но ключевым является наличие в товаре или услуги уникального свойства, которое и привлекает потребителя. Например, уникальными свойствами могут быть: высокое качество продукции; разветвленная система филиалов для предоставления услуг; принципиальная новизна продукции; имидж фирмы.

Дифференциация - надежная стратегия. Однако, чтобы сделать ее успешной необходимо уметь донести до потребителя ценность уникального свойства данной продукции. Не следует также забывать о том, что затраты на создание уникального свойства товара могут поднять цены на него так высоко, что он станет неконкурентоспособным на рынке.

В основу стратегии *фокусирования* положена идея о том, что любой рынок состоит из относительно обособленных частей или сегментов. Каждый сегмент рынка ставит специфические требования к продукции или услуги. Если фирма способна обеспечить производство продукции или оказание услуг, отвечающих этим требованиям и сделает это лучше конкурентов, тогда она способна увеличить долю своего участия на рынке.

Стратегия фокусирования широко распространена в бизнесе индивидуальных предпринимателей, которые не имеют достаточно ресурсов чтобы охватить рынок в целом.

5. *Стратегическое планирование имеет смысл только тогда, когда оно реализуется.* На заключительном этапе стратегического планирования организация воплощает сформулированную стратегию в повседневной деятельности путем разработки системы: тактических планов; одноразовых планов; планов, которые повторяются (табл.3).

Планы внедрения стратегии

Типы планов	Основные цели планов	Формы планов
Тактические планы	Систематическое внедрение организационных стратегических планов	разнообразные
Одноразовые планы	Определение курса действий, которые, конечно, не повторяются в будущем	программы, проекты, бюджеты
Повторяющиеся планы	Определение курса действий, которые, конечно, повторяются через определенные промежутки времени	политика, стандартные операционные процедуры, правила

Тактические планы - краткосрочные планы, которые в совокупности обеспечивают реализацию стратегических планов.

Одноразовые планы:

- Программы - это планы, которые охватывают достаточно большое количество действий, которые не повторяются в будущем (программа внедрения новой продукции, разработки новой технологии, создание новых производственных мощностей);

- Проекты - это планы, которые по своей сути похожи на программы, но отличаются от них по своей широте и сложности. Конечно, проекты являются частью (составной частью) более широкой программы;

- Бюджеты - это планы, в которых осуществляется распределение ресурсов между отдельными видами деятельности и подразделениями организации.

Планы, которые повторяются: политика - это общее руководство для действий и принятия решений, это своеобразный «кодекс законов организации», который определяет, в каком направлении следует действовать. Стандартные операционные процедуры (СОП) показывают, какие конкретные действия должен осуществить исполнитель при определенных обстоятельствах. Правила - это наиболее узкая форма планов, которые

повторяются. Они представляют собой описание содержания действий, которые требуются от исполнителя.

3. Управление рисками при осуществлении ВЭД

Осуществление ВЭД связано с необходимостью принятия рискованных решений, то есть таких которые не гарантируют полное выполнение целей ВЭД. Под рисками в ВЭД понимают (рис.2).

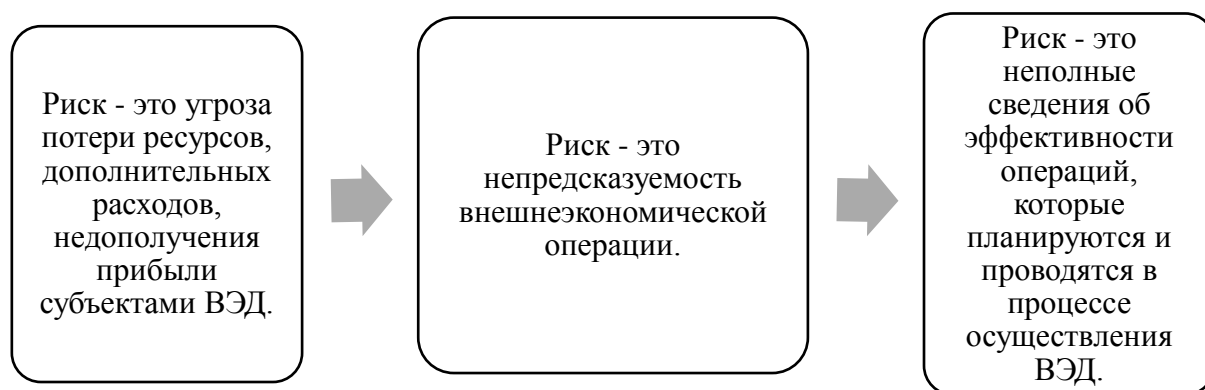


Рис.2. Подходы к определению понятия «риск»

В мировой практике учета рисков в ВЭД имеет очень важное значение, поскольку почти 40% коммерческих операций заканчиваются неудачей из-за недостаточного учета и управления рисками.

Общие причины возникновения рисков: постоянная нестабильность экономических действий в странах мирового сообщества; недостаточная осведомленность об экономике стран-партнеров; отсутствие четких целей деятельности субъекта ВЭД; наличие коммерческой тайны о деятельности субъекта ВЭД.

Наличие рисков в ВЭД предполагает определение целей по их регулированию. Основная цель регулирования рисков в ВЭД - это защита субъекта ВЭД от убытков и минимизация расходов, связанных с осуществлением внешнеэкономических операций. На сегодня 80% субъектов хозяйственной деятельности в странах мирового сообщества осуществляют

внешнеэкономической операции. Эта деятельность связана с большим количеством рисков. В ВЭД насчитывается около 150 видов рисков.

Основные виды рисков:

1. Риски, связанные с выбором страны для осуществления внешнеэкономических операций.
2. Риски, связанные с выбором иностранного партнера.
3. Маркетинговые риски.
4. Транспортные риски.
5. Риски, связанные с заключением МГК.
6. Коммерческие риски в ВЭД.
7. Риски, связанные с таможенным регулированием.

Управление рисками направлено на снижение их уровня. *Основными правилами управления рисками в ВЭД (снижение рисков) являются следующие:*

- нельзя рисковать больше, чем это может позволить собственный капитал;
- необходимо думать о последствиях риска;
- нельзя рисковать больше ради малого;
- положительное решение о проведении внешнеэкономической операции принимается только при отсутствии существенных сомнений;
- при наличии существенных сомнений принимается отрицательное решение;
- в любой ситуации всегда искать стоит решение, которое бы удовлетворяло субъектов ВЭД;

Основные принципы стратегии, управление рисками в ВЭД: максимум выигрыша; оптимальное сочетание выигрыша и размера риска; оптимальная вероятность получения результата от внешнеэкономической операции; допустимое колебание получения результата от внешнеэкономической операции.

Этапы управления рисками в ВЭД:

1. Создание базы для принятия решения о допустимости конкретного риска в ВЭД.
2. Оценка рисков в ВЭД.
3. Ознакомление с оценкой рисков покупателей.
4. Разработка методов учета рисков и их последствий.
5. Оперативное регулирование рисков на основе своевременной информации.
6. Создание методов уменьшения рисков.
7. Моделирование рисков с помощью программного обеспечения.
8. Кадровое обеспечение управления рисками в ВЭД.

Основные *методы снижения* риска в ВЭД:

Исключение риска - это отказ от проведения любых действий, связанных с возможностью появления риска в ВЭД.

Уменьшение риска предполагает принятие решений, которые приводят к снижению уровня потерь.

Принятие риска означает, что предприниматель берет на себя полную ответственность за проведение внешнеэкономической операции и риски, связанные с ней.

Передача риска означает, что предприниматель передает ответственность за риск другому партнеру или другому субъекту хозяйственной деятельности.

Средства уменьшения риска в ВЭД: диверсификация - это расширение ассортимента; лимитирование (ограничения) видов деятельности или объемов выпускаемой продукции; самострахование; страхование.

4. Подход к составлению бизнес-плана на предприятии, которое осуществляет ВЭД

Целью составления бизнес-плана является планирование хозяйственной деятельности предприятия на ближайший и отдаленный периоды. Бизнес-план

отвечает на такие вопросы относительно будущего существования фирмы, как:

- 1) определение вида деятельности фирмы, целевых рынков и места предприятия на этих рынках;
- 2) формирование стратегии и тактики предприятия;
- 3) выбор конкретного вида услуг, которые будут предоставляться компанией;
- 4) оценка производственных и непроизводственных затрат;
- 5) разработка маркетинговых мероприятий по изучению рынка, рекламе, стимулированию спроса и др.
- 6) оценка финансовых затрат фирмы для предусмотренных задач;
- 7) подбор кадров на предприятии;
- 8) предсказание трудностей на пути к выполнению планов.

Порядок составления бизнес-плана зависит от величины предприятия, характера бизнеса, рынка, экономических, политических факторов и прочего.

Весь процесс бизнес-планирования включает **следующие этапы:**

Изучение методологии бизнес-планирования на основе литературных источников.

Определение целей и главной цели - признания акционеров, получение инвестиций, максимизация прибыли и тому подобное.

Определение целевых читателей бизнес-плана, что связано с целью бизнес-плана. Это могут быть инвесторы, акционеры, банки, менеджеры высшего уровня руководства.

Определение структуры бизнес-плана. Он может быть полным или сокращенным - на год или два.

Сбор данных для каждого раздела бизнес-плана. Важнейшее значение для успеха бизнеса имеет маркетинговый анализ, изучение рынка, потенциальных потребителей, возможностей конкурентов, слабых и сильных сторон фирмы и учета этих факторов в бизнес-плане.

Составление бизнес-плана. Это важный этап, который дает конечный результат - бизнес-план. Исходными являются показатели объемов продаж товарной продукции, инвестиций. Практика показывает, что бизнес-план должен составлять фирмой самостоятельно или с помощью консультантов. Написание бизнес-плана на заказ, по поручению имеет ряд недостатков.

Чтение, изучение бизнес-плана. Как правило, бизнес-план предоставляется для чтения незаинтересованным лицам высокой квалификации. В процессе может быть проведена независимая экспертиза и деловая критика. Устранение недостатков повысит качество бизнес-плана.

Исследование рынка, план маркетинга, оценка возможностей фирмы по инвестициям, сроков начала производства, объемов производства, финансовый план, охрана среды являются обязательными составляющими бизнес-плана.

Вопросы для самоподготовки

1. Чем определяется необходимость планирования ВЭД в условиях рыночной экономики?
2. На какие стадии можно разделить процесс планирования ВЭД?
3. Почему в деятельности предприятий необходимо учитывать риски?
4. Какие факторы учитываются при разработке стратегии ВЭД предприятия?
5. Охарактеризуйте понятие «бизнес-план» и его основные разделы.

Тема 1.4. Организация внешнеэкономической деятельности предприятия

1. Организационная структура управления
2. Основные формы организации структуры управления ВЭД предприятия
3. Обязанности менеджеров сферы ВЭД в современных условиях

1. Организационная структура управления

Суть управленческой деятельности заключается в воздействии на процесс через принятие решений. Необходимость управления связана с процессами разделения труда на предприятии и отделением управленческого труда от исполнительного. Основоположником управления считается американский инженер и исследователь Фредерик Тейлор (1856 - 1915). Предложенная им рационализация труда и отношений на производстве позволила коренным образом изменить организацию и управление, а значит и эффективность производства.

Организационная структура управления - это упорядоченная совокупность взаимосвязанных элементов, находящихся между собой в устойчивых взаимоотношениях, которые обеспечивают их функционирование и развитие как единого целого.

Связь структуры управления с такими ключевыми понятиями менеджмента, как цели, функции, процесс, механизм функционирования является свидетельством того, насколько велико влияние организационной структуры на все стороны управления. Именно поэтому, менеджеры всех уровней уделяют значительное внимание принципам и методам формирования структур, выбору типа или комбинации видов структур, изучению тенденций в их построении и оценке в соответствии с целями и задачами, которые решаются. Поэтому, *организационная структура должна:*

- отражать цели и задачи организации, подчиняться производству и меняться вместе с ним;
- отражать функциональное разделение труда и объем полномочий работников управления, которые определяются политикой, процедурами, правилами, должностными инструкциями;
- соответствовать социально-культурной среде и условиям в которых она будет функционировать;
- устанавливать соответствие функций и полномочий должностного лица с одной стороны и уровня культуры с другой[15].

Управлять организационной структурой - значит оптимально распределить цели и задачи между сотрудниками организации.

На выбор структуры управления влияют факторы, представленные на рис.3.

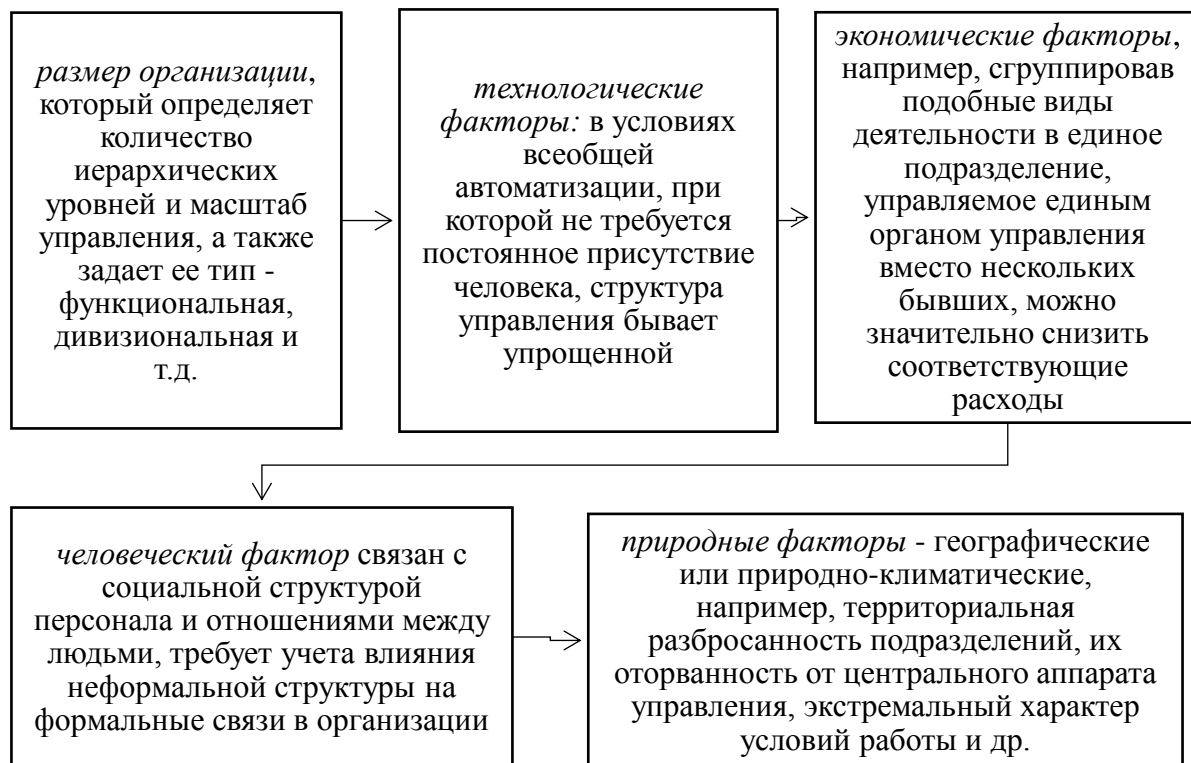


Рис.3. Факторы влияющие на выбор структуры управления.

Существуют различные типы организационных структур управления, основными из которых являются представленные в табл.1.

Таблица 1

Виды организационных структур управления

Вид структуры	Преимущества и недостатки
1	2
<p>Линейная - структура, между элементами которой существуют только одноканальные взаимодействия, каждый подчиненный имеет только одного линейного руководителя, который выполняет все административные и другие функции в соответствующем подразделении.</p>	<p>Преимуществами такой структуры являются: четкость взаимоотношений; оперативность и непротиворечивость управленческих решений; надежный контроль.</p> <p>Недостатком является то, что руководитель должен выполнять, кроме основных координирующих функций, целый ряд работ по учету, работе с кадрами, контролю качества и т.п.</p>

Продолжение табл. 1

1	2
<p>Линейно-штабная структура предусматривает создание при линейном руководстве специальных функциональных служб (штабов), которые помогают ему решать определенные производственные задачи и формировать соответствующие управленческие решения. При этом штабы не дают непосредственных распоряжений линейным руководителям.</p>	<p>Главное преимущество такой структуры в том, что линейные руководители имеют возможность сконцентрировать внимание на текущем линейном руководстве, а недостатки - рост управленческих расходов, снижения оперативности. Такая структура является эффективной в массовом производстве с незначительными технологическими изменениями.</p>
<p>Функциональная структура также предусматривает наличие штабов, но их персонал имеет не только совещательные права, но и право руководства и принятия решений. Поэтому каждое производственное подразделение получает распоряжения одновременно от нескольких руководителей функциональных подразделений предприятия.</p>	<p>Функциональная структура обеспечивает компетентное руководство по каждой функции управления. В этом ее главное преимущество, а недостатками является возможная противоречивость и несогласованность решений, снижение оперативности.</p>
<p>Дивизиональная структура строится не по функциональным признакам, а по принципам группировки производственных подразделений по продуктам, группам потребителей, по месту расположения. Возникновение этой структуры связано с углублением разделения управленческого труда, то есть высшие звенья управления занимаются лишь общими вопросами (финансовыми, юридическими, кадровыми), а остальные свои функции делегируют производственным подразделениям (отделениям), которые имеют свою собственную структуру управления и могут автономно функционировать.</p>	<p>Достоинства дивизиональной структуры управления: более тесная связь производства с потребителями, ускоренная реакция на изменения во внешней среде; улучшение координации работ в подразделениях вследствие подчинения одному лицу; четкое разграничение ответственности; высокая самостоятельность структурных единиц. Недостатки дивизиональной структуры управления: высокая потребность в руководящих кадрах; сложная координация; повышенные затраты за счет дублирования функций; сложность осуществления единой политики.</p>
<p>Матричная структура создание рядом с линейными руководителями и функциональным аппаратом управления временных проектных групп, которые формируются из специалистов функциональных подразделений и занимаются созданием новых видов продукции. После завершения работ над проектом специалисты возвращаются к своим функциональным подразделениям.</p>	<p>Преимущества матричной системы управления: четкое разграничение ответственности по проектам; высокая гибкость и адаптивность основных подразделений; совершенствованию производства. Недостатки: трудности установления четкой ответственности за работу подразделения; трудности и длительность согласования при принятии решений.</p>

Множественная структура управления используется современными компаниями, которые включают ряд предприятий. В ее основе лежит сочетание разных организационных структур управления. Такое много структурное решение будет все больше использоваться в будущем[10].

Совершенствование управления предприятием должно осуществляться по определенным направлениям: совершенствование структуры управления производством; улучшение управления производственными ресурсами; совершенствование управления научно-техническим прогрессом и качеством продукции; улучшение системы планирования как основного звена управления предприятием.

2. Основные формы организации структуры управления ВЭД предприятия

Для эффективного руководства ВЭД на уровне предприятия необходима адекватная условиям его работы структура управления. Различают: организационно-производственную структуру; структуру управления; организационную структуру предприятия. На любом предприятии есть система, которая управляет, и система, которой управляют. К первой относятся органы, службы, аппарат управления. Ко второй- производственные подразделения (цеха, участки, отделы).

Организационно-производственная структура отражает построение системы, которой управляют, *структура управления* - системы, которая управляет, а организационная структура предприятия - построение и взаимосвязь обеих систем.

Организационная структура управления ВЭД, как и внутрифирменного управления, должна постоянно развиваться и совершенствоваться, приспосабливаться к изменениям во внешней среде и сфере управления. Эти формы и методы не могут оставаться неизменными. Организационная структура управления ВЭД предприятия зависит не только от рассмотренных

выше факторов, но и от методов выхода на внешние рынки. В связи с этим можно выделить два варианта:

1) непосредственный выход на внешний рынок через собственную внешнеторговую фирму или отдел внешнеэкономических связей (в больших системах - через управление внешнеэкономических связей);

2) выход на внешний рынок с помощью посредников.

Создание собственных внешнеэкономических служб на предприятиях оправдано, если: доля экспорта велика в общем обороте; внешнеторговые операции осуществляются регулярно; выпускается продукция с высоким уровнем конкурентоспособности, желательна уникальная по своим свойствам; невысокий уровень конкуренции на соответствующем сегменте мирового рынка; продукция не нуждается в серьезной адаптации к зарубежным условиям использования; на предприятии есть необходимое количество специалистов по внешнеэкономической деятельности.

В других случаях оправдано использование посредников как отечественных, так и зарубежных или международных. *Посредники могут повысить эффективность внешнеторговых операций за счет:* лучшего знания рынка, наличия постоянной клиентуры; снижения расходов на транспортировку и хранение продукции, в том числе за счет операций с крупными партиями, принадлежащих различным производителям; сокращение сроков поставок и оформления документов; обеспечение сервиса перед продажей и послепродажного обслуживания; обеспечение товаропроизводителей оперативной и подробной информацией об изменениях конкурентоспособности продукции и рыночной ситуации в целом, сведениями о реальных и потенциальных конкурентах.

Наибольший опыт организации и управления внешнеэкономической деятельностью приобретен **в специализированных внешнеторговых организациях (ВТО)**. Ведущей структурной единицей ВТО является фирма, которая специализируется на торговле определенными товарами или с

группой стран. Возглавляет фирму директор и в зависимости от объема работы - несколько его заместителей.

Основные направления внешнеэкономической деятельности фирмы: выход на внешний рынок; организация экспортно-импортных операций по поставкам товаров, услуг и капитала; валютно-финансовые и кредитные операции; создание совместных предприятий и участие в их деятельности; международный маркетинг.

К функциональным отделам и службам, способствующим работе специализированных фирм и ВТО, относятся следующие:

1) Отделы и службы, осуществляют планирование, а именно: планово-экономический, валютно-финансовой, транспортной отделы и бухгалтерия. Они обеспечивают планирование и контроль внешнеторговой деятельности, анализ хозяйственной деятельности ВТО, планирование и контроль за банковскими, валютными, кредитными и расчетными операциями, планирование и обеспечение экспортно-импортных перевозок грузов, учет и отчетность, анализ результатов финансовой деятельности по объединению и рекомендации по ее улучшения.

2) Маркетинговые отделы: отдел конъюнктуры и цен, отдел рекламы и выставок, инженерно-технический отдел, отдел совместных предприятий, отдел технического обслуживания и запчастей. Эти службы занимаются исследованием спроса и предложения, динамики цен, структуры рынков, координируют работы фирм с общими иностранными агентами, осуществляют методическое руководство и контроль правильности расчетов и применения цен фирмами при подготовке и принятии контрактов, а также выполняют другую работу по исследованию конъюнктуры рынков. Кроме того, они обеспечивают рекламную деятельность ВТО, изучают и доводят до товаропроизводителей действующие на мировом рынке технические требования к товарам, координируют деятельность совместных предприятий, организуют гарантийное и послегарантийное техническое обслуживание экспортируемых объединением за границу[11].

3) Группа отделов, обеспечивающих принятие и выполнение управленческих решений: отдел развития и совершенствования организационной структуры объединения, отдел АСУ, отдел кадров, отдел зарубежных командировок, канцелярия, административно-хозяйственный, юридический и протокольный отделы.

Иногда юридический и протокольный отделы, а также бухгалтерия и отдел кадров подчиняются непосредственно генеральному директору ВТО, выполняя те же функции.

На промышленных предприятиях, активно участвующих во внешнеэкономической деятельности, внешнеторговый аппарат функционирует в основном *в двух формах*: как часть внутрипроизводственной структуры в виде внешнеэкономического отдела (отдела внешнеэкономических связей) и как относительно самостоятельное подразделение в виде внешнеторговой фирмы.

Отдел внешнеэкономических связей (ОВЭС) не является самостоятельным структурным подразделением предприятия. Его главная задача состоит в управлении ВЭД как элементом единой целостной системы внутрифирменного управления. Этот отдел не занимается непосредственно транспортировкой грузов, таможенными процедурами и т. д. Он создается, как правило, для планирования, организации и координации сбытовой деятельности (хотя на практике встречаются и другие варианты).

Главными задачами ОВЭС предприятия могут быть следующие:

- 1) Участие в разработке стратегии ВЭД предприятия.
- 2) Содействие развитию ВЭС с целью ускорения его социально-экономического развития.
- 3) Управление экспортным потенциалом предприятия, постоянное его укрепление и развитие.
- 4) Обеспечение исполнения обязательств, вытекающих из договоров и соглашений с зарубежными партнерами.

5) Изучение конъюнктуры иностранных рынков, сбор и накопление соответствующей информации.

6) Организация экспортно-импортных операций, обеспечения их эффективности.

7) Осуществление рекламной деятельности.

8) Организация протокольных мероприятий и др.

В соответствии с задачами определяются функции ОВЭС и формируется организационная структура управления. ОВЭС обычно возглавляет начальник отдела. Отдел состоит из звеньев (групп, секторов, бюро и специалистов) табл.2.

