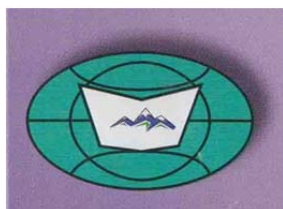


Учебный научно-производственный комплекс
«Международный университет Кыргызстана»
Кафедра «Экономики и бизнеса»

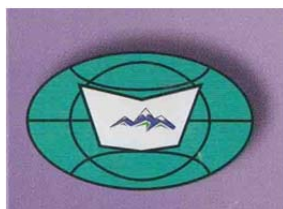


Акаев Б.Б.

Учебно-методическое пособие
для студентов специализации «Экономика»
по изучению дисциплины
«Основы международного бизнеса»

Бишкек 2015

Учебный научно-производственный комплекс
«Международный университет Кыргызстана»
Кафедра «Экономики и бизнеса»



Акаев Б.Б.

Учебно-методическое пособие
для студентов специализации «Экономика»
по изучению дисциплины
«Основы международного бизнеса»

Бишкек 2015

УДК 330
ББК
Д

Акаев Б.Б.

Учебно-методическое пособие по изучению учебного направления
«Основы международного бизнеса» для студентов специализации
«Экономика». к.э.н. Акаев Б.Б., - Б.: 2015. - с.

ISBN

Данное учебно-методическое пособие подготовлено в рамках оказания помощи студентам, аспирантам, слушателям системы послевузовского образования интересующихся и занимающихся изучением основ международного бизнеса, а также современными мирохозяйственными связями.

В пособии предлагается рассмотреть теоретические и практические аспекты формирования основ международного бизнеса, тенденции их развития. В тематический план лекций изучаемой дисциплины включены такие направления как международный маркетинг, современное тарифно-таможенное регулирование, зарубежный опыт, законодательное обеспечение, роль государства и его структур, ряд других направлений в развитии международного бизнеса в рамках совершенствования международных экономических отношений и др..

УДК 330
ББК 65.497

© Акаев Б.Б. 2015

Введение

Место дисциплины в основной образовательной программе (ООП):

Дисциплина «Основы международного бизнеса» изучается студентами направления «Экономика» входит в обязательный объем изучаемых специальных дисциплин Государственного образовательного стандарта. УМК ориентируется для преподавания студентам.

Цели изучения дисциплины:

В условиях рыночных взаимоотношений, интеграции международных экономических систем в мировую экономику важное место отводится формированию у молодых специалистов, студентов экономического профиля системного понимания основных теоретических и профилактических аспектов современных международных экономических отношений, основ международного бизнеса, ориентирования в мирохозяйственной и национальной среде их формирования, базисных характеристик и тенденций развития международной торговли товарами, услугами, технологиями, миграции капиталов и рабочей силы, понимания инновационной трактовки международного бизнеса, его видов и форм, а также процесса организации.

Методические рекомендации по изучению дисциплины.

В ходе изучения дисциплины преподавателям и студентам рекомендуется:

- знать экономические, организационные, правовые и социальные аспекты трактовки основ международного бизнеса;
- понимания инновационной трактовки основ международного бизнеса;
- знать и разбираться в методиках государственного участия и регулирования процессов международного бизнеса, в рамках действующих законодательных и нормативных актов;
- формировать управленческие навыки в развитии сферы основ международного бизнеса;

Требования к уровню освоения дисциплины

Виды учебной деятельности студента: лекции, практические занятия, семинары, самостоятельная работа студентов под руководством преподавателя, (СРСП), решение ситуационных задач, написание рефератов, индивидуальные и групповые презентации, тестирование;

Лекция – главное звено обучающего цикла. Ее цель – формирование у студентов ориентированной основы для последующего усвоения учебного материала для выполнения СРСП и самостоятельной работы.

Лекции выстраиваются и отвечают следующим требованиям:

- изложение материала от простого к сложному, от известного к неизвестному;
- четкость, логичность и ясность в изложении материала;
- возможность проблемного изложения, дискуссии, диалога с целью активизации деятельности студентов;

При подготовке к экзамену (зачету) рекомендуется:

- опираться в смысловой части лекции, практических занятий на подлинные факты, события, статистические данные (международного и отечественного содержания);

- осуществлять тесную связь теоретических положений и выводов с практикой и будущей профессиональной деятельностью студентов.

В рамках данной дисциплины кроме проведения лекции также рекомендуется проводить занятия с такой формой обучения, как «дискуссия», т.е. целенаправленный упорядоченный обмен идеями, суждениями, мнениями в группе с целью выяснения и сопоставления разных точек зрения, поиска, нахождения правильного решения спорных вопросов, проблем.

Практическое занятие – одна из форм учебного занятия, направленная на развитие самостоятельности учащихся, приобретения последующих знаний, навыков. Практические занятия по отдельным дисциплинам рекомендуется проводить в форме семинаров, что позволяет привить студентам практические навыки самостоятельной работы с научной литературой, получить опыт публичных выступлений.

Семинар – составная часть учебного процесса, групповая форма занятия при активном участии студентов. Семинары способствуют углубленному изучению наиболее сложных проблем дисциплины и служат основной формой подведения самостоятельной работы студентов. Предусматриваются краткие сообщения студентов о прослушанных лекциях, а также краткая контрольная работа (1 – 2 вопроса).

Методы изучения дисциплины – изучение данной дисциплины предполагает использование таких методов: практического, описательного, информационно-поискового, презентации заданий, групповая работа студентов, деловая игра.

На современном этапе под бизнесом принято понимать экономическую деятельность, дающую прибыль, или любой вид деятельности, приносящий доход или иные личные выгоды.

В лекциях учебной дисциплины «Основы международного бизнеса» (ОМБ) предлагаемой учебно-методическим пособием в основных чертах рассматриваются в узком смысле, понимание бизнеса за рубежом, глобальный бизнес, совместное предпринимательство, и широко, как совокупность бизнеса созданного за пределами национальных границ, а также различных форм и видов международного экономического взаимодействия хозяйствующих субъектов из разных стран.

В последующих лекциях рассматриваются основные понятия международного бизнеса, его содержание, формы и методы, специально исследуются такие условия эффективного международного бизнеса, как маркетинг, логистика, страхование, стандартизация и сертификация. Значительное внимание уделено международному опыту. В одном из разделов рассматривается международная практика государственного регулирования МБ, в т.ч. КР, а также регулирования тарифно-таможенными инструментами, раскрывается специфика МБ в контексте деловой культуры.

В лекциях представлены не только содержание основных понятий в области МБ, но и особенности выхода на мировой рынок предприятий и субъектов МБ в современных условиях, поиска ими зарубежных партнеров, формы их международной активности.

В отдельных лекциях представлен статистический материал, в т.ч. в табличном виде, графиках.

Тема 1. Международный бизнес и особенности его организации во внешнеэкономической среде.

1.1. Бизнес:

- цели и значение бизнеса
- условия ведения бизнеса
- инновационный бизнес-проект

1.2. Сущность и классификационные виды международного бизнеса (МБ). Внешнеэкономическая деятельность государств как основа развития МБ, понятие и формы ВЭД

1.1. Бизнес:

Цели и значения бизнеса.

На современном этапе под бизнесом принято понимать экономическую деятельность, дающую прибыль, или любой вид деятельности, приносящий доход или иные личные выгоды.

По своему характеру бизнес делится на следующие виды: венчурный, военный, гостиничный, игорный, грязный, контрабандный, малый, международный, ресторанный, теневой, транзитный, туристический и т.п.

При этом под венчурным бизнесом понимается сфера предпринимательской деятельности, связанная с реализацией рискованных проектов, рискованных инвестиций, главным образом, в области научно-технических новинок. Финансирование принимают на себя банки, инвестиционные компании, специализированные венчурные фирмы или юридически самостоятельные организации, обычно в форме обществ с ограниченной ответственностью. Отраслевая принадлежность предлагаемых авторами проектов технических новинок роли не играет. Этот вид бизнеса связан с большим риском, поэтому его часто называют рискованным.

Военным бизнесом называют предпринимательскую деятельность с целью получения прибыли в военной сфере.

Бизнес гостиничный - предпринимательская деятельность, связанная с оказанием гостиничных услуг населению.

Игорный бизнес представляет собой предпринимательскую деятельность (развитая игорная индустрия, бизнес), не являющую реализацией продукции (товаров, работ, услуг), связанной с увеличением игорным заведением от участия в азартных играх и пари дохода в виде выигрыша и платы за их проведение.

Бизнес грязный или преступный - это бизнес, связанный с нарушением закона. Сюда же можно отнести и контрабандный бизнес, то есть бизнес, связанный с провозом контрабанды.

Распространенным видом является малый бизнес. Это принятое обозначение совокупности мелких и средних частных предприятий, прямо не входящих ни в одно монополистическое объединение и выполняющих подчиненную по отношению к монополистической роли в экономике. Основная часть внешнеэкономических связей также приходится на

малый бизнес развитых стран. Кстати международный бизнес также есть предпринимательская деятельность, связанная с использованием капитала в различных формах и преимуществ повышенной деловой активности: осуществляется в целях извлечения прибыли и распространяется на международную экономическую сферу.

Ресторанный бизнес - предпринимательская деятельность, связанная с созданием сети ресторанов, столовых, кафе и баров.

Имеет место в жизни и теневой бизнес, который связан с укрыванием своей деятельности от налогов.

Бизнес транзитный - операции, в которых банки берут у нерезидентов депозиты в иностранной валюте для предоставления кредитов другим нерезидентам.

Туристический бизнес - предпринимательская деятельность, связанная с оказанием туристических услуг населению.

Бизнес-клуб - клуб деловых людей, предпринимателей. Бизнес-центр - деловой центр.

Предприниматель, коммерсант, который занимается любым законным видом экономической деятельности, приносящей прибыль или иные выгоды, называется бизнесменом (англ. businessman). И он в отличие от муравья свою работу начинает с разработки плана деятельности, который принято называть бизнес-планом.

Бизнес-план - внутрифирменный документ, представляющий основные аспекты разрабатываемого коммерческого мероприятия, анализ возникающих проблем, возможные «препятствия» и методы их преодоления, показатели-индикаторы, по которым целесообразно слежение за текущим состоянием дел. Служит основанием для предоставления кредита, является средством анализа коммерческого проекта на его реалистичность и эффективность. Разработка бизнес-плана осуществляется по принципу «первого руководителя» и личного участия руководителя фирмы или предпринимателя.

Структура включает: а) резюме, представляющее преимущества проекта и финансовые результаты, ожидаемые от его реализации; б) конфиденциальный меморандум; в) описание предприятия и отрасли; г) основную часть бизнес-плана, состоящую из 10 разделов: 1) описывает товары (услуги), ради которых задумывается проект, и факторы, обеспечивающие достижение конкурентоспособности; 2) определяет рынки сбыта на основании оценки потенциальной емкости рынка, собственной доли на нем, прогноз объемов продаж и цены товаров (услуг); 3) информация о возможных конкурентах (качество их товаров, цены); 4) основные элементы маркетинга (схема распространения товаров, ценообразование, методы стимулирования продаж и др.); 5) план производства товаров (услуг) совместно со схемой производственных связей, процессов контроля качества продукции и оценкой возможных издержек производства; б) организация дела в целом и работы план, определяющий организационно-правовую форму проекта; 8) оценка и прогнозирование рисков, и управление ими; 9) финансовый план, обобщающий все данные по проекту и представляющий их в стоимостном выражении; 10) стратегия финансирования в виде плана получения средств (откуда и в какой форме намечается получить денежные суммы для реализации проекта, ожидаемое время возврата вложенных средств и получения дохода инвесторами).

Огромную роль при разработке бизнес-плана играет **бизнес-статистика**. Это применение статистических методов учета и анализа на уровне отдельной фирмы (предприятия) в целях оценки и анализа состояния и развития локального рынка, характеристики собственного рыночного потенциала и коммерческих возможностей, информационно-

аналитического обеспечения разработки инвестиционной, производственной и торговой программ.

В условиях Кыргызстана исключительную популярность приобретают **бизнес-инкубаторы**. Иногда их называют «инкубаторами новых фирм», которые представляют форму поддержки развития местных небольших новых компаний со стороны региональных органов управления с непосредственным участием местных или международных спонсоров, которые контролируют и направляют работу «инкубаторов». Клиентами «инкубаторов» являются инновационные малые фирмы, производители новой техники, консалтинговые фирмы. «Инкубаторы» часто участвуют в собственности фирм клиентов.

Виды бизнеса

Бизнесмен или свободный предприниматель выполняет очень важную и обособленную функцию по непрерывному обновлению экономики и формированию в ней инновационной сферы. Такая деятельность происходит в виде специально определенной экономико-управленческой формы, то есть в фирме или организации.

Фирмы бывают: аудиторская, биржевая, венчурная, внедренческая, внешнеторговая, консультационная, лизинговая, посредническая, промышленная, торговая, туристическая, страховая.

Роль малого и среднего бизнеса в экономике.

Как отмечалось ранее, Кыргызстан является страной с переходной экономикой. А в таких условиях уровень развития малого и среднего бизнеса становится важным показателем эффективности проводимых в стране реформ. Активизация малого и среднего бизнеса в республике может привести к следующим результатам: увеличение новых рабочих мест за счет образования инновационных предприятий; создание конкурентной среды; увеличение оказания услуг за счет расширения ассортимента товаров; ускорение внедрения достижения науки и техники в производство; повышение активности нововведений; на основе расширения налоговой базы обеспечение роста доходной части государственного бюджета и т.д.

Еще одна особенность малого бизнеса - это их мобильность. В отличие от крупных предприятий, они могут быстро изменить вид производства. Они способны оперативно преобразовать производство с учетом изменений в структуре потребителя или нововведений в технологии.

Деятельность малого бизнеса, так же как и у других хозяйств регулируется нормативно-правовыми актами. Основой правовых норм, регулирующих предпринимательство, служат закрепленные в Конституции положения о частной собственности, о личной свободе и о правах человека. В 1991 году Жогорку Кеңешем был принят Закон «Об общих основах отделимости собственности от государства, приватизации и предпринимательства в Кыргызской Республике». В последующем он послужил основой для принятия более -О подзаконных актов.

В 1998 году Правительство Кыргызской Республики своим постановлением №78 утвердило Государственный классификатор, в соответствии с которым на малом предприятии, в среднегодовом исчислении, должны работать: в сельском хозяйстве, лесном хозяйстве, рыболовстве, промышленности, в производстве и распределении энергии, газа и

воды, строительстве - до 50 человек; в сфере услуг - до 15 человек (на среднем предприятии в данной отрасли - от 16 до 50 человек).

Таблица 1.1

Основные показатели развития малого и среднего бизнеса
в Кыргызской Республике, тыс.

	2011 г.	2012 г.
Всего	12211	11932
Малые предприятия	11371	11125
Средние предприятия	825	807
Крестьянские (фермерские) хозяйства	403	481
Валовая добавленная стоимость - всего, в % к ВВП		
в том числе: Всего	24,4	33,0
Малые предприятия	12,9	15,6
Средние предприятия	11,5	17,4
Крестьянские (фермерские) хозяйства (из всей с/х продукции)	56,0	66,0

(Кыргызстан. /Статсборник. - Бишкек: Нацстаткомитет. 2014, - 31.)

Организационно-правовые формы бизнеса.

В настоящее время организационно-правовые формы бизнеса можно разделить следующим образом:

- а) Частный предприниматель (ЧП).**
- б) Частное (семейное) предприятие.**
- в) Коллективное предпринимательство (хозяйственные товарищества и общества).**
- г) Общество с ограниченной ответственностью (ОсОО).**
- д) Акционерное общество (АО).**

Акционерное общество бывает открытого и закрытого типа.

Акционер (фр. actionnaire) - владелец акций, получающий прибыль по акциям в виде дивидендов. По отношению к акционерному обществу акционер несет единственную обязанность - оплатить ту часть акционерного капитала, представленную акцией, на которую он подписался. Объем ответственности определяется, прежде всего, номинальной ценой акции. Другие обязанности акционера могут быть оговорены специально в уставе акционерного общества.

Акции (фр. action) - ценные бумаги, выпускаемые акционерным обществом, обладателям которых предоставляются все имущественные и личные права, связанные с обладанием акцией: а) право на получение дивидендов, в зависимости от размера прибыли корпорации; б) право на участие в управлении корпорацией путем голосования на собраниях; в) право на получение части имущества после ликвидации корпорации. Права реализуются в размере, пропорциональном величине акций. Акции делятся:

По принадлежности акции делятся на: а) именные - закрепляются за конкретным лицом; б) на предъявителя - принадлежат её фактическому владельцу, свободно продаются - покупаются.

По способу начисления дивидендов:

1) простые акции, которые позволяют получать доходы в зависимости от величины прибыли, полученной АО, и голосовать на общем собрании акционеров:

2) привилегированные - по ним начисляют фиксированные дивиденды, преимущественное право на получение номинальной цены акции при ликвидации общества. Главным их недостаток - они не дают права голоса на общем собрании акционеров.

Органы управления АО:

1. Общее собрание акционеров - решает стратегические вопросы развития общества: об инвестиционной политике.

2. Правление (совет директоров) - осуществляет текущее управление предприятием.

3. Наблюдательный совет - контролирует деятельность правления.

ж) Крестьянские (фермерские) хозяйства.

Условия ведения бизнеса

Выбор целей

Как утверждает поговорка, «дорога в тысячу миль начинается с первого шага». Так должно начинаться создание малого предприятия. Первым шагом может быть решение стать предпринимателем, а следующим шагом - выбор производства товара или услуги. Затем будущий предприниматель должен решить, купить существующее предприятие или начать на пустом месте.

При этом существенно важным моментом для него является точное и краткое определение сути дела и выбор целей.

Опытные эксперты рекомендуют предпринимателям приобретать предприятие, а не создавать его заново. Причина заключается в том, что существующие предприятия значительно менее рискованные. Их шансы выше, потому что процветающее предприятие уже доказало свою способность привлекать клиентов, работать с прибылью и установило хорошие отношения с банкирами, поставщиками и населением. Однако прошлое предприятия не исключает риска. Поэтому покупатель должен, в первую очередь, оценить финансовые аспекты деятельности приобретаемого предприятия.

Создание нового предприятия - дорога чистого предпринимателя, для которого этот процесс является гораздо большим вызовом судьбе, чем приобретение существующего предприятия. Чистые предприниматели стремятся к предприятиям, которые являются их собственными творениями.

Конкретная ситуация

Государственная программа поддержки и развития предпринимательства в Кыргызской Республике

В настоящее время малое и среднее предпринимательство является важнейшим структурообразующим сектором экономики республики, деятельность которого напрямую влияет на успешное развитие государства в целом.

Фундаментом эффективного развития бизнеса является осуществляемая государством политика поддержки предпринимательства, одним из важнейших аспектов которой

является дерегулирование экономики, направленной на создание эффективно работающей экономической системы, способной к саморазвитию, что, в свою очередь, предполагает уточнение форм государственного вмешательства в деятельность хозяйствующих субъектов.

Создание благоприятного предпринимательского и инвестиционного климата, а также эффективность дерегулирования экономики невозможны без осуществления комплекса мероприятий, направленных на устранение препятствий, сдерживающих предпринимательскую активность.

Для достижения этих целей разработана Государственная программа развития предпринимательства, которая направлена, в основном, на усиление принципов саморегулирования экономики и стимулирование притока инвестиций посредством преодоления возникающих барьеров при формировании сбалансированной системы взаимоотношений государства и предпринимательства.

I. Цель Государственной программы

Цель Государственной программы - обеспечение устойчивого развития предпринимательства посредством проведения совместных действий государственными, общественными и частными структурами поддержки предпринимательства.

Достижение основной цели Государственной программы обусловлено решением комплекса мер, определенных политикой дерегулирования экономики, что предусматривает:

- устранение административных барьеров при осуществлении любых видов предпринимательской деятельности, не запрещенных законодательством Кыргызской Республики;
- обеспечение прозрачности и последовательности процесса разработки и принятия государственных решений в сфере правового и экономического регулирования, влияющих на рыночную среду, права и интересы предпринимателей, с обязательным публичным обсуждением проектов таких решений;
 - обязательное проведение анализа основных целей и социально-экономических последствий введения предлагаемых проектов нормативных актов:
 - обеспечение транспарентности и публичности всех процессов регулирования;
 - обязательность изучения нерегуляторных альтернатив и инструментов для достижения конкретных целей социально-экономического развития;
 - предоставление гарантий со стороны государства в части защиты прав экономических субъектов от вмешательства государственных органов в их деятельность;
 - создание условий для развития добросовестной конкуренции, оказывающей позитивное воздействие на эффективность производства и темпы экономического роста.

II. Задачи Государственной программы

Основные задачи Государственной программы состоят из трех основных блоков:

1. Деререгулирование экономики путем совершенствования законодательства, регулирующего сектор предпринимательства;
2. Кредитно-финансовая поддержка предпринимательства.

III. Основные направления Государственной программы

Основными направлениями Государственной программы являются:

- дальнейшее совершенствование нормативной правовой базы, регулирующей деятельность предпринимательства;
- увеличение объемов финансово-кредитной поддержки малого и среднего предпринимательства и расширение доступа предпринимателей к кредитным ресурсам, в том числе лизинга;
- повышение эффективности использования имеющейся инфраструктуры малого и среднего предпринимательства;
- научно-методическое и кадровое обеспечение субъектов предпринимательства;
- информационное обеспечение малого и среднего предпринимательства посредством взаимодействия со средствами массовой информации в области освещения и обсуждения проблем малого и среднего предпринимательства и путей их решения, пропаганды предпринимательской деятельности.

1. Совершенствование нормативной базы.

Эффективная реализация реформ в сфере дерегулирования экономики требует концентрации усилий государства в части совершенствования нормативной правовой базы для предпринимательской деятельности, которая должна проводиться по трем основным направлениям:

- а) упрощение процедур государственной регистрации, перерегистрации и ликвидации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.
- б) дальнейшее упрощение разрешительной системы, включающей в себя: усовершенствование Закона Кыргызской Республики «О лицензировании» и процедуры выдачи лицензий по конкретным видам лицензируемой деятельности.
- в) совершенствование законодательства в сфере фискальной политики государства.
- г) совершенствование законодательства, регулирующего государственный контроль (надзор) и иные формы обязательной проверки деятельности субъектов предпринимательства, предполагающего защиту прав субъектов предпринимательства при проведении проверки их экономической деятельности.
- д) совершенствование процесса подготовки, принятия и применения нормативных правовых актов, регулирующих предпринимательскую деятельность.

2. Финансово-кредитная и инвестиционная поддержка

Для достижения поставленных целей по решению вопросов финансовой поддержки предпринимательства, создания развитого сектора финансовых услуг и улучшения доступа к источникам финансирования необходимо:

- увеличение объемов финансирования сектора предпринимательства по приоритетным направлениям и расширение инфраструктуры кредитных учреждений в целях расширения доступа предпринимателей к кредитным ресурсам в регионах;
- совершенствование правовой базы и улучшение системы исполнения законодательных актов по регулированию кредитных операций, использованию залога, внедрению лизингового законодательства, а также постепенное введение механизма использования земли в качестве залога;

- обеспечение финансово-кредитной поддержки предпринимательства через структурные подразделения Государственной комиссии при Правительстве Кыргызской Республики по развитию предпринимательства как наиболее приемлемого механизма для субъектов малого и среднего предпринимательства, вследствие создания благоприятных условий предоставления кредитных ресурсов (невысокая процентная ставка, расчеты в национальной валюте, менее жесткие требования к залому, увеличенные сроки кредитования, упрощенные процедуры выдачи кредитов и короткие сроки рассмотрения бизнес-проектов).

3. Инфраструктурное обеспечение

В рамках настоящей Государственной программы необходимо развивать инфраструктуру поддержки предпринимательства в следующих направлениях:

укрепление структуры отделов поддержки предпринимательства местных государственных администраций;

расширение сети интегрированных региональных бизнес-центров Государственной комиссии при Правительстве Кыргызской Республики по развитию предпринимательства и их функциональных задач в сфере маркетинговых услуг по сбыту продукции, в поиске партнеров, работающих в тесном контакте с местными государственными администрациями, союзами и ассоциациями предпринимателей, иными предприятиями и структурами.

В рамках усиления инфраструктуры малого и среднего предпринимательства, в целях активизации деятельности структурных подразделений, министерств и ведомств, государственных администраций и органов местного самоуправления, осуществляющих реализацию единой государственной политики поддержки и развития предпринимательства в Кыргызской Республике, предусмотреть возможность укрепления существующих структурных подразделений, учитывая при этом показатели роста количества предпринимателей, а также объемом выполняемых работ.

Укрепление данных структур позволит решить наиболее актуальные проблемы в республике в сфере развития отечественного предпринимательства, а также будет способствовать успешному выполнению мероприятий Государственной программы.

4. Научно-методическое и кадровое обеспечение субъектов малого и среднего предпринимательства

В последние годы государством осуществляется интенсивное реформирование системы производственно-технического, среднего специального и высшего образования в соответствии с перспективами социально-экономического развития республики. Именно сегодня приобретают огромное значение просвещение, распространение знаний в области предпринимательства как для начинающих, так и для опытных бизнесменов.

Сегодня реализация социальной мобилизации населения требует разработки конкретных мер, направленных на совершенствование системы образования посредством организации на постоянной основе учебных мероприятий, обучающих семинаров, курсов повышения квалификации, расширения консультационных услуг, широкого распространения базовых принципов бизнес-планирования.

5. Информационное обеспечение малого и среднего предпринимательства

Формирование правового государства и гражданского общества, основой которого является установление прозрачности отношений государства и предпринимательства, невозможно без массового участия представителей частного сектора при разработке и принятии решений по вопросам регулирования предпринимательской деятельности.

Привлечение средств массовой информации, выработка системности и целенаправленности в освещении проблематики малого и среднего предпринимательства является решением важнейших задач обеспечения открытого доступа граждан и организаций, а также их активного участия в проводимых реформах в сфере бизнеса.

Современные условия ведения бизнеса, переход на новый уровень информационных технологий предполагает необходимость перевода механизма получения информации в усовершенствованный формат информационно-коммуникационных технологий, что в значительной степени повысит оперативность производства, торговли, учета конъюнктуры отечественного рынка.

Разработка и внедрение современных проектов по использованию информационно-коммуникационных технологий в экономике, управлении, образовании, торговле и других направлениях способствует последовательному формированию имиджа республики, открытой для прямых иностранных инвестиций.

IV. Механизм реализации и контроля Государственной программы

Государственная комиссия при Правительстве Кыргызской Республики по развитию предпринимательства:

осуществляет контрольные функции, позволяющие установить зависимость между затратами на осуществление Государственной программы и конечным результатом, и обеспечивает тем самым эффективное использование средств, выделяемых на реализацию Государственной программы;

координирует деятельность государственных органов исполнительной власти, местных государственных администраций и местного самоуправления городов Бишкек и Ош, а также общественных объединений предпринимателей по выполнению мероприятий Государственной программы.

Государственные администрации областей, районов, на основании подходов, заложенных настоящей Государственной программой, принимают региональные (областные, районные) программы развития предпринимательства.

Ход выполнения Государственной программы регулярно рассматривается на заседаниях Правительства Кыргызской Республики, Ответственные исполнители в установленные сроки выполняют мероприятия, изложенные в приложении к Государственной программе.

V. Оценка ожидаемой эффективности

Предусматривается поэтапное выполнение мероприятий по реализации настоящей Государственной программы, более тесная увязка основных элементов государственной политики в области предпринимательства с основными механизмами реформирования экономики.

Параметры, определяющие эффективность Государственной программы, будут выражены следующими показателями:

- рост числа субъектов малого и среднего предпринимательства до 250,0 тыс. единиц;
- увеличение численности занятых в сфере малого и среднего предпринимательства до 65 процентов от всех занятых в республике;
- увеличение доли малого и среднего предпринимательства в общем объеме ВВП до 46.5%.

Инновационный бизнес-проект

Венчурно-инновационная политика государства в экономике

Инновационная идея возникает в основном в результате научных исследований. А претворение её в жизнь осуществляется с помощью венчурной (рисковой) деятельности бизнесмена.

Венчурно-инновационная политика государства состоит из трех фаз.

Первая фаза - сбор информации об инновационных ресурсах, отбор ресурсов для инновационного проекта. Данная фаза связана с проведением активной научно-исследовательской работы (НИР).

Вторая фаза - формирование и разработка инновационного проекта - с разработкой опытных образцов и небольших партий выпуска инновационной продукции (товара). Данная фаза связана, в большей степени, с опытно-конструкторской работой (ОКР).

Третья фаза - реализация проекта и вторжение на рынок.

Сущность и классификационные виды международного бизнеса (МБ). Внешнеэкономическая деятельность государств как основа развития МБ, понятие и формы ВЭД.