Таблица 2

Основные подразделения отдела внешнеэкономической деятельности

Сектор (отдел)	Функции
<i>Коммерческий сектор</i>	должен обеспечивать выполнение обязательств по международным контрактам и договорам, участие в подготовке и проведении коммерческих переговоров; организации поставок согласно контракту и контроль за их выполнением; просмотр рекламаций по экспорту и импорту и тому подобное.
<i>Экономический сектор</i>	призван обеспечивать прогнозирование и планирование ВЭД предприятия; анализ эффективности экспортно-импортных операций; контроль за выполнением плана; валютный контроль и т. д.
<i>Сектор маркетинга</i>	служба предприятия, которая изучает конъюнктуру мировых рынков, участвует в определении цен на экспортную продукцию, в разработке и осуществлении рекламных мероприятий, анализе конкурентов, возможностей товародвижения и т. д.
<i>Научно-технический сектор</i>	изучает действующие на мировом рынке технические требования к товару; анализирует технический уровень и качество продукции, ее конкурентоспособность, участвует в разработке предложений по обновлению производства, выпуску новой продукции; обеспечивает техническое обслуживание экспортной продукции и др.
<i>Протокольный сектор</i>	готовит и организует протокольные мероприятия, выполняет поручения руководства фирмы для проведения встреч принятия и проводов представителей зарубежных фирм, которые прибыли на предприятие с визитом.

Отметим, что на практике структура управления ВЭД может быть построена несколько иначе, однако с учетом вышеуказанных принципов.

3. Обязанности менеджеров сферы ВЭД в современных условиях

Менеджер ВЭД в разных компаниях может называться по-разному: менеджер по снабжению, менеджер по экспорту и/или импорту, логист, закупщик, таможенный декларант. Существует два основных направления. В компании-импортере менеджер ВЭД выполняет в основном функции менеджера по закупкам, а в сфере экспорта у него больше обязанностей менеджера по продажам.

Сферой деятельности специалиста в сфере внешнеэкономической деятельности являются: планирование, организация и осуществление экспортно-импортных операций; проведение маркетинговых исследований; подготовка, заключение и осуществление внешнеторговых сделок; управление внешнеэкономической деятельностью предприятия; предоставление консультационных услуг по вопросам таможенного оформления.

Менеджер ВЭД выполняет *следующие функции:*

Разрабатывает стратегические цели внешнеэкономической деятельности предприятия.

На основе комплексного изучения и анализа внешних рынков, соотношение спроса и предложения разрабатывает текущие и перспективные планы развития предприятия.

Определяет оптимальную стратегию внешнеэкономической деятельности предприятия с учетом принятого уровня риска.

Проводит анализ и расчет основных экономических показателей внешнеэкономической деятельности предприятия (подразделения) с использованием современных методик и учетом инфляции и конвертируемости национальной валюты.

На основе данных статистической отчетности и бухгалтерского учета по основным показателям хозяйственной деятельности оценивает экспортный потенциал предприятия (подразделения), рассчитывает объемы внешнеэкономической деятельности по основным направлениям деятельности предприятия.

На основе анализа и исследования внешних рынков обосновывает пути реализации устойчивых конкурентных преимуществ субъекта внешнеэкономической деятельности.

Проводит многовариантные расчеты цен на продукцию, формирует ценовую политику.

Анализирует, планирует и прогнозирует объемы реализации экспортной продукции.

Оценивает и принимает участие в формировании инвестиционного портфеля предприятия.

Планирует потребности в материальных, финансовых и трудовых ресурсах.

Анализирует условия и участвует в разработке стратегии привлечения заемных ресурсов.

Анализирует эффективность внешнеэкономических связей.

Проводит мониторинг основных конкурентов на рынке, в том числе мировом.

Участвует в анализе производительности труда и разработке мероприятий по ее повышению и обеспечения конкурентоспособности предприятия.

Осуществляет маркетинговые исследования внешнего рынка с целью определения потенциальных потребителей.

Обеспечивает правомочность деятельности, отслеживая изменения отечественного и международного законодательства.

Организует работу по изучению цен на рынке и определения форм соотношений (контрактная долгосрочная основа, одноразовая закупка и т.п.)

и готовит материалы для заключения контрактов с иностранными фирмами, организует регистрацию внешнеэкономических договоров (контрактов) в органах регистрации.

Обеспечивает получение лицензий в случаях, предусмотренных действующим законодательством.

Обеспечивает декларирование и своевременное таможенное оформление экспортно-импортных грузов предприятия.

Ведет учет выполнения всех внешнеэкономических договоров по экспорту продукции предприятия и импорта товаров по бартерным контрактам.

Участствует в мониторинге выполнения работ партнерами.

Составляет отчетность о деятельности предприятия (подразделения).

Знает, понимает и применяет действующие нормативные документы, касающиеся его деятельности.

Знает и выполняет требования нормативных актов об охране труда и окружающей среды, соблюдает нормы, методы и приемы безопасного выполнения работ.

По своей сути менеджер ВЭД — это проектный менеджер международного проекта, который курирует всех необходимых специалистов и экспертов чтобы собрать все вместе и все получилось вовремя и в рамках планируемого бюджета.

Вопросы для самоподготовки

1. В чем особенности организационной структуры управления (ОСУ)?
2. Какие виды организационных структур управления предприятия известны?
3. Организационная структура ВЭД является типичной для всех предприятий или индивидуализированной?
4. Что входит в сферу деятельности специалиста по ВЭД?
5. Какие функции у менеджера ВЭД на предприятии?

Тема 1.5. Маркетинг в управлении внешнеэкономической деятельностью предприятия

1. Международный маркетинг, его место и роль в управлении ВЭД предприятия.
2. Маркетинговые исследования, которые осуществляются на зарубежных рынках.
3. Организация выхода предприятия на мировые рынки

1. Международный маркетинг, его место и роль в управлении ВЭД предприятия

Специальными исследованиями установлено, что более 75% коммерческих неудач происходит из-за ошибок в маркетинговой деятельности. Поэтому будущим специалистам-менеджерам ВЭД необходимо внимательно и творчески отнестись к изучению теории и практики международного маркетинга, опыта западных и отечественных фирм в этой отрасли.

Залогом успеха любой фирмы на рынке является умение найти и удовлетворить потребности потребителей. Такой подход к деятельности фирмы отражает *сущность маркетинга как философии бизнеса* и предусматривает ориентацию ее деятельности на удовлетворение потребностей потребителей как единственную возможность достичь целей, связанных с прибылью, проникновением на новые рынки, развитием фирмы. С другой стороны, *маркетинг - это вид деятельности, функция менеджмента*, направленные на информационное обеспечение принятия управленческих решений и конкретных действий по разработке и управления товаром, ценообразования, распределения и продвижения товаров[16].

Концепция маркетинга заключается в том, что вся деятельность предприятия (включая программы научно-технических исследований, производства, капиталовложений, финансов, сбыта, технического обслуживания и др.) основана на современном состоянии потребительского

спроса и прогнозировании его изменений на перспективу. Принципиальной разницы между маркетингом для внутреннего и внешнего рынков нет. В обоих случаях используют различные методы, средства и принципы маркетинговой деятельности. Но учитывать особенности зарубежных рынков при управлении предприятием необходимо.

При выходе на внешний рынок разнообразным становится внешняя среда, увеличивается число факторов, влияющих на принятие решений (рис.1.)

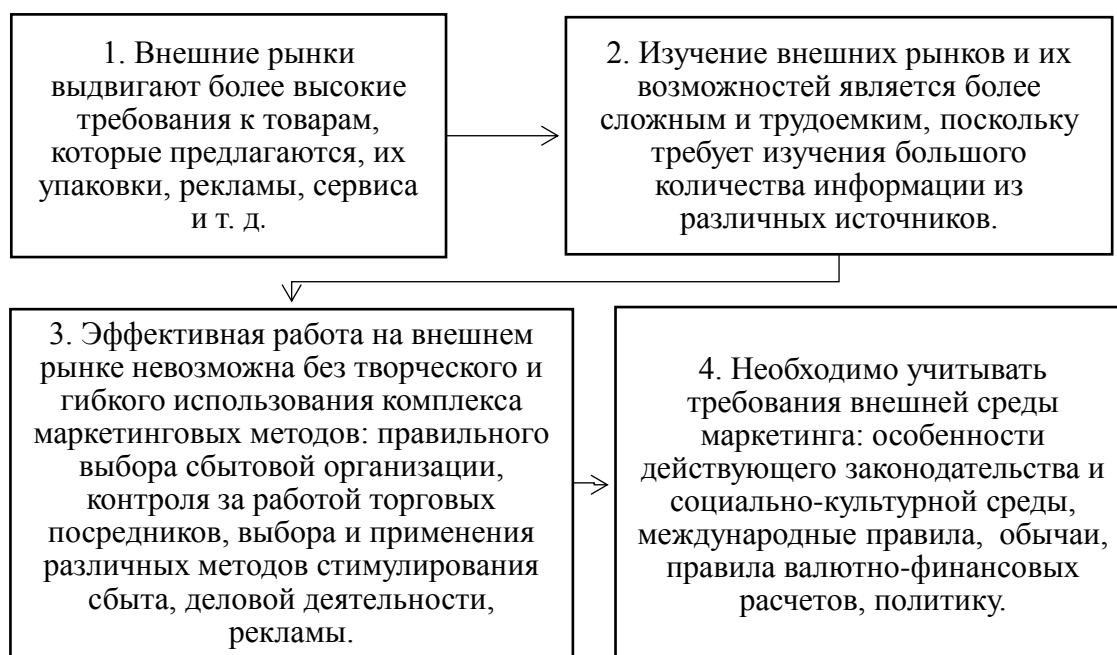


Рис.1. Факторы, влияющие на принятие решения в сфере ВЭД.

Международный маркетинг входит в состав функций, которые осуществляет предприятие в рамках внешнеэкономической деятельности. Вместе с тем, это самостоятельная отрасль деятельности предприятия при выходе на внешние рынки. *Международный маркетинг* можно определить, как систему планирования, реализации, контроля и анализа мероприятий, направленных на многонациональный рыночную среду и приспособления к его условиям предприятия, которое осуществляет свою деятельность более чем в одной стране[2].

В развитии международного маркетинга выделяют следующие основные этапы:

1. Традиционный маркетинг. Это обычная продажа товаров за границу, когда экспортер несет ответственность только до момента доставки товара. Дальнейшая судьба проданного товара экспортера, как правило, не интересует.

2. Экспортный маркетинг. Здесь экспортер систематически изучает иностранный рынок и приспособливает свое производство к требованиям этого рынка, постоянно меняются.

3. Международный маркетинг. В условиях использования международного маркетинга экспортер глубоко изучает рынок, используя для этого широкий круг маркетинговых инструментов. При этом международный маркетинг распространяется не только на чисто торговые операции, но и на другие виды и формы ВЭД (на совместные предприятия, дочерние предприятия, технологический обмен, предоставление транспортных, страховых, туристических и других услуг). Международный маркетинг приобретает все более глобальный характер.

Международный маркетинг повышает прибыльность операций благодаря снижению степени риска и неопределенности на мировых рынках, которые значительно выше, чем на национальных.

Разработка стратегической маркетинговой программы по реализации товаров и услуг на внешнем рынке является управленческим процессом, который включает следующие этапы:

- 1) характеристика и прогноз развития целевого рынка, анализ среды деятельности предприятия и прогнозирования тенденций его развития;
- 2) определение системы заданий на основе общих задач предприятия;
- 3) определение приоритетных направлений деятельности;
- 4) сегментация иностранных рынков, выбор целевых сегментов;
- 5) разработка стратегии выхода предприятия на иностранные рынки и поведения на них;

б) разработка мероприятий маркетингового комплекса, то есть политики: товарной, сбытовой, ценовой, стимулирующей или коммуникационной;

7) определение источников финансирования маркетинговой программы;

8) организация международного маркетинга предприятий;

9) контроль за решением задач международного маркетинга и при необходимости корректировки стратегии маркетинга.

Прежде чем решить выйти на мировой рынок предприятию необходимо многое узнать досконально разобраться в особенностях внутренней и внешней среды. Все факторы внутренней и внешней среды делятся на те, что поддаются управлению и контролю со стороны предприятия, и те, которые не поддаются, то есть такие, к которым надо приспособливаться (табл. 1).

Таблица 1

Факторы внешней и внутренней среды

<i>Факторы отечественной маркетинговой среды</i>		<i>Факторы зарубежной маркетинговой среды</i>
Контролируемые факторы внутренней среды	Неконтролируемые факторы внутренней среды	Неконтролируемые факторы внешней среды
1. Инструментарий маркетинга: товар, цена, продвижение, распределение	1. Политико-экономические: экономические, конкуренция, политико-правовые	1. Политические факторы и принципы государственного регулирования рыночных отношений
		2. Правовые
2. Производственные факторы: финансово-экономические, производственно-технические, организационные	2. Другие: научно-технологические, демографические, природно-географические	3. Экономические
		4. Социально-культурные
		5. Другие: научно-технологические, демографические, природно-географические

С целью более детального изучения внешней среды, ее можно разделить на следующие **четыре сферы**: экономическую, социально-культурную, политико-правовую и природную.

Для характеристики *экономической сферы* целесообразно использовать три блока:

1) общая характеристика типа экономической системы и модели рыночной экономики (экономические системы, которые заняты примитивным сельским хозяйством; экономические системы экспортирующие ресурсы и с развитой промышленностью импортирующие сырье; индустриальные экономические системы);

2) результаты функционирования экономики страны-партнера по бизнесу (изучение динамики и последних данных об уровне основных макроэкономических показателей);

3) основные рыночные показатели (состояние спроса и предложения, емкость, доступность и потенциал рынка, уровень цен, конкуренция, требования к качеству, безопасности, рекламе, упаковке, маркировке).

Эти показатели помогут определить стратегию и тактику фирмы, выходит на международный рынок.

2. Маркетинговые исследования, которые осуществляются на зарубежных рынках

Важное место в системе международного маркетинга занимает **исследование иностранных рынков**, под которым, как правило, понимают процесс поиска, сбора, обработки и анализа данных о проблемах, связанных с маркетингом товаров и услуг.

Главная цель маркетинговых исследований - уменьшение неопределенности и риска при принятии коммерческих решений.

Главной задачей маркетинговых исследований является разработка основных направлений и методологии рыночных исследований, определения характера и источников необходимой информации, осуществление контроля конкретных исследовательских программ, обобщение полученных результатов и подготовка необходимых рекомендаций. Маркетинговые исследования, проводимые на зарубежных рынках, как правило, состоят из

двух больших блоков: исследование рынков и исследование потенциальных возможностей предприятия.

Первый блок исследования рынков включает в себя следующие аспекты: изучение и анализ условий рынка; анализ спроса и предложений; требований потребителя к товару; перспектив развития рынка; форм и методов торговли; оценка деятельности предприятий-конкурентов; изучение коммерческой практики, транспортных, торгово-политических условий; условий движения товаров и др.

Второй блок - исследование потенциальных возможностей предприятия предусматривает: анализ хозяйственной деятельности предприятия; конкурентоспособности и продукции предприятия; оценка его потенциальных конкурентных возможностей.

При исследовании иностранных рынков используются традиционные методы и инструменты. Вместе с тем здесь есть своя специфика, которая определяется объектом исследования. В зависимости от техники проведения исследований, характера информации, способов ее поступления и использования, маркетинговые исследования во внешнеэкономической сфере можно разделить на виды, представленные в табл.2.

Таблица 2

Характеристика маркетинговых исследований

<i>Кабинетные исследования</i>	<i>Полевое исследование</i>
Проводятся на основе вторичной информации, которая может быть получена в результате изучения отчетов. Эти исследования относительно недорогие и дают возможность получить ответ на ряд вопросов, интересующих предприятие. С данных исследований и начинаются маркетинговые исследования иностранных рынков. Однако они не все страны обладают такой информацией.	Исследование рынка на месте. Оно наиболее сложное и дорогое, но это самый эффективный метод изучения рынка. Этот вид исследования позволяет получить первичную информацию, оценить реальный потребительский спрос и факторы, которые его формируют, учитывать результаты исследований для разработки руководством предприятия тактики поведения на рынке.

Маркетинговое исследование, проводимое на иностранных рынках, отличается от того, что производится на внутреннем рынке. Эта разница

заключается: в сложности получения первичной информации; недостатка (или отсутствия) вторичной информации; значительных затратах на проведение полевых исследований; необходимость координации исследований на рынках разных стран. Маркетинговые исследования проводятся предприятием или самостоятельно, или по его заказу специализированным маркетинговым фирмам. Чтобы маркетинговые исследования были эффективными, они должны проводиться систематически и охватывать как можно больше источников информации.

Анализ окружающей среды международного маркетинга и связанного с ним рынка дает возможность определить систему задач международного маркетинга, которые являются составной частью стратегической маркетинговой программы. Задачи международного маркетинга обусловлены общими задачами деятельности предприятия, в т.ч. во внешней сфере. Можно выделить следующие группы задач (рис.2).



Рис.2. Группы задач в международном маркетинге.

Для успешной реализации поставленных задач предприятие разрабатывает различные маркетинговые стратегии (рис.3). *Формирование маркетинговых стратегий* - один из важнейших и самых сложных этапов процесса маркетинга. Осуществление маркетингового анализа для дальнейшей разработки целей, обработки стратегий, приводит к наилучшим результатам.

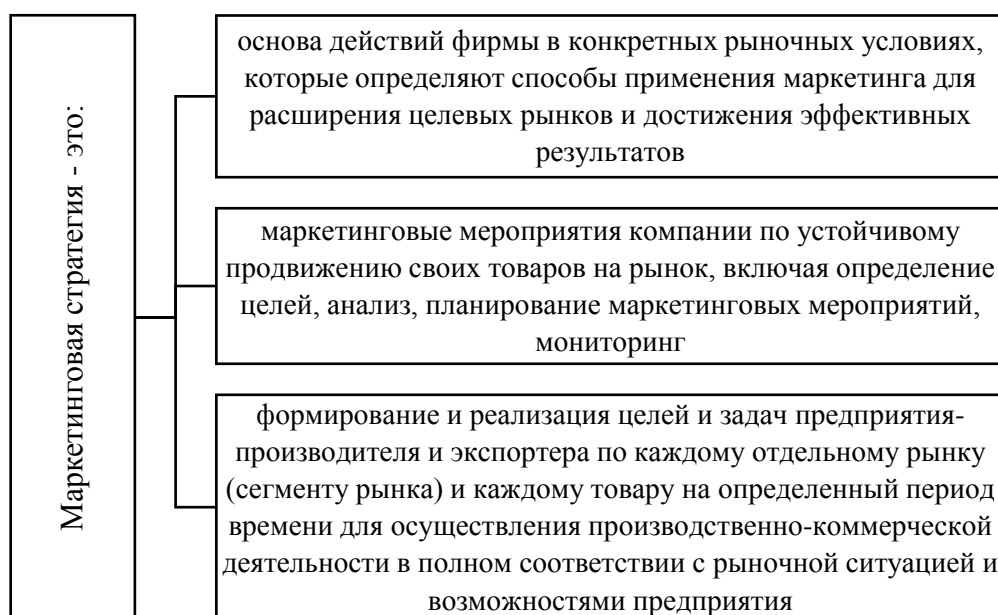


Рис.3. Подходы к определению сущности маркетинговой стратегии

В процессе формирования маркетинговой стратегии можно выделить: *входные элементы* - это те факторы, анализ которых предшествует разработке маркетинговой стратегии, то есть факторы маркетинговой среды и цели фирмы; *выходные элементы* - это стратегические решения относительно маркетингового микса, то есть комплекса компонентов маркетинга, который включает четыре составляющие - товар, цену, сбыт и продвижение.

При разработке базовой стратегии руководство принимает решение о степени глобализации деятельности компании с учетом таких факторов, как объем местного рынка, острота конкуренции на нем, степень глобализации деятельности конкурентов, наличие в компании ресурсов и конкурентных преимуществ.

Глобальные направления маркетинговой стратегии:

Стратегия сегментации - углубление степени насыщения товарами и услугами, которые предлагаются всех групп потребителей, на основе изучения глубины рыночного спроса, изучение мельчайших его оттенков[15]. Значение сегментации как эффективного инструментария маркетинговой деятельности объясняется следующими ее *особенностями*:

1) сегментация является высокоэффективным средством конкурентной борьбы, поскольку она ориентирует на выявление и удовлетворение специфических потребностей потребителей;

2) ориентация деятельности фирмы на определенную рыночную нишу;

3) рыночная сегментация помогает более обоснованно определить маркетинговые направления фирмы;

4) с помощью сегментации появляется возможность установить реалистичные маркетинговые цели;

5) удачная сегментация рынка влияет на эффективность маркетинга в целом, начиная с исследования рынка и потребителей к формированию соответствующей системы сбыта и продвижения.

Стратегия диверсификации - освоение производства новых товаров, товарных рынков, а также видов услуг, включая не просто диверсификацию товарных групп, но и распространения предпринимательской деятельности на новые и не связанные с основными видами деятельности фирмы области. Основными факторами, обуславливающими выбор стратегии диверсификации:

1) рынки для осуществляемого бизнеса оказываются в состоянии насыщения или сокращения спроса на продукцию вследствие того, что продукт находится в стадии спада;

2) новый бизнес может вызвать синергический эффект, например, за счет лучшего использования оборудования, сырья и тому подобное;

3) антимонопольное регулирование не позволяет дальнейшее расширения бизнеса в рамках данной отрасли;

4) могут быть сокращены потери от налогов;

5) может быть облегчен выход на мировые рынки;

6) могут быть привлечены новые квалифицированные служащие или лучше использован потенциал имеющихся менеджеров.

Стратегия интернационализации - освоение новых, зарубежных рынков, используя не только расширение экспорта товаров, но и экспорта

капиталов, когда за рубежом создаются предприятия, выпускающие в бывших странах-импортерах товары, минуя ограничительные торговые барьеры и используя преимущества дешевой рабочей силы и богатство местного сырья. Организация международной деятельности фирмы предполагает выбор способа выхода на зарубежные рынки. Она может остановиться на экспорте, совместной предпринимательской деятельности или прямом инвестировании за рубежом. Каждый следующий стратегический подход требует принятия на себя большего объема обязательств и большего риска, но обещает и более высокие прибыли.

Фирма меняет стратегию, если: в течение достаточно долгого времени она не обеспечивает достижения удовлетворительных показателей; фирмы-конкуренты резко изменили свою стратегию; изменились другие внешние факторы для деятельности фирмы; открылись перспективы для принятия мер, в состоянии значительно повысить доходы фирмы; изменились возникли новые предпочтения покупателей или наметились тенденции к возможным изменениям в этой области; поставленные в стратегии задачи уже решены и выполнены.

3. Организация выхода предприятия на мировые рынки

Осуществление субъектами ВЭД выхода на мировой рынок предполагает, что производимые ими товары являются конкурентоспособными, пользуются спросом у покупателей. В этой связи, прежде всего, необходимо рассмотреть экономическое содержание конкурентоспособности товара. *Конкурентоспособность товара* - это сравнительная характеристика товара, содержащая комплексную оценку совокупных его качеств по отношению к требованиям рынка. Конкурентоспособность товара проявляется в двух видах:

1. Это конкурентоспособность товара со стороны покупателя. Она рассчитывается по формуле:

$$K_{т.пок.} = E_{п} / P_{п} > 0 \quad (1)$$

где Кт.пок. - это конкурентоспособность товара для покупателя;

Еп - полезный эффект, который получает покупатель от приобретения товара;

Рп - расходы покупателя, связанные с приобретением и эксплуатацией товара.

Согласно этой формуле чем больший получит покупатель эффект от покупки товара, тем больше конкурентоспособность товара для покупателя.

2. Это конкурентоспособность товара для производителя. Она рассчитывается по такой формуле:

$$\text{Кт.пр.} = \text{П} / \text{Рпт} > 0 \quad (2)$$

где Кт.пр. - где конкурентоспособность товара для производителя;

П - это прибыль, получает производитель при реализации товара на мировом рынке;

Рпт - это расходы производителя, связанные с производством и реализацией товара на мировом рынке.

Согласно этой формуле, чем больше прибыль, тем выше конкурентоспособность товара для производителя.

Основные показатели конкурентоспособности товара делятся на 3 группы (табл.3)

Таблица 3

Характеристика показателей конкурентоспособности товара

Технические показатели	Экономические показатели	Организационные показатели
Классификационные показатели, конструктивные, нормативные, эргономические и эстетические показатели (внешний вид; удобство; цвет; упаковки; дизайн)	Расходы на транспортировку товаров, стоимость, на после гарантированное обслуживание (ремонт оборудования), покупку запасных частей для товаров, на страхование товаров, стоимость упаковки, заработная плата обслуживающего персонала	Условия платежа за приобретенный товар, условия поставок товара, система скидок при покупке товаров, комплексность поставок товаров

Этапы анализа конкурентоспособности товаров субъектами ВЭД:

I. Выделение набора потребительских параметров товара.

II. Выбор образца товара для сравнения.

III. Определение удельного веса отдельных показателей конкурентоспособности товара.

IV. Расчет общего показателя товара, характеризует его полезный эффект.

V. Определение экономических показателей товара, то есть расходов на его приобретение, потребление и использование.

VI. Расчет общего индекса конкурентоспособности товара по экономическим показателям.

VII. Определение общего показателя уровня конкурентоспособности товара в соответствии с его потребительских и экономических показателей.

Выбор мирового рынка и определения конкурентоспособности товара субъектами ВЭД является основой для поиска и установления их хозяйственных связей с зарубежными партнерами, а также обоснования стратегии маркетинга.

Разработка маркетинговой стратегии является важным направлением ВЭД. Общее определение маркетинговой стратегии: **международная маркетинговая стратегия (ММС)** - это поведение фирмы, обеспечивающее достижение определенной цели при установленных возможностях в указанный период времени. Этапы международной маркетинговой стратегии:

I этап - разработка базовой концепции маркетинговой деятельности фирмы. Она включает: исследования макро- и микросреды; формирование цели фирмы (на международных рынках); разработку тактических задач; конкретизацию действующих маркетинговых программ фирмы.

II этап - разработка методов выхода и функционирования фирмы на зарубежных рынках.

III этап - формирование поведения фирмы, приспособления ее маркетинговых программ к зарубежным условиям.

VI этап - формирование интегрированной маркетинговой политики фирмы. Это означает ее приспособления к условиям глобализации и особенностям действия конкретного зарубежного рынка.

Виды международной маркетинговой стратегии:

I вид - *стандартизированная маркетинговая стратегия* - является общей для всех внешних и внутренних рынков. Преимущества стандартизированной ММС: экономия на научно-исследовательских расходах, на производстве стандартизированной продукции, на маркетинговых мероприятиях; удобство контроля за выполнением маркетинговых программ; достижение унификации рынков сбыта.

II вид - *адаптированная международная маркетинговая стратегия*, означает ее специализацию, приспособление к условиям действия конкретного рынка. Преимущества адаптированной ММС: разнообразие рыночных условий; специфика государственного регулирования конкретного рынка; различия стран в мотивациях потребителей; местная инициатива филиалов фирмы и соблюдения ими выбранной маркетинговой концепции.

На практике указанные стратегии отдельно используются редко. Чаще они применяются фирмой вместе, дополняя друг друга. Такая стратегия называется интегрированной маркетинговой стратегией - третий вид ММС. Основным принцип *интегрированной ММС* - стандартизация должна применяться там, где это возможно, а адаптация там, где это необходимо.

Вопросы для самоподготовки

1. В чем особенности маркетинга в сфере ВЭД?
2. Какие этапы выделяют в развитии международного маркетинга?
3. Дайте определение понятию «маркетинговые исследования».
4. Назовите и охарактеризуйте глобальные направления маркетинговой стратегии.
5. Что понимают под конкурентоспособностью товара?

РАЗДЕЛ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА ВЕДЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ ПО ТОРГОВЛЕ ТОВАРАМИ

Тема 2.1. Экспортно-импортные операции их сущность и особенности регулирования

1. Понятие и виды экспортно-импортных операций
2. Методы осуществления экспортно-импортных операций
3. Экспортные операции: сущность, организация, техника осуществления
4. Импортные операции: сущность, организация, техника осуществления

1. Понятие и виды экспортно-импортных операций

Одной из основных функциональных обязанностей менеджера по ВЭД на предприятии является поиск зарубежных партнеров с целью сотрудничества, результатом которого должно стать осуществление внешнеторговых операций, оформленных с помощью внешнеторговых сделок.

Внешнеторговая операция - это комплекс организационно-экономических приемов и мероприятий, направленных на содействие заключению соглашений в форме договора-купли продажи.

Основными видами внешнеторговых операций являются: купля-продажа товаров; купля-продажа услуг; товарообменные операции (встречная торговля); использование результатов интеллектуальной собственности.

Исторически сложилось, что наиболее распространенными операциями во внешнеэкономической деятельности являются операции по **купле-продаже товаров**, оформленных в материально-вещественной форме. По условиям этого вида сделки продавец обязан передать товар в собственность покупателя в четко оговоренные сроки, определенном месте и на определенных условиях. В свою очередь, покупатель обязуется принять товар в условленном месте, в установленный срок и уплатить сумму, указанную в договоре[6].

Современные ученые и практики выделяют такие виды операций по купле-продаже товаров: экспорт; импорт; реэкспорт и реимпорт (табл.1).

Таблица 1

Характеристика операций по купле-продаже в сфере ВЭД

Наименование операции	Характеристика
Экспорт	Коммерческая деятельность, направленная на продажу товара иностранному контрагенту с вывозом товара из страны продавца.
Импорт	Коммерческая деятельность, направленная на покупку товара у иностранного контрагента, с целью продажи товара на внутреннем рынке, его переработки или конечного использования.
Реэкспорт	Операции, результатом которых является продажа с последующим вывозом за границу товара, который был ранее импортирован и не подвержен переработке.
Реимпорт	Приобретение и ввоз из-за границы товара, который был ранее экспортирован и не подлежал обработке.

Экспортно-импортные операции в торговле переходят в разряд завершенных, если товар пересек границу государства контрагента (выполнены все предусмотренные таможенные процедуры, включая предоставление данных для учета). Таможенное регулирование экспортно-импортных операций включает внесение операций в международную базу учета потоков товара. Таможенный учет лежит в основе государственных статистик внешней торговли, как отдельно для каждого государства, так и для мировой торговли.

Основными мотивами или *причинами реэкспорта* являются:

- продажа товаров на международных биржах и аукционах. Реэкспортная операция является продолжением торговой операции, требующей для осуществления продажи товара на аукционе или бирже его ввоза в страну проведения этих мероприятий, с последующим его вывозом покупателем третьей страны;

- резкая смена политических и дипломатических условий на внешнем рынке, возникновение передвоенной обстановки или военных действий в стране реализации товара;

- вынужденный реэкспорт: отказ покупателя от оплаты за поставленный товар по причине банкротства, ненадлежащего качества или порчи товара, деловой нечистоплотности контрагента;

- реэкспорт является составляющей сложной внешнеторговой операции (реализация проектов по строительству объектов за рубежом, для осуществления которых существует потребность в закупке отдельных видов материалов и комплектующих в третьих странах без ввоза его в страну реэкспорта)

- спекулятивные операции по купле-продаже товаров - перепродажа товаров на различных рынках по разным ценам с целью получения прибыли от этих операций.

Основными *причинами реимпорта* являются: ввоз ранее вывезенного товара и не проданного на международной бирже или аукционе; возврат товара, не реализованного посредником на внешнем рынке; возврат товаров, предоставленных под консигнацию (реализацию на внешнем рынке, без перехода права собственности на товар); бракованная продукция.

Международные операции по экспорту и импорту (*купле-продаже*) *услуг* охватывают комплекс операций в сфере предоставления страховых, рекламных, транспортных, туристических, банковских, финансовых, складских, арендных, инжиниринговых, посреднических и других услуг.

Особенностью купли-продажи услуг является отсутствие материальной составляющей в этих операциях. Они производятся и потребляются одновременно, и не требуют сопровождения и хранения. Операции по предоставлению услуг можно разделить на основные и вспомогательные. Вспомогательные операции часто называют логистическими.

Под *основными услугами* понимают услуги, которые самостоятельно существуют и не зависят от купли-продажи товаров. К ним можно отнести туристические, финансовые, арендные и аудиторские услуги. *Вспомогательные услуги* направлены на сопровождение сделок купли-продажи товаров и самостоятельно существовать не могут. Это транспортные,

страховые, экспедиционные, посреднические услуги, банковско-расчетные операции.

Одним из видов внешнеторговых операций является *встречная торговля*, которая заключается в полной или частичной оплате импорта встречным экспортом. Условия соглашений предусматривают обязательства экспортеров закупить у импортеров товары на полную или частичную стоимость экспорта (на основе бартера, компенсационных операций, встречных закупок и др.).

Арендные операции подразделяются на три основных вида: лизинг (долгосрочная аренда), хайринг (среднесрочная аренда), рентинг (краткосрочная аренда). Наиболее распространенным видом аренды является лизинг, который по существу представляет собой специальную форму финансирования капитальных вложений.

Из операций производственного кооперирования наиболее распространенным видом является *подрядное кооперирование*. Оно получило распространение в машиностроении, чаще всего в производстве наукоемкой техники. Суть подрядного кооперирования заключается в том, что одна из сторон сделки (заказчик) поручает другой стороне (исполнителю) выполнение определенной работы в соответствии с согласованными требованиями (ассортимент, объемы, сроки, коммерческие условия и др.).

Договорная специализация как вид производственной кооперации, предполагает постоянный обмен результатами НИОКР, разграничение выполнения отдельных частей и этапов производственных программ, перераспределение, капитальных вложений, в случае необходимости и т.д. Договорная специализация может быть, как поддетальной, так и технологической.

При создании сложных видов продукции получает распространение *совместное производство*, при котором партнеры на всех этапах НИОКР (освоение, производство, исследования рынков, сбыт, сервисное обслуживание) тесно взаимодействуют с целью достижения более высокого

конечного результата. Такое сотрудничество часто оформляется в виде консорциума, то есть временного договорного объединения фирм для осуществления конкретного экономического проекта.

В торговле *лицензиями*, в отличие от торговли материальными ценностями, предметом обмена является научно-технические знания и опыт. Возрастание роли НТП привело к активизации международного обмена технологиями, отделению международной передачи технологий в самостоятельную сферу ВЭД.

2. Методы осуществления экспортно-импортных операций

В международной торговой практике используются два основных метода проведения коммерческих операций: прямой и косвенный (табл.2).

Прямой метод предполагает установление прямых связей между производителем (поставщиком) и потребителем. На основе договора купли-продажи осуществляется закупка товаров у непосредственных производителей и продажа товаров конечному потребителю. **Косвенный метод** коммерческих операций предусматривает осуществление коммерческих операций через торгово-посреднические структуры.

Таблица 2

Характеристика применения прямого и косвенного метода

Прямой метод применяется	Косвенный метод применяется
1) при продажах и закупках на внешних рынках промышленного сырья на основе долгосрочного контракта; 2) при экспорте дорогого и крупногабаритного оборудования; 3) при поставках стандартного многосерийного оборудования через собственные зарубежные филиалы и дочерние компании, имеющие разветвленную розничную сеть; 4) при закупках сельскохозяйственных товаров непосредственно у фермеров-производителей.	1) при реализации второстепенных видов продукции; 2) при реализации стандартного промышленного оборудования; 3) при реализации товаров массового спроса; 4) при выходе на труднодоступные рынки; 5) при отсутствии собственной сбытовой сети; 6) при продвижении новых товаров; 7) в тех случаях, когда ввоз определенных товаров в страну монополизирован и т.д.

Прямой метод экспортно-импортных операций составляет значительную часть операций, осуществляемых государственными предприятиями и организациями. Вообще прямой выход на внешний рынок достаточно дорогой, поэтому не всем предприятиям он доступен. Он является наиболее эффективным для предприятий, участвующих в целевых правительственных программах, имеют опыт создания конкурентоспособной продукции и ее реализации на зарубежных рынках и т.п.

Осуществление прямых коммерческих операций имеет ряд *преимуществ*: позволяет налаживать более тесные контакты с зарубежными потребителями; характеризуется лучшими знаниями рынка; дает возможность быстро адаптировать свои производственные мощности к потребностям покупателей.

Вместе с тем, роль косвенного метода осуществления экспортно-импортных операций продолжает оставаться достаточно высокой. С помощью торговых посредников сегодня реализуется более 50% товаров, участвующих в международном обороте. Услугами посредников пользуются и крупные фирмы, у которых объем экспортно-импортных операций небольшой, а также малые и средние фирмы, осуществляющие разовые сделки.

Под торгово-посредническими операциями во внешнеэкономической деятельности понимают операции, связанные с куплей-продажей товаров, которые осуществляются по поручению экспортера или импортера независимым посредником на основе специальных соглашений или отдельных поручений.

Посредники - это лица, соединяющие стороны, которые готовы заключить сделку. Самостоятельная торговля на внешних рынках часто бывает не под силу самим производителям, поэтому они и используют посредников. В роли последних могут выступать специализированные посреднические фирмы или такие формы продажи, как торги, аукционы, биржи. Торгово-посреднические фирмы в юридическом отношении не зависят

от производителей и потребителей товаров. К ним относятся дочерние предприятия, филиалы и представительства иностранных компаний[12].

Функции, которые выполняют посреднические фирмы: поиск иностранных партнеров; изучение рынка сбыта; транспортировка и страхование; кредитно-финансовое обслуживание участников соглашения; оформление документов при заключении сделок; выполнение таможенных формальностей; проведение рекламных и других мероприятий для движения товара на внешние рынки; техническое обслуживание после продажи.

Использование посредников имеет *ряд преимуществ*:

1) позволяет привлекать их капитал для осуществления транспортных, страховых, сбытовых и сервисных операций, что позволяет экспортеру экономить собственные средства;

2) они берут на себя обязанности и риск по доставке товара в страну экспортера, подготовке его к сбыту, сортировке упаковке, маркировке;

3) они имеют собственную сеть сбыта, складские помещения, розничные магазины, что позволяет экономить средства экспортеров при осуществлении сбыта товаров;

4) они имеют больше информации об условиях рынка, могут оперативно реагировать на изменения конъюнктуры, что дает им возможность успешно работать на рынке в интересах экспортера;

5) они имеют более тесные контакты с потребителями, поэтому обладают большей информацией об их требованиях к качеству, конкурентоспособности, лучше знают их спрос и могут активнее реагировать на его изменения.

В некоторых случаях использование посредников становится необходимостью, частично при следующих обстоятельствах:

- отдельные рынки сбыта монополизированы и закрыты для самостоятельного проникновения производителей;

- предприятия и организации не имеют юридического права на проведение внешнеторговых операций;

- предприятия не могут самостоятельно осуществлять исследования зарубежных рынков, заниматься поиском партнеров, грамотно разрабатывать условия контракта и т.д.;

- предприятия, которые выходят на внешний рынок, вынуждены использовать посредников из-за того, что так сложились международные торговые обычаи (например, при операциях на аукционах, при торговле на бирже определенными товарами и т.д.).

В зависимости от характера взаимоотношений между продавцом или покупателем и торговым посредником, а также от функции, которую выполняет торговый посредник, можно выделить *четыре основных вида* торгово-посреднических операций (табл.3).

Таблица 3

Вида торгово-посреднических операций

Наименование операции	Характеристика
Операции по перепродаже	Осуществляются торговыми посредниками от своего имени и за свой счет. Торговый посредник выступает стороной договора как с экспортером, так и с конечным покупателем и становится собственником товара после его оплаты
Комиссионные операции	Осуществление одной стороной, названной комиссионером, по поручению другой стороны, названной комитентом, сделок от своего имени, но за счет комитента. Комиссионер не покупает товаров комитента, а лишь совершает сделки по купле-продаже товаров за счет комитента. Это означает, что комитент остается собственником товара до его передачи в пользование конечного потребителя
Агентские операции	Поручение одной стороной, названной принципалом, независимой от нее другой стороне, названной торговым или коммерческим агентом, осуществления фактических и юридических действий, связанных с продажей или покупкой товара на оговоренной территории за счет и от имени принципала
Брокерские операции	Установление через посредника-брокера контакта между продавцом и покупателем. Брокер при этом не является стороной в договоре и не принимает участия в нем своим капиталом

В качестве *агентов* могут действовать физические лица, но в большинстве случаев - это юридические лица, зарегистрированные в торговом реестре. Независимость агента выражается в том, что он не находится в

трудовых отношениях с принципалом и может осуществлять свою деятельность самостоятельно за определенное вознаграждение. В отличие от агента *брокер* не является представителем не находится в договорных отношениях ни с одной из сторон и действует на основе отдельных поручений. Брокер готовит проект договора и направляет его сторонам для подписания, а затем передает каждой стороне должным подписанный экземпляр договора. Брокеру могут быть поручены контроль за выполнением заключенного контракта и предоставления рекламаций. Он не становится собственником товара и не уполномочен на получение платежей.

За свои услуги брокер получает оговоренное, часто установленное торговым обычаем, вознаграждение. Брокеры не имеют права представлять интересы второй стороны сделки и принимать от другой стороны комиссию или вознаграждение.

3. Экспортные операции: сущность, организация, техника осуществления

Под *экспортной деятельностью* понимается коммерческая деятельность, связанная с продажей и вывозом за границу товаров, услуг и капиталов для передачи их в собственность иностранному покупателю.

Следует иметь в виду, что не всякий вывоз товара считается экспортом. Например, товар вывозится из страны, но он следует в другую страну транзитом. Их учет ведется по транспортным средствам, количеству перемещенных грузов по государствам отправления и получения. Существует также такое понятие, как косвенный транзит, который предполагает помещение продукции в таможенный склад и последующего вывоза в третье государство в переработанном виде. Или может вывозиться из страны для переработки, а затем ввозиться обратно в виде готовой продукции и т.д. Такой вывоз нельзя считать экспортной операцией. Итак, под *экспортом* понимают и учитывают в статистику:

1) вывоз из страны товаров, произведенных, выращенных или добытых в стране, а также товаров, ранее вывезенных из-за границы и которые подверглись переработке;

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

3) вывоз за границу ранее ввезенного товара, который не подвергался в стране экспорта какой-либо переработке. Такой экспорт называется реэкспортом.

Этапы организации и техника осуществления экспортных операций имеют свои особенности. В процессе изучения рынка экспортеру в отличие от импортера необходимо прежде всего: определить существующий и перспективный спрос на конкретные виды товаров; выявить требования к характеристикам товаров для своевременной корректировки производства экспортной продукции; оценить конкурентоспособность товаров на конкретных рынках; определить общие коммерческие условия сбыта, включая уровень цен и тенденции его изменения, кредитную политику конкурентов и применяемые ими формы расчета; выбрать наиболее эффективные формы и методы рекламы.

При выборе целесообразных *форм и методов работы* на рынке экспортерам важно принимать во внимание следующие условия:

1. Торгово-политические требования с точки зрения того, что в странах могут свои представительства, смешанные фирмы, торговых посредников;

2. Таможенный режим страны-импортера, а также нетарифные инструменты регулирования ВЭД, такие как запрет импорта, необходимость встречных закупок, технические барьеры, специальные требования сертификации и др.

3. Способы сбыта, применяемые в стране-импортере конкурентами, оптимальные сроки поставки, условия платежа.

4. Уровень развития смежных отраслей экономики страны, импортирующей на предмет целесообразности развития производственной и производственно-сбытовой кооперации.

5. Законодательные акты принимающей страны относительно способов размещения заказов.

В соответствии с целью перемещения товаров через таможенную границу ДНР вводятся такие виды *таможенного режима*: 1) импорт; 2) реимпорт; 3) экспорт; 4) реэкспорт; 5) транзит; 6) временный ввоз; 7) временный вывоз; 8) переработка на таможенной территории Донецкой Народной Республики; 9) переработка за пределами таможенной территории Донецкой Народной Республики; 10) отказ в пользу государства; 11) беспошлинная торговля.

При осуществлении *планирования* внешнеторговых операций экспортерам важно предусмотреть такие меры как:

1. Организация системы сбыта, включая создание сбытовых филиалов и дочерних фирм.

2. Заключение соглашения с посредниками предварительно тщательно изучив их возможности и репутации.

3. Проведение рекламной кампании по разработанной системы сбыта.

4. Участие в ярмарках, выставках.

5. Использование организационных форм внешней торговли, таких как биржи и аукционы.

6. Направление перспективным покупателям инициативных предложений, проведение переговоров, подписание контрактов.

7. Установление отношений с поставщиками по разработке конкурентоспособных изделий и поставке их на экспорт и др.

Организационные формы осуществления непосредственного экспорта промышленными предприятиями зависят от размеров предприятия, его организационной структуры и форм управления, характера выпускаемой

продукции, специфики рынка страны-импортера, степени конкурентной борьбы на нем и др.

Промышленные предприятия, имеющие функциональную структуру управления обычно создают собственный экспортный отдел. В международной торговой практике различают два вида экспортных отделов: встроенный и специальный. *Встроенный экспортный отдел* создается в компаниях имеющих сравнительно небольшой объем экспортных операций, в его функции входит только подготовка сделок с иностранными покупателями и наблюдение за их выполнением. *Специальный экспортный отдел*, в отличие от встроенного, выполняет все операции, связанные с экспортом товаров. Он представляет собой самостоятельную структурную единицу, обслуживает несколько отделений фирмы.

Кроме экспортных отделов на малых и средних предприятиях создаются дочерние экспортные компании, которые осуществляют операции по экспорту товаров, произведенных на предприятиях главной материнской компании. В отечественной практике экспортные операции на крупных предприятиях осуществляется через отдел ВЭД или внешнеторговую фирму.

4. Импортные операции: сущность, организация, техника осуществления

В международной коммерческой практике под *импортом* понимаются и статистикой учитываются:

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

2) ввоз товаров из свободных экономических зон или приписных складов;

3) ввоз из-за границы ранее вывезенных отечественных товаров, которые не подвергались там переработке. Такой импорт называется реимпортом. К реимпорту относят товары, не проданные на аукционе, возвращенные с консигнационного склада, возвращены покупателем и др.

4) ввоз товаров для переработки под таможенным контролем. Сюда относят такие товары, которые ввозят в страну для переработки с целью вывоза готовой продукции, включает в себя данный товар в переработанном или измененном виде.

Этапы реализации. Изучая конъюнктуру рынка импортер прежде всего должен: определить современные требования к товарам, планируется закупить; найти поставщиков товаров нужного качества и технического уровня; определить уровень цен и тенденции их изменения; выбрать наиболее эффективные формы закупок (прямые переговоры, через посредников, торги, биржи, аукционы и т.п.).

Изучение конъюнктуры рынка может быть выполнено самым импортером или через специализированную маркетинговую фирму. При выборе наиболее целесообразных *форм и методов работы* с иностранным партнером по закупке товаров импортер должен принимать во внимание: 1) таможенный режим и таможенные формальности; 2) возможность размещения заказов на изготовление сложного уникального оборудования; 3) возможность привлечения для закупки товаров агентских фирм, смешанных обществ, совместных предприятий, посредников; 4) законодательные акты страны сбыта, касающиеся способов размещения импортных заказов и т.п.

При *планировании* импортных операций важно продумать меры по организации закупки необходимых товаров и услуг, участию в торгах, направлению коммерческих писем о намерениях в ответ на рекламу или информацию экспортера и т.д.

Формы организации импортных операций в крупных промышленных фирмах импортные операции осуществляются через специализированный аппарат управления международной деятельностью (отделы в центральных

службах, международные отделения, дочерние компании по управлению зарубежной деятельностью и др.). В малых и средних промышленных фирмах непосредственные импортные операции все шире осуществляются через собственные каналы. *Собственный импортный аппарат* создается в тех случаях, когда компания имеет устойчивые, долгосрочные контакты с поставщиками сырья и материала за рубежом.

Наиболее распространенной формой организации импортного аппарата промышленных фирм есть *встроенные импортные отделы*. Они создаются внутри отделов снабжения или отделов закупок[8].

Фирмы, имеющие большой объем импортных операций могут создавать в своем составе специальные импортные отделы, которые подразделяются на закупочные и административные. *Закупочные отделения* занимаются обработкой полученных образцов, подготовкой поездок представителей за границу, информированием иностранных поставщиков о спросе на данный товар в стране импорта, выдачей заказов, ведением корреспонденции. *Административные отделения* оформляют товары в таможнях, информируют иностранных поставщиков по вопросам тарифов, упаковки и транспортировки грузов, следят за оформлением финансовых документов, по преданию денег, делают перепродажу импортируемого товара с поставкой с причала или таможенного склада.

Вопросы для самоподготовки

1. Что представляют собой внешнеторговые операции?
2. Какие методы осуществления экспортно-импортных операций существуют?
3. Какой вывоз товара можно считать экспортом?
4. Через какие организационные структуры чаще всего осуществляется экспорт?
5. Что выступает организационной формой импортных операций на отечественных предприятиях?

Тема 2.2. Компенсационные операции во внешнеэкономической деятельности

1. Сущность и особенности международной встречной торговли
2. Виды международных компенсационных сделок

1. Сущность и особенности международной встречной торговли

Основу компенсационных операций составляют операции встречной торговли и экспортно-импортные операции в рамках производственного кооперирования и научно-технического сотрудничества[13].

Сущность встречной торговли заключается в том, что экспортно-импортные операции дополняются принятием партнерами встречных обязательств по поставкам (закупкам) согласованных товаров и услуг. Международная встречная торговля способствует установлению эффективного, долгосрочного, взаимовыгодного сотрудничества участников непосредственно в сфере производства. В международном товарообороте ее доля составляет около 50%. Бурное развитие международной встречной торговли, началось с 70-х годов прошлого века. Причины ее возникновения представлены на рис.1.