В условиях рыночных отношений по мере развития процесса интеграции КР в мировое хозяйство внешнеэкономическая деятельность становится все более важным фактором благосостояния населения. Формируется принципиально новая сфера предпринимательских отношений, направленная на освоение внешнего рынка, развитие и укрепление нормативно-правовой базы в сфере внешнеэкономических связей.

В настоящее время в КР действует весьма сложная и пока недостаточно эффективная система государственного регулирования внешнеэкономической деятельности. В связи с этим МЭО являются одной из наиболее динамично развивающихся сфер хозяйственной деятельности. В ходе эволюции внешнеэкономические связи переросли просто внешнюю торговлю и превратились в системную совокупность международных экономических отношений, в настоящее время всемирное хозяйство. Происходящие в нем процессы затрагивают интересы всех государств мира.

К числу важнейших форм мировых экономических отношений относятся:

- международная торговля товарами и услугами;
- движение капиталов и зарубежных инвестиций;
- миграция рабочей силы;

- межгосударственная кооперация производства;
- обмен в области науки и техники;
- валютно-кредитные отношения.

Понятие внешнеэкономической деятельности

Под *внешнеэкономической деятельностью* (ВЭД) понимают сферу самостоятельного производства, организационно-экономической и коммерческой деятельности предприятий, связанную со взаимодействием с зарубежными партнерами. Осуществляется она на уровне предприятия, с полной самостоятельностью в выборе партнера, внешнего рынка, ассортимента позиций товара, в определении цены и стоимости контракта, объемов и сроков поставки.

Основными участниками ВЭД являются:

- 1) по профилю;
- 2) по характеру внешнеторговых операций;
- 3) по организационно-правовым формам:

Формы внешнеэкономической деятельности

Различают две основные формы государственного регулирования ВЭД:

- 1) тарифная (экономическая);
- 2) нетарифная (административная).

Тарифная система представляет собой систему налогов и сборов.

Тарифное регулирование включает:

- таможенную пошлину (экспортную или импортную);
- таможенный сбор.

Таможенная пошлина — основной вид платежа, регулирующий ВЭД. Сумма пошлины рассчитывается исходя из объема перевозимого товара и ставок пошлины (таможенный тариф)

Для КР таможенные пошлины — это существенная добавка к бюджету. Ставки таможенной пошлины дифференцированы по видам товаров. Для того чтобы найти ставку для конкретного товара, надо знать его квалификацию по тарифной номенклатуре ВЭД.

Режим преференции по всем товарам:

- подакцизные товары;
- электронно-бытовая техника;
- одежда, обувь из синтетических материалов.

Этапы:

- зона свободной торговли;
- таможенный союз;
- экономический союз;
- валютный и политический союз.

Прочие страны облагаются пошлинами по удвоенной базовой ставке. Сумма экспортных пошлин устанавливается по относительно небольшому числу товаров примерно 50-ти наименований. В развитых странах экспортные пошлины практически отменены.

Таможенный сбор определяется по двум направлениям:

- за оформлением документов (единая ставка 0,15% от таможенной стоимости);
- другие услуги таможи (расценки устанавливает таможня) — например, за хранение, контроль и т.д.

Таможенные сборы поступают на нужды самой таможни в отличие от таможенной пошлины, которая уходит в бюджет.

При экспорте НДС не взимается. Взимание тарифных платежей определяется видом таможенного режима. При некоторых видах режима платежи не взимаются.

Нетарифное регулирование представляет собой систему разрешительно-запретительных мер (прямое вмешательство государства).

Нетарифные формы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности можно разделить на три группы:

- 1) меры прямого ограничения;
- 2) таможенные и административные формальности;
- 3) прочие нетарифные методы.

Меры прямого ограничения. К ним относятся лицензирование и квотирование.

Лицензирование. Лицензирование предполагает, что на экспорт и (или) импорт отдельных товаров необходимо получать у соответствующего государственного органа специальное разрешение (лицензию).

Лицензирование в сфере внешней торговли товарами устанавливается в следующих случаях:

- введение временных количественных ограничений экспорта или импорта отдельных видов товаров;
- реализация разрешительного порядка экспорта и (или) импорта отдельных видов товаров, которые могут оказать неблагоприятное воздействие на безопасность государства, жизнь или здоровье граждан, имущество физических или юридических лиц, государственное или муниципальное имущество, окружающую среду, жизнь или здоровье животных и растений;
- предоставление исключительного права на экспорт и (или) импорт отдельных видов товаров (например, вооружения, военной техники).

Квотирование. Квота — это ограничение в стоимостном или физическом выражении, вводимое на импорт или экспорт конкретных товаров на определенный период времени (например, год, полугодие, квартал и другие периоды).

Среди мер нетарифного регулирования ВЭД можно выделить категорию мер, связанных с выполнением *таможенных* или *административных формальностей*.

Импортные налоги (не следует их смешивать с импортными пошлинами):

- пограничный налог, которым облагаются товары за факт пересечения границы;
- сборы, связанные с оформлением документов на таможне, таможенным досмотром товара, проверкой его качества;
- другие сборы (портовые, статистические, фитосанитарные и т.п.).

Одной из разновидностей административных и таможенных формальностей является *сертификация* ввозимых товаров и услуг.

Особое место в ряду нетарифных инструментов регулирования ВЭД занимают *валютные ограничения* и *валютный контроль*.

Важной составной частью валютно-хозяйственного механизма управления внешнеэкономической деятельностью является *установление курса национальной валюты* по отношению к иностранным валютам.

В КР органом государственной власти, ответственным за обеспечение устойчивости сома, является Национальный банк КР. К числу мер государственного регулирования внешнеэкономической деятельности следует отнести различные мероприятия, содействующие развитию внешнеторговой деятельности.

В соответствии с законом «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» (далее — Закон о регулировании ВЭД) Правительство КР и органы исполнительной власти субъектов КР в рамках своей компетенции осуществляют в соответствии с международными договорами КР мероприятия (включая их финансирование), содействующие развитию внешнеторговой деятельности:

- кредитование участников внешнеторговой деятельности;
- функционирование системы гарантий и страхования экспортных кредитов;
- организацию торговых выставок и ярмарок, специализированных симпозиумов и конференций и участие в них;
- проведение кампаний, в том числе рекламных, по продвижению российских товаров, услуг, интеллектуальной собственности на мировые рынки. Ранее была разработана федеральная программа развития экспорта, которая включала пять основных направлений:
 - финансовую поддержку;
 - налоговое стимулирование;
 - таможенно-тарифное стимулирование;
 - специальные мероприятия в поддержку экспорта;
 - меры общеэкономического характера.

Тема 2. Международный маркетинг (ММ) как условие эффективного ведения международного бизнеса (МБ).

2.1. Международный маркетинг как подсистема маркетинговых отношений. Особенности маркетинга международных фирм.

2.2. Актуальные проблемы современного международного маркетинга.

2.1. Международный маркетинг как подсистема маркетинговых отношений. Особенности маркетинга международных фирм.

В начале тысячелетия КР вошла как страна с переходной рыночной экономикой, равноправный активный участник международных экономических отношений. Ускорение процессов интернационализации и глобализации, растущая экономическая и политическая интеграция стран, в том числе вступление КР во Всемирную торговую организацию, обеспечивают новые возможности для прогрессивного развития внешнеэкономической деятельности и международного сотрудничества. В настоящее время, тем более в будущем, немисливо развитие отдельной страны и ее национального рынка в отрыве от процессов, происходящих в мире, других странах и регионах, в связи с чем усиливается значение международного маркетинга как основной формы развития маркетинга в целом

и одного из важнейших условий эффективности международного бизнеса отдельных стран и компаний.

Возникновение и развитие концепции международного маркетинга как особой формы маркетинговой деятельности приходится на 60-70-е гг. Именно к этому периоду сложились необходимые предпосылки для перестройки рыночной деятельности в международном масштабе на основе принципов маркетинга, доказавшего в предшествующий период свою действенность как эффективная система корпоративного управления и средство конкурентной борьбы на национальных рынках. Обострение конкурентной борьбы на мировых рынках, все более сложные и диверсифицированные как технологически, так и организационно модели производства, чрезвычайная информационная насыщенность и коммуникативность диктуют необходимость тесной связи между эффективностью внешнеэкономической деятельности (как и экономической активностью вообще), целями и методикой использования инструментов маркетинга, причем международные аспекты маркетинга значительно актуализируются благодаря расширению международной торговли, более динамичному и массовому перемещению капиталов, товаров, услуг и рабочей силы.

Т.о. международный маркетинг — это рыночная концепция управления международной деятельностью фирмы, ориентированная на запросы конечных потребителей разных стран и формирование их предпочтений в соответствии со стратегическими целями оптимизации и расширения бизнеса в мировых масштабах. Вопросы международного маркетинга затрагивают перспективные и насущные жизненные проблемы участников рыночных отношений как в индустриально развитых странах, так и в государствах, которые только начали налаживать эффективные экономические механизмы международного взаимодействия. Международный маркетинг как органичная подсистема общей сферы маркетинговых отношений является такой системой организации деятельности субъектов рынка, которая содействует оптимизации функционального соединения производственных целей и текущих потребностей потребителей национальных рынков, стыковке частных интересов во всех сферах интернационализируемой экономической жизни — производственной, посреднической, потребительской. Благодаря этой системе возможно достижение оптимальных показателей современного бизнеса, от которых, собственно, и зависит его эффективность — прибыли, рентабельности, технического и ресурсного обеспечения, заработной платы и др., иными словами, международный маркетинг представляет собой важное условие установления действенной связи между спросом и предложением в международном масштабе, является своеобразным гарантом того, что изготовленная продукция, пройдя все этапы производственного процесса, найдет свой путь к конечному потребителю за рубежом. Таким образом, термин «международный маркетинг» относится к деятельности национальных и международных фирм, сфера производственной и коммерческой деятельности которых распространяется на зарубежные страны.

Из вышесказанного следует, что *общие черты внутреннего и международного маркетинга* довольно существенны. Процесс реализации маркетинга состоит из трех основных фаз:

- изучение рынка посредством наблюдения и анализа спроса, а также среды — конкурентной, законодательной, технической, экономической, культурной;

- формирование посредством политики продукта ценообразования и продвижения такого коммерческого предложения, которое будет соответствовать выбранной цели и желательному положению на рынке;
- реализация товаров и услуг благодаря проведению целенаправленной рекламной и сбытовой политики.

Эта постоянно возобновляемая цепь мероприятий является предметом планирования предприятия, учитывается при составлении его бюджета и подлежит контролю с точки зрения обоснованности принятых мер. Перечисленные фундаментальные правила маркетинга полностью остаются в силе для ориентации коммерческого развития предприятия за рубежом и очевидно, что не может быть эффективного международного маркетинга на том предприятии, которое не будет их соблюдать.

Основные формы и методы практического применения маркетинга на предприятиях, характерные для всех его моделей, могут в равной степени быть использованы в маркетинге как внутри страны, так и на внешних рынках. Независимо от сферы деятельности и географического охвата рынков компании используют одни и те же методы исследования спроса, предложения конкурентов, анализа собственной деятельности, строят производственно-сбытовую деятельность на основе одних и тех же стратегических альтернатив.

Вместе с тем *международный маркетинг имеет ряд отличительных особенностей*, обусловленных спецификой рынков отдельных стран, поэтому каждый этап маркетинговой деятельности на мировом рынке требует учета не только социально-экономических, психологических, но и национально-исторических особенностей спроса. Так, при анализе зарубежных рынков и их сегментов значительное место занимает проблема адаптации параметров продукции к условиям ее потребления в той или иной стране; международный маркетинг имеет специфические особенности и при анализе конкурентной среды. В некоторых случаях прогнозы результатов деятельности конкурентов оказываются неточными по той причине, что предприятие-экспортер недооценило сильные позиции местных фирм с точки зрения, например, их воздействия на органы государственного регулирования в стране.

Известно, что перед предприятием, желающим выйти на зарубежный рынок, встают помимо общих специфические проблемы, связанные с выбором форм экспансии: экспорт, лицензионные соглашения, образование смешанных предприятий по производству и (или) сбыту продукции, открытие собственного дела за рубежом, присоединение зарубежных фирм. Каждый вариант стратегии обладает достоинствами и недостатками. Основной задачей службы маркетинга является проведение предварительного комплексного исследования состояния рынка страны, на который предприятие собирается выходить со своим товаром.

Т.о. международный маркетинг отличает от внутреннего и то, что для каждой страны необходимо выделять внешнюю и внутреннюю окружающую обстановку. Обычно фирма, принимая маркетинговые решения, ориентируется и на внешнюю, и на внутреннюю окружающую среду. Факторы внутренней обстановки представляют в основном цели компаний, организацию и структуру, доступность ресурсов, внешней включают конкуренцию, изменения в психологии потребителя, политические условия, социальные и культурные изменения, требования национального законодательства и т. д. Для удовлетворения требования оптимизации деятельности фирмы на международном рынке и изучения факторов внешней и внутренней обстановки используется сегментация рынка.

Сегментация рынка — разделение его на четкие группы покупателей (стран), которым следует адресовать разные продукты и маркетинговые усилия. Оценка и выбор зарубежных стран являются частью процесса международной сегментации, т. е. деления потребителей мирового и рынка отдельных стран и регионов на однородные группы с однотипными характером спроса и предпочтений и реакцией на маркетинговое воздействие.

Обычно выделяют следующие этапы международной сегментации рынков:

- идентификация стран — размер, темпы роста, ВВП, публикации о политико-экономической ситуации;
- предварительный поиск — оценка выбранных стран по макропоказателям (политика, экономика, географические расстояния), затратам на вход, транспортировку, хранение, дистрибуцию;
- углубленный поиск — размер, потенциал и темпы роста рынка, конкуренция, барьеры на входе, спрос и предложение, инфраструктура; конечный выбор — оценка потенциала продаж, прибыльности, расходов и их увязка с целями и ресурсами компании.

Что касается внутренней сегментации уже выбранного рынка с уже определенной целевой аудиторией, традиционно основными критериями сегментации потребительской аудитории считались ее социально-демографические характеристики: пол, возраст, доход, уровень образования, сектор занятости в экономике, более тонкие критерии — поведенческие, психографические, психологические, мировоззренческие и др. Например, Levis сегментирует джинсовый рынок по отношению людей к моде: «новаторы», «последователи», «консерваторы», «ретрограды». Если целевая аудитория может быть разделена на несколько отдельных сегментов, подходы к каждому сегменту должны быть различными.

Особенности маркетинга международных фирм.

Отличительными особенностями международной фирмы являются наличие сети подконтрольных производственных Филиалов и дочерних компаний в других странах с ориентацией либо на выпуск определенных видов продукции на заранее известных зарубежных рынках, либо на снабжение материнской компании компонентами или сырьевыми и материальными ресурсами, использование технологического кооперирования и специализации подконтрольных предприятий, контроль и координацию деятельности филиалов и дочерних компаний из одного центра с учетом разницы в их правовом положении. *Маркетинг международной фирмы* направлен на ориентацию научно-технической и производственно-сбытовой деятельности на потребности конкретных национальных рынков. Речь, тем не менее, идет о деятельности в международном масштабе, т. е. о производстве, сосредоточенном на предприятиях, расположенных в разных странах, но объединенных единым титулом собственности, принадлежащей материнской компании, выступающей как организационно-экономический центр управления. Материнская компания определяет виды и объемы продукции, выпускаемой производственными заграничными филиалами, дочерними компаниями, а также закрепляет за ними важнейшие рынки сбыта. Маркетинговая деятельность международной фирмы осуществляется компанией в глобальном масштабе и охватывает технологический процесс в целом, в особенности в тех случаях, когда он

частично или полностью разделен между производственными заграничными компаниями международной фирмы.

Материнская компания целенаправленно ставит задачи своим производственным подразделениям (местным и заграничным) в отношении научно технических разработок и выпускаемой продукции, определяет наиболее эффективную технологию производства, включая межфирменное и внутрифирменное кооперирование. Здесь важную роль играют маркетинговые программы, разрабатываемые в структурных подразделениях материнской компании, производственных отделениях, выступающих как основные производственно-хозяйственные звенья, отвечающие за конечный результат бизнеса — получение прибыли. По результатам маркетинговой деятельности и на ее основе заключаются международные коммерческие сделки, проводятся коммерческие операции.

Маркетинговая специфика международной фирмы отчетливо прослеживается на уровне *маркетинг-микс* — базовой маркетинговой программы, которая является основным ориентиром для реальных практических действий предприятий в условиях рынка. Маркетинг-микс, или четыре «р» (*product* — товар, *price* — цена, *promotion* — продвижение, *place* — распределение), включает комплекс четырех стратегий: товарной, ценообразовательной, рекламной и сбытовой.

Хорошо спланированные *международные товарные стратегии* ограждают компании от огромных убытков и упущенных выгод. В свое время Apple отобрала японский рынок у IBM, сопроводив свою продукцию переведенной на японский язык инструкцией пользователя.

Одним из элементов товарной стратегии международной фирмы является *стратегия жизненного цикла товара*. Общеизвестно, что товар в своем развитии проходит четыре стадии: внедрение, рост, зрелость и спад, которые характеризуются различной динамикой объема продаж и прибыли, в связи, с чем в международном маркетинге применяются несколько типов стратегий жизненного цикла товара. *Последовательный тип*, или «выдаивание рынка», применяется для товаров с небольшим жизненным циклом, не подверженных моде, он удобен для фирм, не располагающих достаточными маркетинговыми ресурсами для работы одновременно на многих рынках.

В связи с глобализацией мировой экономики, ростом конкуренции и сокращением сроков разработки новых товаров фирмы все чаще используют *синхронный*, или активный, *тип стратегии жизненного цикла*. Это наступательная инновационная стратегия, ее используют фирмы, имеющие опыт глобального маркетинга товаров. Данная стратегия характерна в первую очередь для таких отраслей, как автомобилестроение, бытовая электроника, производство компьютеров и др.

К товарной политике международной фирмы относят также *способы вывода товаров на мировые рынки*. Это могут быть экспорт собственных имеющихся товаров, разработка нового товара с целью синхронного вывода на зарубежные рынки, приобретение какой-либо фирмы за рубежом с целью продажи ее продукции в разных странах.

Еще один известный способ вывести на рынки новый товар — изменить существующий. К стратегиям изменения существующих товаров относят прежде всего их модификацию. В этой области работают многие известные гиганты из отраслей автомобилестроения, бытовой электроники, компьютерной отрасли.

В международном маркетинге существуют факторы, влияющие на товарный ассортимент в работе с зарубежными рынками, — оптимизации товарного ассортимента.

Различают внутренние и внешние факторы:

К *внутренним факторам* относят цели фирмы, ее ресурсы, форму сотрудничества с зарубежным партнером.

К *внешним факторам* оптимизации товарного ассортимента относят потребительские предпочтения, конкуренцию, а также экономику, инфраструктуру, инвестиционный климат, законодательство, импортные барьеры, стадию жизненного цикла товара. С точки зрения международного маркетинга, потребительские предпочтения важны не только в связи с различием в культуре, традициях, ценностях в разных странах, важен также характер использования продукта.

Второй компонент маркетинг-микс — *стратегия ценообразования*. Факторами, определяющими уровень цен на мировых рынках, являются издержки производства товара, цели компании, характеристики покупательской аудитории, конкуренция, запросы посредников, политико-правовые условия, экономическая ситуация.

Издержки производства — это нижний предел цены. Данное правило, однако, имеет исключения, когда компания стремится «подорвать» рынок и вытеснить конкурентов. В международном маркетинге это исключение подкрепляется еще и тем обстоятельством, что компания может сверхприбыльно работать в нескольких странах, что позволяет ей какое-то время работать в убыток, например, на новом зарубежном рынке.

Основные ценовые стратегии, применяемые в международном маркетинге, сводятся к следующему: снятие сливок, прорыв на рынок, дифференциация, выравнивание цен, психологическое, конкурентное ценообразование.

Снятие сливок — первоначальное на первой стадии жизненного цикла товара установление высоких цен на новую продукцию, внедряемую на зарубежные рынки. Цена в данном случае рассчитывается таким образом, чтобы обеспечить быстрый возврат капиталовложений в создание и продвижение нового товара на рынок с прибылью.

Стратегия прорыва на рынок предполагает обратное — первоначальное установление низких цен на новую продукцию, внедряемую на зарубежные рынки, с целью скорейшего ее доведения до стадии роста жизненного цикла товара и создания массового рынка. Данная стратегия соответствует рынку с высокой эластичностью спроса относительно цены и ее, как правило, не применяют к товарам, совершенно новым и неизвестным покупателям и потребителям. Кроме того, стратегия низких цен требует особой осторожности, так как неудача может привести к невозможности окупить капиталовложения в разработку и продвижение товара, тем более что повысить цены в дальнейшем невозможно или крайне трудно.

Стратегия дифференциации цен состоит в том, что на один и тот же товар устанавливаются разные цены для различных групп потребителей. Эта стратегия возможна, если рынок можно четко разделить на сегменты, которые должны иметь различную эластичность спроса и быть разделенными определенными барьерами, т. е. не могут перепродавать товары друг другу. Такие условия чаще встречаются на внешних рынках, а не на внутренних, поэтому международные компании имеют хорошие возможности максимизировать свои прибыли.

Выравнивание цен — стратегия, которая основывается на тесной интеграции ценовой политики и стратегий товарного ассортимента компании. Это означает, что прибыль успешно реализуемых товаров, входящих в товарный ассортимент компании, должна обязательно покрывать убытки, возникающие по другим товарам данного товарного ассортимента. Такой же принцип правомерен в международном маркетинге по отношению к странам. При управлении «портфелем стран» компании могут позволить

себе убытки в одних странах за счет высоких прибылей в других, если того требуют стратегические интересы компаний.

Стратегии психологического ценообразования: престижных, ажиотажных цен, соотношения цены с качеством, привычной цены, неокругленных чисел и др. Например, стратегия престижных или значительно завышенных цен предполагает установление цен существенно выше затрат на производство и сбыт товаров, имеющих высокое качество и большой демонстративный эффект. В данном случае компании играют на чувствах покупателей в отношении исключительности, модности, новизны, «люксовости», респектабельности своих товаров (часы Rolex, автомобили Rolls-Royce, черная икра, норковые шубы, технологичные товары нового поколения и др.).

Конкурентное ценообразование также предполагает несколько разновидностей. Стратегия следования за текущими ценами мирового рынка предполагает установление цен с учетом обычаев ценообразования на мировом рынке и реально существующего уровня средних мировых рыночных цен. Такая стратегия применяется, как правило, для трудно дифференцируемых товаров, таких как цемент, нефть, сахар и др. Стратегия следования за ценами лидера мирового рынка означает ориентацию на цены компании, которая обладает самой большой рыночной долей, лидирует по масштабам производства, уровню технологии, престижности. Данная стратегия таит определенные опасности: лидер может ошибаться (как следствие — разорение компаний-последователей) и намеренно предпринимать шаги, копирование которых может привести к неблагоприятной ситуации для последователей.

Третий компонент маркетинг-микс — *стратегия продвижения продукции*. Продвижение товара — это управление процессом движения товара на всех этапах: до его продажи, в момент продажи, во время и после его потребления. Основными методами продвижения продукции на зарубежные рынки являются международная реклама, связи с общественностью, стимулирование сбыта, упаковка.

Международная реклама — это реклама, которая продвигает один и тот же продукт в нескольких странах. В мире ежегодно расходуется около 40 млн долларов на рекламу и около половины этой суммы в США. Тем не менее основной тенденцией в современной рекламной деятельности по-прежнему является рост расходов на нее. Рекламный бизнес дает высокие прибыли, в мире создана международная сеть рекламных агентств, обслуживающих локальные и глобальные компании с учетом различий по странам в восприятии рекламы потребителями. Среди других тенденций отмечены такие, как связь объемов продаж рекламы с ВВП и уровнем развития стран, связь рекламы с религией.

Основными средствами стимулирования сбыта как метода продвижения в международном маркетинге являются бесплатные образцы продукции, купоны, скидки, уценки, подарки, различные акции (конкурсы, лотереи, призы), демонстрации товара, раздаточные материалы (буклеты, плакаты, фирменные журналы, листовки, сувениры), стационарные материалы в торговом зале и снаружи (штендеры, мобайлы, стенды, диспенсеры, шелфтокеры).

Связи с общественностью представлены такими средствами, как публикации о компании и товаре, выставки, ярмарки, выступления руководителей и специалистов компании, благотворительные акции и т. д.

Что касается упаковки, она, как правило, обладает двойной функцией — защита и продвижение. Это ее свойство характеризуется так называемым «VIEW-тестом». Упаковка должна выделяться среди конкурентов (visibility — броскость), обеспечивать

быструю коммуникацию содержания (*informativeness*— информативность), производить благоприятное впечатление на покупателя (*emotional impact* — эмоциональное воздействие), обеспечивать защиту и эффективное использование в домашнем хозяйстве (*workability* — функциональность).

Защитная функция упаковки очень важна. Известны случаи, когда она решала судьбу компаний, например, при перевозках шерсти из стран с влажным климатом (Тайвань) в страны с сухим климатом (Иран) товар терял вес, и в конечном пункте поставки возникали претензии у получателя. Отправителю стоило задуматься о специальной упаковке. То же самое происходило и с сеном, в ящиках с которым перевозились стеклянные стаканы, сено оседало, а стаканы бились.

Тем не менее, актуальность рекламной функции упаковки сегодня возрастает. Важными элементами упаковки являются текст и язык, цвет, рисунок. Текст и рисунок уже по определению являются рекламой, если только разработчики преследуют такую цель.

Традиционные формы сбыта в международном маркетинге включают прямой и косвенный экспорт, совместное предприятие, полное владение (собственное производство), соглашения о сотрудничестве (лицензия, франчайзинг, производство, управление по контракту).

Прямой экспорт осуществляют местное отделение компании (менеджер, отдел, филиал), разъездной торговый представитель (коммивояжер), зарубежный торговый офис (представительство), филиал, дистрибьюторы и агенты. Собственная структура прямого экспорта компании обладает следующими преимуществами: полный доход от экспорта, контроль над маркетингом, хорошее знание зарубежных рынков, постоянство и надежность экспортных каналов, товарная репутация производителя (а не «косвенной» маркетинговой организации), однако в данном случае компания имеет огромные затраты и подвергается повышенным рискам.

Косвенный экспорт компании осуществляют местные перекупщики (например, перекупщик-экспортер, торговая компания) или агенты (например, экспортный комиссионный дом, зарубежный представитель, брокер, компания по управлению экспортом, экспортный агент самой компании). Различие между перекупщиками и агентами состоит в инвестировании средств в конкретную операцию, агенты не вкладывают своих денег в сделку, а лишь получают комиссионные. Эти так называемые «косвенные» маркетинговые организации предоставляют компании такие преимущества, как быстрота операций и минимальные затраты, но они предпочитают продвигать на зарубежные рынки только лучшие товары, руководствуясь прибылью, отчего неизбежно возникают конфликты. У компании и посредников разные цели и подходы к продвижению.

Собственное производство (полное владение бизнесом) за рубежом открывают компании, имеющие долгосрочную стратегию. В этом случае приходится решать такие проблемы, как выбор местоположения и определение формы выхода. Выбор местоположения зависит от инвестиционного климата, производственных соображений (наличие персонала, уровень оплаты труда, расходы на сырье, воду, оборудование и др.), условий конкуренции, различных рисков, форма выхода предполагает либо приобретение, либо строительство «с нуля» («greenfield»).

Совместные предприятия предполагают совместную собственность сторон, объединение их ресурсов. Здесь очень важен также эмоциональный аспект партнерства.

Совместные предприятия обеспечивают низкий риск вхождения на зарубежный рынок и повышенный уровень продаж, так как местный потребитель более лоялен к совместным предприятиям, чем к иностранным компаниям, однако в совместных предприятиях партнеры часто имеют разногласия по вопросам распределения прибыли (реинвестирование прибыли или максимизация дивидендов), оценки взносов партнеров, охвата зарубежного рынка, маркетинговых стратегий, использования брендов, новых продуктов и технологий, стандартов качества и др.

Помимо основных форм сбыта, рассмотренных выше, существуют несколько специфических форм взаимоотношений с зарубежными партнерами — так называемые «соглашения о сотрудничестве». Рассмотрим некоторые из них.

Лицензирование — это передача партнеру права использования технологии, ноу-хау, бренда, торговой марки, логотипа, продукта, маркетинговых знаний, других секретов. Преимуществами лицензирования выступают использование сторонних ресурсов, получение роялти, тестирование рынка, среди недостатков — слабый контроль действий зарубежного партнера, негибкость в координации его действий. Одной из форм лицензирования является *франчайзинг* — неполное лицензирование, т. е. поставка части продукта, сырья и др. Основные элементы франчайзинга — плата за торговую марку франчайзеру, кредит на развитие, обязательное обучение кадров зарубежного партнера, стандартизация процессов в сети франчайзинговых подразделений.