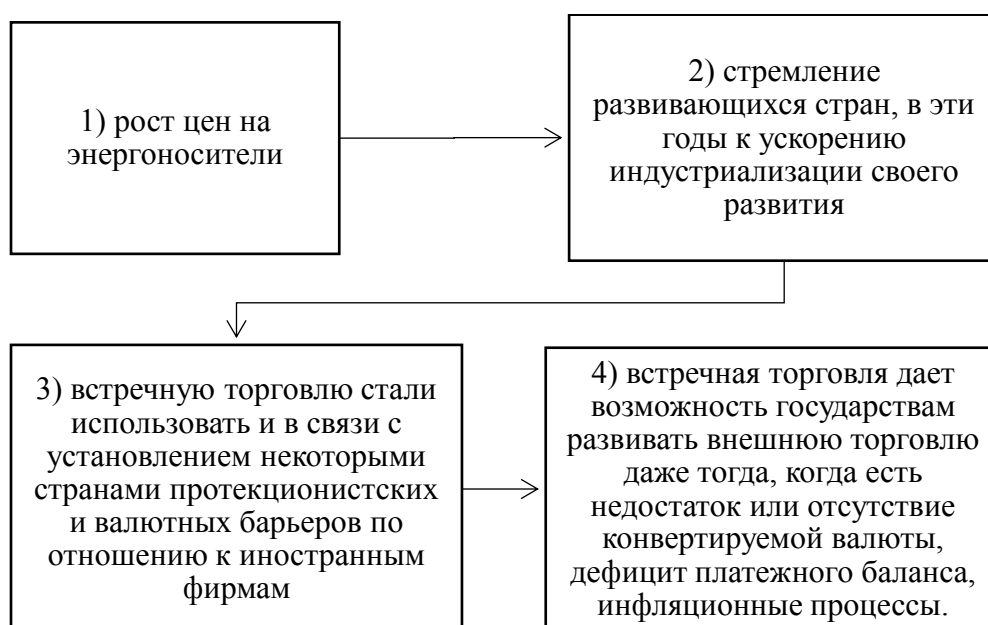


Рис.1. Причины возникновения встречной торговли.

Колебания цен на нефть в 1973-1974 гг., 1979-1980 гг. оказали негативное влияние на экономику многих стран (развитых и развивающихся). Значительные объемы конвертируемой валюты им приходилось тратить на закупку нефти. И тогда развитые страны стали платить за свой экспорт встречными поставками сырья и топлива на основе долгосрочных контрактов. Также в рамках встречной торговли развивающиеся страны поставляли сырье в обмен на технологии, машины, оборудование из развитых стран. В некоторых странах: Аргентина, Бразилия, Венесуэла, Мексика, Турция и др. встречную торговлю используют из-за значительного внешнего долга.

Контрагентом во встречной торговле наряду с экспортерами и импортерами основных товаров может быть встречный импортер (либо это экспортер основного товара, либо другая фирма, указанная в контракте) или встречный экспортер (им является импортер основного товара или другая фирма, указанная в контракте).

Для встречной торговли характерны *следующие черты*:

- является важным инструментом регулирования международного товарообмена, поскольку заключение межправительственных соглашений о товарообменных операциях, а также соглашений об экономическом и производственном сотрудничестве на компенсационной основе позволяет на несколько лет вперед определить виды и объемы товаров взаимного снабжения, их общую стоимость и порядок расчетов, характер и стоимость сопутствующих или отдельно предоставленных технических услуг и научно-технических знаний;

- гибкость, позволяющая контрагентам приспосабливаться к изменяющимся условиям на мировых товарных рынках; дает возможность странам целенаправленно диверсифицировать свой экспорт, выходить на нетрадиционные рынки сбыта, на труднодоступные рынки развитых стран, огороженные тарифными и нетарифными барьерами; создает условия для экономии валюты, ускорения процесса международного товарообмена;

- связывание экспорта со встречными закупками товаров импортирующей фирмы или страны-импортера, и наоборот.

Виды операций международной встречной торговли бартерные операции; встречные закупки; выкуп техники, которая была в употреблении; операции с давальческим сырьем; простые компенсационные сделки; сложные компенсационные сделки.

Для выполнения классификации международных встречных операций нужно исходить из *организационно-правовой основы* таких операций и *принципа компенсации*. При таком подходе выделяется три вида международных встречных операций: 1) товарообменные и компенсационные сделки на безвалютной основе; 2) компенсационные сделки на коммерческой основе; 3) компенсационные сделки на основе соглашений о производственном сотрудничестве. Эти три основных вида операций отличаются большим разнообразием с точки зрения их целей и характера, сроков выполнения, механизма расчетов, порядка осуществления.

Особенностью встречной торговли в современных условиях является также широкое внедрение внутрифирменной компьютеризации. Это не только позволило качественно изменить технологии и процедуры внешнеторговых операций, но и дало возможность заранее определить эффективность соглашений, высчитывать тенденции развития рынка и цен, формировать структуру товарооборота конкретной страны, конкретного предприятия-субъекта ВЭД.

2. Виды международных компенсационных сделок

Все встречные операции, независимо от формы, объединяются одним принципом - принципом компенсации, вместе с тем они отличаются технологией их осуществления, определяется целью и характером этих соглашений.

Международные встречные сделки делятся на три вида:

1. *Товарообменные и компенсационные сделки на безвалютной основе* определяют оплату поставок в товарной форме, когда продажа одного или нескольких товаров одновременно связывается с покупкой другого товара и расчеты в иностранной валюте не проводятся. Различают: а) соглашения с одновременной поставкой (бартерные и прямые компенсационные соглашения); б) соглашения с длительным сроком поставки, так называемые общие глобальные соглашения (табл.1).

Таблица 1

Виды товарообменных операций на безвалютной основе

Наименование операции	Описание
Соглашения с одновременной поставкой	<p>Бартер, под которым понимается обмен определенного количества одного товара на другой в виде натурального обмена без применения механизма валютно-финансовых расчетов. В таком соглашении устанавливается количество товаров, которые взаимно поставляются, или сумма, на которую стороны обязуются поставить товары. Бартерный контракт по своей структуре представляет собой как бы сдвоенный договор купли-продажи. Каждая из сторон является и продавцом и покупателем. Общая сумма бартерного контракта определяется сторонами в единой валюте после внесения исправлений, возведенных с учетом базисных условий поставок. Количественные объемы поставок товаров с каждой стороны корректируются так, чтобы общая стоимость поставок с каждой стороны была одинаковой.</p> <p><i>Прямые компенсационные соглашения</i> предусматривают взаимную поставку товаров на одинаковую стоимость без расчетов в денежной форме. Они предусматривают согласование цен на взаимно поставленную продукцию. В данной сделке участвуют не два товара, а значительно больше. Стороны направляют друг другу два списка товаров: один - с перечнем товаров, указанием их количества и цен, второй - с перечнем предложенных в компенсацию товаров.</p>
Соглашения с длительным сроком поставки - глобальные соглашения	Подписываются между большими компаниями с одной стороны, и государственными организациями, министерствами, внешнеторговыми объединениями - с другой. Эти соглашения могут подписываться в виде общих протоколов, содержащих списки товаров, которые будут взаимно поставляться, технологий и услуг. Могут выступать как в форме базовых соглашений, так и соглашений о товарообороте на основе писем-обязательств.

Бартерные сделки имеют следующие *особенности*: разовый характер соглашения и участие в ней, как правило, двух сторон; оформление сделки

одним контрактом; определение в контракте количества и качества товаров взаимного снабжения, иногда без записи в договоре их денежной оценки; осуществление соглашения полностью на основе встречных обязательств без использования денежных переводов; одновременное выполнение встречных поставок.

Цель бартера: смягчение проблемы инвалютного финансирования импорта; упрощение порядка расчетов; расширение возможностей закрепления на рынке страны контрагента; дополнительная возможность получения импортного оборудования, реализация которого затрудняется на обычных коммерческих условиях и др.

2. *Компенсационные сделки на коммерческой основе* - соглашения, в которых поставка и соответственно встречная поставка товаров осуществляется в течение установленного периода на основе или одного контракта купли-продажи, либо на основе договора купли-продажи и приложенных к нему соглашений о встречной закупке. Компенсационные сделки на коммерческой основе, в свою очередь, делятся на *три подвида* (табл.2).

Таблица 2

Наименование операции	Описание
Кратковременные компенсационные соглашения	При компенсации поставки оплачиваются независимо друг от друга. <i>Полная компенсация</i> предусматривает стопроцентный обмен товарами. Компенсационная закупка равна или превышает по стоимости экспортную поставку. При <i>частичной компенсации</i> предполагается, что часть экспорта должна компенсироваться закупкой товаров в стране импортера, а другая часть оплачивается наличными.
Встречные закупки	Продавец поставляет покупателю товар по обычным коммерческим условиям и одновременно обязуется закупить у него встречный товар. Сделка может быть оформлена двумя или тремя самостоятельными контрактами.
Авансовые закупки	Параллельная встречная сделка, выполненную в обратном порядке. Экспортер получает товары у фирмы в обмен на ее обязательства закупить в будущем эквивалентный объем товаров экспортера.

Такие соглашения должны иметь согласованный механизм денежных расчетов, осуществленных как путем перевода иностранной валюты, так и применением клиринга.

В зависимости от объема обязательств различают *три варианта* встречных закупок.

Первый вариант. Он допускает, что обязательства встречной закупки содержит контракт купли-продажи, в котором предусматривается, что импортер оплачивает стоимость товаров согласно документам, подтверждающим поставку, а экспортер обязуется купить не позднее установленного срока встречные товары на всю сумму экспортного контракта. Импортер определяет перечень товаров встречной поставки, их основные характеристики, цены и требует от экспортера представления в комплекте платежных документов и банковской гарантии надлежащего исполнения обязательств по встречным поставкам, то есть финансового обеспечения сделки. Сторонами заключаются основной и дополнительный контракты, в которых они обмениваются ролями продавца и покупателя.

Второй вариант. Подписывается основной договор, согласно которому импортер оплачивает одну часть суммы средствами, а другую - встречными поставками товара. На сумму встречных поставок заключается дополнительный договор, отражающий основные обязательства импортера по снабжению встречных товаров согласованной номенклатуры, определенного качества и уровня цен. В случае невыполнения встречных обязательств по дополнительному контракту импортер основного контракта обязан оплатить экспортеру всю оставшуюся сумму, деньгами.

Третий вариант. Заключается основной договор, согласно которому около половины стоимости поставленного товара импортер оплачивает средствами, а оставшуюся часть - встречными поставками товаров. Но в этом случае он осуществляет встречные поставки авансом, то есть к основной поставке. Контракты на основную поставку и на авансовую поставку связаны между собой таким образом, что окончание выполнения обязательств по

встречной авансовой поставке товаров является началом выполнения обязательств по основной поставке. Для защиты своих интересов экспортер в основной контракт включает обязанности импортера предоставить финансовые гарантии выполнения встречных поставок[11].

Импортер защищает свои интересы тем, что авансовые поставки товаров по дополнительному контракту осуществляются только при наличии банковской гарантии надлежащего исполнения обязательств на всю сумму авансовых поставок.

Встречные закупки имеют разновидности, представленные на рис.2.

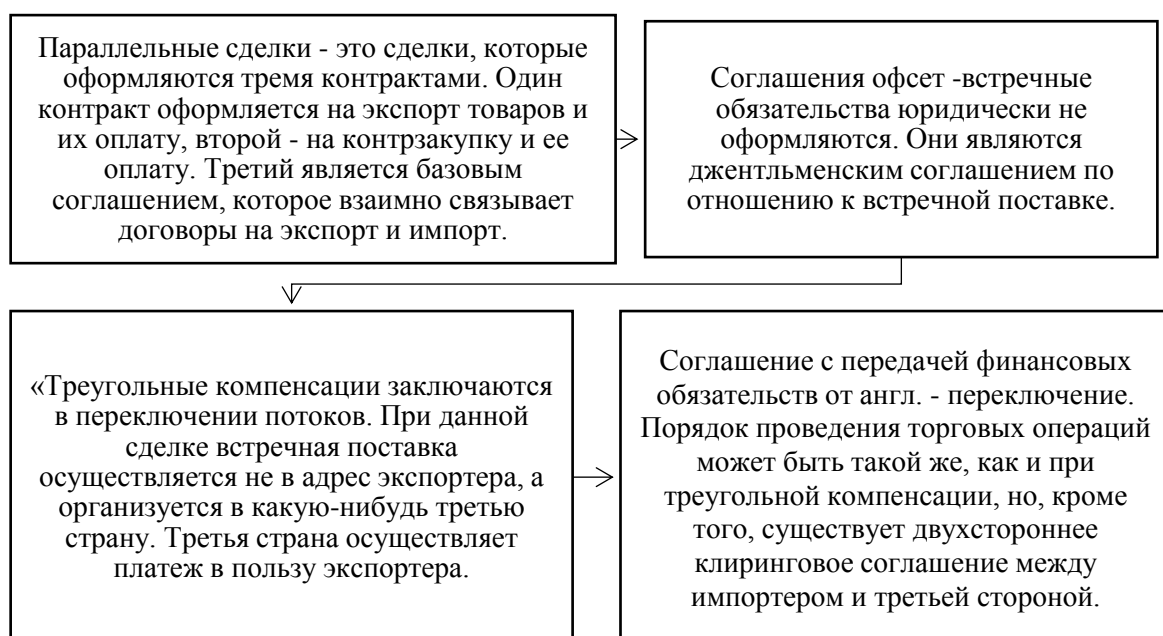


Рис.2. Разновидности встречных закупок

3. *Компенсационные сделки на основе производственного сотрудничества* предусматривают, что поставки промышленного оборудования будут оплачиваться встречными поставками товаров, изготовленных с использованием закупленного оборудования.

Компенсационные сделки на основе соглашений о промышленном сотрудничестве *разнообразные*. Их можно разделить:

а) реализация *крупномасштабных компенсационных сделок* значительно сложнее, чем бартерных или обычных компенсационных. Сложность здесь

связана с тем, что приходится решать массу проблем, которые появляются при строительстве объекта: выбор поставщиков, оформление подрядных работ, проведения исследовательских и поисковых работ и т.д. Вместе с тем эти соглашения выгодны как для заказчика, так и для поставщика. Для заказчика такое соглашение дает возможность использовать местное сырье, материалы и рабочую силу. Для поставщика данные компенсационные соглашения означают создание условий для погашения кредитов, предпосылок для расширения специализации и кооперации, возможность получения товара, необходимого для внутреннего рынка и более дешевого, возможность создания крупномасштабного производства в течение большого периода.

б) *соглашения «о разделе продукции»* осуществляются на основе договоров о строительстве промышленных объектов «под ключ». В данном случае экспортер может передавать свою технологию, лицензии на изобретения и «ноу-хау», поставлять оборудование и материалы. Выпуск продукции организуется на основе его спецификаций. Оплата строительства предприятия предусматривается поставщиками выработанной на данном предприятии продукции в установленной ранее пропорции ко всей выпущенной продукции. Это, как правило составляет от 20 до 40%.

в) *соглашения «развитие-импорт»* связаны со строительством предприятий обрабатывающей промышленности или с поставкой комплектного оборудования для таких предприятий на основе долгосрочного кредитования. Совершение сделок (проектов развития для импорта) предусматривает, что встречные поставки продукции с построенных предприятий будут покрывать иностранной фирмы-поставщика комплектного оборудования, услуг и кредитов. При поставках оборудования экспортер может быть не заинтересован в встречной закупке продукции, производимой на предприятии, которое он построил.

г) *суть соглашения на давальческом сырье* заключается в том, что одна страна, обладающая ресурсами, но не обладает достаточными производственными мощностями для его переработки, отправляет часть

данного сырья для переработки в другую страну и рассчитывается за эту часть продукции. Сырье, которое передается на переработку, а затем возвращается обратно в виде готового продукта, называется давальческим сырьем.

Компенсационные сделки на основе производственного сотрудничества характеризуется следующими *чертами*:

Подписание как минимум трех контрактов:

- 1) для поставки оборудования и предоставления технических услуг;
- 2) встречную поставку на основе долгосрочного контракта;
- 3) банковские соглашения о финансировании поставок оборудования;

Долгосрочные сроки выполнения обязательств по встречным компенсационным закупкам (могут охватывать период от 20 до 25 лет);

Широкое использование кредитования за счет правительственных кредитов в рамках межгосударственных соглашений, а также банковских кредитов;

Обратные закупки, которые могут значительно превышать стоимость оборудования;

Просмотр цен до истечения срока договора о промышленном сотрудничестве.

Вопросы для самоподготовки

1. Что представляет собой встречная торговля?
2. В чем проявляется регулирующая роль встречной торговли?
3. Какие существуют классификации встречной торговли?
4. На какие виды делятся встречные сделки по организационно-правовому характеру и формами компенсации?
5. В чем заключается сущность соглашения о давальческом сырье?

Тема 2.3. Арендные операции во внешнеэкономической деятельности

1. Понятие и виды арендных операций. Договор аренды.
2. Лизинговые операции. Условия лизингового договора
3. Соглашение подряда. Особенности договора подряда

1. Понятие и виды арендных операций. Договор аренды.

Международные арендные операции получили широкое распространение в начале 60-х годов прошлого века и является сравнительно новым видом внешнеэкономической деятельности. *Сущность арендной операции* состоит в предоставлении одной стороной (арендодателем) другой стороне (арендатору) объекта аренды в исключительное пользование на установленный период за соответствующее вознаграждение[10].

Арендная операция осуществляется на основании *договора аренды*. В отличие от договора купли-продажи; при котором право собственности на товар переходит от продавца к покупателю, договор аренды сохраняет за арендодателем право собственности на имущество, сданное в аренду, предоставляя арендатору лишь право на временное пользование этим имуществом.

В ДНР под договором аренды (найма) понимается договор, заключенный между Сторонами, по которому одна Сторона — Арендодатель передает или обязуется передать другой Стороне — Арендатору, имущество на определенный срок и за определенную плату. Арендодателем по договору могут выступать не только субъекты хозяйствования, но и физические лица.

Договор заключается в письменной форме и должен содержать следующие элементы: наличие арендного платежа; порядок его расчетов; срок действия договора; порядок оплаты арендной платы.

В соответствии с п. 122.5, ст. 122 Закона «О налоговой системе ДНР», независимо от того, кто является арендодателем, будь то субъект хозяйствования или же физ. лицо, договор аренды подлежит обязательной

регистрации в органах доходов и сборов в установленном порядке, не позднее пятого рабочего дня с даты заключения такого договора. Согласно п.122.6, ст.122 Закона «О налоговой системе ДНР», если физ. лицо не было зарегистрировано в качестве субъекта предпринимательской деятельности, то лицом, ответственным за уплату налогов в бюджет, выступает плательщик налога – арендодатель.

На сегодняшний день в Донецкой Народной Республике существует Типовой договор аренды жилого помещения, который был утвержден Приказом № 25 Министерства юстиции ДНР от 23.01.2017 года.

Объектом международной аренды может быть:

- оборудование общего промышленного назначения (стандартное и уникальное)
- транспортные средства (грузовые автомобили, самолеты, вертолеты, суда, контейнеры, спецвагоны и т.д.);
- подъемно-транспортное и строительное оборудование (погрузчики, строительные машины, подъемные краны и др.);
- средства вычислительной техники и обработки информации;
- офисное и полиграфическое оборудование;
- товары потребительского назначения (автомобили, холодильники, телевизоры, видеотехника и т.д.).

Объектом аренды может быть и оборудование, бывшее в употреблении.

Международные арендные операции делятся на экспортные и импортные. Арендная операция, в которой арендодатель покупает объект аренды у национальной фирмы и отдает в аренду иностранному арендатору, считается *экспортной арендной операцией*.

Арендная операция, во время которой арендодатель покупает объект аренды у иностранной фирмы и сдает в аренду национальному арендатору, называется *импортной арендной операцией*.

Таким образом, характерной чертой международной арендной операции является участие в ней иностранного контрагента (или арендодателя,

арендатора или производителя-поставщика объекта аренды). Иначе говоря, международной арендной операцией является такая операция, стороны которой находятся в разных странах.

международной практике существуют различные виды международной аренды.

В зависимости от сроков различают три вида аренды (табл.1).

Таблица 1

Характеристика видов аренды

Вид аренды	Описание объекта
Долгосрочная со сроком от 3-х до 5-ти лет, иногда до 15 лет - «лизинг»	Объектом лизинга являются: офисное оборудование, строительно-монтажные комплексы, технологические системы, промышленные предприятия. Страхование и техническое обслуживание осуществляется арендатором.
Среднесрочная - от 1 до 2-3 лет - «хайринг»	Объектом хайринга являются: транспортные средства, дорожно-строительные и сельскохозяйственные машины, монтажное оборудование, спортивные товары и др. Страхование и техническое обслуживание осуществляется по договоренности или арендатором, или арендодателем.
Кратковременная со сроком от нескольких часов до 1 года - «рентинг»	Объект рентинга - это транспортные средства, туристические и спортивные товары кратковременного пользования. Страхование и техническое обслуживание при данном виде аренды входит в обязанности арендодателя.

Субъекты, являющиеся сторонами внешнеэкономического договора аренды (контракта), должны быть способны к заключению договора (контракта) в соответствии с законами и / или законом места заключения договора (контракта).

Внешнеэкономический договор (контракт) составляется в соответствии с законами и с учетом международных договоров. **Субъектами аренды** (сторонами в договоре аренды) является арендодатели и арендаторы. **Арендодатель** сторона договора аренды (имущественного найма), предоставляющая арендатору (нанимателю) имущество за плату во временное владение и пользование или во временное пользование. **Арендатор**- это физическое или юридическое лицо, заключившее с собственником какого-либо имущества (или уполномоченным им лицом) договор аренды (имущественного найма) и получившее во временное владение и пользование (либо только пользование) такое имущество.

Предметом договора аренды, в отличие от договора купли-продажи, является сдача объекта в наем, во временное пользование на установленный срок за определенное вознаграждение. Этот момент во многом определяет особенности условий договора.

Требования к *форме* договора сводятся к тому, что если договор заключается на срок более одного года, а также если одной из сторон выступает юридическое лицо, то независимо от срока договор должен быть заключен в *письменной форме*. Согласно п. 2 ст. 609 ГК РФ договор аренды недвижимого имущества требует государственной регистрации, если иное не предусмотрено законом.

При просмотре статьи «срок действия договора» надо иметь в виду, что продолжительность срока зависит от вида аренды: при кратковременном минимальном сроке аренды - 1 день, при длительной его длительность обычно совпадает с периодом амортизации оборудования. Срок, указанный в договоре аренды, называется *безотзывным*. Это означает, что стороны могут расторгнуть договор только в том случае, если одна из сторон не выполняет свои обязательства. *Срок действия договора может быть продлен только с согласия обеих сторон*. Когда срок договора заканчивается, арендатор может либо вернуть оборудование или выкупить его конечной стоимости.

В пункт (статье договора) с условиями о формах и размере вознаграждения (*арендной платы*) должны быть обсуждены порядок установления арендной платы, формы и срок платежа и др. В арендную плату обычно включается полная цена оборудования, пошлины и сборы, а также расходы на техническое обслуживание и ремонт.

Арендная плата может быть установлена в виде: постоянной ставки в течение срока действия договора; прогрессивно-снижающейся ставки в зависимости от продолжительности срока действия договора.

Особенно внимательно должна быть разработана статья арендного договора относительно *обязанностей сторон*. Поскольку *арендодатель*, согласно договору аренды, остается собственником объекта аренды, обычно

он заинтересован в сохранении своей собственности. Поэтому в договоре должны быть предусмотрены *его обязанности* в указанный срок доставить оборудование в пригодном для эксплуатации состоянии; способствовать арендатору в обучении персонала, осуществить за свой счет ремонт и, возможно, взять на себя полное техническое обслуживание объекта. *Арендатор* же обязан взять на себя обязанности использовать оборудование в соответствии с требованиями технических инструкций; поддерживать его в рабочем состоянии; не вносить никаких изменений, переделок и т.д. Он может застраховать оборудование за свой счет, хотя чаще всего это делает арендодатель, включая стоимость страхования в арендную плату.

Договор аренды может быть прекращен: по соглашению сторон (п. 1 ст. 450 ГК РФ); по требованию одной из сторон (ст. 619, 620 ГК РФ); посредством одностороннего отказа от договора (ст. 621 ГК РФ). Еще одним основанием досрочного прекращения договора аренды является выкуп арендованного имущества в случаях, когда на основании п. 1 ст. 624 ГК РФ такое право предусмотрено законом или договором. Выкуп имущества возможен как по истечении срока аренды, так и до его окончания, если внесена вся сумма, предусмотренная договором[14].

2. Лизинговые операции. Условия лизингового договора

Среди арендных операций наибольшее распространение в международной торговой практике получили лизинговые операции. Знание теоретических основ лизинга во внешнеэкономической деятельности, техники его организации имеет важное значение для будущих отечественных специалистов и практиков сферы ВЭД.