Производство по контракту — выкуп продукции у зарубежного производителя с целью продажи в этой или другой стране. При этой форме компании сохраняют контроль над маркетингом и дистрибуцией, часто передают зарубежным партнерам технологию и техническое содействие, как правило, применяют такую форму сбыта при ограниченных ресурсах или затруднениях с экспортом. Преимущества производства по контракту — минимум затрат и быстрый выход на зарубежный рынок, контроль маркетинга и сервиса, т. е. полная защита торговой марки, избежание валютных и финансовых рисков, ценовых конфликтов, среди недостатков — происходит развитие потенциального конкурента, отсутствует должный контроль качества, есть трудности с поиском достойного зарубежного партнера.

Управление по контракту — форма международного участия при которой местный партнер предоставляет свой капитал в обмен на управленческий ноу-хау компании. Часто управление по контракту существует как полное или частичное владение долями фирмы. Одна из форм управления по контракту — строительство завода «под ключ» (*turnkey operation*) с соответствующим обучением персонала, запуском и управлением начальных стадий работы предприятия). Преимущества управления по контракту — низкий риск, гарантированный доход и быстрая окупаемость, функциональный контроль (не над капиталом, а над операциями) без юридической ответственности, ясность в принятии решений, среди основных недостатков — сложность контракта (нечеткие границы менеджмента в будущем), провалы некоторых других неуправленческих функций из-за недостатка местных кадров (например, слабый маркетинг, финансовый учет и др.).

Популярная и в последнее десятилетие принимающая массовый характер форма сотрудничества — *стратегические альянсы*, которые предполагают, что компании-участники, оставаясь независимыми, заключают соглашение о сотрудничестве в рамках четко оговоренных сфер деятельности, в основном с целью совместного завоевания новых рынков сбыта и продвижения товаров, повышения конкурентоспособности сторон. Преимущества этой формы сотрудничества — совместные разделенные инвестиции,

доступ к добавочным ресурсам (технологиям), распределение рисков, экономия на масштабах, специализация, необходимые условия создания стратегических альянсов — совместимость целей партнеров, стратегические выгоды всех участников, доверие сторон друг к другу, координация деятельности, разработка механизма устранения возможных конфликтов, планирование деятельности.

2.2. Актуальные проблемы современного международного маркетинга.

Рассмотрим комплекс проблем международного маркетинга, с которыми сталкиваются фирмы, находящиеся в состоянии поиска возможностей сбыта своей продукции за рубежом или уже работающие на мировых рынках. В сферу таких проблем входят широкий круг вопросов управления спросом, отношений с субподрядчиками, посредниками и потребителями, анализ технологических, финансовых аспектов развития и многое другое. Совокупность элементов и факторов национальной макроэкономической системы выступает в качестве маркетинговой среды отечественного предприятия — участника внешнеэкономической деятельности. Сама эта среда вследствие присутствующих в ней элементов может рассматриваться как неоднородное явление, внутри которого имеются разные составляющие — микро- и макросреда. Внутренняя среда самой фирмы, ее внешнее микро- и макроэкономическое окружение на зарубежных рынках, а также принципы и методика проведения международно-маркетинговой политики образуют ткань внешнеэкономической предпринимательской деятельности, лежат в основе соответствующей многообразной практической работы.

В процессе этой работы возникают проблемы международного маркетинга, которые отличаются высокой степенью сложности, связанные с особенностями чужой культуры, склада ума, языка, стереотипов, стандартов и торговых обычаев зарубежных потребительских аудиторий и партнеров по бизнесу. Сотрудники, работающие в головном офисе компании и за рубежом, должны проходить постоянное обучение, знакомясь с целями и требованиями зарубежных партнеров и потребителей на рынке. Широко известны случаи, когда международный бизнес известных глобальных компаний терпел серьезные убытки или упускал значительные потенциальные выгоды при недостаточном внимании к изучению национальных особенностей культуры и других социальных характеристик тех стран, в которых они продвигали и продавали свои товары. К примеру, в 1983 г. Columbia Pictures выпустила четырехчасовую ленту о Египте, после чего там запретили показ всех фильмов этой кинокомпании, египетские власти сочли возмутительными многочисленные неточности: пакистанский акцент, марокканскую одежду, американское поведение, президент Насер, например, целовал свою жену на публике, что невообразимо ни в Египте, ни в других странах.

Во время торжеств при закладке здания американской дочерней фирмы Hitachi Ltd губернатор штата Кентукки вручил представителю японцев флаг штата. Развернув флаг и показав его присутствующим, японец беззаботно опустил руки так, что флаг касался земли. В Японии, как впрочем и во многих других странах, к флагам не относятся с таким почтением, как в Америке. Многие из присутствовавших на торжествах американцев оскорбились, а компания впоследствии имела большие проблемы со сбытом, так как факт к тому же был обнародован в средствах массовой информации.

Macdonald*s имели большие проблемы с продажами, так как лишь поверхностно изучили отношение своего французского партнера к вопросам чистоты, которое не

соответствовало принятым в компании стандартам. Причиной низких продаж являлось то, что значительную часть посетителей Macdonald*s во Франции составляли американские туристы, которые ожидали американских стандартов обслуживания во всем.

Особое место занимают валютные проблемы, которые приходится решать фирме, занимаясь международной торговлей. Для фирмы, ориентирующейся на экспорт, валюта в конечном итоге определяет весь результат ее деятельности. Проблемой является и хронический торговый дефицит многих стран, в частности, развивающихся. С этим связан финансовый риск, так как в той или иной степени неплатежеспособной может оказаться вся страна и возникать проблемы перевода валютной выручки. Для таких стран рекомендуется работать на рынке, полностью сознавая существующий риск.

Международные фирмы сталкиваются также с экономическими и социальными различиями, существующими в мире, особенно в развивающихся странах. Значительные трудности в экспортной деятельности возникают вследствие различий экономических систем и степени открытости или закрытости рынков. Существующие объединения стран предусматривают экономические соглашения, дающие преимущества некоторым странам, например, путем освобождения от таможенных сборов или беспрепятственной выдачи разрешений на импорт. Сюда относятся и оградительные пошлины, запреты на импорт, регламентация платежных операций и другие протекционистские меры. Экспортерам приходится иметь дело с разными политическими и правовыми системами.

Существуют самые разные условия применения товаров в разных странах. Необходимо учитывать различные климатические условия, уровень развития промышленности, степень квалификации пользователей, их рабочие приемы и привычки. Случай применения американского садового трактора для агропромышленности отсталых стран, упомянутый выше, хорошо демонстрирует это утверждение. Необходимо выполнять требования стандартов и инструкций, а также требования, предъявляемые к испытаниям.

На управление маркетингом значительное влияние оказывает глобализация, наиболее важным следствием, которой является необходимость определять географический целевой рынок в рамках стран и разрабатывать активные и оборонительные стратегические варианты, принимая в расчет новую взаимозависимость рынков, мыслить глобально, но исходя из локальной реальности. Компании пересматривают свои стратегические позиции для того, чтобы реагировать на изменения экономической, конкурентной и социально-культурной среды, а также интернационализацию мирового хозяйства.

Таковы некоторые факторы, определяющие комплексность, сложность проблем международного маркетинга и их влияние на финансовые результаты деятельности компаний в мировом экономическом пространстве. Решение этих проблем требует информационного обеспечения, гибкости, дифференциации, форсирования кадровых вопросов и готовности фирм к риску. Владение технологиями международного маркетинга делает фирму более конкурентоспособной, а ее бизнес — более эффективным на международной арене.

Тема 3. Транспортно-логистическое обеспечение МБ.

3.1. Концепция и виды логистики.

- 3.2. Международные транспортные операции как объект логистического управления.
- 3.3. Логистика транспортно-экспедиционного обслуживания внешнеторговых перевозок.

3.1. Концепция и виды логистики

С середины 50-х гг. прошлого столетия и по настоящее время в экономически развитых странах мира большое внимание уделяется повышению эффективности общественного воспроизводства за счет сокращения затрат в сфере обращения, доля которых непрерывно увеличивается и продолжает расти.

По некоторым оценкам, около 98% времени движения товара от источника *сырья* до конечного потребителя, включая производство и транспортировку, приходится на прохождение его по различным каналам материально-технического обеспечения и главным образом на хранение. Собственно время производства товаров занимает лишь 2% суммарного времени, а транспортировка — 5%.

В условиях такой ситуации сокращение времени пребывания товаров в сфере обращения правомерно рассматривать как крупнейший резерв повышения эффективности функционирования, как национальных экономик отдельных стран, так и мирового хозяйства в целом.

В поисках путей сокращения затрат в сфере обращения в практику хозяйствования стали внедряться новые технологии доставки товаров, базирующиеся на концепции материально-технического снабжения, транспорта и развития новейшей техники в области информатики и коммуникаций.

Область знания, предметом которой является рациональная интеграция движения товарно-материальных ценностей от производителя к потребителю с применением информационных систем, получила название «логистика».

Логистика — относительно новая область знания — проходит период своего становления и находится в стадии разработки ее теории и методологии, о чем свидетельствует тот факт, что сегодня сосуществуют десятки определений логистики.

Наиболее авторитетными иностранными специалистами в области логистики признаются профессора Мичиганского государственного университета США Д. Бауэрсокси и Д. Клосс, которые определяют логистику как процесс планирования и обеспечения (включая контроль) эффективного и непрерывного поступления товаров, услуг и существующей информации оттуда, где они создаются, к потребителю, направленный на всемерное удовлетворение потребительских запросов. Такое определение авторы сопровождают пояснением, что «хотя это определение не охватывает абсолютно все специальные понятия, которые встречаются в документах, оно отражает необходимость в едином управлении товарно-материальными потоками от источника сырья и материалов до пункта распределения готового продукта».

В этой работе, рассматривая логистику как стратегическое управление движением и хранением материалов, авторы выделяют функции логистики, в частности, они отмечают: «...полезно будет также изучить основные логистические функции. Их четыре: обслуживание покупателей, транспортировка, управление запасами, дистрибуция. Во многих фирмах логистика интегрирована с другими внутренними функциями и с деятельностью внешних поставщиков и покупателей, но перечисленные виды

деятельности составляют ядро любой логистической цепочки. Управление каждой из этих функций должно быть ориентировано на минимизацию затрат.

Логистические подходы должны обеспечить минимум затрат (издержек) по всему комплексу операций, каждой логистической цепочке на основе применения принципа компромисса этих затрат, иначе говоря, задача логистики — найти решение, которое позволяет с минимальными совокупными затратами удовлетворить потребности клиентов. В рассматриваемом выше определении эта важная задача не получила свое отражение.

С учетом приведенных комментариев можно предложить альтернативное определение: логистика — это управление движением материальных потоков и сопутствующей информацией от первичного источника до конечного потребителя с минимальными совокупными затратами.

3.2. Международные транспортные операции как объект логистического управления.

Логистика внешнеторговой деятельности обслуживает экспортно-импортные операции и имеет свою специфику, связанную с прохождением таможенных процедур, пересечением государственных границ, регулированием условий доставки товаров по договорам купли-продажи на основе ИНКОТЕРМС и международных правил перевозки, оформлением товаросопроводительной и технической документации на груз, страхованием и т. д.

В основе реализации внешнеторговой сделки лежит доставка товара от продавца к покупателю, т. е. товаропереместительная операция, осуществляемая транспортом в форме международной перевозки.

Международная перевозка (МП) — это перевозка грузов и пассажиров из одной страны в другую на взаимно согласованных условиях договора в соответствии с действующими международными технико-экономическими стандартами и нормами международного права.

Каждой МП всегда предшествует этап подготовки товара к перевозке, без которого она не может начаться, а заключительным этапом перевозки является процедура сдачи груза грузополучателю, без которой МП не может быть признана завершенной. Таким образом, каждый товар в процессе своего движения от грузоотправителя к грузополучателю проходит три последовательных этапа:

- *подготовительный*, связанный с приведением груза в транспортабельное состояние для предъявления к перевозке;
- *транспортировка груза* (как процесс физического перемещения) к месту назначения;
- *заключительный* (передача товара конечному потребителю в соответствии с условиями внешнеторгового контракта).

На всех этапах перемещения с товаром производятся определенные транспортные операции, соответствующие содержанию каждого этапа. Совокупность таких операций в международных перевозках образует множество, которое можно определить как «международные транспортные операции» (МТО).

Таким образом, в широком смысле *международная перевозка* — это не только собственно перевозка грузов (как процесс перемещения), а любая операция, не входящая в состав перевозочного процесса, но связанная с его подготовкой и осуществлением, включая передачу товара конечному потребителю.

Следовательно, понятие «международные транспортные операции» шире понятия «международная перевозка», так как последнее входит составной частью в первое, хотя и является стержнем МТО. На всем пути движения груз постоянно пребывает в поле МТО: в пунктах отправления (подготовка груза к перевозке), процессе транспортировки, местах (пунктах) перевалки с одного вида транспорта на другой (интермодальные перевозки), на пограничных пунктах, а также у получателя груза.

Каждая внешнеторговая сделка требует обязательной проработки логистической целесообразности перевозки, логистического сцепления участков перевозки, сопрягаемости транспортных средств, правового обеспечения, документального оформления приема, передачи и сдачи груза.

На основе требований логистики выстраивается вся экономика товародвижения, основанная на концентрации грузопотоков по оптимальным географическим направлениям с учетом их пропускных способностей.

Отправным пунктом логистического обоснования транспортно-технологической схемы доставки груза от продавца к покупателю является внешнеторговый контракт, в котором определяются транспортные условия и базис поставки товара.

Внешнеторговый контракт — это базовый документ при оформлении сделки купли-продажи, определяющий гражданско-правовые отношения сторон в сфере международной торговли.

Правовой режим и текстовое оформление внешнеторговых контрактов были унифицированы Венской конвенцией в 1980 г. В то же время положения данной конвенции позволяют участникам самостоятельно формулировать условия сделки на основании достигнутых договоренностей.

В сложившейся ситуации того времени стало очевидно, что для успешной работы на внешнем рынке требуется наличие универсального терминологического аппарата, единых однозначных формулировок условий передачи от продавца к покупателю права распоряжения товаром и распределения между ними рисков ущерба в ходе его транспортировки.

Для решения этой задачи Международная торговая палата в 1936 г. разработала систему Международных правил толкования торговых терминов, наиболее часто встречающихся во внешней торговле, которая получила название ИНКОТЕРМС (Incoterms International Commercial Terms).

Содержание базисных условий поставки *товаров в договоре купли-продажи* отражает следующие принципиальные вопросы:

- когда наступает момент, после которого считается, что стороны выполняли свои контрактные обязательства;
- когда переходят риски в случае повреждения или утраты груза с продавца на покупателя;
- как распределяются транспортные расходы между сторонами договора по поставке товара;
- кто предоставляет транспортные средства для поставки товара;
- кто и за чей счет оформляет таможенную очистку на вывоз и ввоз товара;
- кто и за чей счет обеспечивает страховки, лицензии, разрешения и прочие формальности, связанные с подготовкой товаросопроводительной документации на груз.

Таким образом, *главная цель ИНКОТЕРМС* сводится к решению двух основополагающих задач:

- четко определить и разграничить обязанности продавца и покупателя по доставке товара;
- распределить между продавцом и покупателем совокупные затраты по доставке груза согласно возложенным на них обязательствам.

Таким образом, во внешнеторговой среде наиболее значимыми факторами логистического обоснования транспортно-технологической схемы доставки груза от экспортера к импортеру являются транспортные условия внешнеторгового контракта в целом и базисные условия поставки товара в первую очередь, формулировке и выбору которых контрагенты по сделке должны уделять особое внимание.

3.3. Логистика транспортно-экспедиционного обслуживания внешнеторговых перевозок.

После согласования между покупателем и продавцом базиса поставки и транспортных условий договора купли-продажи начинается проработка транспортно-логистической схемы доставки груза.

В настоящее время осуществить перевозку в международной торговле без посредника практически невозможно. Обусловлено это тем, что продвижение грузов в международном товарообороте от производителя до потребителя — сложный, многоступенчатый процесс с участием нескольких видов транспорта, требующий соблюдения международных правил, условий, точного исполнения условий контракта, предписаний перевозчиков, банков, таможенных и государственных законов.

Эффективность и качество всего процесса товародвижения от грузовладельца в одной стране до грузополучателя в другой в значительной мере зависят от разного рода посредников, осуществляющих разнообразные транспортные операции с момента подготовки товара к транспортировке до момента сдачи его покупателю.

Таковыми посредниками в международных перевозках могут быть отдельные лица, специализированные предприятия, фирмы, объединения, корпорации, осуществляющие транспортно-экспедиционное обслуживание внешнеторговых перевозок.

Транспортно-экспедиционное обслуживание (ТЭО) можно определить как деятельность в области перевозок, охватывающую весь комплекс операций и услуг по доставке товара от производителя продукции к потребителю¹.

Структура и содержание ТЭО (рис. 3.1) свидетельствуют, что весь комплекс транспортно-экспедиционных услуг реализуется по трем основным направлениям: транспортное, экспедиционное, посредническое.

В системе транспортно-экспедиционного обслуживания внешнеторговых перевозок в качестве основных посредников выступают экспедиторы и агенты (брокеры).

Представители, которые действуют по доверенности грузовладельца (грузоотправителя или грузополучателя), от имени грузовладельца и за его счет по договору поручения, называются *экспедиторами*, а операции, которые они выполняют по договору транспортной экспедиции

— *транспортно-экспедиционными*.

Представители, действующие по доверенности перевозчиков, от имени и за счет перевозчиков по договору поручения (комиссии), называются *агентами* или *брокерами*, а

выполняемые ими операции по договору транспортного агентирования — *агентскими* или *брокерскими*.

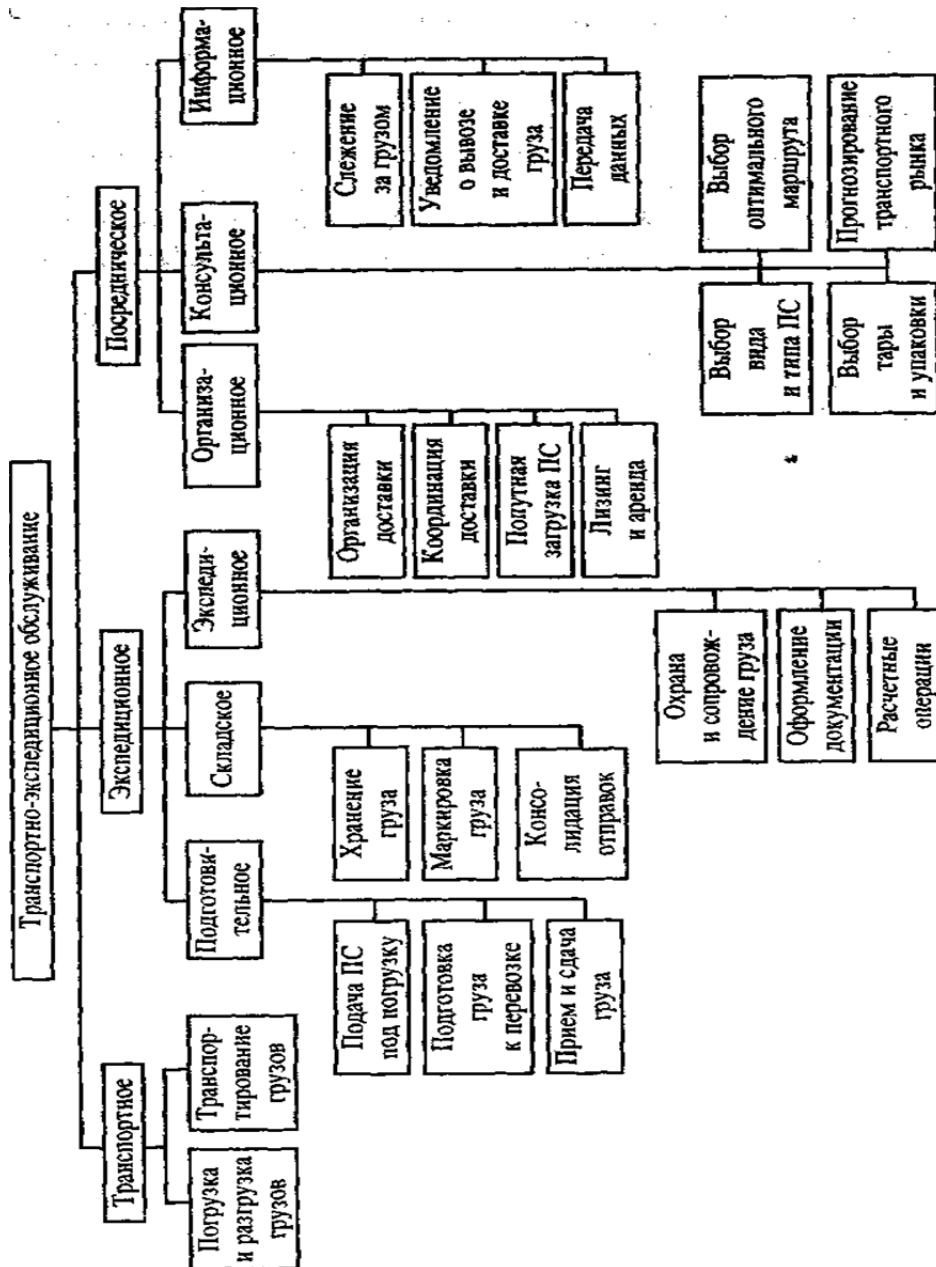


Рис. 3.1. Структура и содержание ТЭО

Все субъекты ТЭО можно с некоторой степенью условности разделить на три основные группы:

- *государственные органы*, являющиеся непосредственными, прямыми или косвенными субъектами ТЭО. Государству чаще всего принадлежат дороги, порты, склады, мосты и другие сооружения, имеющие значение для транспортирования груза. Государство

действуя в лице таможенных и пограничных органов, администраций портов, аэропортов, автомобильных и железных дорог, прямо участвует в транспортном процессе, является регулирующим и контролирующим органом, формирующим правовую основу для транспортно-экспедиционной деятельности;

- *потребители транспортных услуг* — лица, заинтересованные в осуществлении перевозки. К ним относятся производители продукции и ее покупатели, посредники, причем к последним можно отнести любой субъект ТЭО из третьей группы;
- организации, оказывающие услуги в процессе доставки груза, *которые представлены следующими субъектами ТЭО*;

Перевозчики — организации, осуществляющие непосредственно перемещение груза, располагающие своим подвижным составом (ПС) и всеми лицензиями, необходимыми для осуществления конкретных видов перевозок. Перевозчики могут работать как напрямую с потребителем транспортных услуг, так и посредством экспедиторов.

Транспортно-экспедиционные компании — организации, оказывающие широкий спектр услуг, связанных с доставкой груза от отправителя до получателя.

Агентские (брокерские) компании — организации, оказывающие услуги, связанные с использованием транспортных средств (ТС), их эксплуатацией и арендой.

Транспортные и грузовые терминалы, склады — организации, располагающие мощностями для хранения, складирования, консолидации и распределения грузов. Задача терминальных комплексов заключается в обеспечении единства транспортного процесса, грузопереработки, временного складирования, согласованной передачи груза с одного вида транспорта на другой.

Страховые компании — организации, предоставляющие услуги по страхованию грузов, ТС и ответственности перевозчика или экспедитора с целью создания для субъектов, участвующих в доставке груза, гарантии компенсации предполагаемых при перевозке убытков и упрощения получения такой компенсации.

Стивидорные компании — организации, предоставляющие услуги по осуществлению ПРР и располагающие комплексом необходимых для их осуществления средств.

Тальманские компании — организации, предоставляющие услуги по подсчету груза при погрузке на судно и выгрузке с него. Обычно к услугам тальманов прибегают при приеме и сдаче грузов, перевозимых по счету грузовых мест (ГМ). На основе документов по учету грузов происходит разбор претензий и исков, касающихся недостачи груза.

- Консалтинговые компании* — организации, предоставляющие следующие услуги:
- проведение маркетинговых исследований по конъюнктуре транспортных рынков;
 - консультирование сторон предстоящей внешнеторговой сделки с целью разработки транспортных условий договора купли-продажи, в том числе выбора базисного условия поставки;
 - определение оптимального маршрута перевозки груза, способов его доставки, видов транспорта, пунктов перегрузки;
 - выбор перевозчиков;
 - определение стоимости доставки груза и транспортной составляющей в контрактной цене товара;
 - определение сроков доставки груза.

Логистические компании — организации, предоставляющие услуги по организации оптимальных грузопотоков разными видами транспорта, комплектованию групп товаров,

способам оптимизации перевозок между разными видами транспорта и т. п. Логистические компании проводят изучение потребностей клиентуры с целью более качественного ее обслуживания и представляют результаты таких исследований в виде рекомендаций или необходимых логистических услуг.

Ассоциации сюрвейеров — организации, предоставляющие услуги, связанные с обследованием ТС, транспортного оборудования и грузов с целью выявления их состояния (на момент осмотра), которое подтверждается сюрвейерным актом. Он служит одним из доказательств при разрешении споров в случае порчи, повреждения или утраты объекта.

Лизинговые компании — организации, предоставляющие в аренду ТС и транспортное оборудование компании-арендатору, которая постепенно (обычно в течение 5-7 лет) погашает задолженность по мере использования имущества. Государство, как правило, создает лизинговым компаниям льготные условия получения кредитов для покупки оборудования, которое затем сдается в аренду (лизинг). По окончании срока договора лизинга арендатор либо совершает покупку имущества по остаточной стоимости, либо пролонгирует срок лизингового соглашения.

Таким образом, в решении логистических задач внешнеэкономической деятельности транспортно-экспедиторские фирмы играют важнейшую ключевую роль.

Полному и своевременному обеспечению транспортно-экспедиторских услуг способствует специализация этих фирм, направленная на снижение издержек, предоставление услуг с наименьшими расходами на отдельных направлениях перевозок грузов, надлежащее знание применяемых условий в контрактах купли-продажи, существующих требований и обычаев, подлежащих исполнению в странах отправления, транзита и назначения.

В заключение можно констатировать, что транспортное обеспечение международных контрактов — сложный комплексный процесс взаимодействия многочисленных участников международных транспортных операций, эффективность которого определяется глубиной логистического обоснования всех этапов перемещения товаров от продавца к покупателю.

Тема 4. Страховые услуги в МБ.

4.1. Риски в МБ и методы управления ими.

4.2. Страхование как инструмент риск менеджмента в МБ.

4.1. Риски в МБ и методы управления ими.

Современная система международного бизнеса характеризуется как возрастающим уровнем рисковости среды, так и необходимостью интернационализации существующих рисков. Углубление и повсеместная экспансия процессов транснационализации бизнеса, увеличение количества акторов, нарастание и изменение качественной природы транзакционных издержек на фоне тренда к институционализации новых форм бизнеса и требованиям к спецификации ответственности по-новому позиционируют систему риск-менеджмента в современном бизнесе и, в частности, его основной компонент — страховые инструменты управления риском.

Страхование в международном бизнесе, хотя и не требует отдельного лицензирования, все же обладает некоторыми особенностями, обусловленными изменчивостью бизнес-среды в течение временных лагов сделки и реализующимися в виде коммерческих рисков. Среди них:

- изменения цены товара после заключения контракта;
- оппортунистическое поведение одной из сторон контракта;
- финансовая дестабилизация одной из сторон контракта;
- неустойчивость валютных курсов (инфляция и дефляция);
- издержки согласования (необходимость учитывать законодательство разных стран, международные правовые нормы регулирования и пр.).

В связи с этим особое значение приобретают идентификация риска и его фиксация, так как система риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности базируется прежде всего на анализе риска (рис. 4.1).

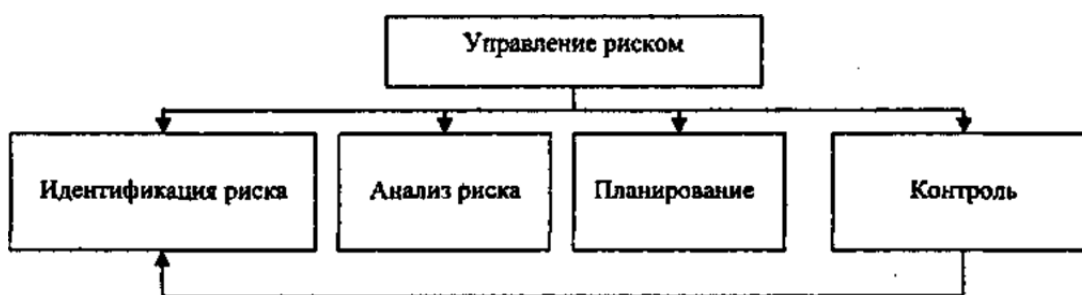


Рис. 4.1. Этапы анализа риска

Под идентификацией риска следует понимать распределение риска на конкретные группы по определенным признакам для достижения поставленных целей. Научно обоснованная классификация риска позволяет четко определить место каждого риска в общей системе.