24 апреля 2020 г. Депутаты Народного Совета ДНР приняли закон «О финансовой аренде (лизинге)». Он вступил в силу с 1 июля 2020 года. Проект закона направлен на создание необходимых условий для расширения возможностей использования субъектами хозяйствования операций лизинга. Это будет способствовать обновлению основных фондов, увеличению

производства собственной продукции, а, следовательно, и базы налогообложения для дальнейшего наполнения доходной части Республиканского бюджета Республики. В нормативном акте определены субъекты и предмет лизинга, формы лизинга, выделены правовые основы лизинговых отношений, также он устанавливает виды мер государственной поддержки лизинговой деятельности. Документ будет способствовать привлечению как отечественных, так и иностранных инвестиций в экономику Республики, а также эффективному развитию предприятий.

В законодательном акте зафиксировано следующее определение: **Лизинг** – вид инвестиционной деятельности, при которой лизингодатель или лизинговая компания приобретает у поставщика оборудование и передает его в аренду лизингополучателю с правом последующего выкупа. Лизинг отличается от кредита тем, что при кредитовании в пользование передаются денежные средства, а при лизинге – имущество.

Таким образом, экономическая **суть лизинга** заключается в передаче одной стороной (лизингодателем) другой стороне (лизингополучателю) материальных ценностей во временное пользование с выплатой стоимости услуг лизингополучателем в процентах за кредит. Одной из задач лизинговой операции является кредитование сданного в аренду объекта. Отсюда сходство лизинга с кредитом. Однако понятие «лизинг» и «кредит» не тождественны. В отличие от кредита после окончания срока лизинга и выплаты всей суммы арендной платы объект лизинга остается в собственности лизингодателя (если договором не предусмотрено его выкуп).

Лизинг имеет свои особенности:

- сдача объекта лизинга в аренду, как правило, осуществляется финансовыми учреждениями (лизинговыми компаниями);

- продолжительность лизинга меньше периода износа объекта лизинга.

Он соответствует сроку налоговой амортизации (3-7 лет);

- в отличие от традиционной аренды, в лизинговой операции принимают участие, как правило, 3 субъекта:

1) *арендодатель* - лизинговый посредник, фирма, которая специализируется на купле-продаже и строительстве движимого и недвижимого имущества производственного характера;

2) *арендатор* - пользователь или потребитель объекта аренды в виде промышленного или торгового предприятия;

3) *продавец, поставщик* - фирма производственного или торгового профиля по выпуску или доставке оборудования согласно заявки арендатора.

Лизинг является международным, когда лизинговая компания и арендатор, лизинговая компания и поставщик или все три участника операции находятся в разных странах. В рамках международного лизинга выделяют такие виды (табл.2).

Таблица 2

Разновидности международного лизинга

Вид лизинга	Характеристика
Прямой лизинг	Арендное соглашение между юридическими лицами разных стран (арендатор заключает лизинговое соглашение непосредственно с производителем (т.е. напрямую) либо созданной при нем лизинговой компанией)
Непрямой лизинг	Арендатор и арендодатель являются юридическими лицами одной страны, но капитал последнего частично принадлежит иностранным фирмам, или если арендодателем выступает дочерняя компания иностранной ТНК
Экспортный лизинг	Сделки, при которых лизинговая компания покупает оборудование у национальной фирмы, а затем предоставляет его за границу арендатору
Импортный лизинг	Сделки, при которых арендодатель покупает оборудование у иностранной фирмы, а затем предоставляет его отечественному арендатору
Возвратный лизинг	Собственник имущества (завод) сначала продает его будущему лизингодателю, а затем сам арендует этот же объект у покупателя, то есть одно и то же лицо (первоначальный собственник) выступает и в качестве продавца, и в качестве лизингополучателя
Оперативный лизинг	Характеризуется сдачей предмета аренды на период, значительно меньше полного срока амортизации
Финансовый лизинг	Характеризуется средним и долговременным характером договора, амортизацией полной или большей части объекта

Экономическая целесообразность использования международного лизинга обусловлена тем, что действующее законодательство многих стран

предусматривает предоставление стимулов и льгот для ввоза оборудования и оборудования по лизингу при условии зачисления их на балансы зарубежных лизинговых компаний. Использование международного лизинга улучшает качество техники и технологий, а, следовательно, повышает конкурентоспособность страны, в которую ввозится новая техника, ее экспортные возможности. В то же время наибольшие выгоды от международного лизинга имеют транснациональные корпорации и банки.

Правовое регулирование лизинговых операций в развитых странах осуществляется отдельным законодательством по лизингу (Бельгия, Франция, Италия, ФРГ) или судебными решениями (США, Англия). В США, кроме того, налоговые инспекторы осуществляют разграничение договоров лизинга и условной продажи для поиска скрытого налога. В Англии договор лизинга - долгосрочная сделка, а настоящий договор называется «аренда-продажа», во Франции - «кредит-аренда».

О распространении лизинга свидетельствует то, что в США его доля в производственных инвестициях составляет до 27%. Коммерческие банки страны обслуживают 45% объемов финансирования лизинга. Основными объектами лизинговых сделок в Германии есть автомобили, компьютеры и офисное оборудование, корабли и самолеты. Во Франции услугами лизинга пользуются до 90% предпринимателей. Больше всего пользователей лизинга в Англии и Германии - в сфере услуг - до 50%, обрабатывающей промышленности - до 35%.

При подготовке лизингового договора стороны должны учитывать, что в существующей практике нет единых типовых лизинговых договоров. Однако они должны включать в себя следующие *основные статьи*, как: название сторон; объект лизинга; срок, на который принимается договор; доставка и прием в эксплуатацию объекта лизинга; размер и порядок выплаты лизинговых платежей; использования оборудования; условия возврата объекта лизинга; условия страхования объекта лизинга; права и обязанности

сторон; порядок разрешения споров; форс мажорные обстоятельства; разное; приложения.

При определении *объекта лизингового договора* требуется его четкое описание, точное название и указание на принадлежность. В договоре должно быть четко определено местонахождение объекта договора. При перемене места его нахождения нужно письменное согласие лизинговой фирмы.

В статье о периоде действия лизингового договора нужно *указать срок*, в течение которого договор нельзя разорвать. Он, как правило, составляет от 40 до 90% срока пользования имуществом в соответствии с требованиями эксплуатации. Не позднее, чем за месяц до окончания срока договора лизингодатель может предложить лизингополучателю переговоры о форме дальнейшего пользования объектом договора. Лизингополучатель имеет право или продлить срок действия договора на тех же или иных условиях, или купить объект договора по цене, ранее установленной в договоре или по остаточной стоимости.

В статье *«права и обязанности сторон»* лизингового договора предусматриваются *обязанности лизингодателя*:

- подписать договор купли-продажи с фирмой-поставщиком на согласованных коммерческих и технических условиях;
- отправить поставщику распоряжения о поставке объекта соглашения.

Лизингополучатель имеет право после уведомления поставщика о готовности объекта к поставке осмотреть его и проверить комплектность. Он обязан подписать протокол приема после введения объекта в эксплуатацию. После подписания данного протокола лизингодатель освобождается от любой ответственности перед лизингополучателем, поскольку последний сам себе подобрал объект соглашения и его поставщика[9]. Лизингополучатель обязан:

- 1) принять все права лизингодателя по отношению к поставщику и освободить его от всех связанных с этих расходов;
- 2) провести прием объекта лизинговой сделки, осуществить за свой счет монтаж и ввод оборудования в эксплуатацию;

3) при обнаружении недостатков, их перечень указывается в протоколе принятия и сообщается лизингодателю, который должен требовать от поставщика их устранения.

Лизингополучатель проводит за свой счет техническое обслуживание оборудования и необходимый ремонт, выплачивает все налоги, уплачиваемые в стране в соответствии с лизинговым контрактом.

В статье «лизинговые платежи» указывается их состав, размер, способ, форма и периодичность выплат, а также метод определения лизинговых платежей по соглашению сторон. Лизинговые платежи представляют собой выплаты лизингодателю, проводимые лизингополучателем за предоставленное ему право пользования имуществом. *По форме лизинговые платежи могут быть* денежными, компенсационными (продукцией и услугами), смешанные. *По периодичности выплат* - ежегодными, полугодовыми, квартальными, ежемесячными.

3. Соглашение подряда. Особенности договора подряда

Договор подряда заключается для изготовления, обработки, переработки, ремонта вещи или для выполнения другой работы с передачей ее материального результата заказчику. По **договору подряда** одна сторона (подрядчик) обязуется на свой риск выполнить определенную работу по заданию другой стороны (заказчика), а заказчик обязуется принять и оплатить выполненную работу.

Специальными видами договора подряда являются: договор бытового подряда; договор строительного подряда; договор подряда на проведение проектных и поисковых работ; договор на выполнение научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ (ГК РФ Статья 769). Выделение разновидностей договора подряда обусловлено особенностями их предмета, цели, субъектного состава, порядка заключения и прекращения и т.д.

Консенсуальный характер договор подряда имеет и в случае, если подрядчик приступает к выполнению работы сразу же после заключения договора или выполняет работу в присутствии заказчика. Выполнению работы и осуществлению обязанностей подрядчика всегда предшествует заключение договора, по которому определяется, что именно необходимо сделать.

Двусторонность этого договора подтверждается тем, что права и обязанности возлагаются как на подрядчика, так и на заказчика.

Возмездность договора подряда заключается в том, что действиям подрядчика соответствует обязанность совершить встречное действие заказчиком, а именно оплатить результат работы подрядчика.

Сторонами в договоре подряда является подрядчик и заказчик, которыми могут выступать как юридические, так и физические лица (табл.3).

Таблица 3

Характеристика сторон договора подряда

Сторона договора	Описание
Подрядчик	Лицо, которое принимает на себя обязанность выполнения заказанной работы. Для выполнения отдельных видов работ, установленных законом, подрядчик обязан получить специальное разрешение
Заказчик	Лицо, которое заказывает выполнение определенной работы, принимает на себя обязанность принять и оплатить ее результат
Субподрядчик	Специализированная подрядная организация, в частности в таких сферах деятельности, которые требуют специального лицензирования, например, выполнение проектных, строительных, изыскательских работ

Предметом договора подряда является результат труда подрядчика, который приобретает той или иной материализованной формы, поскольку работа покажется в виде, пригодном для оценки. В зависимости от задания заказчика и вида работ результат может быть выражен в создании новой вещи или в обновлении, изменении или улучшении потребительских свойств уже существующих вещей.

Ценой в договоре подряда является денежная сумма, которую заказчик обязуется уплатить подрядчику за выполнение работы. Цена устанавливается по договоренности сторон путем фиксирования в договоре конкретной суммы

или способов ее определения. Если в договоре подряда не установлена цена работы или способы ее определения, она устанавливается судом на основе цен, которые обычно применяются за аналогичные работы с учетом необходимых расходов, определенных сторонами.

Если для достижения результата подрядчик обязан выполнить комплекс значительных по объему и сложных работ, их цена по договору подряда определяется путем *составления сметы*. Смета на выполнение работ может быть приблизительной или твердой.

Смета является твердой, если иное не установлено договором. Изменения в твердую смету могут вноситься только по согласованию сторон. Подрядчик не вправе требовать увеличения твердой сметы, а заказчик - ее уменьшения, если на момент заключения договора нельзя было предусмотреть полный объем работы или необходимые для этого расходы. В случае превышения твердой сметы все связанные с этим расходы несет подрядчик.

Если возникла необходимость проведения дополнительных работ и в связи с этим существенного превышения определенной *приблизительной сметы*, подрядчик обязан своевременно предупредить об этом заказчика. Заказчик, не согласившийся на превышение сметы, имеет право отказаться от договора подряда. В этом случае подрядчик может требовать от заказчика оплаты выполненной части работы. Подрядчик, своевременно не предупредил заказчика о необходимости превышения приблизительной сметы, обязан выполнить договор подряда по цене, определенной в договоре.

Сроки выполнения работы или ее отдельных этапов устанавливаются в договоре подряда. С момента заключения договора зафиксированы в нем сроки становятся обязательными для обеих сторон, изменить их можно только в случаях и в порядке, предусмотренных договором. Если в договоре не определены сроки выполнения работы, подрядчик обязан выполнить работу, а заказчик имеет право требовать ее выполнения в разумные сроки, в соответствии с сутью обязательства, характером и объемами работы и обычаев делового оборота.

Заказчик заинтересован в выполнении своего заказа до определенного срока, поэтому стоит указывать в договоре подряда конечный срок выполнения работы. Однако существенное значение для заказчика может иметь только конечный срок, но и начало выполнения работы и промежуточные сроки, особенно, когда работа выполняется по месту жительства заказчика или по месту нахождения его имущества.

Форма договора подряда должна соответствовать общим правилам о форме сделок. Наиболее распространенной при подрядных правоотношениях является простая письменная форма, что объясняется необходимостью предоставления им большей стабильности и их продолжительности.

Вопросы для самоподготовки

1. В чем заключается суть арендных операций?
2. На какие операции делятся международные арендные операции?
3. Какие виды лизинга различают в экономической практике?
4. Что выступает предметом договора лизинга?
5. Что понимают под договором подряда?

РАЗДЕЛ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА ВЕДЕНИЯ ДРУГИХ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ ПО ТОРГОВЛЕ УСЛУГАМИ

Тема 3.1. Операции по международному обмену научно-техническими знаниями

1. Содержание понятия «Международный обмен научно-техническими знаниями».
2. Международный обмен лицензиями.
3. Виды и содержание соглашений по международному обмену лицензиями.
4. Организация международной торговли лицензиями

1 Содержание понятия «Международный обмен научно-техническими знаниями»

В условиях современного этапа научно-технической революции обмен научно-техническими знаниями в мире все более расширяется и становится необходимым как на уровне государств, так и на уровне предприятий.

В практике международной торговли используются различные термины, относящиеся к обмену научно-техническими знаниями, такие как «международный обмен результатами научно-технической деятельности», «международный технологический обмен», «обмен промышленной технологии», «передача технологий» и т.д.

Эти термины по своему содержанию считаются тождественными. Они относятся к научно-техническому обмену на коммерческой основе между партнерами разных стран, хотя в каждом конкретном случае их содержание имеет свои особенности.

Содержание операций по торговле научно-техническими знаниями и заключается в передаче на коммерческой основе иностранному партнеру результатов научно-технической деятельности, имеющих как научную, так и практическую ценность. На практике в настоящее время такие операции получили название международного обмена технологией.

Различают следующие ***виды передаваемой технологии***:

Во-первых, знания и опыт, воплощенные в таких объектах промышленной собственности как изобретения, полезные модели, промышленные образцы, товарные знаки и другие объекты, *защищенные охранными документами* (табл.1.).

Во-вторых, знания и опыт научно-технического, производственного, управленческого, коммерческого, финансового и иного характера, которые используются в процессе научно-исследовательских разработок, производства, реализации и использования конкурентоспособной продукции,

не защищенные охранными документами. Они объединяются понятием «ноу-хау».

Таблица 1

Виды передаваемой технологии

Наименование	Характеристика
Изобретение	Новое техническое решение задачи, поднимающее существующий уровень техники. Критериями охраноспособности изобретения является новизна, изобретательский уровень и промышленное использование. Эти критерии вводятся специальным законодательством и уточняются в нормативных актах патентного ведомства.
Полезная модель	Конструктивное выполнение средств производства и предметов потребляемых, а также их составных частей. Иногда их называют малым изобретением. В отличие от изобретения, имеет два критерия охраноспособности: новизна и промышленное использование.
Промышленный образец	Художественно конструкторское решение изделия, определяющее его внешний вид. Получает правовую защиту, если он является новым, оригинальным и способен к промышленному использованию (критерии охраноспособности в других странах аналогичные).
Товарный знак	Отметки, способные отличать товары и услуги одних лиц (юридических и физических) от однородных товаров и услуг других лиц. Правовая охрана товарного знака предоставляется на основании его регистрации на имя юридического или физического лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность. В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие изображения или их комбинации.

Термин «ноу-хау» впервые был использован в США в одном из судебных дел в 1916 г. и означал умение или мастерство что-либо сделать с минимальными усилиями. В настоящее время законодательство многих развитых стран мира *определяют «ноу-хау»* как организационную и коммерческую информацию, составляющую тайну производства.

В зависимости от содержания, «ноу-хау» *может быть конструкторское, технологическое, производственное, управленческое, коммерческое, финансовое.*

Характерными чертами «ноу-хау» являются: научно-техническая и экономическая ценность; практическое использование; отсутствие прямой

защиты в качестве промышленной собственности; полная или частичная конфиденциальность. Оно может *передаваться в таких формах*, как:

- 1) документация (чертежи, схемы, руководство, инструкции, спецификации, результаты опытов и их протоколы, формулы, рецепты и т.д.);
- 2) непосредственный опыт специалистов, владеющих им и способных его использовать в определенной области.

В современных условиях без знания «ноу-хау» в большинстве случаев невозможно воспроизвести промышленно освоенную новую технику и тем более невозможно ее совершенствование, создание ее последующих поколений. Не имея «ноу-хау» практически невозможно использовать изобретения, права на которые приобретены в других странах у разработчика (автора) этих изобретений. Поэтому оно сегодня приобретает значительной ценности и может быть объектом купли-продажи[12].

2. Международный обмен лицензиями

В зависимости от характера предмета и правовой основы, международные операции по торговле научно-техническими знаниями делятся *на два вида*: операции по торговле патентами и лицензиями и операции по торговле техническими услугами.

Внешнеторговые операции *по торговле патентами и лицензиями* предусматривают реализацию изобретений передовой производственной технологии, технических знаний и опыта. Основу этих операций, как уже говорилось, составляет защита изобретений при помощи патентного законодательства. Последнее предоставляет владельцу патента монопольное право на использование изобретения. Это означает, что в течение периода действия патента только он имеет право на изготовление, использование и продажу товаров, воплощающих изобретение, или использование определенных способов изготовления данной продукции.

Основным охраняемым документом на объект промышленной собственности является патент. **Патент на изобретение** - это свидетельство,

выданное компетентным органом изобретателю и свидетельствует о его исключительном праве на использование изобретения. Патент дает право собственности на изобретение. Чтобы приобрести или продать патент (другие охранные документы), надо знать период их действия. Период действия патента определяется национальным законодательством и составляет в среднем 15-20 лет. По законодательству РФ патент на изобретение действует - 20 лет, полезную модель - 10 лет, промышленный образец - 5 лет.

В соответствии с патентным законодательством патент действует только на территории той страны, где он выдан. Поэтому для того, чтобы обеспечить патентную защиту в других странах, надо запатентовать в них изобретение. Сегодня практически все изобретения патентуются, поэтому все новые товары, которые поступают на мировые товарные рынки, запатентованы. Если импортные товары не запатентованы, то их ввоз запрещается.

При осуществлении внешнеторговых сделок купли-продажи патента его владелец передает свои права другому лицу (фирме) полностью или частично.

Если он передает свои права на изобретение другому лицу *полностью*, это считается продажей патента (на основе патентного соглашения). Как правило к патентной сделке обращаются малые и средние фирмы, изобретатели-одиночки, не имеющие достаточных средств для самостоятельного освоения своего изобретения. Скупают патенты обычно крупные фирмы. Если же патентообладатель передает свои права на изобретение *частично*, то есть оставаясь собственником изобретения, позволяет на определенный период за вознаграждение использовать изобретение, охраняемого патентом, то это - *купля-продажа лицензии* на использование изобретения (на основе лицензионного договора).

Под **лицензией (патентной)** понимают разрешение, выданное или проданный патентообладателем (лицензиаром) другому лицу (названному лицензиатом) на использование объекта промышленной собственности, охраняемого на согласованных между сторонами условиях[14].

Патентная лицензия должна обязательно регистрироваться в патентном ведомстве страны лицензиата, иначе лицензия считается недействительной. Предоставление за границу лицензий на использование изобретения, технических знаний и опыта, а также товарных знаков называется международным лицензированием.

Международные лицензионные операции отличаются от операций купли-продажи товаров, тем, что:

- 1) объекты лицензионных операций (изобретения, передовой производственный опыт и т.п.) появляются без прямой ориентации на рынок;
- 2) заинтересованность лицензиара в предоставлении лицензии часто вызвана не чисто коммерческими помыслами, а стремлением укрепить свои позиции на иностранном рынке путем установления долгосрочных связей с партнерами;
- 3) в лицензионных операциях, в отличие от сделок купли-продажи, не происходит полного отчуждения объекта сделки от своего владельца;
- 4) в лицензионных операциях имеет место по сути передача прав лицензиату на способ хозяйствования.

Международный обмен лицензиями в современных условиях широко развивается. Сегодня это главная форма научно-технического обмена между странами.

Быстрый рост международной торговли лицензиями обусловлен рядом факторов, таких как развитие науки на современном этапе НТР, стремление к быстрому укоренению на рынке новой продукции, обострением конкурентной борьбы на мировых товарных рынках и др. В связи с ростом протекционизма международное лицензирование стало одним из перспективных способов, обеспечивающих предприятиям проникновение на труднодоступные рынки. Международное лицензирование используется также с целью расширения прямого товарного экспорта. Нередко покупатель лицензии дает согласие приобрести у лицензиара оборудование, необходимое для налаживания

производства по лицензии, а также отдельные детали и узлы для сборки лицензированной продукции или сырье для ее производства.

3. Виды и содержание соглашений по международному обмену лицензиями

Предприятие, хочет приобрести технологию по лицензии, как правило, должно решить такие *важные задачи*:

1. *Выбрать соответствующую технологию*, для чего провести предварительную оценку всех технологий направления, которое заинтересовало, и которые могут быть куплены по лицензии. Для этого используется информация общедоступных источников (рекламные проспекты, объявления фирм, описания к патентам). После отбора информации проводится сравнительная характеристика предложенных технологий и определяется лучшая, наиболее подходящая для предприятия.

2. *Дать оценку выбранной технологии*. Решение этой задачи начинается с разработки технико-экономического обоснования закупки лицензии. Здесь прежде всего необходимо установить контакты с фирмой-владельцем технологии, обнаружить ее намерения по поводу выдачи лицензии, определить объем информации, необходимой для принятия окончательного решения о закупке технологии. С фирмой-владельцем заключается предварительное соглашение о секретности, которая позволяет определить границы использования информации и защитить ее от разглашения. После его подписания покупателю предоставляется информация, необходимая для решения вопроса о покупке технологии и готовится полное технико-экономическое обоснование (ТЭО) проекта с использованием выбранной технологии. По результатам ТЭО делается вывод о целесообразности покупки лицензии и возможности начинать переговоры с фирмой-владельцем технологии о заключении лицензионного соглашения.

3. *Составить лицензионный договор*. Во время переговоров, которые обычно тянутся от 4-х до 6 месяцев, делегация потенциального лицензиата

должна определить все элементы и условия контракта, проверить информацию, которая была использована при составлении технико-экономического обоснования и плана деловых операций. В конце переговоров окончательный текст договора, согласованный сторонами, парафируется (подписывается), и стороны договариваются о порядке и сроках его утверждения.

Предметом международного лицензионного контракта является запатентованное изобретение или технологический процесс, технические знания и опыт, товарный знак. Важным условием международной лицензионного соглашения является определение *вида лицензии*. В международной торговле различают три вида лицензий (табл.2).

Таблица 2

Виды лицензий в международных лицензионных соглашениях

Вид лицензии	Характеристика
Неисключительная (простая) лицензия	При ее продаже лицензиар позволяет лицензиату на определенных условиях использовать изобретение или секрет производства, оставляя за собой право как их самостоятельного использования, так и предоставление аналогичных по условиям лицензий любым другим лицам (фирмам)
Исключительная лицензия	При ее продаже лицензиар предоставляет лицензиату исключительное (монопольное) право на использование изобретения или секрета в пределах определенной территории. А лицензиар не имеет права продавать аналогичную лицензию на указанной территории другим лицам, а также производить и продавать на этой территории свою продукцию, которая является предметом исключительной лицензии.
Полная лицензия	При ее продаже лицензиату предоставляются исключительные права на ее использование в течение периода действия соглашения. На этот период лицензиар лишается права на использование изобретения или секрета производства как самостоятельно, так и путем выдачи лицензии другим лицам (фирмам).

Выбор того или иного вида предоставленной лицензии зависит прежде всего от страны или территории, на которую выдается лицензия, и характера изобретения.

За предоставление прав на использование предмета соглашения лицензиат платит лицензиару *определенное вознаграждение*. В соглашении оговаривается форма лицензионного вознаграждения, порядок ее выплаты, перевода платежей и т.д. Формы лицензионного вознаграждения встречаются такие, как *роялти, паушальный платеж и комбинированные платежи* (табл.3).