Идентификация рисков — первая стадия процесса управления ими. На этом шаге выявляются и описываются риски, которые могут возникнуть при реализации проекта в международном бизнесе, а также взаимосвязи рисков. Выявленные риски классифицируются по группам (например, могут быть определены следующие категории рисков: финансовые, технологические, политические, профессиональные, форс-мажор и т. д.).

На этапе анализа проводится *оценка рисков*. Здесь подсчитываются вероятности рисков и ущерба, который они могут нанести, а также определяются границы рисков. После этого риски группируются по степени важности и выделяются наиболее важные из них, которые будут тщательно отслеживаться на протяжении всего срока ведения проекта.

После идентификации и анализа рисков на стадии *планирования* разрабатываются мероприятия по предотвращению рисков и устранению их последствий, если они все же произойдут. Соответствующие документы включают в себя описание действий по

реагированию на возникновение каждой из возможных проблем и перечень лиц, ответственных за осуществление соответствующих действий по их нейтрализации.

Задачей этапа *контроля* являются мониторинг выявленных рисков и осуществление планово-предупредительных мероприятий. На основании данных такого мониторинга происходит инициирование ответной реакции на проблемную ситуацию в случае выявления таковой. Правильно организованный контроль выполнения проекта обеспечивает руководство компании качественной и своевременной информацией для принятия решений по предотвращению рисков. По ходу выполнения международных операций могут выявляться новые риски или меняться степень их влияния на бизнес-активность. Именно поэтому управление рисками представляет собой замкнутый цикл, в котором за контролем опять следует стадия идентификации и так вплоть до окончания международного проекта.

При масштабировании хозяйственных связей в рамках глобального пространства традиционные виды рисков могут модифицироваться и кумулироваться прежде всего под воздействием зарубежной среды, в результате чего в международном бизнесе появляются качественно новые виды рисков (табл. 4.1).

Главная проблема управления рисками во внешнеэкономической деятельности предприятия состоит в управлении рисками, наступление которых не зависит от усилий предприятий, они являются внешними.

Можно выделить следующие *группы методов, направленных на уменьшение возможных убытков*, вызываемых этими рисками:

- страхование;
- хеджирование как метод использования биржевых фьючерсных контрактов и опционов;
- применение различных форм и методов расчетно-кредитных отношений, сводящих к минимуму риск неплатежа за поставленные товары, или неполучения товаров против их оплаты, например, подтвержденный документарный аккредитив, различные банковские гарантии, авалирование, залог и др. ;
- анализ и прогнозирование конъюнктуры (спроса, предложения, цены) на внешнем рынке, планирование и своевременная разработка мероприятий за счет собственных и заемных ресурсов с целью избежать возможных убытков, вызванных неблагоприятными конъюнктурными изменениями;
- другие методы (уклонение от риска, компенсация риска и его последствий, локализация, распределение (диссипация) риска).

Таблица 4.1 Классификация рисков в международном бизнесе

Хозяйственно-правовые риски	связаны с национальными различиями в законах и других нормативных актах, которые регулируют внешнеэкономическую деятельность
Политические риски	связаны с изменением политической ситуации в той или иной стране (приход к власти нового правительства и введение им ограничений на экспорт, импорт, эмбарго на товары и т. д.)
Собственно международные риски	связаны с действиями международных экономических и финансовых организаций, которые вводят новые условия торговли, международные стандарты, режимы запретительных или поощрительных мер в международной торговле
Риск невыполнения условий международного контракта	связан с нарушением условий, прописанных в контракте (сроки поставки, несоответствие количества, качества и т. д.)
Кредитный риск	связан с невыполнением обязательств по взаимным платежам
Валютный риск	связан с постоянным колебанием валютных курсов
Сбытовой риск	связан с колебанием спроса на экспортные и импортные товары в стране или на отдельном сегменте зарубежного рынка
Ценовой риск	связан с постоянным изменением мировых цен
Коммерческий риск	связан с недобросовестностью или неплатежеспособностью населения страны-импортера и недополучением прибыли
Производственно-технический риск	связан с невозможностью использования в производстве приобретенных на мировом рынке лицензий, патентов, ноу-хау или с невозможностью должной наладки купленного оборудования

4.2. Страхование как инструмент риск-менеджмента в МБ.

Среди методов управления рисками в международном бизнесе значительное место отводят страхованию.

По своей природе *страхование* — форма предварительного резервирования ресурсов, предназначенных для компенсации ущерба от ожидаемого проявления различных рисков. Стороной, принимающей финансовые риски, в данном случае выступает страховая компания.

Цель страхования субъекта экономики — защита от финансовых последствий (имущественного ущерба) вследствие наступления неблагоприятных событий.

Экономическая сущность страхования заключается в создании резервного (страхового) фонда, отчисления в который для отдельного страхователя устанавливаются на уровне, значительно меньшем сумм ожидаемого убытка и, как следствие, страхового возмещения.

Наибольший эффект может быть достигнут за счет сочетания различных методов управления рисками: страхования, хеджирования, применения современных методов управления, форм и методов расчета в операциях международного бизнеса.

Методы и инструменты страхования трансформировались в следующую *классификацию страхования в международном бизнесе*:

1. По используемым системам страхования:

- страхование по действительной стоимости имущества, которое используется в имущественном страховании и обеспечивает страховую защиту в полном объеме финансового ущерба, нанесенного застрахованным видам активов субъекта экономики;
- страхование по системе пропорциональной ответственности обеспечивает лишь частичную страховую защиту по отдельным видам рисков;
- страхование по системе первого риска, под которым понимается финансовый ущерб, понесенный страхователем при наступлении страхового события, заранее оцененный при составлении договора страхования как размер указанной в нем страховой суммы;
- страхование с использованием безусловной франшизы, представляющей собой минимальную некомпенсируемую страховщиком часть ущерба, понесенного страхователем;
- страхование с использованием условной франшизы, при которой страховщик не несет ответственности за финансовый ущерб, понесенный актором международного бизнеса в результате наступления страхового события, если размер этого ущерба не превышает размера согласованной франшизы.

2. По формам страхования:

- обязательное;
- добровольное.

3. По объемам страхования:

- полное;
- частичное.

Остановимся на наиболее часто совершаемых операциях страхования в международном бизнесе.

Страхование лизинговых операций. Мировой опыт хозяйственно-правовых отношений свидетельствует, что при заключении лизинговых соглашений лизингополучатель принимает на себя обязанность застраховать транспортировку получаемого в лизинг оборудования, его монтаж и пусконаладочные работы, имущественные риски.

Страхование риска лизингодателя на случай невозможности возврата своего имущества и риска дефолта лизингополучателя — эти требования становятся обычной практикой при лизинговом финансировании в России. Несколько российских страховых компаний предлагают страхование указанных рисков, подкрепленное перестрахованием в разных европейских страховых компаниях. Ведущие национальные и международные лизинговые компании, работающие в России, полагают, что существуют вполне реальные решения большинства проблем, с которыми они могут столкнуться. Во избежание явных рисков эти компании соблюдают приоритет своих утвержденных критериев при отборе предполагаемых сделок.

Необходимость страхования имущества, передаваемого в лизинг, установлена и Оттавской конвенцией, регулирующей взаимоотношения партнеров по международному финансовому лизингу и перестрахованию.

Чаще всего к механизму перестрахования прибегают при поставках зарубежного оборудования по лизингу, когда его стоимость составляет многие миллионы долларов и при этом имеется требование западного партнера на участие в сделке солидной западной страховой компании. Наиболее развита схема перестрахования между российскими и германскими страховщиками.

Механизм страхования и перестрахования лизинговых операций содействует формированию и сублизинговых отношений, имеется в виду организация поставки оборудования двумя лизинговыми компаниями: западной и российской. Целесообразность такого тандема определяется разделением рисков между большим количеством участников и повышением уровня гарантий для каждого из них, сокращением стоимости кредитных ресурсов, привлекаемых для лизинговых операций.

Страхование повышает кредитные возможности компаний в том случае, если они обеспечены поддержкой крупной и широкоизвестной страховой компании.

В силу того, что страховые компании сами заинтересованы в благополучии страхуемого проекта и дополнительном обеспечении, предусмотрено наличие двух уровней защиты: во-первых, доход и поток капиталов, которые обеспечиваются компанией или проектом, во-вторых (если первого недостаточно), продажная или ликвидационная стоимость собственности.

Коэффициент риска можно рассчитать как соотношение минимально возможного объема убытков и собственных финансовых ресурсов с учетом точно установленных поступлений средств.

Проведенные специалистами исследования показали, что оптимальный коэффициент риска — **30%**. По-видимому, этот показатель и может служить отправной точкой для российских лизингодателей и лизингополучателей при организации лизинговых операций.

Страхование коммерческого риска — вид страхования, сущность которого заключается в уменьшении риска осуществления предпринимательских сделок за счет страхования. Наиболее распространено страхование банковских кредитных рисков, объектами которого являются банковские ссуды, обязательства и поручительства, инвестиционные кредиты. При невозврате кредита кредитор получает страховое возмещение, частично или полностью компенсирующее размер кредита.

В зарубежной страховой практике широко применяется страхование экономических рисков. Предпринимательская деятельность и страхование — тесно связанные категории рыночного хозяйства. В этом виде страхования выделяют страхование от коммерческих, технических, правовых, политических рисков и рисков в финансово-кредитной сфере. Страхование коммерческих рисков охватывает те виды страхования, в которых заинтересован прежде всего предприниматель.

Объект страхования — коммерческая деятельность страхователя, под которой понимается инвестирование денежных и материальных ресурсов в какой-либо вид производства или бизнеса и получение от этих вложений соответствующей финансовой отдачи в виде прибыли. Покрытие коммерческих рисков осуществляется при помощи страхования от потери прибыли (дохода) вследствие нарушения процесса производства, простоя, повреждения или кражи имущества и иных потерь, связанных с прерыванием

основной деятельности, страхования от невыполнения договорных обязательств по поставке и реализации продукции.

Страхование финансово-кредитных рисков. Необходимость страхования финансово-кредитных рисков обусловлена достаточно высокой степенью вероятности их появления — страховой риск вытекает из специфики движения финансов и кредитных потоков. Нейтрализовать возможные потери позволяют следующие виды страхования:

- экспортных кредитов (на случай банкротства импортера либо его продолжительной неплатежеспособности);
- расходов по вступлению экспортера на новый рынок;
- банковских кредитов на случай неплатежеспособности заемщика (страхователем выступает банк);
- коммерческого кредита (векселей);
- залоговых операций;
- валютных рисков (потерь от колебания валютных курсов);
- биржевых операций и сделок;
- от инфляции;
- риска неправомерных применений финансовых санкций органами налогового контроля.

Имущественное страхование обеспечивает страховую защиту субъекта экономики от рисков финансовых потерь, которые могут быть возложены на него в законодательном порядке в связи с причиненным им ущербом третьим. лицам — как физическим, так и юридическим. Такая ответственность может возникать в силу действия законов по возмещению ущерба виновником, которым может оказаться предприятие — актор международного бизнеса — комплексные виды страхования, которые предлагают сочетание в одном полисе нескольких видов страхования.

Среди имущественных видов страхования наиболее часто применяются следующие:

- страхование грузов;
- страхование судов (морское каско);
- страхование воздушных судов;
- страхование автомобилей;
- страхование имущества, находящегося за границей, от огня и других опасностей и др.

Страхование валютных рисков. Валютные риски (т. е. потери от изменения валютных курсов) наступают в момент поступления выручки на счет экспортера. Во внешнеэкономическом контракте фиксируются два вида валют: цены и платежа.

Валюта цены (или сделки) — это валюта, в которой устанавливается цена товара (услуги) или выражается сумма предоставленного международного кредита.

Валюта платежа — это валюта, в которой производится оплата товара (услуги) или погашение международного кредита. Эти валюты могут совпадать друг с другом.

Валютные риски проявляются при изменении за время осуществления внешнеторговой операции курсового соотношения между валютой платежа и валютой, в которой выражены издержки экспортера или ведется учет его валютных поступлений (валюта цены). Величина валютного риска связана с потерей покупательной способности валюты, поэтому она находится в прямой зависимости от разрыва между сроком заключения сделки и моментом платежа.

Методом страхования от валютных рисков является применение валютных оговорок.

Валютные оговорки представляют собой специально включаемое в текст контракта условие, в соответствии с которым сумма платежей должна быть пересмотрена в той же пропорции, в которой произойдет изменение курса валюты платежа по отношению к валюте оговорки.

Страхование делькреде. Делькреде (от итал. *clielcgelege* — на веру) — это поручительство комиссионера перед комитентом за исполнение договора, заключенного комиссионером с третьим лицом. Комиссионер за делькреде получает особое вознаграждение. В случае невыполнения третьим лицом обязательства по сделке брокер или агент, принявший на себя делькреде, возмещает предоставляющему лицу убытки. Условие делькреде позволяет представляемому лицу заметно уменьшить или исключить коммерческий риск, поскольку брокер (агент), используя свое знание местного рынка, может обеспечить условия для успешного выполнения сделки.

Страхование делькреде — это страховая защита от рисков по краткосрочной дебиторской задолженности по поставкам товаров и услуг внутренним и зарубежным заказчикам лично | на срок не более 180 дней. Страхование делькреде начинается с момента, когда поставки выполнены, по ним выставлен счет и они окончательно приняты покупателем. Полисодержателю возмещается убыток по дебиторской задолженности, возникшей вследствие неплатежеспособности покупателя.

Страхование депозитов представляет собой разновидность страхования, осуществляемого банками, по которому вкладчикам гарантируется возврат их вкладов в случае объявления банков банкротами. Страхование депозитов является формой добровольного страхования.

Страхование иностранных инвестиций. Услуги по страхованию иностранных инвестиций представляет Международное агентство по гарантированию инвестиций (МИГА, или МЮА), которое является членом Всемирного банка и было основано 12 апреля 1988 г. *

Задачей МИГА является стимулирование иностранных инвестиций в развивающиеся страны путем:

- предоставления гарантий инвесторам против рисков, связанных с переводом валюты, экспроприацией, войной, гражданскими беспорядками и нарушением условий контракта правительством страны, в которую был вложен капитал;
- предоставления консультационных услуг развивающимся странам — членам агентства по проведению мер, которые могли бы сделать их более привлекательными для вложения капитала.

Страхование рисков, связанных с переводом валюты, защищает инвестора от убытков, связанных с неспособностью инвестора конвертировать свои денежные средства (доходы, выплаченная сумма долга, проценты по долгу, капитал и другие платежи) в местной валюте в другую иностранную валюту для их вызова из страны. Инвестор получит страхование на случай задержек с получением конвертируемой валюты в связи с действием или бездействием правительства развивающейся страны, в связи с неблагоприятным изменением законов по обмену валют или ухудшением условий, влияющих на обмен и возможность вызова иностранной валюты. Этот вид страхования не покрывает девальвацию местной валюты.

Страхование рисков защищает инвестора от потерь, связанных с нарушением условий контракта или разрывом контракта со стороны правительства страны, куда был вложен капитал. В этих случаях пострадавшая сторона должна сначала получить

присуждение убытков в Арбитраже. Если после отведенного в решении Арбитража времени убытки не будут возмещены, МИГА выплатит компенсацию.

МИГА проводит страхование любых новых инвестиций своих членов во всех развивающихся странах, являющихся членами МАСИ, а также дополнительных инвестиций, направленных на расширение, модернизацию и изменение капитализации проекта или приобретение приватизируемых государственных предприятий.

Гарантии обычно предоставляются на 15 лет, но могут быть продлены до 20, если МИГА сочтет это необходимым.

Страхование экологических рисков предусматривает ответственность страховщика за риски, связанные с загрязнением окружающей среды.

К таким рискам относятся, например:

- страхование ответственности судовладельцев за утечку нефтепродуктов из танкеров и загрязнение вод и побережья;
- страхование ответственности за ядерный ущерб, причиненный третьим лицам в процессе мирного использования ядерной энергии;
- страхование ответственности за загрязнение грунтовых вод, земли и воздуха;
- страхование ответственности за ущерб от горнодобывающей деятельности и т. д.

Страхование экологических рисков основывается на нормах природоохранного законодательства, действующего в том или ином государстве. Цель данного страхования — покрытие убытков, связанных с необходимостью возмещения третьим лицам ущерба, понесенного ими в результате загрязнения окружающей среды по вине деятельности полисодержателя (страхователя).

Страхование экологических рисков может быть связано с возможностью очень крупных выплат страхового возмещения за один страховой случай, поэтому нередко его условия оговаривают предельный размер выплат, определяемый системой международных конвенций и договоров.

Таким образом, страхование является одним из наиболее эффективных инструментов управления рисками в сфере международного бизнеса, что обусловливается наличием высокого уровня организационного капитала в страховых компаниях, в частности, высококвалифицированного топ-менеджмента, включающего специалистов по всем стадиям управления риском.

При реализации крупных проектов в сфере международного бизнеса зачастую проводится пакетное страхование риска, реализующее модель аутсорсинга, когда все риски по проекту передаются на удержание страховой компании, которая проводит все необходимые операции, начиная от предстраховой экспертизы и заканчивая использованием инструментов перестрахования по особо крупным рискам.

Тема 5. Стандартизация и сертификация в МБ.

5.1. Повышение конкурентоспособности на основе использования международных стандартов продукции как императив современного МБ.

5.2. Содержание стандартизации и сертификации в МБ.

5.3. Институциональное обеспечение процессов стандартизации, сертификации и аккредитации в мировом хозяйстве стандарта ИСО в современном МБ.

5.1. Повышение конкурентоспособности на основе использования международных стандартов продукции как императив современного МБ.

Глобализация экономики, активизация международных торговых и производственных связей повышают требования, предъявляемые потребителями к качеству продукции. Для подтверждения качества продукции, предлагаемой разными поставщиками, необходимо наличие международных стандартов качества и соответствующих им документов — сертификатов соответствия, признаваемых практически во всех странах мира. До середины 80-х гг. XX в. такими стандартами являлись различные национальные и международные стандарты качества на товары и услуги. В XXI в. потребитель получил возможность выбирать из большого числа поставщиков и диктовать свои требования к качеству продукции (товаров или услуг), которую он готов приобрести. В рыночной экономике проблема качества является важнейшим фактором повышения уровня жизни, экономической, социальной и экологической безопасности.

Качество, являясь комплексным понятием, характеризует эффективность всех сторон деятельности хозяйствующего субъекта: разработку стратегии, организацию производства, маркетинг и др. Известно, что важнейшей составляющей всей системы качества является качество продукции.

В современной литературе и международной практике существуют различные трактовки понятия качества. *Международная организация по стандартизации (ИСО) определяет качество* (стандарт ИСО-8402) как совокупность свойств и характеристик продукции, которые придают ей способность удовлетворять обусловленные или предполагаемые потребности.

Стандарты ИСО серии 9000 установили единый, признанный в мире подход к договорным условиям по оценке систем качества и одновременно регламентировали отношения между производителями и потребителями продукции, иными словами, стандарты ИСО — это жесткая ориентация на потребителя, а само понятие «качество» можно представить в виде пирамиды (рис. 5.1.1).



Рис. 5.1.1 Пирамида качества

Существует целая наука о качестве, которая была разработана Дж. Ван Этингером и Дж. Ситтигом. *Квалиметрия* — это научная дисциплина, которая изучает проблематику и методологию количественного и в ее рамках формируется и развивается система методов измерения свойств продукции и оценки ее качества.

Следует отметить, что значение качества продукции состоит в том, что только качественная продукция открывает экспортную дорогу в международный бизнес, а следовательно, и увеличение прибыльности самого субъекта хозяйствования.

Поскольку качество является важным инструментом в борьбе за рынки сбыта, именно оно обеспечивает конкурентоспособность товара и складывается из технического уровня продукции и полезности товара для потребителя через функциональные, социальные, эстетические, эргономические, экологические свойства, при этом конкурентоспособность определяется совокупностью качественных и стоимостных особенностей товара, которые могут удовлетворять потребности потребителя, а также расходами на приобретение и потребление соответствующего товара. Следует учитывать, что среди продукции аналогичного назначения большей конкурентоспособностью обладает та, которая обеспечивает наивысший полезный эффект по отношению к суммарным затратам потребителя.

Проблема повышения конкурентоспособности на основе использования международных стандартов продукции (товаров, услуг) выступает императивом современного международного бизнеса.

Конкуренция, являясь обязательным атрибутом международного бизнеса, носит более ожесточенный характер на мировом рынке, чем на внутреннем, где в конкурентной борьбе используются ценовой и неценовой методы. Последний имеет даже более широкое распространение, поскольку, как правило, побеждает продукция более высокого качества.

Исследования, проведенные в ряде стран, показали, что в компаниях, мало уделяющих внимания качеству, до 60% процентов времени может уходить на исправление брака.

Существуют две модели классификации затрат на обеспечение качества, предложенные разными исследователями в данной области. Интерес представляет *классификация затрат на обеспечение качества продукции, предложенная А. Фейгенбаумом* (рис. 5.1.2). Он выделяет три группы затрат: на предупреждение дефектов, оценку уровня качества, убытки от брака.

Японская модель кардинально отличается от предыдущей, так как в ее основу положена концепция, ориентированная не на продукцию, а на обеспечение качества и оценки его результатов (рис. 5.1.3).

Согласно японской модели, расчеты затрат на обеспечение качества представляют собой определение стоимости работ, цель которых — уменьшение общих затрат путем увеличения стоимости мероприятий по предупреждению несоответствий и дефектов. Экономическая эффективность оценивается путем сравнения затрат с затратами, а не с доходами. Предусмотренный данной моделью подход, который обычно называют «управленческим», позволяет разрешить ситуацию, сложившуюся в экономических исследованиях по проблеме затрат на качество, так как дает ответы на принципиально важные вопросы: чем отличается себестоимость продукции от затрат на качество, какую долю в себестоимости занимают затраты на качество и т. п.

Японская модель согласуется с содержанием стандартов ИСО 9000, регламентирующих требования к видам деятельности в рамках системы качества.

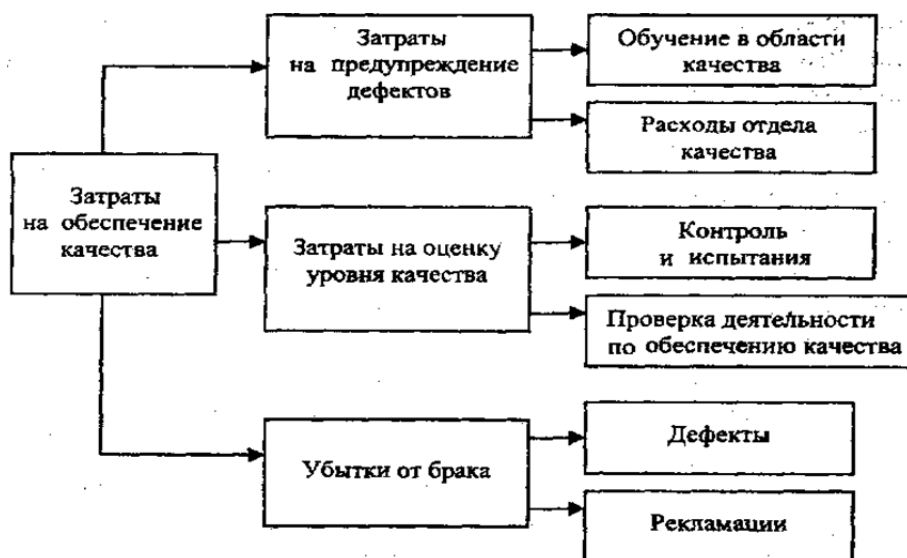


Рис. 5.1.2. Классификация затрат на обеспечение качества по А. Фейгенбауму



Рис.5.1.3. Японский подход к классификации затрат на обеспечение качества

К примеру, в отличие от зарубежных исследователей, российские специалисты предложили другой состав затрат на обеспечение качества.

- 1) правовое и информационное обеспечение;
- 2) обеспечение качества исходных материалов при изготовлении продукции;
- 3) обеспечение качества упаковки, хранения и транспортировки;
- 4) послепродажная деятельность;
- 5) обучение и подготовка кадров;
- 6) поддержание связи с потребителями;
- 7) учет, оценка и анализ затрат.

В международном бизнесе система оценки качества продукции должна наиболее полно соответствовать особенностям рыночных отношений между производителями и потребителями, что предопределяет:

- 1) объективную оценку качества продукции на разных этапах взаимодействия разработчиков, изготовителей и потребителей с учетом взаимосвязи качества, количества и цены потребления;
- 2) достаточно полное выявление свойств и показателей, характеризующих качество продукции, а также объективное отражение их в нормативно-технических документах (НТД) на продукцию;

3) оперативное получение всех необходимых объективных данных о качестве продукции, ее техническом уровне и конкурентоспособности на любом этапе жизненного цикла продукции.

При этом управление качеством базируется на «трех китах»: стандартизации, сертификации и квалиметрии.

5.2. Содержание стандартизации и сертификации в МБ.

Стандартизация — деятельность по установлению определенных требований (норм, правил и характеристик), которые должны быть направлены на обеспечение:

- 1) безопасности продукции, работ и услуг для окружающей среды, жизни, здоровья и имущества;
- 2) взаимозаменяемости продукции;
- 3) качества продукции, работ и услуг в соответствии с уровнем развития науки, техники и технологии;
- 4) единства измерений;
- 5) экономии всех видов ресурсов.

Важнейшими результатами деятельности по стандартизации являются:

- повышение степени соответствия продукции, процессов и услуг их функциональному назначению;
- устранение барьеров в торговле и соответствие научно-техническому и экономическому сотрудничеству.

Результаты стандартизации по отношению к сертификации первичны, поскольку прежде чем подтвердить соответствие продукции установленным требованиям, необходимо их разработать, обосновать и установить, а это возможно лишь при непосредственном использовании методов квалиметрии, разработке и экспертизе требований стандартов, подготовке и проведении сертификации продукции на ее соответствие требованиям стандартов.

Сертификация (от лат. *sertifico* — подтверждаю, удостоверяю, лат. *certum* — верно, *facere* — сделано) — это деятельность, направленная на установление и фиксацию соответствия рассматриваемого объекта определенным требованиям. Особые требования предъявляются к методическим основам оценки качества продукции, которые должны наиболее полно обеспечивать:

— возможность выявления комплексного анализа и достоверной оценки всей совокупности потребительских свойств безопасности и экологичности продукции;

— создание на основе проведенной оценки предпосылок для социальной защиты потребителя от функционально и экологически опасной продукции, а также от несоответствия реальной цены на продукцию ее качеству.

Управление качеством продукции осуществляется циклически и проходит через определенные этапы, именуемые циклом Деминга, реализация такого цикла называется оборотом цикла Деминга.

Сертификация является одним из способов подтверждения соответствия продукции заданным требованиям. В мировой и отечественной практике применяются различные методы подтверждения соответствия объектов заданным требованиям, которые выполняются разными сторонами — изготовителями, продавцами, заказчиками, а также независимыми от них структурами.

Сертификация создает определенную, но не абсолютную степень уверенности в наличии соответствия. Для этого она должна располагать набором доказательств, а также документальным или иным подтверждением их получения. Они должны создавать необходимую уверенность соответствия, а значит, должен быть уровень необходимой уверенности, под который и собираются доказательства.

Комитет по вопросам сертификации (СЕРТИКО) Международной организации по стандартизации в последней (1996 г.) редакции Руководства ИСО/МЭК определяет понятие сертификации соответствия следующим образом; *сертификация* — это процедура подтверждения соответствия результата производственной деятельности, товара, услуги нормативным требованиям, посредством которой третья сторона документально удостоверяет, что продукция, работа (процесс) или услуга соответствует заданным требованиям².

Сертификация базируется на стандартах и в ее основе лежат испытания по нормам сертификации.

Система сертификации (организационная) — второе по важности после сертификации понятие процедуры подтверждения соответствия. Термин «*система сертификации*» согласно руководству ИСО/МЭК определяется как «система, имеющая свои собственные правила процедуры и руководства для проведения сертификации соответствия». Основным в этом определении является то, что сертификация в рамках системы должна проводиться по единым правилам и в определенном составе участников процесса сертификации.

В международном бизнесе, когда и изготовитель (продавец), и потребитель преследуют собственный интерес, их обращение к сертификации продукции диктуется прежде всего экономическими причинами.

Сертификация может быть обязательной, осуществляемой в законодательно регулируемой области экономики, и добровольной, проходящей в нерегулируемой сфере хозяйствования.

Обязательная сертификация применяется в качестве инструмента для защиты общества и граждан от товаров и услуг, способных нанести вред жизни, здоровью, имуществу и окружающей среде. Особенностью обязательной сертификации в условиях рыночных отношений является то, что она дает право допуска на рынок продукции, подлежащей обязательной сертификации.