Таблица 3

Характеристика форм лицензионного вознаграждения

Форма вознаграждения	Описание
Роялти	(Англ. royalties - авторские) - это периодические отчисления от доходов покупателя в течение периода действия соглашения. Они устанавливаются в виде определенных фиксированных ставок (в процентах) и выплачиваются лицензиатом через согласованные отрезки времени (ежегодно, ежеквартально, ежемесячно или к определенной дате).
Паушальный платеж	Твердо фиксированная сумма вознаграждения, выплаченная одновременно. Платеж может проводиться как единовременно, так и в рассрочку. Как правило, он используется в тех случаях, когда стоимость лицензии относительно мала по сравнению со стоимостью оборудования или когда трудно контролировать по показателям деятельности лицензиата.
Комбинированный платеж	Предусматривает выплату авансового паушального платежа при подписании соглашения и платежа роялти в зависимости от объекта производства и реализации.

Большое внимание в международном лицензионном соглашении заслуживает проработка условий, что касается *обязанностей сторон*. Объем обязанностей лицензиара обычно зависит от предмета сделки. Однако во всех случаях лицензиар обязан обеспечить лицензиату возможность осуществить переданные ему по соглашению права. Эта помощь может включать: передачу обусловленной технической документации; налаживание производства и освоение выпуска лицензионной продукции; подготовку персонала фирмы-лицензиата и др.

Лицензиар несет ответственность за новизну изобретения, его экономическую эффективность, гарантирует возможность производства

продукции лицензиатом такого же качества, как и на его предприятиях. По соглашению в обязанности *лицензиата* входит обеспечение своевременной и правильной выплаты вознаграждения и, главное, использование лицензиатом предмета лицензионного соглашения.

4. Организация международной торговли лицензиями

По степени автономности лицензии можно классифицировать на самостоятельные лицензии и зависимые (сублицензии). Сублицензии предоставляет лицензиат, что является владельцем полной или исключительной лицензии, на основе прав, предоставленных ему в соответствии с лицензионным договором.

По способам охраны объектов промышленной собственности лицензии делятся на виды, представленные на рис. 1.

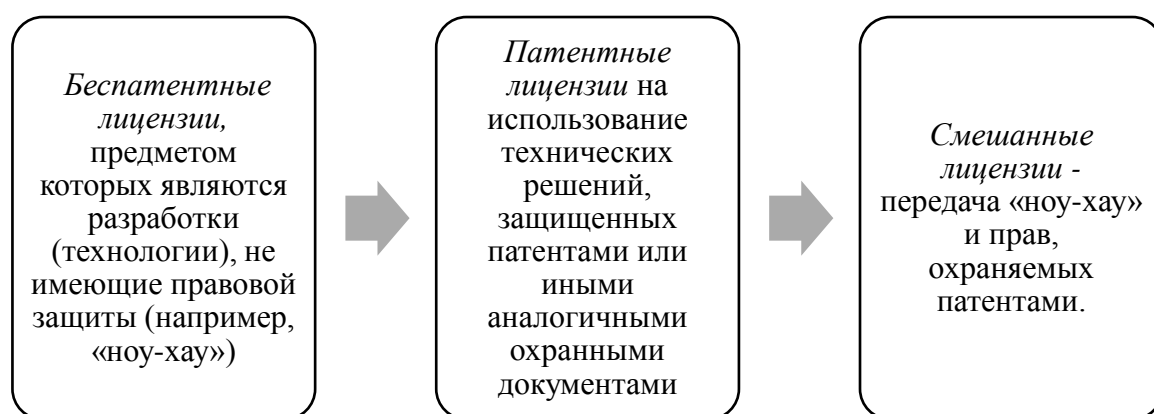


Рис.1. Виды лицензий по способам охраны объектов промышленной собственности.

Передача «ноу-хау» может осуществляться по различным каналам, в том числе и без заключения лицензионного договора, например, при демонстрации приемов работы, обучении технического персонала, установке и настройке оборудования, решении задач организационного, управленческого характера, изменения технологического процесса в соответствии с требованиями лицензиата, и другое. Достаточно часто приобретение «ноу-хау» осуществляется при заключении лицензионных договоров вместе с

патентными или авторскими правами. Обычно лицензии на патенты и «ноу-хау» добавляются к договорам купли-продажи оборудования.

Учитывая то, что согласно мировому опыту в торговле инновационной продукцией, лишь 20% процентов ее имеют все характеристики коммерческой, у покупателя лицензии на еще не испытан в рыночных и производственных условиях продукт, есть высокий риск вложить свои деньги «в жизненно непригодную идею». Поэтому, достаточно распространенным способом предотвращения этих рисков является торговля лицензиями в виде опциона, который предоставляет лицензиару и лицензиату определенные льготы в процессе выполнения контрактных обязательств.

Опционное соглашение - это предварительное соглашение, которое заключается между потенциальным покупателем и продавцом объекта лицензионного соглашения, согласно которому потенциальному покупателю предоставляется опцион, то есть правовые возможности решить в определенный промежуток времени о целесообразности приобретения лицензии на инновационную продукцию. Покупатель лицензии использует этот способ приобретения, когда существует неуверенность в целесообразности покупки нового продукта, потребность в его рыночном и производственном тестировании, что требует определенного времени и значительных финансовых инвестиций.

Опционная торговля используется при покупке технологически сложного оборудования, устройств, аппаратуры и технологии. Достаточно распространенным и часто необходимо этот способ в фармацевтической и медицинской отрасли, поскольку согласно законодательству многих стран, новые медицинские препараты должны пройти апробацию определенный промежуток времени, после чего на них может выдаваться разрешение на производство.

Одной из существенных условий опционного соглашения является соблюдение покупателем неразглашения полученной от продавца информации, даже если их партнерские отношения не были продлены

соглашением о купле-продаже лицензии на данный товар. Продавец, в свою очередь, по договору не имеет права в срок действия опционного соглашения продавать или предоставлять право на использование другим фирмам лицензии на производство товара, на территории стран, которые указаны в договоре.

Лицензионный договор должен предусматривать способы использования объекта интеллектуальной собственности (конкретные права, передаваемые по такому договору, срок действия и территорию, на которые передается право), размер вознаграждения и / или порядок определения размера вознаграждения за каждый способ использования объекта интеллектуальной собственности, порядок и сроки ее выплаты, а также другие условия, которые стороны сочтут целесообразным включить в договор.

Важное значение в лицензионном договоре должна срок его действия, который обуславливается следующими факторами: сроком действия права интеллектуальной собственности, сроком морального старения объекта, временем, необходимым для освоения лицензии, степенью заинтересованности сторон в длительном сотрудничестве. Лицензионный договор должен быть заключен в письменной форме. Существенным условием лицензионного договора плата за использование изобретения по лицензии. Она может быть установлена в виде:

- цены лицензии или лицензионного вознаграждения. В договоре подробно определяются сроки и порядок платежей.

- текущих отчислений (лицензионные платежи) от прибыли лицензиата в согласованной сторонами части в течение срока действия лицензионного договора.

Вопросы для самоподготовки

1. Какое современное значение приобретает обмен научно-техническими знаниями?
2. Сколько видов передаваемых технологий различают?
3. В чем сущность лицензии?

4. Какие условия содержит лицензионный договор?
5. Какие бывают лицензии по способам охраны объектов промышленной собственности?

Тема 3.2. Инжиниринг и франчайзинг в системе внешнеторговых операций

1. Содержание понятия «Международный инжиниринг». Виды инженерно-технических услуг.
2. Основные условия международных договоров о предоставлении инженерно-технических услуг.
3. Понятие франчайзинга. Условия франчайзинговых договоров.

1. Содержание понятия «Международный инжиниринг». Виды инженерно-технических услуг

Инжиниринговые услуги появились в развитых странах в 60-е годы и до настоящего времени получили достаточно широкое развитие. **Международный инжиниринг** - деятельность по предоставлению комплекса услуг производственного, коммерческого и научно-технического характера, совершаемых как специализированными фирмами, так и промышленными, строительными и другими компаниями[12].

Всю совокупность инжиниринговых услуг можно разделить на две группы услуг:

- 1) связанные с подготовкой производственного процесса (предпроектные, проектные, послепроектные и специальные);
- 2) по обеспечению нормального хода процесса производства и реализации продукции. В эту группу входят работы, связанные с оптимизацией процессов эксплуатации, управления предприятием и реализации его продукции.

Как самостоятельный вид международных коммерческих операций, инжиниринг предусматривает предоставление *на основе договора на*

инжиниринг одной стороной (названной *консультантом*) второй стороне (названной *заказчиком*) комплекса или отдельных видов инженерно-технических услуг, связанных с проектированием, строительством и вводом объекта в эксплуатацию, с разработкой новых технологических процессов на предприятии заказчика, с усовершенствованием имеющихся производственных процессов вплоть до введения изделия в производство.

Предоставление на основе договора на инжиниринг полного объема услуг и поставок, необходимых для строительства нового объекта, называется **комплексным инжинирингом**. Он насчитывает три отдельных вида инженерно-технических услуг, каждый из них может быть предметом самостоятельного договора (табл.1).

Таблица 1

Виды инженерно-технических услуг в комплексном инжиниринге

Вид услуг	Характеристика
Консультативный инжиниринг	Связан с интеллектуальными услугами, которые осуществляются при проектировании объектов, разработке планов строительства и контроля за проведением работ
Технологический инжиниринг	Предполагает предоставление заказчику технологий, необходимых для строительства промышленных объектов и их эксплуатации (договоры о передаче производственного опыта и знаний, разработку проектов по энергоснабжению, водоснабжению, транспорту и др.)
Строительный или общий инжиниринг	Охватывает весь комплекс работ, связанных со строительством промышленных и других объектов, включая поставку и монтаж технологического оборудования, и сдачу объекта в эксплуатацию

Инжиниринг как вид внешнеторговых операций имеет свои *специфические особенности*:

- является одной из форм услуг производственного назначения, непосредственно не воплощается в вещественной форме, а в его полезном эффекте (например, проектная и техническая документация, графики, чертежи или может не иметь - как обучение, управление)

- инжиниринг связан, в конечном итоге, с подготовкой и обеспечением процесса производства и реализации рассчитанных на промежуточное и

конечное потребление материальных благ. Сами услуги производственного характера не входят в состав инжиниринга;

- инжиниринг носит коммерческий характер, т. е. становится объектом купли-продажи;

- инжиниринг отличается от лицензии, «ноу-хау» и других форм в области технологий. Инжиниринговые услуги являются воспроизведенными услугами, стоимость которых определяется общественно необходимыми затратами времени на их производство и имеющих много продавцов для их реализации.

В последнее время на мировом рынке инжиниринговых услуг появился новый вид услуг - услуги **реинжиниринга**, которые представляет собой инженерно-консультационные услуги по перестройке систем организации и управления производственно-торговыми и инвестиционными процессами хозяйственного объекта с целью повышения его конкурентоспособности и финансовой устойчивости.

Реинжиниринг делится на два вида:

1) *кризисный* используется тогда, когда результат финансово-коммерческой деятельности предприятия постоянно снижается, конкурентоспособность его резко падает, появляются тенденции к банкротству и нужен комплекс мер по преодолению кризисной ситуации.

2) *реинжиниринг развития* используется в тех случаях, когда динамика развития снижается и действующая структура организации и управления предприятием уже достигла предела в получении прибыли.

В процессе реорганизации системы управления хозяйственного субъекта на основе реинжиниринга осуществляется переход от бизнес-процесса к бизнес-процесс-реинжинирингу, т.е. к оптимизации системы управления хозяйственными процессами, учитывая внешнеэкономическую деятельность.

Инжиниринговые фирмы имеют специализацию, соответственно оказывают различный комплекс услуг (табл.2).

Характеристика видов инжиниринговых фирм

Наименование фирмы	Описание услуг
Инженерно-исследовательские фирмы	Оказывают услуги, предоставляемые в виде разработки технологических процессов и исследовательских материалов, обеспечения консультационного сопровождения по промышленному и коммерческому освоению инженерно-технических и организационно-технологических нововведений на рынке
Инженерно-консультативные фирмы	Занимаются выполнением инжиниринговых работ по предоставлению комплексных услуг или услуг, связанных с модернизацией, наладкой или расширением оборудования заказчика, в виде докладов и консультаций или путем разработки, осуществления и внедрения проекта в действие
Инженерно-строительные фирмы	Предоставляют услуги по непосредственному созданию и строительству промышленных и других технических объектов. Эти инженерно-строительные фирмы также называют <i>контракторами</i> . Особенностью этих фирм является предоставление всего комплекса услуг, связанных с осуществлением полного цикла строительного процесса, операции которого называются «под ключ».

Взаимоотношения между инжиниринговыми фирмами (ИФ) и заказчиком осуществляются подписанием между ними соглашения, а между ИФ и подрядчиками - основным договором, заключенным в свою очередь между подрядчиком и заказчиком, где ИФ выступает как представитель заказчика со всеми правовыми последствиями. Достаточно часто ИФ самостоятельно предоставляют разного рода инжиниринговые услуги и выступают в роли подрядчиков.

2. Основные условия международных договоров о предоставлении инженерно-технических услуг

В зависимости от характера и объема предоставляемых инжиниринговых услуг, на практике используются различные виды договоров.

Инженерно-консультативные услуги обычно оформляются *контрактом о предоставлении инженерно-консультативных услуг* или договором о командировании специалиста для выполнения определенного вида работ.

Инженерно-строительные услуги обычно предоставляются на основе *договора подряда или договора о техническом содействии в строительстве*. Если строительство осуществляется за счет покупателя, предоставление продавцом технических услуг оформляется тремя способами: 1) учета перечня этих услуг в контракте купли-продажи оборудования; 2) заключением специального соглашения об экспортных поставках и монтаже оборудования; 3) заключением соглашения о предоставлении технических услуг в дополнение к контракту купли-продажи оборудования.

В международной торговой практике при осуществлении инжиниринговых операций широко используются различные варианты типовых контрактов, среди которых наиболее интересным является разработанное группой экспертов Комитета по развитию торговли ЕЭК ООН *«Руководство по составлению международного договора на консультативный инжиниринг»* и *«Руководство по составлению международных договоров на строительство промышленных объектов»*.

Международный договор на консультативный инжиниринг, как и любой другой договор, имеет **такие разделы**, как стороны сделки, преамбула, предмет договора, обязанности сторон, методы начисления вознаграждения. Вместе с тем содержание договора на консультативный инжиниринг имеет свою специфику:

1. При определении *сторон договора* надо иметь в виду, что в осуществлении проекта могут принимать участие многие юридические лица. Может быть заключено несколько договоров, связанных с одним и тем же проектом. Поэтому в каждом договоре важно предусмотреть, кто именно (с юридической точки зрения) является в нем стороной и ответственность каждого участника.

2. Определяя *предмет и сферу действия* договора, необходимо четко определить характер, масштабы, место и цель проекта, а затем и сферу действия договора. Консультант обычно не может передать свой договор другому лицу без письменного согласия заказчика, и это также должно быть указано в контракте.

3. При разработке раздела, касающегося *обязанностей консультанта*, в нем нужно четко описать задачи консультанта на разных стадиях осуществления проекта и определить его полномочия. В обязанности консультанта по договору входит: проведение предварительных технико-экономических обоснований и исследований, связанных с проектированием; планирование и составление программ финансирования; подготовка проектной документации, чертежей и спецификаций; оценка предложений о строительстве объектов; консультирование заказчика в отношении всех заявок на подряды, цен и оценок для осуществления работ; контроль за строительством; контроль за изготовлением оборудования и его подключением; набор персонала; координация других участников проекта.

В *обязанности заказчика* входит срочная передача инструкций, предоставление в пользование консультанта документации, специальных знаний, помещений, участников и оборудования, предоставление информации о местном законодательстве в области промышленных и социальных отношений, предоставление специальных услуг и сотрудничество с консультантом и т. д. В договоре указывается ответственность сторон за нарушение его условий, которая может иметь финансовые и другие последствия.

4. *Оплата услуг консультанта* насчитывает в себе покрытие различных расходов и соответствующий чистый доход консультанта. В расходы могут входить заработная плата технического персонала, расходы, связанные с административным и канцелярскими персоналом, дополнительные выплаты, расходы на оборудование, офисные помещения, налоги. Как правило, расходы, связанные с инжинирингом, указываются в приложении к договору.

5. Договор между заказчиком и консультантом содержит *оговорку о вознаграждении субконсультанта*. Если таких положений в договоре нет, услуги субконсультанта оплачивает консультант. Платежи консультанта осуществляются в валюте, оговоренной сторонами.

6. При разработке договора надо обратить внимание *на статью о налогах, другие взыскания и пошлины*. Надо выявить какие налоги и взыскания должны быть заплачены, и какая сторона должна их заплатить, с целью недопуска двойного налогообложения. В договоре указывается тот, кто платит пошлину.

7. Важным вопросом договора является *вопрос об интеллектуальной собственности и запатентованной информации*. Стороны должны определить, может техническая документация второй раз использоваться другой стороной для других проектов. Если предоставление консультативных услуг связано с предоставлением прав на патенты и лицензии, промышленную собственность, то стороны должны решить, кто несет расходы, связанные с их использованием.

8. В договоре должна быть *оговорка о конфиденциальности*. Запрещается как заказчику, так и консультанту разглашать конфиденциальную информацию[8].

Часто важной задачей консультанта является предоставление консультаций заказчику отношении стандартов и норм, которые необходимо использовать в связи с данным проектом.

3. Понятие франчайзинга. Условия франчайзинговых договоров

Франшиза - это форма соглашения, заключаемого между субъектами бизнеса, один из которых владеет известной торговой маркой, а другой желает использовать этот бренд в своих коммерческих целях. Это право, которое предоставляет производитель (manufacturer) или поставщик (supplier) розничному продавцу (retailer) на использование его продукта и названия, на условиях и в срок, взаимно согласованных. В своей простейшей форме

франшиза является лицензией владельца товарного знака или торгового наименования, что позволяет другому лицу продавать продукт или услугу под тем же названием или знаком.

Франчайзинг - это коммерческая концессия, передача или переуступка на коммерческих условиях разрешения производить, продавать или предоставлять товары и услуги по чужой технологии и под чужим товарным знаком.

Крупные фирмы также часто заинтересованы в передаче лицензий на использование своих товарных знаков, поскольку путем включения в лицензионные договоры дополнительных условий (о передаче лицензиатам оборудования, технологии производства, научно-технических достижений и об установлении соответствующих ограничений) превращают другие предприятия в своеобразные филиалы, которые пользуются товарным знаком основного владельца и реализует его продукцию.

Франшиза - это практика передачи *фирме-франчайзи* права использования созданных *фирмой-франчайзером* определенных приемов и методов ведения бизнеса под товарным знаком франчайзера. Это могут быть методы управления, планирование финансов, особенности производства товаров или услуг и другие элементы деловых отношений фирмы-франчайзера.

В зависимости от вида бизнеса лицензионное соглашение такого типа может требовать от фирмы-франчайзи использования всех элементов корпоративного имиджа франчайзера, включая особую форму одежды персонала, внутренний и внешний дизайн здания предприятия, стандарт качества продукции. При этом соглашение дает право франчайзи пользоваться всей интеллектуальной собственностью франчайзера, в том числе инструкциями, руководствами для персонала, деловыми советами, «ноу-хау», товарными знаками и другими материалами, относящихся к методам управления делами фирмы. Обычно выделяют три типа франшизы (табл.3).

Типы франшизы в международной практике

Наименование франшизы	Характеристика
Производственная франшиза	Предусматривает поставку франчайзером своим франчайзи основных элементов или комплектующих, необходимых для изготовления продукции, которая затем реализуется под лицензионным фирменным наименованием (товарным знаком). Для того чтобы качество товара сохранилось на высоком уровне, франчайзер также предоставляет необходимую технологию и осуществляет обучение франчайзи необходимым навыкам, осуществляя в будущем контроль за соблюдением технологической дисциплины
Торговая франшиза	Способ организации бизнеса, при котором франчайзи покупают у известной компании право на продажу ее товаров с ее торговой маркой
Лицензионная франшиза	Предусматривает, что франчайзер, который заинтересован в продвижении своего товарного знака, выдает франчайзи лицензию на право открытия магазинов и целых групп магазинов для продажи покупателям набора товаров и услуг под именем франчайзера.

Рост сделок по франчайзингу является следствием высокой рыночной мобильности и гибкости этой формы коммерческой деятельности и передачи технологии:

- для франчайзера (предоставляющего франшизу) такое соглашение позволяет быстро проникнуть на новый рынок без значительных инвестиций;
- франчайзи (получателя франшизы) контракт дает возможность начать новый вид деловой активности с меньшим риском неудачи, благодаря поддержке со стороны франчайзера, включая передачу определенных навыков, приемов и услуг, а также оказания помощи и обучение персонала;
- для потребителя франчайзинг расширяет выбор товаров и услуг на местном рынке с соответствующим (часто гарантированным) фирмой качеством и конкурентными ценами.

Франшизы России занимают 62% отечественного рынка франчайзинга, среди них порядка 45% - это молодые предприятия, работающие в этой сфере менее 5 лет, что говорит о растущем интересе к данному способу организации

бизнес-отношений. Российские компании предлагают франшизы в различных отраслях – от общественного питания и ритейла до банкинга и риэлтерской деятельности.

Правовая регламентация франчайзинга во многом определяется действующим в стране законодательством о лицензировании товарных знаков и фирменных наименований. Кроме того, совершение франчайзинговых сделок между партнерами из разных стран подпадает под валютное и иное государственное регулирование, касающееся внешнеэкономической деятельности.

В российском законодательстве отсутствует само понятие «франшизы», «договора франчайзинга», поэтому для таких видов правоотношений используется *договор коммерческой концессии или лицензии*. Чаще используется договор коммерческой концессии, который по смыслу и содержанию полностью соответствует такому виду отношений, как франчайзинг.

По договору коммерческой концессии (ст. 1027 ГК РФ) одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау). Типовой договор представлен в приложении А.

Ответственность сторон за нарушение договора определяется в общем порядке (в соответствии Гражданским кодексом), но для удобства при составлении договора можно указать этот порядок (размер и порядок уплаты неустойки, возмещения убытков и т.д.). Если эти меры окажутся неэффективными, все свои разногласия стороны смогут разрешить в порядке арбитражного судопроизводства[9].

Вопросы для самоподготовки

1. Что понимают под международным инжинирингом?
2. Кто выступает субъектами инжиниринга?
3. Какие разделы включает в себя договор о предоставлении инженерно-консультационных услуг?
4. Что представляет собой франчайзинг?
5. Какие стороны учувствуют в франчайзинговой операции?

Тема 3.3. Транспортное обеспечение внешнеэкономической деятельности

1. Роль транспорта во внешнеэкономической деятельности
2. Организация международных перевозок основными видами транспорта
3. Транспортные условия контракта купли-продажи

1. Роль транспорта во внешнеэкономической деятельности

Внешнеэкономическая деятельность предприятия тесно связана с транспортным обеспечением, которое является одной из важных составляющих процесса организации доставки товаров от места их изготовления к месту потребления. Под **транспортным обеспечением** понимают совокупность элементов, которые находятся в тесном взаимодействии и составляют единую транспортную систему, объединяющую операции, связанные с производством и оборотом продукции [15].

Производством транспорта является непосредственно сам процесс перемещения товаров от производителя к потребителю. В этом и заключается суть транспортных услуг. Они - основное связующее звено между продавцом и покупателем.

Транспортные услуги, как и всякая услуга, имеет свои *особенности* (рис.1).



Рис.1. Особенности транспортных услуг

Транспортное обеспечение внешнеэкономической деятельности является объективно необходимым. Часто грузовладельцу трудно ориентироваться в транспортной обстановке, которая требует профессиональных знаний законодательства отдельных стран, международных конвенций (соглашений), технико-эксплуатационных характеристик транспортных средств, пунктов перегрузки и перевалки грузов, условий их работы, рынка посреднических услуг и др.

Поэтому, при необходимости отправления груза за границу, целесообразно в первую очередь установить тесные контакты с транспортными предприятиями и организациями, которые занимаются международными перевозками. При этом важно выбрать вид транспорта, которым вы хотели бы отправить груз за границу.

В современном мире функционирует шесть видов транспорта: морской, речной, железнодорожный, автомобильный, воздушный, трубопроводный.

Виды транспорта разделяются на водный (морской, речной), наземный (железнодорожный, автомобильный, трубопроводный) и воздушный. Каждый из них имеет свою специфику.

Планируя отправления груза и выбор транспорта, нужно учитывать ряд обстоятельств (табл.1).

Таблица 1

Условия планирования отправки груза

Критерий	Характеристика
Вид груза	<p>Перевозимые грузы делятся на <i>генеральные, массовые и особенно режимные</i>.</p> <p>К <i>генеральным</i> относятся разные искусственные грузы (в упаковке или без нее). По размерам они делятся на обычные, длиномерные (более 3 м) и негабаритные. По массе - легкие и тяжелые (с массой более 5 тонн на одну грузовую единицу).</p> <p>К <i>массовым</i> относятся грузы, представляющие собой определенную структурную массу, которая перевозится в большом количестве без упаковки. К ним относятся наливные (нефть и нефтепродукты, газы, животные и растительные жиры, спирты и др.), навалочные (руда, концентраты, удобрения и др.), насыпные (зерно, сахар сырец и др.) и лесные.</p> <p>К <i>особорежимным</i> относятся грузы, которые хранят и перевозят при соблюдении специальных правил (опасные грузы, те, что быстро портятся и др.).</p>
Выбор средств транспортировки	<p>Нужно иметь в виду, что в некоторых случаях возможность выбора отсутствует. Например, грузы, которые быстро портятся, надо перевозить авиатранспортом. Вместе с тем авиaperевозки не допускаются при перевозке легковоспламеняющихся и взрывоопасных грузов. Основную часть перевозок морским транспортом составляют перевозки массовых наливных и навалочных грузов (нефти и нефтепродуктов, железной руды, каменного угля, зерна и др.).</p>
Фактор времени	<p>Самый быстрый способ доставки груза - это авиатранспорт. Однако он дорого стоит. Поэтому используется только тогда, когда надо доставить груз за минимальный отрезок времени (продукты, которые быстро портятся, цветы и др.).</p>
Стоимость перевозок	<p>Каждый покупатель хотел бы, чтобы стоимость перевозки составляла небольшой процент от стоимости товара. Однако бывают случаи, когда выбор отсутствует и нужно платить за доставку груза высокую цену.</p>
Безопасность перевозки	<p>Хрупкое и драгоценное оборудование лучше перевозить воздушным транспортом. Товары, имеющие высокую степень риска, относительно кражи (запчасти автомобилей, офисное оборудование, фармацевтические товары и т.д.), как правило, доставляются морским транспортом, в основном в контейнерах, хоть это стоит дороже.</p>

Названные обстоятельства важно учитывать при выборе вида транспорта. Однако, вид транспорта во многом зависит от того, что в первую

очередь интересует грузоотправителя. Если его интересует скорость доставки груза, он выбирает между воздушным и автомобильным транспортом. Если его цель - минимальные расходы, делается выбор между водным и трубопроводным транспортом. В западных странах более выгодно использовать автомобильный транспорт.

Транспортные операции при осуществлении внешнеэкономической деятельности определяются характером международных перевозок и классифицируются в зависимости от *ряда признаков*: предмета транспортных операций (грузовые и пассажирские); вида транспорта; вида товара (генеральный груз, массовый, наливной); периодичности (регулярные и нерегулярные); порядка прохождения границы (перегрузочные и неперегрузочные перевозки); транспортно-технологической системы (контейнерные, паромные, лихтерные, ролкерные и др.); вида сообщения (прямое, постепенной перевозкой). Во временном разрезе выделяют три группы транспортных операций (табл.2)

Таблица 2

Классификация транспортных операций

Транспортная операция	Описание
Предшествующая внешнеэкономической сделке	Предполагает такие действия, как: планирование внешнеторговых перевозок, анализ рынка транспортных услуг, тарифов и условий перевозки, определения транспортного фактора в цене товара, транспортные и базисные условия поставки в контракте купли-продажи
Операции, которые появляются в процессе реализации транспортной операции	Предполагает такие действия, как подготовка товара к транспортировке, заключение договора перевозки, оформления соответствующих транспортных и товаросопроводительных документов, страхование груза и оформление страхового полиса, подготовка и оформление грузовой таможенной декларации с учетом товарной номенклатуры (ТН) ВЭД, расчет с перевозчиками, оформление таможенных формальностей, пограничных, санитарных, ветеринарных операций, оформление необходимых документов и др.
Операции после завершения сделки	Предполагает операции, связанные с разрешением споров между получателем груза и покупателем, предъявление претензий к взысканиям, решению их в установленном порядке.

Транспортные операции могут осуществляться в разных местах: в пунктах отправления, по пути продвижения груза, в пунктах перевалки, на пограничных пунктах и у получателя товара. Они могут проходить как внутри страны, так и за рубежом.

2. Организация международных перевозок основными видами транспорта

При рассмотрении вопросов транспортировки грузов для участников внешнеторговой сделки важно выяснить основные транспортные и базисные условия поставки, а также вопросы организации доставки товаров и управления ею.

В контракте купли-продажи есть специальный раздел - *транспортные условия поставки*. В нем предусмотрены обязанности сторон по отношению к перемещению товара: порядок перевозок грузов, условия и срок загрузки и разгрузки; размер, порядок оплаты и расчеты провозных платежей; проформа чартера, вид коносамента. В каждом отдельном случае содержание транспортных соглашений зависит от вида транспорта, характера товара, типа сделки, базисного места поставки, а также действия международных договоров, соглашений, конвенций, обычаев страны.

При осуществлении доставки товаров от продавца к покупателю важное значение имеют вопросы: как будет организована эта доставка (по каким правилам) и договорными документами она будет оформлена. Рассмотрим эти вопросы по основным видам транспорта.

Морские перевозки. На них приходится 60% объема груза, перевозимых между странами мирового сообщества. При осуществлении морских перевозок выделяют:

1.Трамповое судоходство - это нерегулярные рейсы морских судов без четкого расписания, которые осуществляются на основе соглашения между судовладельцем и субъектом ВЭД. Трамповые суда перевозят: массовые грузы (лес, руду, уголь, зерно); генеральные грузы - это упакованы и не упакованные

товары, штучные грузы (оборудование, химикаты, автомобили); готовую промышленную продукцию.

Трамповое судоходство осуществляется на основе заключения *чартерных договоров*, то есть договор (контракт) между владельцем транспортного судна и субъектом ВЭД на перевозку груза. Основная статья чартерного договора - это оплата транспортных средств наемного для перевозки груза или фрахт. *Фрахт* - одна из форм оплаты морских перевозок грузов, пассажиров или использования судов в течение определенного промежутка времени.

2. *Линейное судоходство* - это форма транспортных услуг, которая обеспечивает регулярные перевозки между указанными портами генеральных грузов в соответствии с расписанием. *Типы линейного судоходства*: одностороннее - обслуживается одним судовладельцем; общее - обслуживается несколькими компаниями на основе соглашений между ними. конференционное - обслуживается перевозки груза океанскими направлениям на основе соглашений конференций судовладельческих компаний.

К преимуществам линейного судоходства относятся: регулярность; получение расписания; стабильные цены; перевозка специализированного груза; широкая сеть агентов; складские помещения; погрузка и разгрузка товара.

При осуществлении морских перевозок используется *коносамент* - это документ, который выдает судовладелец грузоотправителю в подтверждение принятия груза к перевозке морским путем. В нем содержатся следующие сведения: название судна; имя и адрес владельца судна; название порта погрузки и разгрузки товаров; сумма и место оплаты фрахта.

Коносамент, как правило, состоит из трех оригиналов и трех копий. К нему добавляются следующие документы: манифест - в нем содержится описание партий груза; грузовой ордер - выдается капитану судна; расписка; акт сообщения - применяется при предъявлении претензий в случае если груз был разрушен во время перевозки.

Контейнерные перевозки. Используются при перевозке генеральных грузов морским, железнодорожным, автомобильным транспортом. Контейнерные перевозки грузов осуществляется в специальных металлических контейнерах. *Преимущества контейнерных перевозок:* экономия времени на погрузку и разгрузку товара; легко поддается складированию; простая упаковка; уменьшение риска потерь; увеличение степени безопасности перевозок; использование сборных контейнеров для перевозок нескольких партий груза; предотвращение порчи груза.

Железнодорожные перевозки. Это перевозки товаров по железной дороге из страны в страну. Основной документ, который используется при железнодорожных перевозках является железнодорожная накладная, которая имеет такие функции. *Функции железнодорожной накладной:* это соглашение о перевозке; это документ на распоряжение товаром; это документ, подтверждающий принятие груза к перевозке. Железнодорожная накладная является договором перевозки (табл.3).

Таблица 3

Характеристика видов железнодорожных накладных

Накладная КОТИФ	Железнодорожная накладная СМГС
Разработана Международной конвенцией по перевозкам грузов железной дорогой - МГК, которая с 1984 г. называется КОТИФ - (Соглашение о международных грузовых перевозках). Участниками КОТИФ являются 33 государства (страны Европы, ряд стран Азии и Северной Африки).	Соглашение о международном грузовом сообщении (СМГС). Его участники - страны СНГ, бывшие социалистические страны Азии (Китай, Монголия, Северная Корея, Вьетнам), Болгария и Польша, Венгрия, Чехия, Словакия, Румыния.

Международные железнодорожные перевозки осуществляют на основе двусторонних и многосторонних межгосударственных соглашений, а также международной железнодорожной накладной.

Текст накладной КОТИФ печатается на стандартных бланках обычно на двух языках. Скрепленная штемпелем перевозчика, она сопровождает груз, а

дубликат остается в грузоотправителя. К накладной прилагается товаросопровождающая документация: отгрузочная спецификация, сертификат качества, упаковочный лист и т.д.

Главное назначение СМГС заключается в том, что для всех железных дорог-участниц Соглашения она устанавливает единые документы перевозки. Соглашение состоит из 8 разделов, в которых регулируется весь комплекс вопросов транспортного процесса: заключение договора перевозки, порядок приема грузов к перевозке, накладная, вычет провозных платежей и др. СМГС дополняется рядом тарифов, правил и инструкций

Заключение договора международной перевозки грузов по СМГС оформляется накладной единого образца, состоящий из 5 листов.

1. Оригинал накладной - сопровождает груз до станции назначения и выдается получателю вместе с 5-м листом,

2. Дорожная ведомость - сопровождает груз в пункт назначения и остается в пункте назначения.

3. Дубликат накладной - отдается отправителю после заключения договора перевозки.

4. Письмо выдачи груза - сопровождает отправление до станции назначения и остается в этом пункте.

5. Письмо-уведомление о прибытии груза - сопровождает отправление до станции назначения и выдается получателю вместе с оригиналом накладной и грузом. Кроме того, заполняется необходимое количество дополнительных экземпляров дорожной ведомости (для дороги отправления, транзитных дорог и таможенных органов).

Грузоотправитель одновременно с поставкой груза к перевозке для каждого отправления выдает станции отправления накладную и ее дубликат.

Автомобильные перевозки. Основным документом, который используется в автомобильной перевозке - это товаротранспортная накладная, которая выполняет функции: договора перевозки, товарораспорядительного документа, расписки.

Оплата автомобильных перевозок осуществляется в соответствии с автомобильными тарифами. Они устанавливаются в расчете за перевозку одной тонны груза на определенное расстояние.

Основные условия международных автомобильных перевозок регулируются Конвенцией о договоре международных перевозок грузов (КДПГ), заключенной в Женеве в 1956 г., участником которой был и СССР. Договор перевозки оформляется автодорожной накладной. Полное ее название «международная товаротранспортная накладная», однако в оперативной работе она известна под названием *накладная CMR*. Она оформляется в трех экземплярах. В ней указываются: дата отгрузки; наименование груза, подлежащего перевозке; имя и адрес перевозчика; название получателя; срок доставки и размер штрафа за задержку в доставке; стоимость перевозки.

Кроме автодорожной накладной с грузом движутся товаросопроводительные документы, такие как упаковочный лист, отгрузочные спецификации, сертификат качества и другие.

Воздушные перевозки - это перевозки груза между странами воздушным транспортом. Основным документом в авиаперевозках - авианакладная. Она выполняет функции: соглашения о воздушной перевозке; товарораспорядительного документа; расписки авиакомпаний о принятии груза для перевозок; таможенной декларации.

Авианакладная состоит из трех оригиналов, предоставляемых отправителю, получателю, перевозчику. Копии (8-12 шт.) предназначены для перевозчика (или перевозчиков), аэропортов отправления и назначения при прохождении таможенного досмотра, транзитных аэропортов и уполномоченного агента. Плата за авиаперевозку рассчитывается по весу в килограммах. При этом вес округляется до 0,5 кг в большую сторону. К авианакладной добавляются товарораспорядительные документы (письма упаковки, сертификаты и другие).

3. Транспортные условия контракта купли-продажи

Основу транспортных условий составляют *базисные условия поставки*. Устанавливая базисные условия поставки в контракте купли-продажи, стороны определяют свои обязанности, в числе которых есть вопрос транспортного перемещения объектов контракта, частично такие:

- кто несет транспортные расходы по доставке товара;
- кто предоставляет транспортные средства для перевозки товара;
- положение груза по отношению к транспортному средству;
- кто оформляет таможенную очистку на вывоз и ввоз;
- кто осуществляет загрузку товара на транспортные средства и выгрузки из них;
- где происходит передача собственности на товар от продавца к покупателю
- когда происходит переход риска с продавца на покупателя в случае гибели, повреждения или порчи товара, как распределяется ответственность.

Инкотермс 2020 вступил в силу с первого января 2020 года, однако использование старых редакций также возможно в настоящее время (Инкотермс-2010). Именно поэтому при упоминании условий поставки необходимо указывать редакцию Правил с указанием конкретного года[3].

Инкотермс - это международные правила, признанные правительственными органами, юридическими компаниями и коммерсантами по всему миру как толкование наиболее применимых в международной торговле терминов. Инкотермс традиционно использовались в договорах международной купли - продажи, когда товар пересекал границу. В разных частях света создание торговых союзов, как, например, Европейский Союз, сделали менее важным видимый контроль над товарами при прохождении их через границу соответствующих сторон. Поэтому в подзаголовках правил Инкотермс 2010 в явно выраженной форме указывается, что эти правила могут быть использованы как в договорах международной купли-продажи товаров, так и во внутренних национальных договорах купли-продажи. В результате

правила Инкотермс в ряде пунктов четко подчеркивают, что обязанность по осуществлению экспортно-импортных формальностей является только тогда, когда это уместно. Структура Инкотермс представлена на рис.2.

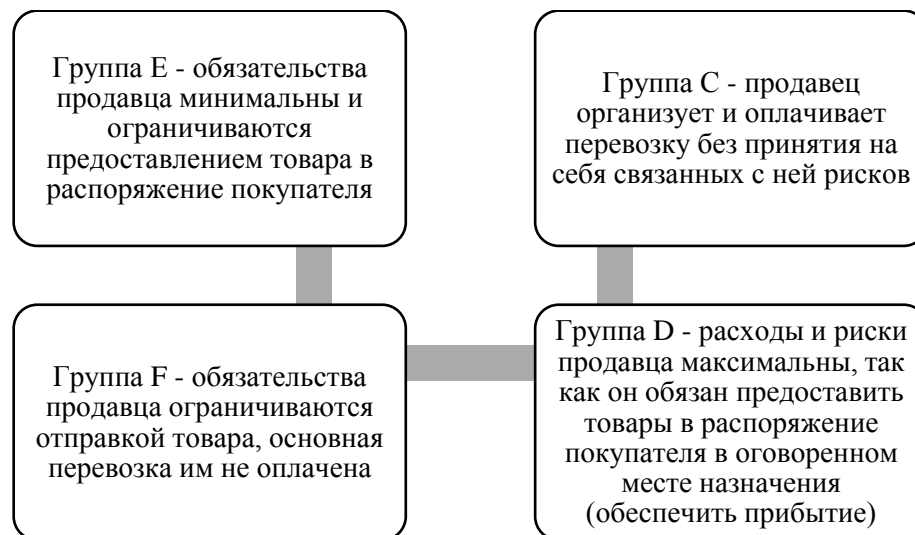


Рис.2. Описание структуры Инкотермс-2020

В Инкотермс 2020 существует 4 группы базисных условий поставок продукции (E, F, C и D). Они делятся согласно распределению обязанностей между сторонами внешнеторговой сделки. Также они могут применяться при различных видах транспорта (табл.4).

Таблица 4

Применение правил Инкотермс по видам транспорта

Правила Инкотермс-2020 для любого вида транспорта	Правила Инкотермс-2020 для морского и водного вида транспорта
EXW - «Ex Works / Франко завод» FCA - «Free Carrier / Франко перевозчик» CPT - «Carriage Paid to / Перевозка оплачена до» CIP - «Carriage and Insurance Paid to / Перевозка и страхование оплачены до» DPU - «Delivered Named Place Unloaded / Поставка на место выгрузки» DAP - «Delivered at Place / Поставка в месте назначения» DDP - «Delivered Duty Paid / Поставка с оплатой пошлин»	FAS - «Free Alongside Ship / Свободно вдоль борта судна» FOB - «Free on Board / Свободно на борту» CFR - «Cost and Freight / Стоимость и фрахт» CIF - «Cost Insurance and Freight / Стоимость, страхование и фрахт»

Первая группа включает семь терминов, которые могут быть использованы независимо от выбранного способа перевозки и независимо от того, используется один или несколько видов транспорта.

Во второй группе терминов Инкотермс оба - пункт поставки и место, с которых товар перевозится покупателем, является портами, и поэтому эти термины называются «морские и внутренние водные правила».

Внутри групп основные обязательства различаются незначительно. Например, в группе С по базисам CIF и CIP продавец обязан дополнительно застраховать товар, а в группе D по условию DDP - уплатить импортные пошлины. Внутри групп F и D есть отличия, связанные с погрузкой (разгрузкой).

Рассмотрим характеристику каждого термина:

Группа E (Отгрузка). *Условия поставки EXW* Инкотермс 2020 расшифровывается «Ex Works» named place, переводится «Франко завод» указанное название места. Продавец обязан: предоставить готовый к отгрузке товар. Покупатель обязан: выполнить экспортное, импортное таможенное оформление и доставить товар. Риски переходят в момент передачи товара на складе продавца. Основное отличие - базис поставки EXW возлагает на продавца минимальные обязанности.

Группа F (Основная перевозка оплачена покупателем)

Условия поставки FCA Инкотермс 2020 - расшифровывается «Free Carrier» named place переводится «Франко перевозчик» указанное название места. Продавец обязан: выполнить экспортное таможенное оформление и отгрузить товар перевозчику назначенному покупателем. Покупатель обязан: доставить товар и выполнить импортное таможенное оформление. Риски переходят в момент передачи продавцом товара перевозчику.

Условия поставки FAS Инкотермс 2020 - расшифровывается «Free Alongside Ship» named port of shipment переводится «Свободно вдоль борта судна» указанный порт отгрузки. Продавец обязан: выполнить экспортное таможенное оформление и разместить товар в порту отгрузки вдоль борта

судна указанного покупателем. Покупатель обязан: погрузить товар на судно и доставить в порт разгрузки, а также выполнить импортное таможенное оформление. Риски переходят в порту в момент размещения товара вдоль борта судна.

Условия поставки FOB Инкотермс 2020 - расшифровывается «Free On Board» named port of shipment переводится «Свободно на борту» указанный порт отгрузки. Продавец обязан: выполнить экспортное таможенное оформление, доставить товар в порт отгрузки и погрузить на борт судна указанного покупателем. Покупатель обязан: доставить товар в порт разгрузки, а также выполнить импортное таможенное оформление. Риски переходят на борту судна с момента полной погрузки.

Группа С (Основная перевозка оплачена продавцом)

Условия поставки CFR Инкотермс 2020 - расшифровывается «Cost and Freight» named port of destination переводится «Стоимость и фрахт» указанный порт назначения. Продавец обязан: выполнить экспортное таможенное оформление, погрузить товар на борт судна и доставить в порт разгрузки. Покупатель обязан: разгрузить и принять товар в порту разгрузки, а также выполнить импортное таможенное оформление. Риски переходят на борту судна с момента полной погрузки.

Условия поставки CIF Инкотермс 2020 - расшифровывается «Cost, Insurance and Freight» named port of destination переводится «Стоимость, страхование и фрахт» указанный порт назначения. Продавец обязан: выполнить экспортное таможенное оформление, застраховать, погрузить товар на борта судна и доставить в порт разгрузки. Покупатель обязан: разгрузить и принять товар в порту разгрузки, а также выполнить импортное таможенное оформление. Риски переходят на борту судна с момента полной погрузки.

Условия поставки CIP Инкотермс 2020 - расшифровывается «Carriage and Insurance Paid to» named place of destination переводится «Фрахт/перевозка и страхование оплачены до» указанное название места назначения. Продавец

обязан: выполнить экспортное таможенное оформление, застраховать и доставить товар в согласованное место назначения. Покупатель обязан: разгрузить товар и выполнить импортное таможенное оформление. Риски переходят в момент передачи продавцом товара перевозчику.

Условия поставки CPT Инкотермс 2020 - расшифровывается «Carriage Paid To» named place of destination переводится «Фрахт/перевозка оплачены до» указанное название места назначения. Продавец обязан: выполнить экспортное таможенное оформление и доставить товар в согласованное место назначения. Покупатель обязан: разгрузить товар и выполнить импортное таможенное оформление. Риски переходят в момент передачи продавцом товара перевозчику.

Группа D (Доставка)

Условия поставки DAP Инкотермс 2020 - расшифровывается «Delivered At Point» named point of destination переводится «Поставка в пункте» указанное название места назначения. Продавец обязан: выполнить экспортное таможенное оформление и доставить товар до согласованного пункта назначения. Покупатель обязан: разгрузить товар и выполнить импортное таможенное оформление. Риски переходят в пункте назначения.

Условия поставки DPU Инкотермс 2020 - расшифровывается «Delivered Named Place Unloaded» named place of destination переводится «Поставка на место выгрузки» указанное название места назначения. Продавец обязан: выполнить экспортное таможенное оформление, доставить товар до места назначения и выгрузить его. Покупатель обязан: принять товар и выполнить импортное таможенное оформление. Риски переходят в месте назначения после полной выгрузки.

Условия поставки DDP Инкотермс 2020 - расшифровывается «Delivered Duty Paid» named place of destination переводится «Поставка с оплатой пошлины» указанное название места назначения. Продавец обязан: выполнить экспортное таможенное оформление, доставить товар до согласованного места назначения и выполнить импортное таможенное оформление с уплатой

пошлин. Покупатель обязан: разгрузить и принять товар. Риски переходят в месте назначения. Основное отличие - базис поставки DDP возлагает на продавца максимальные обязанности.

В новых правилах Инкотермс-2020 ожидалось большие изменения по сравнению с предыдущими версиями (исключение некоторых терминов, унификация по видам транспорта и т.д.), однако эти ожидания не оправдались.

Ни одного термина не было удалено или добавлено в новой редакции. Лишь один базис поставки сменил своё название: DAT переименован в DPU. При этом переименование носит скорее технический характер. Как и в предыдущей версии некоторые термины применяются только к морским (речным) перевозкам и не стали универсальными.

Вопросы для самоподготовки

1. В чем заключаются особенности транспортных услуг?
2. Каким образом классифицируют транспортные операции?
3. Какие документы регулируют морские перевозки?
4. Какие основные базисные условия включаются в контракт?
5. От чего зависит содержание транспортных соглашений?

Тема 3.4. Международные расчеты во внешнеэкономической деятельности

1. Сущность и особенности международных расчетов
2. Основные формы международных расчетов

1. Сущность и особенности международных расчетов

Международные расчеты представляют собой систему организации и регулирования платежей по денежным требованиям и обязательствам, которые появляются при осуществлении внешнеэкономической деятельности между государствами, фирмами, предприятиями и гражданами на территории разных стран.

Основными субъектами международных расчетов являются экспортеры, импортеры и банки, которые обслуживают. Они вступают в определенные отношения между собой по поводу движения товаросопроводительных документов и текущего оформления платежей. При этом главная роль в международных расчетах принадлежит банкам. В современных условиях банки выступают не только в роли посредников между экспортерами и импортерами. Они выполняют функции кредиторов, финансирующих внешнеторговые сделки, функции контроля, выступают также в роли гарантов (в зависимости от условий платежа). Банки могут выдвигать свои требования к условиям расчета и форм платежа, экспортеры и импортеры обязаны принимать во внимание[13].

Функции банков и их услуги, предоставленные предприятиям-субъектам ВЭД:

- 1) продажа и покупка для клиентов иностранной валюты;
- 2) предоставление займов в иностранной валюте;
- 3) участие в инкассировании платежей из-за границы;
- 4) участие в платежах клиентов иностранным партнерам;
- 5) ведение валютных счетов клиентов;
- 6) ведение собственных валютных счетов в банках-корреспондентах за рубежом;
- 7) оказание услуг по документарным аккредитивам;
- 8) учет переводных векселей, подлежащих оплате за рубежом;
- 9) предоставление клиенту коммерческой информации, которая представляет для него интерес.

На состояние международных расчетов влияет много *разных обстоятельств*, например, экономические и политические отношения между странами; положение страны на товарных и денежных рынках; степень государственного регулирования ВЭД и его эффективность; валютное законодательство; международные торговые правила и обычаи; состояние платежных балансов и др.

В связи с этим систему международных расчетов можно рассматривать как относительно самостоятельную, которая имеет свои особенности:

1) регулируются не только национальными нормативными и законодательными актами, но и международными законами, банковскими правилами и обычаями;

2) международные расчеты осуществляются в разных валютах.

Как известно, в настоящее время существуют три группы валют:

1. Свободно конвертируемая (обменная) валюта - свободно меняется на другие иностранные валюты;

2. Частично конвертируемая валюта (промежуточная группа) - национальная валюта, которая имеет валютные ограничения для резидентов и по отдельным видам операций;

3. Неконвертируемая валюта, которая функционирует в пределах одной страны и не обменивается на иностранные валюты.