Добровольная сертификация составляет неотъемлемую часть современного международного бизнеса, играя роль стимула повышения конкурентоспособности товаров и услуг, проводится на соответствие нормативным требованиям, выбираемым заявителем, способствует завоеванию места на рынке.

Развитие сертификации в общем экономическом пространстве разных государств подразумевает взаимное признание результатов сертификации продукции, которое может быть основано на гармонизации законодательной базы, использовании единых стандартов и взаимно признанных механизмов установления соответствия.

ИСО/МЭК предлагает термин «соответствие» (assurance), указывая, что это процедура, в результате которой может быть представлено заявление, дающее уверенность в том, что продукция (процесс, товар, услуга) соответствует заданным требованиям.

Это может быть декларация о соответствии или сертификация. *Декларация о соответствии* представляет собой письменную гарантию в том, что продукция соответствует заданным требованиям. Это означает, что поставщик (изготовитель) под

свою личную ответственность сообщает о том, что его продукция отвечает требованиям конкретного / нормативного документа (стандарта).

С целью координации и создания каналов движения информации по стандартизации как на международном, так и на национальном уровнях, в рамках ИСО была создана *единая информационная система ИСОНЕТ (ISONET)*.

Большой заслугой ИСОНЕТ явилось создание Международной классификации стандартов, которая направлена на достижение гармонизации представления информации. МКС — *Международный классификатор стандартов (ICS- International classification for standards)* предназначен для использования при построении каталогов, указателей, выборочных перечней, библиографических материалов, формирования баз данных по международным, региональным и национальным стандартам и другим нормативным документам по стандартизации, обеспечивая таким образом распространение этих документов на национальном, региональном и международном уровнях. Объектами классификации МКС являются стандарты и другие нормативно-технические документы по стандартизации.

Одним из самых масштабных проектов ИСО явилось создание *Международной сети служб стандартов (WSSN- World Standards Services Network. www. Wssn. net)* WSSN представляет собой веб-сервер, который виртуально объединил информационные ресурсы национальных, региональных и международных организаций по стандартизации, а также родственных по задачам организаций.

Значительное внимание вопросам стандартизации и сертификации уделяет Всемирная торговая организация (ВТО). Так, при наличии международных стандартов (как добровольных технических документов, регламентов (обязательных к исполнению документов)) или правил по оценке соответствия (в работах по сертификации) член ВТО не должен разрабатывать национальную документацию, отличающуюся от них. Условия для оценки качества импортной продукции должны быть не менее благоприятны, чем для отечественной, иначе говоря, к импортной продукции не должны предъявляться более жесткие требования, чем к отечественной.

Членство в ВТО предусматривает информирование обо всех изменениях в системе стандартизации, которые могут привести к созданию скрытых препятствий (нетарифных барьеров) в торговых отношениях партнеров по организации. Поэтому каждый член ВТО открывает один или несколько информационных пунктов, где можно без лишних затруднений получить информацию о действующих и разрабатываемых в стране стандартах, регламентах и пр. (тарифах, торговых правилах).

5.3. Институциональное обеспечение процессов стандартизации, сертификации и аккредитации в мировом хозяйстве стандарта ИСО в современном МБ.

Вопросами сертификации в настоящее время занимаются такие организации, как Международная организация по стандартизации (ИСО), в частности, ее Комитет по оценке соответствия ИСО/КАСКО, Международная электротехническая комиссия (МЭК) и работающая в тесном контакте с ней Международная комиссия по сертификации соответствия электрооборудования (СБЕ), Всемирная торговая организация (ВТО), Европейская экономическая комиссия ООН (ЕЭК ООН), Международный торговый центр

(МТЦ), Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), Международная конференция по аккредитации испытательных лабораторий (ИЛАК) и др.

Сфера деятельности ИСО касается стандартизации во всех областях, кроме электротехники и электроники, относящихся к компетенции Международной электротехнической комиссии (МЭК). Некоторые виды работ выполняются совместными усилиями этих организаций. Кроме стандартизации ИСО занимается проблемами сертификации и определяет свои задачи следующим образом: содействие развитию стандартизации и смежных видов деятельности в мире с целью обеспечения международного обмена товарами и услугами, а также развитию сотрудничества в интеллектуальной, научно-технической и экономической областях.

ИСО своими разработками содействует гармонизации процедуры сертификации, что в свою очередь делает возможным взаимное признание результатов сертификации даже при различиях в национальных законодательных положениях. В методическом плане ИСО содействует также созданию систем сертификации в тех странах, где они пока отсутствуют.

МЭК в отличие от ИСО, занимающейся исключительно методологическими проблемами, разработала международные системы сертификации и стандарты, в частности, по безопасности, которые применяются как нормативная база при ; испытаниях и сертификации соответствующей продукции.

Этой организацией в 1985 г. создана Международная система МЭК (МЭКСЭ) сертификации электрооборудования на соответствие стандартам безопасности.

В рамках Системы сертификации ГОСТ Р действует национальная система сертификации электрооборудования на соответствие стандартам безопасности — ССЭСБ.

ССЭСБ согласована с международной системой сертификации МЭКСЭ, а центральный орган этой системы признан членом Комитета сертификационных органов МЭКСЭ.

В 1980 г. в МЭК была создана система сертификации изделий электротехники с целью содействия международной торговле посредством установления единых требований к этой продукции.

Европейская экономическая комиссия ООН приняла рекомендации «Признание результатов испытаний», направленные на содействие двух и многосторонним соглашениям о взаимном признании. Этот документ сыграл положительную роль в совершенствовании практики аккредитации испытательных лабораторий.

Важным достижением в работе ЕЭК по сертификации считается принятие (1988) Рекомендаций «Разработка и содействие заключению международных соглашений по сертификации». Согласно этому документу, правительства стран-членов ЕЭК должны содействовать заключению двух и многосторонних соглашений о взаимном признании систем сертификации.

Деятельность по сертификации в *странах СНГ* основывается на *Соглашении о проведении согласованной политики в области стандартизации, метрологии и сертификации*, подписанном в 1992 г. На основании положений этого Соглашения, страны Содружества — участницы соглашения формируют национальные системы сертификации с учетом руководств ИСО/МЭК и накопленного опыта в данной области.

Подписавшие соглашение государства договорились о взаимном признании органов по сертификации, испытательных лабораторий, результатов испытаний и сертификации, сертификатов и знаков соответствия на взаимопоставляемую продукцию;

сертификационные испытания могут проводиться в аккредитованной лаборатории любой страны.

Нормативной базой сертификации являются международные, межгосударственные или национальные стандарты, признанные в государствах — участниках соглашения.

Поскольку российская Система ГОСТ Р в большой степени гармонизована с международными правилами, страны СНГ взяли за основу составления методических документов по сертификации российские правила и другие разработки.

Важное значение для стран-участниц имеет договоренность о Евро-Азиатской региональной организации по аккредитации по образцу и подобию Европейской организации по аккредитации лабораторий (EAL).

В США действуют законы по безопасности различных видов продукции, которые и служат правовой основой сертификации соответствия. Согласно этим законам, обязательной сертификации подлежит продукция, на которую принят государственный стандарт, а также закупаемая государством на внутреннем и внешнем рынках; обязательная сертификация контролируется государственными органами.

Добровольная сертификация проводится по заявлению потребителей или изготовителей продукции на соответствие предлагаемым ими нормативным документам.

Сертификация третьей стороной (посредническая сертификация), предусматривает участие сторонней организации, независимой от участвующих в процессе сторон. Сторонняя организация оценивает и подтверждает правильность проводимых мероприятий в соответствии с принятыми правилами, осуществляет испытание образцов, надзор за состоянием технического процесса.

Тема 6. Зарубежный опыт и практика регулирования МБ.

6.1. Зарубежный опыт государственного регулирования МБ.

6.2. Особенности регулирования МБ на уровне внутристрановых регионов: зарубежный опыт.

6.1. Зарубежный опыт государственного регулирования МБ.

Контекст актуальных вопросов регулирования международного бизнеса лежит, прежде всего, в исследовании роли национальных государств в системе стремительно глобализирующихся мирохозяйственных связей. Констатация этой проблемы в большей степени носит научно-теоретический характер, а на практике сопряжена с регулируемыми функциями различных международных организаций (МО) и механизмом государственного регулирования, применяемых национальными правительствами.

Сложность принятия решений в сфере регулирования международного бизнеса определяется ограничениями, налагаемыми требованиями международных экономических организаций, выбором между возможными альтернативными экономико-политическими инструментами, выработанными многолетней практикой и желаемыми критериями их социально-экономической эффективности. *В наибольшей степени на формирование принципов и механизмов регулирования современного международного бизнеса влияет Всемирная торговая организация.*

С учетом периода формирования современной международной системы экономико-политического регулирования международного бизнеса сначала в рамках Генерального соглашения о тарифах и торговле (ГАТТ), а затем самой ВТО можно говорить о достаточно длительном периоде эволюции реализуемых ею принципов и механизмов. Важность стандартов и процедур, выработанных ГАТТ, для системы современных международных отношений позволила пришедшей ей на смену ВТО получить статус специализированного учреждения ООН. *Основной сферой*, на которую непосредственно распространяется *влияние ВТО*, является *международный обмен товарами, услугами и объектами интеллектуальной собственности*. ВТО контролирует выполнение торговых соглашений и ведет регулярное наблюдение за торговой политикой стран. Выгоду использования правил, декларируемых этой влиятельной международной организацией, на сегодняшний день признали около 150 стран, ставших ее членами.

Основным направлением, на которое направлены усилия членов ВТО, является *либерализация международной торговли*, которая выражается в заключении соглашений, направленных на снижение ставок таможенных тарифов и постепенное устранение нетарифных ограничений (НТО). Для этого ВТО регламентируются установление таможенных процедур и внедрение национальных стандартов и санитарных норм. Страны-члены ВТО обязались устранять нетарифные торговые ограничения, заменяя их тарифными эквивалентами.

Использование параметров таможенно-тарифной нагрузки для оценки степени либерализма и дальнейшей усовершенствования торгово-экономических отношений далеко не всегда является эффективным. Ни совокупные, ни средние показатели уровня таможенных пошлин не позволяют адекватно оценивать реальный уровень даже тарифных барьеров. Страны стараются сохранить сверхвысокие ставки на особо значимые для них и чувствительные к иностранной конкуренции товары, в такой ситуации становится очевидным действительное значение нетарифных ограничений для достижения целей национальной внешнеэкономической политики.

Как показывает практика, и количество, и сочетание нетарифных ограничений, применяемых национальными государствами, как в рамках, так и в обход стандартов, декларируемых ВТО, весьма обширны. Известно, что в ВТО выработаны специальные Соглашения по техническим барьерам в торговле, применению фитосанитарных норм, таможенной оценке товаров, предпозвездочной инспекции, правилам происхождения товаров, процедурам импортного лицензирования. Все эти документы регулируют большую часть вопросов, возникающих у субъектов бизнеса в разных сферах внешнеэкономического взаимодействия.

ВТО обязывает страны в своей технической политике ориентироваться преимущественно *на международные стандарты* и отступать от них только в тех случаях, когда они недостаточно проработаны, отсутствуют или не соответствуют сложившейся в стране ситуации. Документы ВТО предусматривают отказ от количественных ограничений, которые считаются крайней мерой, применимой только в тех случаях, когда другие способы решения проблемы признаны неэффективными.

Особого внимания заслуживает характеристика деятельности ВТО в сфере применения государственных субсидий, компенсационных, антидемпинговых и защитных пошлин, которые по международным классификаторам относятся к НТО. В ВТО принято специальное Соглашение по субсидиям и компенсационным мерам (СКМ).

Понятие «субсидия» трактуется в соглашении достаточно широко — финансовый вклад правительства или другого государственного органа, ведущий к образованию у получателя субсидии прибыли. Вклад, сделанный частной организацией, тоже может быть признан субсидией, если данная организация выполняла поручение правительства, или ее деятельность не отличается от деятельности органов государства.

Компенсационные пошлины призваны компенсировать ущерб, наносимый субсидиями, они применяются в дополнение к обычным пошлинам и их введение требует предварительного расследования и рассмотрения дела органом по разрешению споров. Одна из проблем заключается в том, что формы субсидий весьма разнообразны. По правилам ВТО, к ним относят прямые выплаты государства, финансирование государством льготных ставок по коммерческим кредитам, налоговые скидки и кредиты, возврат налогов, понижение транспортных тарифов, льготный порядок продажи валютной выручки, государственные закупки по льготным ценам. Субсидиями считаются те формы государственного финансирования, которые отличаются от обычной коммерческой практики и ведут к улучшению финансовых показателей деятельности национальных производителей. Таким образом, в СКМ ВТО весьма расширительно трактуется понятие «субсидии» и предъявляются строгие требования к доказательству наличия прямой связи между полученной субсидией и ущербом для остальных субъектов международного бизнеса (к которым часто относят и национальных производителей из других стран).

Антидемпинговые пошлины, по замыслу участников ВТО, призваны устранить влияние занижения цен иностранными поставщиками. Использование этой меры регламентируется Соглашением по их применению (ст. VI ГАТТ-94 «Соглашение по антидемпинговым мерам (САМ)»). В этом документе определяется, что демпинг имеет место тогда, когда товары одной страны поступают на рынок другой по цене, которая ниже их цены на внутреннем рынке экспортера. Применению антидемпинговых мер так же, как в случае субсидий и компенсаций, должна предшествовать процедура соответствующих расследований.

Защитные меры представляют собой импортные ограничения, применяемые в случаях, когда импорт товара причиняет «серьезный ущерб» какой-либо отрасли или существует «явная неизбежность» возникновения такого ущерба. Они имеют форму либо количественных ограничений, либо специальных пошлин, вводимых в дополнение к обычным пошлинам. Согласно Соглашению о защитных мерах (СЗМ) ВТО, их применение не должно создавать для национальных производителей более благоприятных условий по сравнению с иностранными поставщиками. Процедура введения защитных мер по правилам ВТО аналогична порядку введения антидемпинговых и компенсационных пошлин. Защитные меры могут вводиться на 4 года, при необходимости продлеваться на такой же период. При этом начиная со второго года введения должна проводиться оценка ситуации с целью пересмотра решения и если это представляется возможным, защитные меры устраняют. Дополнительные сложности использования защитных мер заключаются в том, что поскольку их введение нарушает баланс требований и обязательств данной страны, ее торговые партнеры получают право на компенсацию, которая выражается в предоставлении эквивалентных торговых уступок в других областях. Если такие компенсации не предоставляются, страны-партнеры получают право в одностороннем порядке использовать соответствующие защитные санкции.

Ранее уже говорилось, что механизм и оценка мер государственного регулирования международного бизнеса становятся более содержательными, если рассматривать контекст применяемых мер. В этой связи интересна **практика защиты отдельных секторов американской экономики**.

В контексте закономерностей, по которым развивается современная мировая экономика, понятно то пристрастие, с которым в США защищается рынок новых технологий и наукоемкой продукции. Американское правительство считает, „ что наилучшей защитой от экспансии иностранного капитала в производстве наукоемкой продукции является **создание национальным компаниям «тепличных» условий для разработки и внедрения новых технологий и поддержания инновационного процесса**.

Текстильная промышленность — один из самых важных секторов экономики США. В 70-80 гг. в этой сфере были заняты более 450 тыс. человек, однако в период с 1997 г. закрылось более 220 текстильных предприятий, естественно, американское правительство за этот период предприняло целый ряд последовательных шагов по минимизации кризиса.

Представителями Американского института производителей текстиля был сделан вывод о том, что большая часть проблем, с которыми столкнулась отрасль, проистекают от несправедливой конкуренции и неэффективной политики валютного курса, особенно в отношении азиатских стран. Другие эксперты указывали на то, что причиной кризиса стал рост производительности труда, связанный с ее технологическим перевооружением.

Рассмотрим еще два важнейших сектора американской экономики, вмешательство государства в процесс международной конкуренции которых является весьма показательным — сельское хозяйство и автомобильная промышленность.

Автопром США — один из наиболее развитых в мире. Объемы производства автомобилей в США в последние десятилетия XX в. достигали 25% мировых, однако последние 15-20 лет неуклонно снижаются. Американские корпорации переносят производство в Европу или Мексику, в свою очередь многие европейские и азиатские производители открывают филиалы в США. Все это усложняет ситуацию на рынке и заставляет федеральное правительство совершенствовать систему регулирования международного автомобильного бизнеса, сопряженного с национальным производством.

Защита сельского хозяйства США осуществляется в основном с помощью импортных тарифов и тарифных квот. Для ЕС сильным раздражителем является применяемое американцами лицензирование импорта молочной продукции, важную роль в поддержании отечественных производителей имеют также программы Минсельхоза США по субсидированию аграрного производства и экспорта, которое осуществляется по трем направлениям: оказание прямой финансовой поддержки фермерам и экспортерам, государственное кредитование и гарантирование экспорта, | продовольственная помощь.

Кроме перечисленных средств государственного регулирования международных сельскохозяйственных рынков, Правительство США также широко использует предоставление государственных гарантий по кредитам американских коммерческих банков экспортерам, а также странам-покупателям американских сельхозтоваров.

Достаточным разнообразием инструментов регулирования международного бизнеса, применяемых американским правительством, отличается не только сфера международной торговли товарами, но и услугами, что относится к сегменту банковских услуг, деятельности страховых компаний, бухгалтерским и консультационно-аудиторским услугам, предоставлению транспортных слуг, в том числе к транспортировке природного газа.

Пример *Европейского союза* показывает, что там так же, как и в США, несмотря на декларирование либеральных ценностей во внешней торговле используется большое число традиционных инструментов регулирования международного бизнеса, призванных в зависимости от контекста конкретной ситуации на рынках определенных товаров или услуг содействовать представителям европейского бизнеса.

Государственное субсидирование в странах ЕС направлено не только на простую поддержку национального производства, но и в значительной мере *содействует экспорту европейской продукции*. Как показывает практика, формы этой помощи крайне разнообразны. В сфере судостроения, например, используются прямые и косвенные субсидии на пополнение оборотного капитала и инвестиционные проекты, внутреннее кредитование, субсидирование экспортных кредитов и прямое государственное владение верфями. ЕС постепенно отказывается от практики такой поддержки, но это происходит только в результате многолетних разбирательств «прекращения нечестной практики» со стороны других государств (например, Южной Кореи). Уже говорилось о широкомасштабной поддержке корпорации Airbus, вызывающей крайнее недовольство американцев.

Одним из широко применяемых в ЕС для поддержания своих производителей так же, как и в США, является *инструмент государственных закупок*. Практика госзакупок в сферах водоснабжения, транспорта, энергетики и телекоммуникационных услуг вызывает многочисленные нарекания со стороны третьих стран, особенно США. ЕС под давлением партнеров постепенно либерализует характер госзакупок, тем не менее допускается дискриминация поставщиков, в продукции которых доля компонентов, произведенных в ЕС, ниже 50%. На сегодняшний день относительно закрытым остался рынок телекоммуникационной продукции.

Как и в США, большие проблемы при поставке на европейские рынки испытывают производители различных услуг. Практика квотирования, завышенных технических стандартов, специальных требований и т. д. применяется на рынках телекоммуникационных, почтовых и юридических услуг.

Итак, торговые отношения ЕС с третьими странами остаются довольно противоречивыми и нередко порождают споры и взаимные обвинения в протекционизме, однако, как можно видеть, ЕС и его торговые партнеры всеми силами пытаются избежать практики ожесточенных торговых войн. Самыми распространенными способами урегулирования споров становятся двусторонние переговоры и выработка соглашений по конкретным вопросам, а также обжалование действий другой стороны в рамках процедур, предусмотренных ВТО, случаи открытого принятия ответных мер протекционистского характера встречаются все реже.

Экономическое развитие *Японии* практически с самого начала во многом зависело от системы внешней торговли и эффективности инструментов регулирования международного бизнеса, использовавшихся национальным правительством. Практика государственного регулирования международного бизнеса в Японии достаточно длительна. Закон о таможенной службе и тарифах был принят еще в 1897 г., а самостоятельная тарифная политика проводится с 1911 г.

Первой мерой регулирования международного бизнеса, которая показала свою эффективность, было *картелирование поставщиков на внутренний рынок и на экспорт*, проводившееся под присмотром правительства. Первые «кооперативы» экспортеров для

контроля над объемами экспорта и инспекции качества ввозимых товаров были организованы и успешно функционировали в Японии с 1815 по 1930-е гг.

В 30-х гг. XX в. под влиянием мирового кризиса японское правительство активно применяло *инструменты валютного регулирования*.

Долгое время в стране практиковалось *регулирование иностранных инвестиций*. В соответствии с Законом об иностранных инвестициях, до 1963 г. иностранцы могли инвестировать средства в иенах только в тех отраслях, в которых государство допускало их присутствие. Репатриация капитала и перевод дохода от инвестиций за границу разрешались только через 2 года после инвестирования и ограничивались 20% вложенной суммы. Иностранные инвесторы должны были депонировать средства на неновые счета для нерезидентов, переводы с которых разрешались в рассрочку.

Со странами Европы Япония «конфликтовала» по поводу стальных труб, автомобилей, полупроводниковых устройств и видеомагнитофонов.

В соответствии с решениями Токийского раунда многосторонних переговоров (1973-1979) Япония обязалась отменить все виды лицензирования импорта и приняла программу снижения пошлин на 19 тыс. видов товаров в среднем на 26,3%. Средний уровень ставок таможенного обложения стал таким же, как и в других странах.

В результате Уругвайского раунда был *выработан список предельно допустимых тарифов на импорт промышленных товаров*. Усредненные ставки, принятые Японией, показывают, что уровень таможенного обложения Японии не слишком высок, а по промышленным товарам он самый низкий. Как и в США, Канаде, странах Евросоюза, предельные ставки распространяются на весь импорт Японии (в отличие от стран Юго-Восточной Азии, где предельные ставки применяются к 70-90% импорта).

В тарифной классификации Японии более 7000 товарных позиций, из них более 36% ввозятся беспошлинно, остальные облагаются по ставкам так называемых «общих» тарифов. Существует список временных ставок, вводимых на короткий срок. Сформирован перечень товаров, ставки по которым подлежат снижению по результатам двусторонних переговоров. Установлены тарифные преференции — сниженные ставки (до 80% от общих тарифов), по которым облагается импорт из наиболее бедных развивающихся стран. Определен также список товаров, по которым применяются тарифные квоты — с пониженными ставками в пределах определенного объема импорта и повышенными сверх этого объема.

Собственные инициативы японской стороны в установлении санкций для производителей других стран имеют единичные примеры, самой известной является тяжба с Китаем по поводу поставок в Японию некоторых разновидностей сельскохозяйственной продукции. Япония инициировала и » ряд разбирательств в отношении Пакистана, Южной Кореи, » Бразилии, Норвегии, ЮАР и Франции.

Существенно сократив свою активность в регулировании деятельности экспортеров, японское правительство с середины 80-х гг. начало формировать систему защиты внутреннего рынка. Среди наиболее значимых мер, повлиявших и на субъектов международного бизнеса, — прямые государственные закупки риса у национальных производителей по достаточно высоким фиксированным ценам, продолжавшиеся вплоть до 1995 г., защита мелкой розничной торговли от крупных универмагов и супермаркетов, ограничения валютных операций для резидентов в японских банках, особые меры поддержки банковского сектора, выражавшиеся в серьезных государственных гарантиях для вкладчиков.

Большая часть этих мер также подверглась критике и создала угрозу серьезных международных разбирательств, инициированных США, в результате начиная с 1990 г. в Японии идет широкомасштабный пересмотр нормативной базы государственного регулирования экономики, проведена радикальная реформа финансовых учреждений, пересмотрено антимонопольное законодательство, начаты приватизация полу государственных компаний, реформа пенсионной системы и медицинского страхования и др.

Как модель интеграции *Китая* в современную мировую экономическую систему, так и система регулирования международного бизнеса, реализуемая в стране, представляются весьма специфичными. Один факт, что Китай несмотря на свою последовательную приверженность политике постепенной открытости национальной экономики и поддержания международных стандартов во внешнеэкономических связях демонстрирует определенную избирательность в подписании соглашений с ВТО и подтверждает существование «китайской специфики» в этой сфере.

Общеизвестно, что характер китайских экономических реформ инициирован и достаточно жестко контролируется государственной властью. *Главными чертами китайских реформ* (на этапе открытия Китая для мировой экономики) *стали их постепенность и то, что неуклонный экономический рост преимущественно базируется на внутренних факторах.*

В целом политику Китая в области внешней торговли, использования иностранных инвестиций и валютного регулирования в 80-90-х гг. специалисты квалифицируют как *политику селективного ограниченного открытия экономики с жестким государственным контролем и протекционистскими мерами.*

Важнейшей особенностью национальной системы регулирования международного бизнеса является тактика интеграции Китая в систему мирохозяйственных связей через систему особых экономических зон.

Самым мощным средством регулирования международного бизнеса, характерным для Китая, является то, что государственные организации сохраняют очень сильные позиции во внешнеэкономическом секторе. На них приходится, по разным оценкам, около 70% оборота внешней торговли, если учитывать долю китайской стороны в предприятиях с иностранным участием. Основные сегменты рынка, а также важные сферы сотрудничества с иностранным капиталом на внутреннем рынке заняты крупными государственными компаниями и предприятиями.

Недостающие звенья научно-технического и промышленного потенциала восполняются всеми известными способами, в том числе «не одобряемыми» международными правилами. Определенную роль в этих заимствованиях играют *поощрение зарубежных инвестиций*, связанных с производством высоких технологий, льготы для национальных разработчиков технологий, политика привлечения специалистов из-за рубежа. Таким образом, в бурно растущей экономике Китая сохраняются и всесторонне поддерживаются правительством «белые», «серые» и «черные» схемы доступа к НИОКР. Распространение последних заставило, например, Госдепартамент США заявить, что Китай является для ш.х самым главным врагом, так как ущерб от практики промышленного шпионажа, широко реализуемого китайцами, подрывает основы американской экономики и способствует девальвации политики правительства в области НИОКР и огромных капиталовложений.

Специфика регулирования международного бизнеса на рынках товаров производственного назначения, потребительских и сельскохозяйственных товаров выглядит следующим образом. Следуя идее самообеспечения и максимизации добавленной стоимости, созданной на территории страны, Китай сохраняет экспортные пошлины на многие сырьевые товары и полуфабрикаты, что зафиксировано в соглашениях с ВТО, в стране последовательно проводится политика защиты набирающего силы национального машиностроения. Зарубежным инвесторам и национальным производителям по-прежнему навязывают закупки китайского оборудования.

6.2. Особенности регулирования МБ на уровне внутристрановых регионов: зарубежный опыт

Характерной особенностью современного этапа развития мирохозяйственных связей выступает самостоятельное участие в них не только суверенных государств, но и входящих в эти государства образований, к которым относятся административно-территориальные единицы и субъекты Федераций.

Сегодня без преувеличения можно сказать, что международные связи установлены региональными образованиями подавляющего большинства стран мира. Правовое и административное регулирование внешних связей на региональном уровне в унитарных государствах и странах с федеративной формой устройства имеет как существенные отличия, так и целый ряд схожих характеристик. Общим основополагающим принципом независимо от формы государственного устройства является непризнание государствами международной правосубъектности за территориальными образованиями регионального уровня, вопросы же компетенции регионов в области внешних связей существенно разнятся в зависимости от формы государственного устройства.

В унитарных государствах внешние связи являются исключительной прерогативой центральной власти, однако процессы децентрализации, развития регионального и приграничного сотрудничества способствовали возрастанию роли регионов и вызвали необходимость предоставления прав регионам на осуществление внешних контактов.

В федеративных государствах регионы наделены правами не только в социально-экономической, но и законодательно-правовой, политической областях, в частности, региональный уровень в федеративном государстве отличают:

- наличие собственного законодательства в экономической (в том числе внешнеэкономической) и социальной областях;
- право проведения собственной социально-экономической политики в рамках общенациональной.

На развитие внешнеэкономической деятельности регионов в федеративном государстве оказывают влияние такие факторы, как усиление значения внешнеэкономической деятельности в экономическом развитии национального государства и его территорий и конституционно-правовой статус регионов как субъектов федеративного государства, при этом сфера внешнеэкономической деятельности продолжает оставаться той областью, в которой государство сохраняет за собой сильную регулирующую роль, осуществляемую в интересах приоритетов общенационального развития, текущей внутренней и внешней политики.

При этом следует иметь в виду, что в подавляющем большинстве случаев главными субъектами международного экономического сотрудничества регионов выступают конкретные предприятия, расположенные на территории данного регионального образования, главной же задачей администрации любого региона является создание максимально благоприятных условий для внешнеэкономической деятельности предприятий.

Проведем анализ практики осуществления международных и внешнеэкономических связей внутринациональными регионами разных стран.