Субъектами международных расчетов являются институциональные единицы Системы национальных счетов (СНС). Они объединены в пять групп в соответствии с основными секторами экономической деятельности, между которыми могут происходить международные платежи (табл. 1).

Таблица 1

Характеристика субъектов международных расчетов

Субъект	Характеристика
Нефинансовые корпорации	Предприятия, производящие товары для рынка и предоставляют нефинансовые услуги
Домашние хозяйства	Представлены физическими лицами, продающих свою рабочую силу, потребляют рыночные товары и услуги
Неприбыльные учреждения	Юридические лица, оказывающие нерыночные услуги домашним хозяйствам
Государственные учреждения	Институциональные единицы, которые вместе с выполнением политических функций и функций экономического регулирования производят нерыночные товары и оказывающих услуги для индивидуального и коллективного потребления, а также перераспределяют доходы
Финансовые корпорации	Это банки, финансовые компании, осуществляющие посредничество или предоставляют вспомогательные финансовые услуги.

2. Основные формы международных расчетов

Формы расчетов в системе международных финансовых отношений характеризует организационную сторону движения денежных потоков и товаров (услуг): порядок проведения операций, их документальное оформление, ответственность сторон и банков и другие.

Банки осуществляют международные расчеты по поручению своих клиентов-предприятий и организаций-участников внешнеэкономической деятельности в *четырёх основных формах*: аванс, открытый счет, инкассо, аккредитив.

Среди *факторов*, прямо или косвенно влияют на выбор форм расчетов, следует выделить следующие: вид товара; возможности банков; финансовое положение контрагентов; политическая и экономическая стабильность стран; традиции и обычаи в международной торговле данными товарами; суммы сделки.

Формы, применяемые в международных расчетах, отличаются от *степени участия банков в их проведении*: минимальная доля участия банков при банковском переводе (выполнение платежного поручения клиента), более значительна - при инкассо (контроль за передачей, пересылкой товаросопроводительных документов и выдачей их плательщику в соответствии инструкциям доверителя) и максимальная доля участия банков при аккредитиве (предоставление бенефициару платежного обязательства, реализуемого при выполнении последним основных условий, содержащихся в аккредитиве).

Недокументарные формы расчетов.

Авансовая форма расчетов. В международной практике расчетов авансовых платежей является наиболее выгодной формой для экспортера. *Аванс* - это денежная сумма или имущественная ценность, которая передается покупателем продавцу до отгрузки товара в счет выполнения обязательств по контракту. Аванс может предоставляться как в размере полной стоимости контракта (заказ), так и в виде доли, соответствующего процента от нее. Для

экспортера самым выгодным является авансовый платеж на общую сумму контракта или предоплата. В этом случае экспортер достаточно защищен от риска того, что иностранный покупатель откажется или будет несостоятельным заплатить за товар, который ему уже отгружен.

К очевидным *недостаткам* этой формы расчетов принадлежит комплексный риск импортера: риск того, что экспортер не доставит товар или доставит несвоевременно и совсем другого качества или спецификации.

Расчеты по открытому счету предусматривают периодические платежи импортера экспортеру после получения товара. Сумма текущей задолженности учитывается в книгах торговых партнеров. Эта форма международных расчетов связана с кредитом по открытому счету. Порядок расчетов определяется соглашением между контрагентами, которая предусматривает периодические платежи в сроках (после завершения поставок или перепродажи товара импортером в середине или в конце месяца). После проверки расчетов окончательное погашение задолженности по открытому счету осуществляют преимущественно с использованием банковского перевода или чека. Поэтому банковская статистика часто относит расчеты по открытому счету к банковским переводам.

Открытый счет *используют при расчетах между*: фирмами, связанными традиционными торговыми отношениями; ТНК и ее зарубежными филиалами по экспортным поставкам; экспортером и брокерской фирмой; смешанными фирмами с участием экспортера; за товары, отправленные на консигнацию для продажи со склада; за реализацию собственного товара иностранной филиала.

Расчеты по открытому счету применяют по регулярным поставкам, когда доверие усиливается длительными деловыми отношениями, а покупатель - надежная фирма.

Документарные формы международных расчетов.

Инкассо - поручение экспортера своему банку получить от импортера непосредственно или через другой банк определенную сумму или подтверждение того, что эта сумма будет выплачена в установленные сроки.

Термин «инкассо» означает обработку банками в соответствии с полученными инструкциями документов с целью: получить акцепт и / или, в зависимости от конкретного случая, оплату, или вручить документы против акцепта и / или, в зависимости от конкретного случая, против оплаты, или вручить документы на других условиях.

В зависимости от видов документов, подлежащих инкассации, выделяют:

1) *документарное инкассо* - это инкассация через банк суммы, подлежащей получить от покупателя против вручения пакета документов: финансовых документов, сопровождающихся коммерческими документами; коммерческих документов, не сопровождаются финансовыми документами;

2) *чистое инкассо* - это инкассация через банк суммы, подлежащей получить от покупателя против вручения пакета финансовых документов, не сопровождающихся коммерческими документами.

Условия и порядок проведения расчетов по инкассо предусматриваются во внешнеэкономическом договоре (контракте) между бенефициаром и плательщиком. Расчеты по инкассо регулируются *Унифицированными правилами по инкассо в редакции 1996 года (публикация Международной торговой палаты № 522)*.

Унифицированные правила определяют:

- права и обязанности сторон, участвующих в операции инкассо;
- виды инкассо;
- порядок представления документов к платежу;
- порядок осуществления платежа и акцепта;
- механизм уведомления об осуществлении платежа / акцепта или неплатежа / неакцепта.

Правила и определения унифицированных правил являются обязательными, если они не противоречат: взаимным договоренностям между контрагентами; национальному, государственному, местному законодательству, от которого нельзя отступить.

Стороны, участвующие в операции документарного инкассо (табл.2).

Таблица 2

Характеристика сторон инкассовой операции

Сторона	Описание
Доверитель	Клиент (продавец, экспортер), что поручает своему банку проведение операции по инкассо и представляет в банк документы с соответствующим инкассовым поручением
Банк-ремитент	Банк, которому доверитель поручил операцию по инкассо (банк экспортера) он направляет документы в соответствии с инкассовым поручением инкассирующему банку в стране покупателя (импортера)
Инкассирующий банк	Банк импортера (банк, представляющий документы) осуществляет инкассирование сумм платежа или получения акцепта в соответствии с требованиями инкассового поручения, полученного от банка, принявший документы
Платательщик	Покупатель (импортер), который оплачивает инкассовые документы.

Преимущества документарного инкассо. *Для импортера:*

- он реализует платеж (акцептует тратту) и почти одновременно с этим получает отгруженный товар в свое полное распоряжение;
- не происходит отвлечение денежных средств из его активного обращения;
- возможность инспектирования товара при получении предварительного согласия экспортера;

Для экспортера:

- документарное инкассо менее рискованное, чем расчеты банковским переводом, поскольку документы не переходят в распоряжение импортера до совершения им платежа или акцепта тратты;
- снижение риска потери документов в дороге или риска их получения несанкционированными сторонами;
- в случае неуплаты / акцепта инкассирующий банк при наличии соответствующих инструкций экспортера может организовать хранение, страхование и перепродажа товара;
- простота совершения сделки и относительно небольшие затраты на проведение расчетов с помощью документарного инкассо.

Недостатки документарного инкассо. *Для импортера:*

- документы передаются через банк, поэтому он не сможет получить их в свое полное распоряжение к платежу или акцепта тратты;

Для экспортера:

- вероятность риска изменений в финансовом положении покупателя, то есть риск того, что к моменту получения документов банком импортера покупатель окажется неплатежеспособным;

- отказ покупателя оплатить документы приводит к необходимости поиска других покупателей или транспортировки в страны экспортера, что во всех случаях связано со значительными техническими трудностями, временными и денежными затратами;

- значительный разрыв во времени между отгрузкой товара и получением платежа, замедляет оборачиваемость средств продавца.

Документарный аккредитив - это форма расчетов, при которой банк-эмитент по поручению своего клиента (заявителя, приказодателя, эмитента аккредитива) или от своего имени обязан:

- выполнить платеж третьему лицу (бенефициару) за поставленные товары, выполненные работы и оказанные услуги;

- предоставить полномочия другому (исполняющему) банку осуществить этот платеж против предусмотренных документов при соблюдении сроков и условий аккредитива.

Условия и порядок проведения расчетов по аккредитивам предусматриваются во внешнеэкономическом договоре (контракте) между бенефициаром и заявителем. *Расчеты по аккредитивам регулируются Унифицированными правилами и обычаями для документарных аккредитивов в редакции 1993 г. (публикация Международной торговой палаты № 500).*

Унифицированные правила определяют: виды и типы аккредитивов; способ и порядок исполнения и передачи аккредитивов; обязательства и ответственность банков; условия, которым должны отвечать документы, которые подаются по аккредитиву; толкования различных терминов.

Унифицированные правила являются составной частью каждого документарного аккредитива, о чем свидетельствует соответствующее примечание, которая включается в текст аккредитива. *Основные стороны, участвующие в расчетах аккредитивами* (табл.3).

Таблица 3

Характеристика сторон аккредитивной операции

Сторона	Описание
Заявитель	Импортер, покупатель, плательщик, заявитель, эмитент, приказодатель - юридическое лицо, по поручению которого банк-эмитент открывает аккредитив
Бенефициар	Экспортер, продавец - юридическое лицо, в пользу которого открыт аккредитив
Банк-эмитент	Банк плательщика, открывающий аккредитив по поручению своего клиента
Авизирующий банк	Банк в стране продавца, который в ответ на обращение банка-эмитента авизует (сообщает) условия аккредитива бенефициару без обязательств выполнить платеж, или акцептовать переводной вексель (тратту), выписанный в соответствии с условиями аккредитива
Исполняющий банк	Банк-эмитент, или другой (как правило, подтверждающий) банк, уполномоченный банком-эмитентом произвести платеж, принять на себя обязательства по платежу с отсрочкой, акцептовать либо неогоцировать траты против документов, которые по внешним признакам соответствуют условиям аккредитива
Подтверждающий банк	Банк, уполномоченный банком-эмитентом, или к которому обратился банк-эмитент с просьбой добавить свое подтверждение относительно обязательства такого банка осуществить платеж, акцептовать либо неогоцировать траты против документов, которые по внешним признакам соответствуют условиям аккредитива, и которому банк-эмитент обязуется предоставить возмещение. Подтверждающий банк принимает на себя и несет такие же обязательства, как и банк-эмитент;
Рамбурсирующий банк	Банк, который назначается банком-эмитентом для предоставления возмещения по платежам по аккредитиву. Рамбурс - требование платежа по аккредитиву, направляется исполняющим банком в адрес банка-эмитента, или другого (рамбурсирующего) банка, которому банк-эмитент предоставил полномочия осуществить возмещение по платежам по аккредитиву.

Виды аккредитивов в международной практике:

1. *Отзывной аккредитив* - аккредитив, который может быть изменен или аннулирован банком-эмитентом, по приказу заявителя, в любой момент без предварительного согласования с бенефициаром. Отзыв аккредитива невозможен только в случае, когда банк-эмитент или подтверждающий банк уже выплатил против предоставления бенефициаром документов в полном соответствии с условиями аккредитива.

2. *Безотзывный аккредитив* - аккредитив, который может быть изменен или аннулирован только с согласия бенефициара, в пользу которого он был открыт. В аккредитиве должно быть четко указано, является ли он отзывным или безотзывным. При отсутствии такого указания аккредитив будет считаться безотзывным.

3. *Подтвержденный аккредитив* - аккредитив, оплата по которому гарантирована, кроме банка-эмитента, другим (подтверждающим) банком.

4. *Неподтвержденный аккредитив* - аккредитив, оплата по которому гарантирована только банком-эмитентом.

5. *Непокрытый аккредитив:*

- с точки зрения покрытия обязательств клиента перед банком-эмитентом, это аккредитив, при открытии которого клиент не предоставляет в распоряжение банка-эмитента валютных средств (покрытия);

- с точки зрения покрытия обязательств банка-эмитента перед подтверждающим (исполняющим) банком - это аккредитив, при открытии которого банк-эмитент не предоставляет предварительно в распоряжение подтверждающего (исполняющего) банка валютные средства (покрытие).

6. *Покрытый аккредитив:*

- с точки зрения покрытия обязательств клиента перед банком-эмитентом, это аккредитив, при открытии которого клиент предоставляет в распоряжение банка-эмитента валютные средства (покрытие);

- с точки зрения покрытия обязательств банка-эмитента перед подтверждающим (исполняющим) банком - это аккредитив, при открытии которого банк-эмитент предоставляет предварительно в распоряжение

подтверждающего (исполняющего) банка валютные средства (покрытие) на срок действия обязательств банка-эмитента с условием их использования для выплат по аккредитиву.

Вопросы для самоподготовки

1. Что такое «международные расчеты»?
2. Какую роль играют банки в международной деятельности?
3. Какие услуги могут предоставлять банки субъектам ВЭД в условиях рыночной экономики?
4. Какие формы расчетов выделяются в банковской практике?
5. В чем заключается сущность открытого счета?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Внешнеэкономическая сфера представляет собой сложную систему взаимодействия различных субъектов, регламентируемую нормами национального и международного права. Внешнеэкономические отношения в условиях существенного расширения и активизации международных связей перестали быть монополией государства и требуют управленческих навыков среди предприятий-субъектов ВЭД.

Данный конспект лекций ориентирован на получение обучающимися комплекса теоретических знаний о менеджменте в сфере внешнеэкономической деятельности, с акцентом на организацию и технику внешнеэкономических операций, основные правовые аспекты, а также выработку практических навыков по применению национальных и международных нормативных документов.

Особое внимание обращается на изучение основных понятий, форм и механизмов управления внешнеэкономической деятельностью, организационно-правовых и экономических условий выбора иностранного партнера, содержания и особенностей разделов внешнеэкономических контрактов, порядка заключения внешнеэкономических сделок и проведения внешнеэкономических операций, а также базисных условий поставок (Инкотермс).

Специалист, в достаточном объеме владеющий знаниями в сфере внешнеэкономической деятельности, всегда будет самодостаточным и самостоятельным в своих действиях, своевременно и грамотно сможет принять эффективные управленческие решения и спрогнозировать последствия принимаемых решений применительно к конкретной ситуации.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. **Алексеев, И.С.** Внешнеэкономическая деятельность / И.С. Алексеев. – М. : Дашков и К, 2012. – 304 с. - Текст : непосредственный.
2. **Аникеева-Науменко, Л.О.** Пересветова Е.Б. Международный маркетинг: Учебное пособие для бакалавров по направлению «Экономика», «Менеджмент»/ Л.О. Аникеева- Науменко, Е.Б. Пересветова – М. : МГУПС (МИИТ), 2015. – 79 с. - Текст: непосредственный.
3. **Анищенко, А.И.** Инкотермс: рекомендации по практическому применению : договорная практика / А.И. Анищенко, О.Ю. Красотенко. - Текст: непосредственный // Промышленно-торговое право. – 2011. – № 9. – С. 63–66.
4. Внешнеторговая политика : учеб. пособие / С.Н. Лебедева, О.В. Морозова, М.В. Тимошенко. – Минск : Изд-во Гревцова, 2014. – 160 с. - Текст: непосредственный.
5. **Жудро, М.К.** Внешнеэкономическая деятельность: практикум : учеб. пособие для вузов / М.К. Жудро. – Минск : Изд-во Гревцова, 2010. – 164 с. - Текст: непосредственный.
6. **Казанцева, Н.К.** Подтверждение соответствия во внешнеэкономической деятельности: Общие понятия и международное регулирование торговли: учебное пособие / Н.К. Казанцева. — Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2017. — 116 с. - Текст: непосредственный.
7. **Колесников, А.А.** Внешнеэкономическая деятельность : учеб. пособие / А.А. Колесников. – Минск : РИПО, 2012. – 283 с.- Текст: непосредственный.
8. **Колесников, А.А.** Внешнеэкономическая деятельность: учеб. пособие / А. А. Колесников, О. В. Морозова; М-во трансп. и коммуникаций Респ. Беларусь, Белорус. гос. ун-т трансп. – Гомель : БелГУТ, 2018. – 410 с. - Текст: непосредственный.

9. **Кудрявец, Ю.Н.** Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности: учеб.-метод. пособие / Ю. Н. Кудрявец. – Минск : БГУ, 2015. – 203 с. - Текст: непосредственный.

10. **Кулаков, В.Н.** Внешнеэкономическая деятельность. Курс лекций: учебно-методическое пособие / В. Н. Кулаков. – Горки : БГСХА, 2018. – 172 с. - Текст: непосредственный.

11. **Лиман, И.А.** Методическое пособие для экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства ХМАО – Югры: «Организация внешнеэкономической деятельности предприятий малого и среднего предпринимательства» Екатеринбург : ООО «Пресс групп», 2015. – 37 с. - Текст: непосредственный.

12. **Плотницкий, М.И.** Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность: учеб. пособие /М. И. Плотницкий [и др.]; под общ. ред. М.И. Плотницкого, Г.В. Турбана. – Минск : Мисанта, 2010. – 614 с. - Текст: непосредственный.

13. **Прокушев, Е.Ф.** Внешнеэкономическая деятельность: учебник и практикум для прикладного бакалавриата. 9-е. изд., перераб. и доп. / Е.Ф. Прокушев, А.А. Костин. – М. : Издательство Юрайт, 2016. - 412 с. - Текст: непосредственный.

14. **Рязанцев, С.В.** Основы внешнеэкономической деятельности в Российской Федерации : учебное пособие / коллектив авторов; под общ. ред. С.В. Рязанцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : КНОРУС, 2018. — 204 с. - Текст: непосредственный.

15. **Трубилин, А.И.** Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебное пособие / А.И. Трубилин, А.Б. Мельников, Н.В. Фалина. – Краснодар, ГКАУ, 2011. – 221 с. - Текст: электронный

16. **Федотова, О.В.** Международный маркетинг [Текст]: учебное пособие / О.В. Федотова, О.А. Табекина; Нижегород. гос. архит.-строит. ун-т – Н.Новгород : ННГАСУ, 2012. – 194 с.- Текст: электронный.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Типовой договор коммерческой концессии в соответствии с
Гражданским кодексом РФ

1. Предмет договора

Предметом договора коммерческой концессии (франчайзинга) являются те самые исключительные права, которые подлежат передаче пользователю: право на фирменное наименование, коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания, коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау).

Объем, в котором будут использоваться исключительные права, определяется в договоре. Условие о предмете является существенным (обязательным) для договора, без указания которого договор не будет иметь юридической силы.

2. Стороны договора.

Сторонами договора могут быть как юридические лица, так и индивидуальные предприниматели.

3. Форма договора.

Договор должен быть заключен в письменной форме. Помимо этого, договор необходимо будет зарегистрировать в Федеральной службе по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (ФГУ ФИПС). Если Вы пренебрежете этими требованиями, договор будет считаться незаключенным.

4. Вознаграждение (роялти).

Определение размера и формы вознаграждения является существенным (обязательным) условием договора. Вознаграждение может выплачиваться в форме фиксированных разовых или периодических платежей, отчислений от выручки, наценки на оптовую цену товаров, передаваемых правообладателем для перепродажи, или в иной форме, предусмотренной договором.

5. Права и обязанности сторон.

а) правообладателя:

- передать пользователю техническую и коммерческую документацию и предоставить иную информацию, необходимую пользователю для осуществления прав по договору;
- проинструктировать пользователя и его работников по вопросам, связанным с осуществлением этих прав;
- обеспечить государственную регистрацию договора коммерческой концессии;
- оказывать пользователю постоянное техническое и консультативное содействие, включая содействие в обучении и повышении квалификации работников;
- контролировать качество товаров (работ, услуг), производимых (выполняемых, оказываемых) пользователем на основании договора коммерческой концессии, если договором не предусмотрено иное.

б) пользователя:

- использовать при осуществлении предусмотренной договором деятельности коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания или иное средство индивидуализации правообладателя указанным в договоре образом;

- обеспечивать соответствие качества производимых им на основе договора товаров, работ, услуг качеству аналогичных товаров, работ или услуг, производимых, правообладателем;

- соблюдать инструкции и указания правообладателя, направленные на обеспечение соответствия характера, способов и условий использования комплекса исключительных прав тому, как он используется правообладателем (в том числе указания, касающиеся внешнего и внутреннего оформления коммерческих помещений, используемых пользователем);

- оказывать покупателям (заказчикам) все дополнительные услуги, на которые они могли бы рассчитывать, приобретая (заказывая) товар (работу, услугу) непосредственно у правообладателя;

- не разглашать секреты производства (ноу-хау) правообладателя и другую полученную от него конфиденциальную коммерческую информацию;

- предоставить оговоренное количество субконцессий, если такая обязанность предусмотрена договором;

- информировать покупателей (заказчиков) наиболее очевидным для них способом о том, что он использует коммерческое обозначение, товарный знак, знак обслуживания или иное средство индивидуализации в силу договора коммерческой концессии.

6. Ограничения прав сторон.

Эти обязанности (п.5) должны исполняться независимо от того, указаны ли они в договоре или нет. Однако помимо них стороны могут установить и другие обязанности, которые на их взгляд необходимы для исполнения условий договора. Так, например, стороны могут ограничить права друг друга, предусмотрев:

- обязательство правообладателя не предоставлять другим лицам аналогичные права на определенной территории либо воздерживаться от собственной аналогичной деятельности на этой территории;

- обязательство пользователя не конкурировать с правообладателем на территории, на которую распространяется действие договора коммерческой концессии в отношении предпринимательской деятельности, осуществляемой пользователем с использованием принадлежащих правообладателю исключительных прав;

- отказ пользователя от получения по договорам коммерческой концессии аналогичных прав у конкурентов (потенциальных конкурентов) правообладателя;

- обязательство пользователя согласовывать с правообладателем место расположения коммерческих помещений, используемых при осуществлении предоставленных по договору исключительных прав, а также их внешнее и внутреннее оформление.

Стоит иметь в виду, что эти условия могут быть признаны недействительными по требованию антимонопольного органа, если они противоречат антимонопольному законодательству. Также не стоит злоупотреблять возможностью ограничить права другой стороны. Так будут признаны ничтожными следующие ограничения, в силу которых:

- правообладатель вправе определять цену продажи товара пользователем или цену работ (услуг), выполняемых (оказываемых) пользователем, либо устанавливать верхний или нижний предел этих цен;

- пользователь вправе продавать товары, выполнять работы или оказывать услуги исключительно определенной категории покупателей (заказчиков) либо исключительно

покупателям (заказчикам), имеющим место нахождения (место жительства) на определенной в договоре территории.

7. Срок действия договора.

Договор может быть заключен на определенный срок или без указания такого срока. В том случае, когда срок в договоре определен, пользователь в течение 3-х лет имеет преимущественное право заключить новый договор с правообладателем на условиях, не менее благоприятных, чем условия прекратившегося договора. Если правообладатель нарушит это правило: откажет в заключении нового договора или заключит договор с другим пользователем, пользователь сможет признать этот договор недействительным и заключить новый договор с ним или потребовать возместить понесенные убытки.

10. Субконцессия.

Договором может быть предусмотрено условие о субконцессии. Это означает, что пользователь может не только сам использовать весь комплекс прав по договору, но и передать его за вознаграждение другим предпринимателям и организациям. Для этого пользователю необходимо заключить договор коммерческой субконцессии с третьим лицом. Такой договор может быть заключен на срок, который не превышает срок основного договора коммерческой концессии.

8. Изменение договора.

По общему правилу договор подлежит изменению в случае существенного изменения обстоятельств (нерентабельность бизнеса, нарушение условий договора и т.д.). Вы сами можете указать эти обстоятельства в договоре. Любые изменения в договоре необходимо будет зарегистрировать в ФГУ ФИПС.

9. Прекращение договора.

Если договор был заключен на неопределенный срок, то право его прекратить его исполнение имеет каждая сторона. Для этого ей необходимо уведомить другую сторону за 6 месяцев (срок Вы сами можете установить в договоре).

Возможны и другие основания прекращения договора:

- истечение срока, на который заключался договор;
- прекращения принадлежащего правообладателю права на товарный знак, знак обслуживания или на коммерческое обозначение, когда такое право входит в комплекс исключительных прав, предоставленных пользователю, без замены его новым аналогичным правом;
- при объявлении правообладателя или пользователя несостоятельным (банкротом);
- в случае смерти правообладателя, если его наследник не регистрируется в течение шести месяцев со дня открытия наследства в качестве индивидуального предпринимателя.

Если какое-либо исключительное право, входящее в предоставленный пользователю комплекс исключительных прав, перейдет от правообладателя к другому лицу, такой переход не будет являться основанием для изменения или расторжения договора коммерческой концессии.

10. Ответственность.

Правообладатель несет ответственность по предъявляемым к пользователю требованиям о несоответствии качества товаров, продаваемых пользователем по договору коммерческой концессии, наряду с пользователем.