Внешние связи в большинстве развивающихся стран являются правом центральных властей, что присуще как авторитарным, так и демократическим режимам, например, конституции латиноамериканских стран в подавляющем большинстве относят внешние связи к ведению центральных властей.

Конституция *США* допускает заключение отдельными штатами международных договоров, которые должны получить обязательное одобрение конгресса.

Однако на практике на уровне штатов заключаются лишь соглашения по вопросам межрегионального сотрудничества с аналогичными образованиями других государств, причем правительство США жестко регулирует внешнеэкономические контакты отдельных штатов исходя из политической и экономических интересов государства.

В *Индии*, имеющей 25 штатов — субъектов федерации и 7 союзных территорий центрального подчинения, в сфере международных и внешнеэкономических связей жестко распределены полномочия между центром и регионами в строгом соответствии с действующим законодательством. На МИД возложена координация международных связей, что позволяет проводить централизованную внешнюю политику, правительство осуществляет консультации с представителями регионов по важнейшим вопросам внешнеэкономической политики. Штатам предоставлены широкие полномочия в осуществлении региональной политики в социально-экономической, финансовой и налоговой сферах, от чего в значительной степени зависят процесс привлечения иностранных инвестиций и реализация совместных проектов с зарубежными партнерами, а также привлечение кредитов со стороны международных финансовых организаций.

В то же время соглашения с зарубежными партнерами по совместным проектам регионального значения в области нефтегазовой промышленности, энергетики, связи и транспорта заключаются правительствами штатов только с санкции федерального центра.

В *Канаде*, имеющей административное деление на 10 провинций и 3 территории, федеральное правительство в области внешних связей обладает исключительными полномочиями, разграничение полномочий между центром и субъектами канадской провинции осуществляется на основе достигнутых соглашений и договоренностей.

Канадские провинции осуществляют внешние связи в таких формах, как визиты официальных лиц, заключение договоренностей с иностранными регионами, открытие представительств за рубежом, контакты с международными организациями.

Некоторые канадские провинции открыли собственные (с согласия МИД) представительства в иностранных государствах, которые действуют как в виде отдельных учреждений со своим персоналом, так и в рамках канадских посольств, сфера их деятельности охватывает внешнеэкономические и культурные связи, а также вопросы миграции населения и туризм.

Распространенной формой взаимодействия стали зарубежные поездки делегаций Канады с участием глав федерального и региональных правительств в сопровождении представителей деловых кругов.

В *Италии*, административно разделенной на 20 областей, основой для осуществления региональными властями международных и внешнеэкономических связей служат Декрет Президента Итальянской Республики и областные законы.

Соглашения, подписываемые автономными провинциями с иностранными партнерами, направляются на согласование в МИД Италии и Департамент по связям с областными органами самоуправления. Автономные провинции и области при осуществлении 5 международных связей не имеют права давать оценки внешней политике государства и брать на себя его обязательства, за рубежом они обязаны координировать свои действия с итальянскими диппредставительствами.

Значительными возможностями в осуществлении международных контактов наделены провинции Нидерландов, которых в составе страны 12.

Процессу активного двустороннего сотрудничества способствует наличие у властей нидерландских провинций практически неограниченных прав заключать соглашения в сфере делового сотрудничества с административно-территориальными образованиями зарубежных стран.

В *Швейцарии*, административно поделенной на 20 кантонов и 6 полукантонов, Конституцией предусмотрено четкое разделение сфер компетенций Конфедерации и кантонов, в частности, международные отношения обеспечение интересов швейцарской экономики за рубежом являются прерогативой Конфедерации. Кантоны в рамках делегированных им федеральными властями полномочий могут заключать с иностранными партнерами соглашения об экономическом сотрудничестве в том случае, если последние не будут противоречить праву Конфедерации и других кантонов.

При министерствах экономики кантонов учреждены ведомства экономического развития, которые оказывают консультации частным структурам и выступают в качестве посредников между ними и администрацией.

Ведомства экономического развития при кантонах выступают посредниками в получении банковских кредитов под поручительство и могут оказывать финансовое содействие созданию ориентированных на экспорт предприятий в приоритетных для кантона областях.

В *Германии* формирование отношений с зарубежными государствами является прерогативой федерации. Германские земли (всего 16) не обладают международной правосубъектностью, в то же время федеральным землям предоставлена возможность через Бундесрат участвовать в формировании и осуществлении внешней политики страны.

Во взаимодействии федерации и земель во внешнеполитической сфере важным компонентом выступает возможность включения представителей земель в состав делегаций ФРГ на переговорах с иностранными государствами и международными организациями, если переговоры затрагивают интересы земель.

Федеральным землям, в соответствии с законом, предоставлено право заключать договоры с иностранными государствами по вопросам, входящим в их законодательную компетенцию, для этого необходимо предварительное согласие федерального правительства.

Среди федеральных земель значительное распространение получила практика заключения соглашений с регионами зарубежных государств о партнерских связях и сотрудничестве в определенных областях. Подобного рода соглашения не рассматриваются федеральным центром в качестве международных договоров и потому не нуждаются в одобрении со стороны федерации. Федеральные земли наиболее активно реализуют свои возможности в области внешних связей в рамках европейской интеграции.

Фундаментом правовой основы для международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации выступает Конституция РФ от 12 декабря 1993 г. Вопросы международных и внешнеэкономических связей Российской Федерации в целом и входящих в ее состав субъектов регулируются федеральными законами, указами Президента Российской Федерации, а также актами Правительства России.

В Конституции РФ содержатся правовые нормы, имеющие принципиальное значение для понимания проблем международных и внешнеэкономических связей. В соответствии с Конституцией, суверенитет Российской Федерации распространяется на всю ее территорию, а сама Конституция и федеральные законы имеют верховенство на всей территории России, конституция гарантирует также единство экономического пространства в Российской Федерации.

В силу того, что Россия является федеративным государством, *Федеральный закон «О международных договорах Российской Федерации»* определяет права и обязанности субъектов Федерации, связанные с заключаемыми Российской Федерацией международными договорами. «Международный договор, затрагивающий вопросы, относящиеся к ведению субъекта Российской Федерации, заключается по согласованию с органами государственной власти субъекта Российской Федерации, на которого возложена соответствующая функция», органы государственной власти соответствующих субъектов Федерации «обеспечивают в пределах своих полномочий выполнение международных договоров РФ».

Тема 7. Современное тарифно-таможенное регулирование МБ в КР.

7.1. Механизм таможенного регулирования внешнеторговой деятельности в КР.

7.2. Виды таможенных платежей и особенности их исчисления. Таможенная стоимость и методы ее определения.

7.3. Система управления таможенными рисками.

7.1. Механизм таможенного регулирования внешнеторговой деятельности в КР.

Таможенно-тарифное регулирование занимает центральное место в механизме государственного регулирования внешнеторговых связей. Законом КР «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» таможенно-тарифное регулирование определяется как «метод государственного регулирования внешней торговли товарами, осуществляемый путем применения ввозных и вывозных таможенных пошлин». Основным инструментом таможенно-тарифного регулирования является

таможенный тариф. Согласно Конституции КР таможенное регулирование находится в ведении КР.

Правовую основу таможенно-тарифного регулирования ВЭД в нашей стране составляют Таможенный кодекс КР и Закон «О таможенном тарифе». Таможенный кодекс — это закон, регулирующий деятельность служб таможенного контроля, их права и обязанности, порядок таможенного контроля, разделение функций законодательной и исполнительной власти в таможенном деле, Закон «О таможенном тарифе» регулирует обложение пошлинами товаров и других предметов, определяет порядок, методологию таможенного обложения и связанные с этим действия субъектов ВЭД.

Одним из обеспечивающих механизмов таможенного регулирования, системы мер таможенно-тарифного и нетарифного регулирования (запретов и ограничений) является *таможенное* дело.

В системе торгово-политического регулирования внешней торговли деятельность таможенной службы занимает центральное место в связи с тем, что на нее возложена главная контрольная функция за перемещением товаров, валютных ценностей и транспортных средств через таможенную границу КР, а также правильности исчисления и своевременности уплаты таможенных пошлин, налогов и сборов.

Организация таможенного оформления и контроля товаров, перемещаемых через таможенную границу КР. Все товары и транспортные средства, перемещаемые через таможенную границу подвергаются определенным таможенным процедурам, одной из которых является таможенное оформление.

Таможенное оформление — юридическое оформление всех действий, осуществляемых участниками таможенного оформления и направленных на обеспечение соблюдения действующего законодательства, установленного порядка перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу, соблюдения мер таможенно-тарифного регулирования, и поэтому производится одновременно с таможенным контролем.

Все таможенные операции по целям, кругу действующих лиц, перечню требуемых документов объединяются в самостоятельные группы и разделяются на следующие таможенные процедуры.

Прибытие товаров и транспортных средств на таможенную территорию КР допускается в пунктах пропуска через Государственную границу КР и представляет собой процедуру ввоза на таможенную территорию КР и транспортных средств, предусматривающую их доставку и предъявление таможенному органу с предоставлением документов и сведений в отношении ввозимых товаров и транспортных средств. Перечень необходимых документов и сведений при прибытии товаров в зависимости от видов транспорта, на котором осуществляется международная перевозка относятся документ на транспортное средство, коммерческие документы на перевозимые товары, общая декларация, декларации о грузе, судовых припасах и др.

После пересечения границы товары помещаются под процедуру внутреннего таможенного транзита. *Внутренний таможенный транзит (ВТТ)* — таможенная процедура, при которой иностранные товары перевозятся по таможенной территории КР без уплаты таможенных пошлин, налогов и применения запретов и ограничений экономического характера путем использования пломб, обеспечения таможенных платежей и в ряде случаев таможенного сопровождения, для осуществления функции контроля доставки товаров. Место доставки товаров при ВТТ определяется таможенным

органом отправления на основании сведений о пункте назначения, указанном в транспортных (перевозочных) документах.

После завершения в таможене назначения процедуры ВТТ товары помещаются для временного хранения на *склады временного хранения (СВХ)*, представляющие собой открытые площадки, являющиеся зоной таможенного контроля. Различают склады временного хранения закрытого типа, предназначенные для хранения товаров владельца СВХ и открытого — для хранения любых товаров любыми лицами.

Таможенное оформление осуществляется в таможенном органе назначения посредством *декларирования товаров*, которое относится к наиболее важному этапу процедуры перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу и осуществления таможенных формальностей и представляет собой заявление декларантом или таможенным брокером таможенному органу сведений о товарах, необходимых для таможенных целей, при этом декларантом является лицо, которое декларирует или от имени которого декларируются товары, а таможенным брокером — юридическое лицо.

Необходимые сведения заявляются в следующих формах: конклюдентной, устной, письменной, электронной. *Устная и конклюдентная формы декларирования* применяются в случае перемещения товаров физическими лицами для личных или иных не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности целей, причем при применении конклюдентной формы таможенному органу сообщается об отсутствии товаров, за перемещением которых законодательством установлен повышенный контроль, в то время как посредством других форм (письменная, электронная и устная) декларант заявляет таможенному органу сведения о фактически перемещаемых им товарах.

Письменная форма декларирования в настоящее время является наиболее распространенной, реализуется посредством подачи грузовой таможенной декларации (ГТД). С момента принятия ГТД должностным лицом таможенного органа она становится документом, свидетельствующим о фактах перемещения товара, имеющих юридическое значение.

Наиболее перспективной является *электронная форма декларирования*, предусматривающая подачу электронной ГТД, представляющей совокупность электронных документов в формализованном виде либо в виде их электронных образов, полученных сканированием бумажных носителей. Преимущества электронной формы декларирования состоят в ускорении процесса обработки и выписка таможенной декларации до 30 мин, исключении контакта декларанта с должностными лицами таможенных органов; повышении прозрачности и сокращении влияния субъективного фактора при принятии решения должностным лицом таможенного органа.

Таможенное оформление товаров производится в местах нахождения таможенных органов во время их работы, начинается при ввозе товаров — в момент представления таможенному органу предварительной таможенной декларации либо необходимых документов, а при вывозе товаров — в момент представления таможенной декларации. При производстве таможенного оформления декларант (таможенный брокер) обязан представить таможенным органам электронную копию ГТД, документы и сведения, необходимые для таможенного оформления, представление которых предусмотрено ТК КР. Перечень документов и сведений, необходимых для таможенного оформления товаров в соответствии с выбранным таможенным режимом, утвержден приказом ТС КР «Об утверждении перечня документов и сведений, необходимых для таможенного оформления товаров в соответствии с выбранным таможенным режимом» включает

документы, подтверждающие полномочия лиц на совершение таможенных операций, таможенную декларацию, документы, свидетельствующие о постановке лиц на учет в налоговых органах, декларацию таможенной стоимости и т. д.

Целью таможенного оформления является помещение товаров под определенный таможенный режим — наиболее важного инструмента таможенного регулирования. *Таможенный режим* — таможенная процедура, определяющая совокупность требований и условий, включающих порядок применения в отношении товаров и транспортных Средств таможенных пошлин, налогов, запретов и ограничений, а также статус товаров и транспортных средств в зависимости от целей их перемещения через таможенную границу и использования на таможенной территории государств либо за ее пределами.

В целях структурирования правовых норм, регулирующих применение таможенных режимов, все таможенные режимы разделены законодательством на четыре самостоятельных группы:

1) **основные** (выпуск для внутреннего потребления, экспорт, международный таможенный транзит) рассматриваются в качестве таковых из-за частоты обращения к ним участников ВЭД.

Выпуск для внутреннего потребления — таможенный режим, при котором ввезенные на таможенную территорию государств товары остаются на этой территории без обязательства о вывозе с уплатой причитающихся таможенных пошлин и налогов.

Экспорт — таможенный режим, при котором товары, находящиеся в свободном обращении на таможенной территории государств, вывозятся с этой территории без обязательства об обратном ввозе.

Международный таможенный транзит — таможенный режим, при котором иностранное товары перемещаются по таможенной территории КР под таможенным контролем между местом их прибытия и убытия с таможенной территории КР без уплаты таможенных пошлин, налогов, а также без применения к товарам запретов и ограничений экономического характера;

2) **экономические** (переработка на таможенной территории, для внутреннего потребления, вне таможенной территории, временный ввоз, таможенный склад, свободная таможенная зона (склад)) объединены в соответствующую группу по хозяйственно-целевому применению (коммерческие, производственные цели) и призваны способствовать развитию предпринимательской деятельности, активизации инвестиционного производства. При этом каждый из режимов предполагает полное или частичное условное освобождение от уплаты таможенных пошлин, налогов при условии соблюдения определенных условий (например, обязательный вывоз продуктов переработки с таможенной территории КР в определенный срок, хранение товаров под таможенным контролем при помещении под режим таможенного склада и т. д.);

3) **завершающие** (реимпорт, реэкспорт, уничтожение, отказ в пользу государства) характеризуются окончанием таможенного контроля по завершении действия любого из них, применяются, как правило, в целях приведения сторон в первоначальное состояние, при этом имеет место освобождение от уплаты таможенных пошлин и налогов. Данная группа режимов призвана завершить таможенный оборот товаров, например, режим уничтожения предусматривает уничтожение иностранных товаров под таможенным контролем, отказ в пользу государства — безвозмездную передачу товаров в собственность государства, реимпорт — ввоз ранее вывезенных товаров;

4) **специальные** (временный ввоз, беспошлинная торговля, перемещение припасов, иные специальные таможенные режимы) предусматривают узконаправленное использование товаров, полностью освобожденных от уплаты таможенных платежей. Так, например, режим беспошлинной торговли — таможенный режим, при котором иностранные товары, ввезенные на таможенную территорию КР или кыргызские товары продаются в розницу физическим лицам, выезжающим за пределы таможенной территории КР непосредственно в магазинах беспошлинной торговли, а перемещение припасов — таможенный режим, при котором товары, предназначенные для использования на морских (речных), воздушных судах и в поездах, используемых для платной международной перевозки пассажиров, перемещаются через таможенную границу без уплаты таможенных пошлин, налогов.

Таким образом, таможенный режим устанавливает порядок перемещения товара, условия его нахождения на (вне) таможенной территории, устанавливает рамки, в которых товар может быть использован, а также права и обязанности лица, перемещающего товар.

Порядок перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу носит как разрешительный, так и уведомительный характер, в связи с чем роль таможенных органов как контролирующих субъектов возрастает и предполагает использование форм *таможенного контроля*, посредством которых могут быть не только выявлены, но и предупреждены преступления и иные нарушения таможенного законодательства.

Основными принципами проведения *таможенного контроля* являются:

- выборочность;
- использование системы управления рисками;
- сотрудничество с таможенными органами иностранных государств.

Объектами таможенного контроля являются товары и транспортные средства, перемещаемые через таможенную границу документы и сведения о них, физические и юридические лица, имеющие отношение к этим товарам, владельцы товаров, лица, действующие по их поручениям, таможенные брокеры, декларанты, перевозчики, соответствие фактических обстоятельств установленному порядку перемещения товаров и транспортных средств через таможенную границу, возможность предоставления и соблюдения таможенных режимов, выбранных декларантами с согласия таможенных органов в отношении товаров и транспортных средств.

Субъектами таможенного контроля являются система таможенных органов КР, их должностные лица, выполняющие функции представителей власти во взаимоотношениях с участниками ВЭД.

Таможенный контроль включает совокупность мер наблюдения за объектами контроля, проверки фактического соблюдения таможенных норм и правил, реагирование на установленные правомерные, неправомерные действия и бездействие контролируемых лиц.

Формами таможенного контроля являются:

- проверка документов и сведений;
- устный опрос;
- получение пояснений;
- таможенное наблюдение;
- таможенный осмотр товаров и транспортных средств;
- таможенный досмотр товаров и транспортных средств;
- личный досмотр;

— проверка маркировки товаров специальными марками, наличия на них идентификационных знаков;

— осмотр помещений и территорий для целей таможенного контроля;

— таможенная ревизия.

Возможность осуществления эффективного таможенного контроля создается благодаря выполнению функции таможенного оформления товаров и транспортных средств. Таким образом, таможенное оформление завершается совершением таможенных операций, необходимых для применения к товарам таможенных процедур, помещения товаров под таможенный режим или завершения действия этого режима, исчисления и взимания таможенных платежей.

7.2. Виды таможенных платежей и особенности их исчисления. Таможенная стоимость и методы ее определения.

Виды таможенных платежей и особенности их исчисления.

Таможенные платежи представляют собой денежные средства, взимаемые таможенными органами с лиц, участвующих в перемещении товаров и транспортных средств через таможенную границу КР. В соответствии Таможенного кодекса КР к таможенным платежам относятся таможенные пошлины (ввозная и вывозная), налог на добавленную стоимость (НДС) и акциз, взимаемые при ввозе товаров на таможенную территорию КР, а также таможенные сборы. При перемещении товаров через таможенную границу обязанность по уплате таможенных пошлин, налогов возникает при:

- 1) ввозе товаров — с момента пересечения таможенной границы;
- 2) вывозе товаров — с момента подачи таможенной декларации.

Лицом, ответственным за уплату таможенных пошлин, налогов, является декларант или таможенный брокер.

При ввозе товаров таможенные платежи подлежат уплате не позднее 15 дней со дня предъявления товаров в таможенный орган в месте их прибытия на таможенную территорию КР при вывозе — не позднее дня подачи таможенной декларации. Законодательством предусмотрена возможность изменения сроков уплаты таможенных платежей в форме отсрочки, которая предполагает единовременную уплату таможенных платежей в пределах установленного срока или рассрочки, предусматривающей поэтапную уплату таможенных платежей в пределах установленного срока, но не более 6 месяцев. Для получения отсрочки (рассрочки) требуется обеспечение уплаты таможенных платежей, в качестве которого могут быть использованы банковская гарантия, поручительство, залог товаров и иного имущества или денежный залог.

Таможенная пошлина представляет собой обязательный платеж в бюджет, взимаемый таможенными органами при ввозе товара на таможенную территорию КР или вывозе товара с этой территории, а также в иных случаях, установленных таможенным законодательством КР, в целях таможенно-тарифного регулирования внешнеторговой деятельности в экономических интересах КР.

Таможенная пошлина рассчитывается как произведение основы начисления на ставку пошлины, при этом основой начисления может быть таможенная стоимость (применяется адвалорная ставка пошлины) товара или его количество (специфическая ставка пошлины). Ставки таможенных пошлин (это особенность ввозных таможенных пошлин) применяют-

ся дифференцированно — в зависимости от страны происхождения товара. Так, в отношении товаров, происходящих из стран, которым КР предоставляет в торгово-политических отношениях режим наибольшего благоприятствования, применяются базовые ставки, в отношении товаров, происходящих из стран, которым КР предоставляет режим наибольшего благоприятствования, либо страна происхождения которых не определена (неизвестна), применяются максимальные ставки (увеличенные в 2 раза по сравнению с базовыми уровнями). Выделяются также преференциальные ставки таможенных пошлин, применяемые к товарам, происходящим из стран, которым КР в торгово-политических отношениях предоставляет тарифные преференции (страны, входящие в зону свободной торговли, развивающиеся и наименее развитые).

Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД КР) как раз и представляет собой систематизированный определенным образом перечень товаров, обращающихся во внешней торговле.

Страной происхождения товаров является страна, в которой товары были полностью произведены или подвергнуты достаточной переработке в соответствии с установленными критериями. Товарами, полностью произведенными в данной стране, считаются полезные ископаемые, продукция растительного или животного происхождения, а также товары, изготовленные в данной стране, и т. д., при этом следует отметить, что таможенные органы осуществляют контроль за правильным заявлением декларантом страны происхождения товаров и принимают решение относительно страны происхождения в случаях, когда выявлены нарушения по стране происхождения.

Таможенная стоимость и методы ее определения

Объектом обложения таможенными пошлинами, налогами являются товары, перемещаемые через таможенную границу, налоговой базой для целей исчисления таможенных пошлин, налогов — таможенная стоимость товаров и (или) их количество. Оценка стоимости импортного товара с целью определения размера пошлин представляет собой одну из сложнейших процедур таможенной практики, поскольку, варьируя способы определения таможенной стоимости товара, можно существенно изменять размер взимаемой пошлины.

Таможенная стоимость — особая разновидность стоимости товара, в определении которой помимо продавца и покупателя участвует третья сторона — таможенный орган, при оценке товара принимающий в расчет не только обстоятельства данной конкретной сделки, но и характеристики других однородных сделок, с целью обеспечения единообразного подхода определения налогооблагаемой базы для начисления и взимания таможенных пошлин.

Стоимость товара, которая используется для расчета таможенных платежей при перемещении товаров через таможенную границу, формируется на определенном этапе продвижения товаров от продавца к покупателю, включая соответствующие этому этапу компоненты (затраты и прибыль), и рассматривается в качестве таможенной стоимости товара. Определение таможенной стоимости товаров, ввозимых на таможенную территорию КР основывается на принципах определения таможенной стоимости товаров, установленных нормами международного права и общепринятой международной практикой, и производится путем применения одного из следующих *методов определения таможенной стоимости товаров*:

- по стоимости сделки с ввозимыми товарами;
- по стоимости сделки с идентичными товарами;
- по стоимости сделки с однородными товарами;
- вычитания;
- сложения;
- резервного метода.

Таможенная стоимость товаров и сведения, относящиеся к ее определению, должны основываться на количественно определяемой и документально подтвержденной достоверной информации.

Последовательное применение методов — один из основополагающих принципов таможенной оценки товаров. Его практическая значимость сводится к тому, что величина таможенной стоимости, определенная с помощью каждого последующего метода, все с большей степенью отдалена от реальной стоимости конкретного перемещаемого товара, носит обобщенный, «теоретический» характер.

Основным методом определения таможенной стоимости товара является *метод по стоимости сделки с ввозимыми товарами*, при этом к стоимости, фактически уплаченной за товары, должны быть дополнительно начислены составляющие, основными из которых являются понесенные покупателем, но не включенные в сделку расходы (стоимость упаковки, тары, если она является единым целым с товаром, и т. д.), часть доходов, причитающихся продавцу после продажи и др. Применение данного метода возможно в случае выполнения ряда условий, в частности, отсутствия взаимосвязанности покупателя и продавца.

Сведения о таможенной стоимости в соответствии с достоверными документами заявляются в таможенный орган при декларировании ввозимых товаров путем заполнения декларации таможенной стоимости (ДТС), которая представляет собой таможенный документ установленной формы, содержащий сведения о таможенной стоимости товаров, избранном методе таможенной оценки, условиях продажи и поставки товаров. Оценка таможенной стоимости может быть условной, когда выпуск товара осуществляется под обеспечение таможенных платежей, и окончательной, когда суммы доначисленных в результате корректировки таможенной стоимости платежей взыскиваются. Условная оценка таможенной стоимости предполагает возможность принятия заявленной стоимости при окончательной оценке таможенной стоимости в том случае, когда дополнительно востребованные со стороны таможенного органа документы подтверждают правомерность заявленной стоимости.

Рассмотренные аспекты оказывают существенное влияние на эффективность таможенно-тарифного регулирования, так как занижение таможенной стоимости, неверная классификация товаров по ТНВЭД, неверная страна происхождения и другие виды недостоверного декларирования приводят к недобору таможенных платежей, что негативно сказывается на реализации функций таможенной пошлины и ведет к развитию недобросовестной конкуренции. Решение данной проблемы возможно посредством развития информационных таможенных технологий, а также применения в практике деятельности таможенных органов системы управления рисками, что предусмотрено международными нормами.

7.3. Система управления таможенными рисками. Направления совершенствования таможенно-тарифного регулирования в КР. Таможенный союз (РФ, РК, РБ): необходимость и целесообразность вступления КР в ТС.

Вступление в силу новой редакции Таможенного кодекса, отражающего требования международных норм и правил, значительные изменения во внешней торговле, усложнение задач, возлагаемых Президентом и Правительством КР на таможенную службу, возможность применения современных информационных технологий побуждают российскую таможенную службу изменять свои процедуры и правила проведения таможенного контроля с учетом происходящих перемен и определять стратегию таможенного контроля исходя из системы мер оценки рисков.

Таможенные риски представляют собой вероятность нарушения таможенного законодательства, связанную с уклонением от уплаты причитающихся таможенных платежей. Их можно разделить на две группы: фискальные и охранно-регулирующие.

Комплекс фискальных рисков составляют риски неблагоприятных участников ВЭД, недостоверного декларирования (заявление сведений, предоставление поддельных документов), *комплекс охранно-регулирующих рисков* состоит из рисков контрабанды (перемещение наркотиков, культурных ценностей), ввоза опасных для человека товаров, валютного регулирования (невозврат валютной выручки, вывоз капитала).

В настоящее время в рамках таможенных органов действует *система управления рисками (СУР)*, предназначенная для обеспечения эффективного таможенного контроля исходя из принципов его выборочности и достаточности. Основы и принципы таможенного контроля, предусматривающие использование СУР, закреплены в Международной конвенции по упрощению и гармонизации таможенных процедур (Киотская конвенция, ред. 1999 г.):

- таможенный контроль ограничивается минимумом, необходимым для обеспечения соблюдения таможенного законодательства;
- при выборе форм таможенного контроля используется система управления рисками;
- таможенная служба применяет метод анализа рисков для определения лиц и товаров, включая транспортные средства, подлежащие проверке, и степени такой проверки;
- таможенная служба принимает стратегию, базирующуюся на системе мер оценки вероятности несоблюдения законодательства.

Система управления рисками преследует определенные цели:

- сокращение времени таможенного оформления;
- прозрачность и предсказуемость работы таможенных органов для участников ВЭД;
- партнерский подход в отношениях таможенных органов с участниками ВЭД.

Таким образом, реализация системы управления рисками СУР предполагает оптимальное распределение ресурсов таможенной службы на наиболее важные и приоритетные направления работы по предотвращению нарушений таможенного законодательства, имеющих устойчивый характер связанных с уклонением от уплаты таможенных платежей, подрывающих конкурентоспособность отечественных производителей и соответственно снижающих эффективность таможенно-тарифного регулирования.

Тема 8. Товарная номенклатура ВЭД. Форма работы на внешнем рынке.

8.1. Назначение товарной номенклатуры. Таможенный тариф товаров.

8.2. Таможенные режимы пропуска товаров. Поиск иностранного партнера. Выбор партнеров на мировом рынке.

8.3. Сотрудничество на внешнем рынке: формы, виды. Свободные экономические зоны (СЭЗ). Биржевая торговля.

8.1. Назначение товарной номенклатуры. Таможенный тариф товаров.

Назначение товарной номенклатуры

При переходе к новым рыночным инструментам регулирования ВЭД, применяемым в мировой практике, возникла необходимость изменения организации таможенного контроля за товарами, находящимися во внешнеторговом обороте. Если раньше, до конца 1980-х гг., режим и процедура пропуска товаров определялись в зависимости от того, кто являлся субъектом внешнеторговой сделки, то сейчас главным критерием является объект сделки, т.е. конкретный товар. В связи с этим для государственного регулирования ВЭД используется Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности, разработанная на базе Гармонизированной системы описания и кодирования товаров (ГС) и Комбинированной тарифно-статистической номенклатуры Европейского экономического сообщества (КН ЕЭС).

Девятизначный цифровой код ТН ВЭД означает:

- первые шесть цифр — код товара по ГС;
- первые шесть цифр плюс седьмая и восьмая цифры — код товара по КН ЕЭС;
- девятая цифра — возможную детализацию в будущем тех или иных товарных позиций с учетом интересов государства.

Чём больше цифр в коде присутствует, тем детальнее описание, например:

22 — напитки и табак;

2208 — спирт и крепкие алкогольные напитки;

220820 — крепкие напитки из винограда;

220830 - виски.

Правильное определение положение товара в номенклатуре (его классификация) имеет решающее значение для установления режима государственного регулирования ВЭД, под который этот товар попадает.

Уклонение от установленного порядка перемещения через границу конкретного товара путем его неправильной классификации и (или) указания неверных данных в таможенной декларации рассматриваются таможенными органами как нарушение, влекущее за собой ответственность в соответствии с действующим законодательством.

Существует шесть основных правил.

1. Наименования разделов, групп, подгрупп даны только для удобства пользования.

С правовой точки зрения классификация товаров по группам должна осуществляться в соответствии с пояснениями и примечаниями к разделам, группам, позициям ГС.

2. Товар должен включаться в позицию независимо от того, находится ли он в комплектном или законченном производстве виде.

При этом комплектный или незаконченный производством товар должен иметь все основные признаки комплектного или законченной производством изделия.

3. Если по каким-либо причинам товар можно классифицировать по двум или более позициям, то в этих случаях следует:

отдать предпочтение тому виду, который имеет более конкретное по сравнению с другими наименование. Например, ворсяные текстильные коврики для салона автомобиля должны включаться в товарную позицию 5703 «Ковры и другие текстильные напольные покрытия», а не в позицию 8708 «Запасные части и принадлежности к автомобилям», так как они конкретно описаны как «коврики», а не «принадлежности для автомобиля»;

4. Товары, которые не могут быть классифицированы в соответствии с тремя вышеперечисленными правилами, должны включаться в те позиции, которые наиболее близки им по содержанию или по назначению.

Это правило введено в номенклатуру для того, чтобы предоставить возможность классифицировать новые товары в международной торговле. Используется оно крайне редко.

5. По данному правилу определяется классификация футляров, ящиков и подобных им упаковочных изделий, специально приспособленных для хранения и транспортировки определенного товара или набора товаров.

6. Классификация товаров в субпозициях должна производиться по их наименованиям и с учетом пояснений и примечаний к разделам, группам ГС.

Содержание перечисленных шести основных правил дополняет детальными пояснениями и примечаниями к разделам, группам, отдельным товарным позициям, регламентированным Государственным таможенным комитетом РФ.

Таможенный тариф товаров

Основной правовой базой для взимания таможенных пошлин в КР является Таможенный кодекс КР.

Таможенный тариф КР представляет собой свод ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, перемещаемым через таможенную границу КР и систематизированным в соответствии с ТК ВЭД. При формировании импортного таможенного тарифа базовые ставки ввозных таможенных пошлин устанавливаются на товары, происходящие из стран, в торгово-политических отношениях с которыми КР применяет режим наиболее благоприятствия.

К товарам, происходящим из стран, торгово-политические отношения с которыми не предусматривают режим наиболее благоприятствуемой нации либо страна происхождения которых не установлена, ставки ввозных таможенных пошлин увеличиваются в 2 раза. По товарам, происходящим из развивающихся стран, используется схема преференций КР и применяется импортная пошлина в размере 75% от базовых. К товарам, происходящим из наименее развитых стран, импортные таможенные пошлины не применяются.

В КР применяются следующие виды ставок пошлин:

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

Специальные пошлины применяются:

- в качестве защитной меры, если товары ввозятся на таможенную территорию КР в количестве и на условиях, наносящих или угрожающих нанести ущерб отечественным производителям подобных или непосредственно конкурирующих товаров;
- как ответная мера на дискриминационные и иные действия, ущемляющие интересы КР, со стороны других государств или их союзов.

Антидемпинговые пошлины применяются при ввозе на таможенную территорию КР товаров по цене более низкой, чем их стоимость в стране, из которой они вывозятся, если такой ввоз наносит или угрожает нанести материальный ущерб отечественным производителям подобных товаров либо препятствует организации или расширению их производства в КР.

Компенсационные пошлины применяются при ввозе на таможенную территорию КР товаров, при производстве или вывозе которых прямо или косвенно использовались субсидии, если такой ввоз наносит или угрожает нанести материальный ущерб отечественным производителям подобных товаров либо препятствует организации или расширению их производства в КР.

Применению особых видов пошлин предшествует расследование, проводимое в соответствии с законодательством КР. Размер ставок пошлин должен быть соотносим с величиной установленного расследованием демпингового занижения цены, субсидий и выявленного ущерба.

При осуществлении торгово-политических отношений КР с иностранными государствами допускается предоставление льгот (преференций) по Таможенному тарифу КР в виде:

- установления тарифных квот на преференциальный ввоз сельскохозяйственных товаров, аналоги которых производятся (добываются, выращиваются) в КР;
- освобождения от уплаты ввозных таможенных пошлин, снижения ставок ввозных таможенных пошлин в отношении товаров:

Под *тарифной квотой* понимается установление пониженных по сравнению со ставками ввозных таможенных пошлин, применяемых в соответствии с Таможенным тарифом КР, ставок ввозных таможенных пошлин на определенное количество товара, ввозимого на таможенную территорию КР в течение определенного периода.

Объем тарифной квоты, устанавливаемой на ввоз товара на таможенную территорию КР, не может превышать разницу между объемом потребления такого товара на территории КР и объемом производства аналогичного российского товара.

Если объем производства к примеру аналогичного российского товара равен объему потребления товара на территории КР или превышает его, установление тарифной квоты не допускается.

8.2. Таможенные режимы пропуска товаров. Поиск иностранного партнера. Выбор партнеров на мировом рынке.

Таможенные режимы пропуска товаров

Основным документом, определяющим порядок внешнеторгового регулирования в КР в современных условиях, является Таможенный кодекс КР.

В соответствии с ТК КР установлено несколько режимов пропуска товаров через таможенную границу КР, которые различаются порядком оформления и, самое главное, предусматривают различный порядок и объемы таможенных платежей. Поэтому правильное применение того или иного таможенного режима позволит предпринимателю избежать чрезмерных финансовых затрат.

Выпуск товаров для свободного обращения — режим, при котором ввозимые на таможенную территорию КР товары остаются постоянно на этой территории без обязательства об их вывозе с территории.

Выпуск товаров для свободного обращения предусматривает уплату таможенных пошлин, налогов и внесение иных таможенных платежей, а также соблюдение мер экономической политики и других ограничений.

Реимпорт товаров — режим, при котором российские товары, вывезенные с таможенной территории КР в соответствии с таможенным режимом экспорта товаров, ввозятся обратно в установленные сроки без взимания таможенных пошлин, налогов, а также без применения к товарам мер экономической политики.

Под режим реимпорта товары могут быть помещены при следующих условиях:

- товары должны быть ввезены на таможенную территорию в течение 10 лет с момента вывоза;
- товары должны находиться в том же состоянии, в котором они были в момент вывоза, кроме изменений вследствие естественного износа либо убыли при нормальных условиях транспортировки и хранения и в других случаях.

При реимпорте товаров в течение трех лет с момента вывоза таможенные органы возвращают уплаченные суммы вывозных (экспортных) таможенных пошлин и налогов. В то же время лицо, перемещающее товары, возвращает суммы, полученные в качестве выплат или в результате иных льгот, предоставленных при вывозе товара.

Транзит товаров ~ режим, при котором товары перемещаются под таможенным контролем между двумя таможенными органами КР, в том числе через территорию иностранного государства, без взимания таможенных пошлин и налогов, а также без применения к ним мер экономической политики.

Таможенный склад — режим, при котором ввезенные товары хранятся под таможенным контролем без взимания таможенных пошлин и налогов и без применения к ним мер экономической политики в период хранения, а товары, предназначенные для вывоза в соответствии с таможенным режимом экспорта, хранятся под таможенным контролем с предоставлением льгот.

Под режим таможенного склада могут помещаться любые товары, за исключением товаров, запрещенных к ввозу в КР, вывозу из КР, а также иных товаров, перечень которых определяется ТС КР. Товары могут находиться в режиме таможенного склада в течение трех лет.

Магазин беспошлинной торговли — режим, при котором товары реализуются под таможенным контролем на таможенной территории КР (в аэропортах, открытых для международного сообщения, и иных местах, определяемых таможенными органами КР) без взимания таможенных пошлин и налогов и без применения к ним мер экономической политики. В таможенном режиме магазина беспошлинной торговли могут реализовываться любые товары, за исключением товаров:

- запрещенных к ввозу в КР;
- запрещенных к вывозу из КР;

- запрещенных к реализации на территории КР;
- иных товаров, определенных законодательством.

Переработка товаров на таможенной территории — режим, при котором иностранные товары используются в установленном порядке для переработки на таможенной территории КР без применения мер экономической политики и с возвратом сумм ввозных (импортных) таможенных пошлин и налогов при условии вывоза в соответствии с таможенным режимом экспорта продуктов переработки за пределы таможенной территории КР.

Иностранные товары и продукты их переработки освобождаются от вывозных (экспортных) таможенных пошлин и налогов.

Переработка товаров под таможенным контролем — режим, при котором иностранные товары используются в установленном порядке на таможенной территории КР без взимания таможенных пошлин и налогов, а также без применения к ним мер экономической политики для переработки под таможенным контролем с последующим выпуском для свободного обращения или помещения продуктов переработки под иной таможенный режим.

Временный ввоз (вывоз) — режим, при котором использование товаров на таможенной территории КР или за ее пределами допускается с полным или частичным освобождением от таможенных пошлин, налогов и без применения к ним мер экономической политики.

Временно ввозимые (вывозимые) товары подлежат возврату в неизменном состоянии, кроме изменений вследствие естественного износа либо убыли при нормальных условиях транспортировки и хранения.

Свободная таможенная зона и свободный склад (СС) — режимы, при которых иностранные товары размещаются и используются в соответствующих территориальных границах или помещениях (местах) без взимания таможенных пошлин, налогов, а также без применения к ним мер экономической политики, а кыргызские товары размещаются и используются на условиях, применяемых к вывозу в соответствии с таможенным режимом экспорта.

Для учреждения свободного склада требуется лицензия ТС КР. Товары могут находиться в свободных таможенных зонах и на свободных складах без ограничения сроков. В соответствии с этими режимами с товарами допускается совершение производственных и иных коммерческих, операций, за исключением розничной продажи. Также сюда следует отнести и свободный склад с особым таможенным режимом (ССОТР).

Поиск иностранного партнера

Выбор партнера (контрагента) начинается обычно с выбора страны. Предпочтения отдаются той стране, с которой уже есть деловые отношения, освоена правовая база, отсутствует дискриминация по отношению к другим странам.

При выборе фирмы-партнера изучают ее характеристики:

- технологические;
- научно-технические;

- организационные;
- экономические;
- правовые.

По полученным оценкам определяют:

- стратегию потенциального партнера (методы деятельности, платежеспособность, кредитоспособность, степень доверия к нему со стороны банков);
- деловую репутацию (деловое резюме) (наличие опыта в бизнесе, пунктуальность в выполнении обязательств, опыт прошлых сделок);

Источники информации при выборе партнера:

- справочники;
- годовые отчеты фирм;
- общеэкономические и отраслевые газеты и журналы. Информационная база должна

постоянно обновляться; из нее

формируется досье фирм, разделы:

- карта фирмы;
- сведения о переговорах с фирмой и другие.

Карта фирмы представляет собой анкету со следующими вопросами:

- 1) страна, почтовый адрес, телефон, факс фирмы и ее филиалов;
- 2) год основания фирмы и ее филиалов;
- 3) предметы торговли, производства с указанием основных технических характеристик;
- 4) производственные мощности, число работников, торговый оборот и другие данные по годам;
- 5) данные о финансовом положении;
- 6) характеристика филиалов, дочерних предприятий, связей фирмы.
- 7) важнейшие конкуренты и их характеристика;
- 8) владельцы, руководители фирмы, ведущие специалисты по внешнеэкономическим связям.
- 9) оборот (всего и по разным рынкам);
- 10) отрицательные моменты (невыполненные обязательства, рекламации, арбитражные и судебные иски);

Сведения о переговорах с фирмой заполняют после завершения каждого проведения переговоров:

- 1) предмет переговоров;
- 2) результат переговоров;
- 3) характеристика переговоров;
- 4) поведение фирмы во время переговоров;
- 5) деловые отношения с другими организациями.

Сведения о деловых отношениях составляются один раз в год и отображают опыт работы с фирмой в течение года: выполнение условий контракта, заинтересованность в работе, деловые качества фирмы и ее работников.

Досье на фирму дополняется систематически. При этом основными формами отчетности, используемыми для анализа, являются:

- баланс;
- счет прибылей и убытков;
- счет поступлений и расходований средств.

Из этих документов берутся данные для заполнения следующих четырех разделов:

- 1) экономический потенциал фирмы: сведения об активах, объемах продаж, размере прибыли, основном и оборотном капитале, капитальных вложениях, собственном и заемном капитале, производственных мощностях, научно-исследовательской базе и расходах на НИОКР (научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы), объем числа занятых;
- 2) показатели эффективности деятельности фирмы: объем продаж, размер прибыли, объем продаж к активам, прибыль и себестоимость;
- 3) конкурентоспособность фирмы: возможность удовлетворить спрос потребителей по сравнению с конкурентами, динамика продаж в стоимостном и количественном выражении, коэффициент спроса, отношение объема продаж к стоимости нереализованной продукции, отношение объема продаж к сумме дебиторской задолженности, загрузка производственных мощностей, портфель заказов, объем, направление и динамика капвложений.
- 4) финансовое положение фирмы определяется по следующим критериям: финансовой зависимости, платежеспособности, кредитоспособности.

По каждому из критериев рассчитываются собственные коэффициенты.

Важными факторами при выборе партнера являются:

- 1) репутация фирмы и ее продукции;
- 2) надежность финансового положения;
- 3) достаточный производственный и научно-технический потенциал.

Выбор партнеров на мировом рынке.

Любая внешнеторговая операция кыргызского предприятия (совместное предпринимательство, купля или продажа товаров и услуг и т.д.) начинается с выбора иностранного партнера — контрагента.

Правильный выбор контрагентов и в конечном счете эффективность внешнеэкономических связей во многом зависят от фирменной структуры конкретной отрасли, роли ведущих фирм на мировом и национальных товарных рынках, организационных и правовых форм деятельности зарубежных фирм, методов их сбытовой деятельности, финансовых и производственных возможностей и ряда других факторов.

8.3. «Сотрудничество на внешнем рынке: формы, виды. Свободные экономические зоны (СЭЗ). Биржевая торговля»

Сотрудничество на внешнем рынке: формы, виды.

Международное сотрудничество осуществляется в различных вариантах, формах, видах. Наиболее древняя форма — международная торговля, которая остается ведущей до настоящего времени. Распространенной формой также является встречная торговля.

Рассмотрим виды встречной торговли.

Сбалансированный и несбалансированный бартер. *Бартер* — товарообменная операция. Сбалансированный бартер — если операция безвалютная, т.е. встречные поставки товаров равны по стоимости. Если поставки отличаются, то бартер будет

несбалансированным, конечный расчет осуществляется в форме клиринга, т.е. зачета взаимных требований ценными бумагами, валютой. Валютой оплачивается только разница в стоимости товара. Основное преимущество заключается в том, что не требуются оборотные средства в виде иностранной валюты. Соответственно, нет валютных рисков, а также таможенных операций, позволяющих более успешно продвигать товар на внешние рынки.

Основной недостаток бартера: в страну не поступает иностранная валюта, так как иностранный товар не проникает на национальный рынок, что в конечном итоге может подрывать устойчивость национальной валюты. Возможна скрытая утечка капитала из-за фактической несбалансированности стоимости поставок, если операцию проводят как безвалютную. Утечка может быть не уменьшенной (плохое знание рынка и цен) и уменьшенной (чтобы не переводить валюту в национальный банк). Занижение цены приводит к потере налоговых платежей.

Работа на давальческом сырье. При такой операции сырье не продается, а передается для обработки иностранному партнеру.

Международный торг (тендер) осуществляется по инициативе покупателя (заказчика). Покупатель (заказчик) объявляет конкурс, с тем чтобы найти лучшего продавца, лучшего исполнителя. Организацию этой работы выполняет назначенный или выборный комитет (тендерный комитет или комиссия). Сущность тендера: формируются требования к заказу, устанавливаются сроки выполнения заказов и заявок (оферты). Заявки подаются в закрытой форме, определяется круг участников (если он не ограничивается, то тендер именуют открытым, если ограничивается — закрытым). Тендер может быть проведен в один этап или в несколько, если заявка или заказ сложные.

Международный аукцион используют специальные организации, для которых эта форма является видом коммерческой деятельности. В большинстве стран эта деятельность лицензируемая, в том числе и в КР. Фирма-организатор должна иметь торговые площади, средства связи и другое специальное оборудование. Товары, которые проходят через аукцион, — это, как правило, уникальные, редкие предметы, предметы искусства, антиквариат, исторические ценности, уникальные ювелирные изделия, породистые животные.

Свободные экономические зоны (СЭЗ)

Свободные экономические зоны (СЭЗ) получили широкое распространение во многих странах. В 1990-х гг. в мире функционировало более 4000 разного рода СЭЗ — от таможенных зон до технопарков, от зон свободной торговли до оффшорных зон.

Международные корпорации в поисках льготных условий для своей деятельности рассматривают СЭЗ как благоприятные территории, где можно получить сверхприбыль. Так, форма прибыли в СЭЗ в среднем составляет 30—35%, а в Азии доходит и до 40%. Сроки окупаемости капиталовложений в СЭЗ сокращаются в 2 или 3 раза. СЭЗ — часть национального экономического пространства, где используется особая система льгот и стимулов, не применяемая в остальных частях страны. Как правило, СЭЗ — это в той или иной степени географически обособленная территория. Цели СЭЗ многообразны, и их можно объединить в три группы:

1) экономические: привлечение капитала иностранного и национального, развитие отсталых регионов и отраслей, стимулирование новых методов хозяйствования,

стимулирование развития экспортных отраслей, углубление и кооперация, стимулирование местных источников, рост валютных поступлений и на этой почве стабилизация и поддержание курса национальной валюты;

- 2) социальные: создание новых рабочих мест, гарантии занятости населения, повышение квалификации работников, освоение передового бизнеса, насыщение рынка товарами народного потребления, развитие социальной сферы, повышение доходов населения, уровня жизни населения;
- 3) научно-технические: освоение высоких технологий, повышение конкурентоспособности, финансирование фундаментальных и прикладных наук, ускорение цикла «наука — производство», повышение эффективности производства.

Одной из простейших форм СЭЗ являются свободные, *беспошлинные таможенные зоны*. Эти зоны относятся к зонам первого поколения. Они существуют с VII—VIII вв. Основная льгота — это отсутствие таможенных платежей. Создаются в морских портах, аэропортах, на крупных железнодорожных узлах. В таких СЭЗ производственная деятельность не осуществляется.

Промыленно-производственные зоны — это зоны второго поколения. Они возникли в результате эволюции торговых зон, когда в них стали ввозить не только товар, но и капитал, заниматься не только торговлей, но и производственной деятельностью (стимулируется промышленное производство в этих зонах).

Научно-технические зоны относят к зонам третьего поколения (1970—1980-е гг.) за счет того, что льготы предоставляются по всему циклу, начиная от научных идей до развития массового научного производства. Льготы получают научно-экспериментальные, исследовательские и внедренческие фирмы.

Сервисные зоны — стимулируется сфера обслуживания: банковская, страховая, посредническая, лизинговая, туристическая и гостиничная деятельность.

Комплексные зоны — образуются путем установления особого льготного по сравнению с общим режимом хозяйственной деятельности на территории отдельных административных образований. Комплексные СЭЗ появились в начале 1980-х гг. Льготы предоставляются в комплексе по сочетанию названных выше типов зон. Такой тип СЭЗ более эффективный. Отличие комплексных СЭЗ от других форм заключается в больших пространственных масштабах, более высокой концентрации производства и в более широком поле деятельности. К ним относятся пять специальных экономических зон Китая, открытые районы КНР, бразильская зона Манаус, территория «Огненная земля» в Аргентине.

Биржевая торговля.

Биржевая торговля прошла значительный путь развития, преобразовалась в строго регламентированную систему торговли. Современные биржи — это некоммерческие организации (т.е. не ставят цель получить прибыль) закрытого типа, к торгам допускаются только члены биржи.

Кто может быть членом биржи, решается на основе общего законодательства страны самими биржами. В одних странах допускаются только юридические лица, во вторых — только физические, в третьих — и те и другие, в некоторых странах ограничивается допуск банков, в других — наоборот. Членство на бирже является платным. Стоимость места колеблется в зависимости от конъюнктуры рынка: на крупных биржах доходит до

1 млн. дол.

В зависимости от объектов торговли биржи делятся:

- на универсальные (валюта, ценные бумаги);
- специализированные (товарные, валютные, фондовые).

Биржи — это крупнооптовые торговцы. Перечень биржевых товаров относительно невелик — примерно 150 наименований. В основном это сырьевые товары и продукты первичной переработки сырья. Объем торговли на биржах по удельному весу в мировой торговле тоже невелик (до 10% по конкретному товару). Биржевые цены являются ориентиром для всей внебиржевой торговли. Биржи являются важнейшими индикаторами состояния торговли, а также состояния экономики страны и состояния всего мирового хозяйства, они являются важным источником информации как на краткосрочную, так и на долгосрочную перспективу.

Тема 9. Законодательное обеспечение ВЭД.

9.1. Правовое обеспечение ВЭД.

9.2. Законодательство регулирующее ВЭД.

9.3. Органы регулирующие и содействующие развитию ВЭД.

9.1. Правовое обеспечение ВЭД.

Начиная ВЭД, каждый должен знать, что он вступает в особую сферу отношений, регулируемых не только общим, но и специальным законодательством. Общее законодательство регулирует экономическую деятельность во всех ее видах и сферах. Изменения в экономике КР, связанные с превращением в рыночную, происходят в рамках права, которое закрепляет такие важнейшие положения как неприкосновенность собственности, новый метод регулирования предпринимательской деятельности — «дозволено все, что не запрещено», недопустимость вмешательства государства в хозяйственную деятельность субъектов. Эти и другие положения закреплены в Гражданском кодексе КР, ряде законов от «Об инвестиционной деятельности в КР, осуществляемой в форме капитальных вложений», «Об акционерных обществах», «О защите прав потребителей».

Изменения в экономике привели также к радикальным переменам во внешнеэкономической сфере: ликвидации монополии внешне торговли, предоставлении права участия во ВЭД всем юридическим и физическим лицам, организации внутреннего валютного рынка, развитию иностранного предпринимательства, усилению контролирующей функции государства, расширению экономического метода регулирования ВЭД.

Интеграция КР в мировое хозяйство *невозможна* без развития национального законодательства в соответствии с международным. Правовое регулирование ВЭД — это совокупность нормативных актов в рамках и на основе которых осуществляется ее практика. Эта совокупность представлена:

- международными правилами и нормами, подписанными КР, международными договорами с другими странами;

- национальным законодательством по ВЭД, представленным законами, кодексами, а также подзаконными актами.

Создание системы правового регулирования ВЭД — длительный процесс, который несет на себе отпечаток развития как национальной экономики, так и международных обязательств КР, а также участия во Всемирной торговой организации (ВТО).

Особо остановимся на регулировании иностранного предпринимательства. Основой его является Закон об иностранных инвестициях в КР, устанавливающий формы иностранных инвестиций, гарантии, правовое положение иностранных предпринимателей, правила регистрации. В соответствии с ним иностранное инвестирование может осуществляться не только путем долевого участия при создании совместных предприятий (СП), приобретения долей участия в существующих предприятиях, акций, паев, ценных бумаг, но и путем создания предприятий, полностью принадлежащих иностранным предпринимателям.

Для практики важно и то, что законодательство прямо предусматривает возможность участия иностранных инвесторов в осуществлении разгосударствления и приватизации. Для иностранных предприятий исключительно важен вопрос о гарантиях. Для любого инвестора опасны национализация, т.е. возможность отчуждения его собственности и перехода ее в собственность государства, а также применение иных принудительных мер (например, национализация). Все это обостряет вопрос о гарантиях и делает необходимым их установление во внутреннем законодательстве и в международных договорах КР с другими странами. Общее представление о гарантиях иностранных инвестиций дает следующий их перечень, предусмотренный государственным законодательством. Это гарантии:

- от изменения законодательства;
- от национализации и реквизиции;
- при прекращении инвестиционной деятельности;
- перевода платежей в иностранной валюте, доходов;
- сумм, полученных при исполнении договорных обязательств;
- сумм, полученных в связи с ликвидацией или продажей;
- компенсаций при национализации;
- компенсаций при возмещении убытков;
- использования прибылей в национальной валюте каждого государства.

Определение круга лиц, которые являются иностранными инвесторами, имеет существенное практическое значение. Во-первых, от признания лица иностранным инвестором зависит предоставление ему соответствующих льгот, которые устанавливаются внутренним законодательством и международными договорами. Во-вторых, статус иностранного предпринимателя имеет значение при регистрации, допуске к осуществлению хозяйственной деятельности. В-третьих, если лицо признано инвестором в определенном государстве, на него могут распространяться гарантии и другие условия, предусмотренные международным договором с соответствующей страной, а также дипломатическая защита со стороны государства — страны инвестора.

К числу иностранных инвесторов в КР относят следующие категории субъектов:

- 1) иностранные юридические лица;
- 2) иностранные физические лица:
 - а) иностранные граждане;

- б) лица без гражданства;
- 3) отечественные граждане, проживающие за рубежом;
- 4) международные организации;
- 5) иностранные государства.

Предприятия с иностранными инвестициями создаются и действуют в тех организационно-правовых формах, которые предусмотрены для предприятий законодательством. В КР на них распространяется действие закона от «Об акционерных обществах».

Предприятие с иностранными инвестициями может быть создано различными способами. Во-первых, путем его учреждения, во-вторых в результате приобретения иностранным инвестором доли участия (пая, акции) в ранее учрежденном предприятии без иностранных инвестиций, в-третьих, путем приобретения такого предприятия полностью. Регистрация предприятий с иностранными инвестициями осуществляется Минюстом КР и по месту его фактического нахождения. Необходимо подчеркнуть, что размер уставного капитала (фонда) предприятия с долевым участием иностранных инвестиций, независимо от организационно-правовой формы, не может быть менее 10-кратного размера минимальной оплаты труда и месяц, который установлен законодательством КР.

Законодательство признает в качестве регулятора контракты между непосредственными участниками ВЭД. Этот регулятор основывается на нормах национального права, имеющих обязательный (императивный) характер, и нормах международного права, носящих диспозитивный характер, когда стороны имеют право отступать от этих норм. Диспозитивным характером обладают международные конвенции, например Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров (Венская конвенция 1980 г.). Диспозитивные нормы права играют большую роль во взаимоотношениях иностранных партнеров, так как способствуют единообразию в понимании самих терминов, прав и обязанностей сторон, не требуют знания законодательства страны иностранного партнера, способствуют ускорению проведения переговоров.

Все регуляторы ВЭД должны действовать в системе, не противоречить друг другу. Через нормы права осуществляется защита участников ВЭД, интересов общества в целом.

Любые внешнеэкономические операции оформляются международным контрактом. Обязательства по контракту могут быть одной из сторон не выполнены, что причинит ущерб второй стороне. И если урегулировать спор не удастся, потерпевшая сторона может обратиться и государственный суд или в арбитраж. Это может быть арбитраж или а раны одной из сторон, или третьей стороны. Однако место арбитражного разбирательства определяется при подписании самого контракта, н о так называемая арбитражная оговорка.

9.2. Законодательство регулирующее ВЭД.

Государственное регулирование внешнеторговой деятельности основывается на Конституции КР и осуществляется в соответствии с действующими законами и иными нормативными правовыми актами КР, а также общепризнанными принципами и нормами международного права и международными договорами КР.

Основными принципами государственного регулирования внешнеторговой деятельности являются:

- 1) защита государством прав и законных интересов участников внешнеторговой деятельности, а также прав и законных интересов отечественных производителей и потребителей товаров и услуг;
- 2) равенство и не дискриминация участников внешнеторговой деятельности, если иное не предусмотрено законами КР;
- 3) единство таможенной территории КР;
- 4) взаимность в отношении другого государства (группы государств);
- 5) обеспечение выполнения обязательств КР по международным договорам КР и осуществление возникающих из этих договоров прав КР;
- 6) выбор мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности, являющихся не более обременительными для участников внешнеторговой деятельности, чем необходимо для обеспечения эффективного достижения целей, для осуществления *которых предполагается* применить меры государственного регулирования внешнеторговой деятельности;
- 7) гласность в разработке, принятии и применении мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности;
- 8) обоснованность и объективность применения мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности.

9.3. Органы регулирующие и содействующие развитию ВЭД.

В настоящее время управлению и регулированию внешнеэкономических связей уделяют внимание правительственные органы, государственный аппарат и международные организации.

Энергичному и быстрому воздействию на регулирование различных форм ВЭД способствуют указы Президента КР. В соответствии с законодательством Президент КР выполняет следующие функции: осуществляет общее руководство государственной внешнеэкономической политикой (в частности, подписывает законы и издает указы по ключевым ее направлениям), подписывает международные соглашения, представляет КР на соответствующих международных форумах, регулирует военно-техническое сотрудничество, определяет условия экспорта драгоценных камней, металлов, расщепляющихся материалов.

Высшими органами, осуществляющими государственное регулирование ВЭД, являются Жогорку Кенеш, Правительство КР которые вправе принимать, изменять, отменять законы, регулирующие внешнюю торговлю, совместное предпринимательство и другие формы внешнеэкономического сотрудничества и взаимодействия.

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

Министерство финансов КР регулирует кредитно-денежную сферу, по соглашению с другими ведомствами вносит в правительство предложения об изменении ставок импортных и экспортных таможенных пошлин. Оно регулирует систему

налогообложения, в том числе при осуществлении ВЭД, определяет методические основы разработки платежного баланса.

Центральным специальным государственным органом регулирования ВЭД является Министерство экономического развития КР (Минэкономразвития КР). На него возложены следующие регулирующие функции:

- выработка стратегии внешнеэкономической политики и обеспечение ее проведения всеми субъектами ВЭД на основе координации их действий в соответствии с международными договорами;
- разработка единой валютной, кредитной, ценовой политики;
- осуществление контроля за соблюдением всеми субъектами ВЭД законов и условий международных договоров;
- и др.

Важная роль в регулировании ВЭД принадлежит Национальному Банку КР, который заключает межбанковские соглашения, представляет интересы государства в отношениях с национальными или центральными банками других государств, международными банками и другими финансово-кредитными учреждениями. К основным функциям Банка КР относятся: проведение всех видов валютных операций, разработка сферы и системы обращения в стране иностранной валюты и ценных бумаг, издание нормативных актов, регулирование курса, выдача лицензий банкам на осуществление валютных операций.

Из негосударственных организаций наибольшее воздействие на развитие и осуществление ВЭД оказывают торгово-промышленные палаты (ТПП). Торгово-промышленная палата является негосударственной некоммерческой общественной организацией, объединяющей предприятия и предпринимателей. Она является юридическим лицом, создается в целях содействия развитию экономики страны, ее интегрированию в мировую хозяйственную систему, формированию современной промышленной и торговой инфраструктуры; всемирному развитию всех видов предпринимательства, торговых и научно-технических связей с зарубежными странами.

Тема 10. Государственное регулирование ВЭД. Основные виды внешнеторговых операций.

10.1. Сущность и принципы государственного регулирования ВЭД.

10.2. Методы регулирования ВЭД.

10.3. Внешнеторговая политика.

10.1. Сущность и принципы государственного регулирования ВЭД.

Основные цели государственного регулирования ВЭД:

- использование внешнеэкономических связей для ускорения создания в КР рыночной экономики;
- содействие повышению производительности труда и качества национальной продукции путем приобретения лицензий и патентов, закупок новых технологий,

качественных комплектующих, сырья и материалов, включения кыргызских предприятий в мировую конкуренцию;

- создание условий доступа кыргызских предпринимателей на мировые рынки посредством оказания государственного, организационного, финансового, информационного содействия;

- защита национальных внешнеэкономических интересов и внутреннего рынка;

- создание и поддержание благоприятного международного режима во взаимоотношениях с различными государствами и международными организациями.

Государственное регулирование ВЭД в КР в условиях переходной экономики должно осуществляться в соответствии со следующими основными принципами:

- единство внешнеэкономической и национальной (внутренней) экономической политики;

- единство системы государственного регулирования и контроля за его реализацией;

- перенос центра тяжести регулирования с административных на экономические методы;

- четкое разграничение прав и ответственности КР и ее субъектов;

- обеспечение равенства всех участников.

Особое значение сегодня имеет четкое разграничение компетенции КР и ее субъектов в сфере ВЭД. В компетенции государственных органов должно и впредь оставаться решение следующих вопросов:

- определение основных принципов осуществления ВЭД и внешнеэкономической политики КР в целом;

- разработка соответствующих программ;

- защита экономических интересов страны в сфере ВЭД, ее отдельных субъектов и граждан в частности;

- разработка важнейших инструментов регулирования ВЭД;

- подготовка и заключение международных договоров и государственных соглашений, контроль за их исполнением;

- организация и контроль деятельности торговых представительств КР за рубежом;

- определение и реализация валютной политики страны;

- формирование и использование золотовалютных резервов КР;

- контроль за порядком купли-продажи отдельных (выделенных) товарных групп (экологически опасных отходов, средств вооружений и т.д.);

- разработка платежного баланса КР и т.д.

Субъекты КР в условиях формирующейся рыночной экономики правомочны:

- осуществлять ВЭД в пределах своей территории согласно законодательству;

- контролировать и координировать деятельность участников ВЭД в рамках своих регионов, разрабатывать и реализовывать соответствующие региональные программы;

- предоставлять участникам ВЭД дополнительные льготы и гарантии, не противоречащие законам КР (по ним КР не отвечает);

- заключать соглашения по международному сотрудничеству в рамках своей компетенции, т.е. с субъектами зарубежных государств;

- иметь представителей в торговых представительствах КР за рубежом, которые содержатся за счет субъектов КР.

Определенные вопросы находятся в совместном ведении КР и ее субъектов. В их числе:

- координация действий участников ВЭД;
- выполнение договоров КР с зарубежными странами, если их выполнение касается интересов регионов;
- разработка и выполнение межрегиональных и региональных программ ВЭД;
- регулирование приграничной торговли;
- информационное обеспечение ВЭД.

Международный опыт государственного регулирования ВЭД используется в настоящее время в КР. Новое в государственном регулировании внешнеэкономической деятельности состоит в самом подходе к роли государства. Этот новый подход кардинально меняет содержание роли государства, принципов, на которых регулирование основывается, содержание функций регулирования ВЭД и их соотношение; появляются новые задачи и методы их решения. Главной задачей государственного регулирования ВЭД является формирование законодательной базы, создание благоприятных экономических и организационных условий для развития всех видов и форм ВЭД и повышения ее эффективности. Одновременно усиливается функция контроля со стороны государства за исполнением субъектами ВЭД действующего законодательства, обеспечения национальной безопасности.

В условиях либерализации ВЭД, необходимости соблюдения международных норм и правил регулирующая роль государства основывается на иных, чем в условиях административно-командной экономики, принципах. Среди этих принципов есть следующие:

- равенство участников ВЭД и их недискриминация;
- защита государством прав и интересов участников ВЭД;
- исключение неоправданного вмешательства государства и его органов во внешнеторговую деятельность предприятий.

Государственное регулирование ВЭД включает ее финансовое, валютное, кредитное, таможенно-тарифное и нетарифное регулирование, обеспечение экспортного контроля; определение политики в области сертификации товаров в связи с их ввозом и вывозом. Все эти направления регулирования базируются на действующем законодательстве.

Одной из важнейших функций государства является разработка концепции ВЭД и внешнеэкономической политики, на основе которой строится сотрудничество с другими странами. Долгие годы в КР господствовала государственная монополия внешней торговли, при которой выбор стран-партнеров определялся прежде всего политическими и идеологическими интересами. Переход к рыночной экономике означал признание во внешней торговле эквивалентности обмена, необходимости учитывать конкурентные преимущества КР, анализировать состояние внешнеэкономического комплекса, разрабатывать стратегию развития ВЭД.

Совершенствование структуры кыргызского экспорта понимается как длительный эволюционный процесс повышения эффективности и масштабов экспортной деятельности на основе расширения ассортимента и улучшения качества экспортируемой продукции, совершенствования товарной и географической структуры экспорта, использования прогрессивных форм международного торгово-экономического сотрудничества. Для реализации этой цели необходимо решение комплекса задач не только во внешнеэкономической сфере, но и в законодательстве, во внешней политике, организации управления, подготовке кадров.

В соответствии с международной практикой КР необходимо решать задачи в области внешней политики, которые будут способствовать реализации стратегической цели. Подписание соглашений с зарубежными странами предусматривает либерализацию взаимной торговли и решение на уровне межправительственных комиссий по торгово-экономическому сотрудничеству проблем структуры и динамики торговых потоков между заинтересованными странами.

Задачей в области внешней политики является формирование торгово-политических союзов, дающих возможность противостоять коллективному протекционизму стран — участниц региональных группировок.

Большое значение имеет подписание соглашений по вопросу исключения двойного налогообложения и защиты капиталовложений, расширение сети кыргызских торговых представительств за рубежом по консультированию и информированию участников ВЭД, а также государственных органов и общественных объединений.

Особо следует выделить направления внешней политики по отношению к государствам — членам СНГ. Экономические интересы КР во многом определяются сложившейся в предшествующие десятилетия глубокой взаимосвязью государств — бывших республик СССР. Экономическая политика КР в отношении стран СНГ должна быть направлена:

- на развитие и рационализацию кооперативных хозяйственных связей в масштабах, обеспечивающих поддержание кыргызского производства, снабжение (прежде всего продовольственное) населения;
- сохранение соответствующего положения на рынках СНГ, особенно в сфере сбыта российской готовой продукции;
- гарантированное и безопасное использование транзитных коммуникаций, обслуживающих экспортно-импортные товаропотоки КР в третьи страны;
- кооперацию и согласованность усилий стран СНГ в структурных преобразованиях производства, в оптимизации размещения производственных сил.

Активная экономическая политика в отношении стран ближнего зарубежья должно рассматриваться правительством как один из рычагов оздоровления кыргызской экономики и создания условий ее подъема в перспективе, достижения полноправного членства КР в мировом сообществе. В этой связи предметом первостепенной важности в двусторонних отношениях КР со странами СНГ должны стать:

- выполнение обязательств по взаимным поставкам;
- ликвидация задолженности по товарным поставкам;
- возврат ранее предоставленных кредитов;
- недискриминационный режим транзита кыргызских товаров по территориям этих стран.

В сфере торгово-экономических отношений реформирование должно осуществляться в процессе формирования зоны свободной торговли и создания Таможенного союза. Еще большее значение имеет создание Евразийского экономического сообщества – ЕАЭС и официальное вхождение в него Кыргызской Республики в 2015г. В соответствии с Положением о ЕАЭС к поставке товаров и услуг в рамках совместной производственной кооперации и специализации производства будут применяться:

- ввозные и вывозные пошлины;
- налоги;
- акцизы;

■ количественные ограничения.

Каждое из государств, подписавших названное Соглашение, определяет перечень предприятий, включенных в кооперационные поставки, и они заключают контракты с предприятиями — партнерами других государств.

Регулирование ВЭД государством означает не только поддержку и стимулирование, но и контроль за соблюдением национальных интересов, обеспечение экономической безопасности. В этих целях и числе других мер следует отметить необходимость усиления контроля за соблюдением российскими экспортерами правил международной торговли, например связанных с ценообразованием. Так, предусмотрены санкции к российским предприятиям, прибегающим к методам недобросовестной конкуренции и прежде всего к демпингу. Участники ВЭД должны получать квалифицированные консультации по мировым ценам на продукцию, предлагаемую ими к экспорту.

Валютное регулирование — одна из форм государственного воздействия на участников ВЭД в целях защиты национальных интересов.

Это воздействие осуществляется на основе Закона о валютном регулировании и валютном контроле.

Наиболее распространенный метод валютного регулирования внешней торговли — обязательная продажа части валютной выручки за национальную валюту.

Методом валютного регулирования являются так называемые валютные ограничения: государственный контроль за валютными операциями, сосредоточение валютных операций в уполномоченных банках, ограничения на вывоз капитала и др.

Усиление контроля со стороны государства проявилось во введении паспортов сделок: экспортных — для контроля возврата валюты, импортных — для контроля за обоснованностью перечисления валюты и паспортов бартерных сделок.

Государственное регулирование ВЭД во всех странах направлено на обеспечение в первую очередь национальной экономической безопасности, под которой понимается защищенность экономики от внутренних и внешних неблагоприятных факторов, которые нарушают нормальное функционирование процесса внутреннего воспроизводства, снижают жизненный уровень, порождая неблагоприятные социальные последствия. В Законе о валютном регулировании и валютном контроле экономическая безопасность определена как состояние экономики, обеспечивающее достаточный уровень социального, политического и оборонного существования и прогрессивного развития КР, неуязвимость и независимость ее экономических интересов по отношению к возможным внешним и внутренним угрозам и воздействиям.

К экономическому методу относятся меры, связанные с использованием стоимостных категорий — кредитов, налогов, таможенных пошлин, системы гарантий и страхования экспортных кредитов. Одно из важнейших направлений поддержки экспорта, особенно товаров высокой степени обработки, связано с использованием мер налогового регулирования, с возвратом НДС экспортерам. Экономический метод используется и при регулировании импорта посредством таможенных тарифов и ввозных пошлин и путем использования различных видов, пошлин.

10.2. Методы регулирования ВЭД.

Государственное регулирование ВЭД осуществляется различными методами, которые в зависимости от классификационных признаков подразделяются на экономические и административные, тарифные и нетарифные.

Тарифные методы регулирования. В рыночной экономике государство осуществляет регулирование ВЭД в целях обеспечения безопасности страны и защиты общенациональных интересов. Деятельность государственных органов по регулированию ВЭД осуществляется практически во всех странах мира, но ее масштабы, формы и методы, конкретные цели и задачи определяются каждой страной исходя из масштабов, положения в современном мире, внешней и внутренней политики государства.

Тарифные методы являются основой экономического регулирования ВЭД. Исключительная роль таможенных тарифов в регулировании ВЭД определила целесообразность их особого рассмотрения вне связи с другими методами экономического регулирования.

Тарифное регулирование направлено преимущественно на защиту внутреннего рынка от иностранной конкуренции. В этой системе решающую роль играют ввозные пошлины. Экспортные пошлины считаются противоречащими природе рыночных отношений, международные и региональные союзы и соглашения не рекомендуют использовать их в международной торговле.

Таможенные пошлины являются важнейшим экономическим регулятором ВЭД, с помощью которого реализуется техническая политика государства в области внешнеэкономического обмена, и потому ставки ввозных пошлин не могут быть инертными к техническому уровню и физическому состоянию импортируемых машин и оборудования, а тем более создавать преимущества для импорта морально устаревших и физически изношенных машин и оборудования.

Нетарифные методы регулирования представляют не меньшую угрозу либерализации торговли. К нетарифным барьерам относятся разнообразные (насчитывают свыше 2000 различных видов) экономические, политические и административные методы прямого или косвенного ограничения внешнеэкономической деятельности.

Квотирование представляет собой ограничение в количественном или стоимостном выражении объема продукции, разрешенной к ввозу в страну (импортная квота) или вывозу (экспортная квота) за определенный период.

Как правило, квотируется импорт товаров, и квота выполняет роль некой протекционистской пошлины, т.е. способствует снижению конкуренции на внутреннем рынке.

К нетарифным барьерам можно отнести также *государственную монополию* как исключительное право государства на осуществление определенных видов ВЭД, *национальные налоговые системы, национальные стандарты* и т.п.

Государственное воздействие распространяется и на регулирование ввоза и вывоза капитала. Государство, с одной стороны, должно обеспечить благоприятный инвестиционный климат с гарантией от национализации иностранной собственности, с другой — защитить собственные интересы, например, через установление максимальной доли иностранного капитала в совместных предприятиях, создание перечня отраслей, доступных для иностранных инвесторов, участие национальных кадров в управлении, доступность информации.

Как правило, квотирование внешней торговли осуществляется путем *лицензирования*, когда государство выдает лицензии на импорт или экспорт ограниченного объема продукции и одновременно запрещает нелицензированную торговлю. Лицензирование может иметь и самостоятельное значение как инструмент внешнеторговой политики, когда, например, государство предоставляет право какому-либо импортеру ввозить товары без ограничения или только из указанных стран (так называемая генеральная лицензия).

Добровольные экспортные ограничения — страна-импортер устанавливает квоту, а страны-экспортеры сами берут на себя обязательства по ограничению экспорта в данную страну. Конечно, на деле такие экспортные ограничения являются не добровольными, а вынужденными: они вводятся либо в результате политического давления страны-импортера, либо под влиянием угроз применить более жесткие протекционистские меры, например возбудить антидемпинговое расследование. В настоящее время в рамках ГАТТ /ВТО поставлена задача отмены добровольных экспортных ограничений.

Экспортные субсидии — льготы финансового характера, предоставляемые государством экспортерам для расширения вывоза товаров за границу. В результате таких субсидий экспортеры получают возможность продавать товар на внешнем рынке по более низкой цене, чем на внутреннем.

Демпинг — экспортер продает свой товар на зарубежном рынке по заниженной цене. Обычно речь идет о продаже по цене ниже цены аналогичного товара на внутреннем рынке страны-экспортера. Демпинг может являться, во-первых, следствием государственной внешней политики, когда экспортер получает субсидию; во-вторых, может стать результатом типично монополистической практики дискриминации в ценах, когда фирма-экспортер, которая занимает монопольное положение на внутреннем рынке, при неэластичном спросе максимизирует доход, повышая цены, тогда как на конкурентном зарубежном рынке при достаточно эластичном спросе она добивается максимизации дохода путем снижения цены и расширения объема продаж.

Международные картели — монополистические объединения экспортеров, которые через обеспечение контроля за объемами производства ограничивают конкуренцию между продавцами с целью установления выгодных цен. Такого рода картели неоднократно создавались на рынках сырьевых и сельскохозяйственных товаров, характеризующихся низкой эластичностью спроса по цене и ограниченным числом продавцов.

Экономические санкции являются крайней формой государственного ограничения внешней торговли. Например, торговое эмбарго - запрещение государством ввоза в какую-либо страну или вывоза из какой-либо страны товаров. Страна вводит эмбарго на торговлю с другой страной, как правило, по политическим мотивам. Экономические санкции по отношению к какой-либо стране могут также носить коллективный характер, например, когда они вводятся по решению ООН.

Рассмотренные методы и формы государственного регулирования — это лишь некоторые основные инструменты внешнеторговой политики, на практике используется гораздо больше. В частности, за последнее время широкое распространение получили так называемые технические барьеры, представляющие собой административное регулирование, при котором происходит дискриминация импортных товаров в пользу отечественных при помощи специфических стандартов качества, норм безопасности, санитарных ограничений и др.

Экономические методы регулирования ВЭД базируются на использовании экономических инструментов торговой политики — таможенных пошлин, налогов и таможенных сборов. Используя эти инструменты, государство воздействует на экономические интересы субъектов ВЭД и, следовательно, на их поведение, сохраняя вместе с тем за ними полную оперативную самостоятельность. Они в большей степени соответствуют природе рыночных отношений и потому играют главную роль в регулировании ВЭД в современных условиях.

Административные методы включают государственные правила, нормативы, запреты, с помощью которых государство осуществляет непосредственное влияние на субъекты ВЭД, регламентирует различные с точки зрения их деятельности в интересах общества. Административные методы в большинстве случаев противостоят природе рыночных отношений, и поэтому сфера их применения постепенно сужается.

Под административным методом регулирования понимают систему организационно-правовых и специальных мер: количественные ограничения, распределение квот и лицензий, экспортный контроль и отношения определенных видов товаров, установление государственной монополии на экспорт и (или) импорт отдельных видов товаров.

Международные торговые договоры определяют общие пути развития экономических отношений между государствами, устанавливают торгово-экономический, политический режим взаимодействия, предусматривают условия взаимных расчетов, сроки сотрудничества и т.д. В договорах могут быть зафиксированы долгосрочные соглашения на 5—10 лет и более. Также практикуется и заключение ежегодных протоколов о взаимных поставках товаров. Соглашения и протоколы, дополняя друг друга, способствуют развитию устойчивого взаимовыгодного сотрудничества.

Таможенные формальности. В их основе лежит Таможенный кодекс, утверждаемый законодательным органом. Таможенный кодекс создается в соответствии с таможенной политикой государства. Он определяет общие задачи и функции таможенных органов, порядок разработки, утверждения и использования тарифов, условия освобождения от уплаты пошлин, санкции за нарушение таможенных правил, порядок рассмотрения жалоб. Таможенные формальности являются одними из самых эффективных методов регулирования ВЭД.

Лицензирование — это система письменных разрешений, выдаваемых государственными органами на экспорт и импорт товаров. Лицензирование применяется на определенные периоды времени по отдельным товарам, включенным в перечень продукции общегосударственного назначения. Генеральные лицензии сроком до одного года получают специализированные внешнеэкономические организации в соответствии с государственными экспортно-импортными заданиями. Разовые лицензии выдаются по каждой отдельной сделке на срок, необходимый для ее реализации, но не более чем на один год.

Ценовые преференции устанавливают некоторые страны в законодательном порядке путем определения минимальной разницы в ценах, по которым товары и услуги импортера должны быть ниже цен национальных производителей. Например, энергетические компании США имеют право размещать заказы на импортное оборудование только в том случае, если цены на него будут ниже цен американских производителей как минимум на 6%.

Технические процедуры устанавливаются в законодательном порядке государственными организациями и представляют собой комплекс мероприятий по

проверке соответствия импортируемой продукции требованиям международных и национальных стандартов, отраслевых норм и технических предписаний.

Импортные процедуры представляют собой правила проведения импортных операций при государственных закупках. Во многих странах в этих случаях покупатель должен провести международные торги с целью выяснения наиболее выгодного продавца. Иногда покупателю выдают лицензию только в том случае, если он выполнил требования по осуществлению встречных экспортных операций.

10.3. Внешнеторговая политика.

Внешнеторговая политика — это целенаправленное воздействие государства на торговые отношения с другими странами.

Основные цели внешнеторговой политики:

- 1) изменение степени и способов включения данной страны в международное разделение труда;
- 2) изменение объемов экспорта (импорта);
- 3) обеспечение страны необходимыми ресурсами;
- 4) изменение соотношения экспорта (импорта).

Группы инструментов регулирования внешнеторговой деятельности:

- 1) административные:
 - запреты (ограничения) экспорта (импорта),
 - лицензирование (квоты) экспорта (импорта),
 - добровольное ограничение экспорта (импорта);
- 2) экономические:
 - таможенные пошлины,
 - сборы,
 - акцизы,
 - внутреннее налогообложение,
 - уравнительное пограничное налогообложение;
- 3) технические барьеры в торговле:
 - стандарты и технические нормы,
 - методы определения соответствия стандартам,
 - нормы и правила безопасности,
 - системы сертификации,
 - санитарно-ветеринарные нормы,
 - нормы здравоохранения;
- 4) меры, содействующие национальным экспортерам и производителям товаров для экспорта:
 - различные субсидии;
- 5) валютно-финансовые инструменты:
 - маневрирование учетной ставкой Нацбанка КР,
 - направленное воздействие на повышение (понижение) курса валюты,
 - использование кредитных механизмов;
- 6) торгово-договорные и другие средства:
 - обеспечение правовых условий для развития внешней торговли (двусторонние и многосторонние соглашения).

Основные направления внешней торговли.

1. Политика свободной торговли (*freetrader*) — отказ или воздержание государства от непосредственного воздействия на внешнюю торговлю. При этом государство заключает договоры с другими странами с целью создания благоприятных условий за рубежом для национальной экономики.

Положительные стороны:

- дает максимальную свободу для действия рыночных сил в стремлении получить максимальные выгоды из международного разделения труда и международного товарного обмена;
- страны становятся более взаимосвязаны и политически развиты;
- дает преимущество более сильным в экономическом плане странам или более сильным отраслям.

2. Политика протекционизма (*protectionism*) — государственная политика, направленная на защиту национальной экономики от иностранной конкуренции. Исключает свободное действие рыночных сил, предпочитается слабыми странами.

Положительные стороны:

- облегчает развитие молодых отраслей производства, которые лучше развиты в других странах;
- является необходимым условием индустриализации в развивающихся странах;
- сокращает безработицу.

Отрицательные стороны:

- в длительной перспективе приводит к формированию неэффективной отраслевой структуры национальной экономики;
- возможна автаркия — крайняя форма, стремление страны ограничить импорт только объемами экспорта, внешнеторговое сальдо стремится к нулю;
- селективный протекционизм — защита не всей экономики, а отдельных отраслей;
- коллективный протекционизм — протекционизм, проводимый интеграционными группировками по отношению к третьим странам.

Международный технологический обмен во внешнеторговой политике — это широкий спектр международных экономических отношений, включающий международную торговлю технологиями, оборудованием и машинами, продажа патентов, лицензий, а также предоставление сопутствующих услуг.

Субъекты международного технологического обмена:

- 1) государство;
- 2) коммерческие фирмы;
- 3) международные фонды.

Объекты международного технологического обмена — результаты интеллектуальной деятельности представлены в следующих формах:

- 1) овеществленная — оборудование, агрегаты, инструменты;
- 2) не овеществленная — техническая документация, знания, опыт, патенты и т.д.; в чистом виде не продаются.

Этапы жизненного цикла технологического оборудования:

- 1) экспорт технологий в общественной форме — сконцентрированные новые идеи, принципы;
- 2) прямые зарубежные инвестиции и создание за рубежом производств по выпуску продукции, технологии;

3) экспорт голых лицензий — уступка (продажа) прав собственности на запатентованные (не запатентованные) технологии. Часто в данном случае создаются совместные предприятия.

Классификация форм передачи технологий:

1) по масштабам:

- международная,
- национальная;

2) по каналам:

- межфирменная,
- внутрифирменная;

3) по способам передачи технологии:

- на некоммерческой основе,
- на коммерческой основе.

Формы передачи технологии на некоммерческой основе:

- информационные массивы специальной литературы, компьютерные банки данных, патенты, справочники;
- конференции, выставки, семинары, симпозиумы;
- обучение, стажировки, практика студентов, специалистов на паритетной основе;
- перекрестное лицензирование на паритетной основе;
- миграция ученых, специалистов из научных в коммерческие структуры, из одной страны в другую;
- основной поток передачи — непатентоспособная, некоммерческая информация, деловые игры, открытия и др.

Формы передачи технологии на коммерческой основе:

- продажа технологий и техники в материализованной форме;
- прямые зарубежные инвестиции и сопровождающие;
- продажа патентов на коммерческой основе;
- продажа лицензий (кроме торговых марок);
- совместное проведение научно-исследовательских и опытных конструкторских разработок;
- инжиниринг.

Торговля результатами интеллектуальной деятельности. Интеллектуальная собственность — это широкий спектр результатов творческой деятельности человека в области производства, науки, техники, культуры, искусства и аудиовизуальной техники.

Объекты интеллектуальной собственности — творения человеческого разума.

Международная лицензионная торговля. Лицензия — разрешено использование другим лицом изобретения, технологии, ноу-хау, яда и др. в течение определенного срока и за вознаграждение.

Тема 11. Основные виды внешнеторговых операций. Экспортная стратегия ВЭД.

11.1. Внешнеторговые операции: понятие, назначение. Формы сделок во внешнеторговых операциях и их особенности.

11.2. Характеристика стратегии экспорта. Стратегия совместной предпринимательской деятельности. Стратегия прямого инвестирования.

11.3. Экспортные цены (ЭЦ) на мировом рынке: понятие, назначение. Контрактная биржевая цена. Статистические внешнеторговые цены. Формы расчетов экспортной цены.

11.1. Внешнеторговые операции: понятие, назначение. Формы сделок во внешнеторговых операциях и их особенности.

Внешнеторговые операции: понятие, назначение.

Формой связи между производителями продукции разных стран выступает внешняя торговля, обслуживающая сферу товарного обращения (включая услуги и посредников) через внешнеторговые операции, которые носят коммерческий характер. Классификация операций:

- 1) по направлениям торговли:
 - основные (экспортные, импортные, реэкспортные, реимпортные),
 - вспомогательные (кредитные, расчетно-платежные, рекламные, страховые, таможенные, валютные, транспортные (транзитные, бондовые, погрузочно-разгрузочные, фрахтование, агентирование);
- 2) по предмету сделки:
 - товары и продукция,
 - сырье,
 - результаты интеллектуальной деятельности, работы и услуги;
- 3) по степени самостоятельности:
 - прямые обменные (купля-продажа);
 - посреднические (комиссионные, агентские, консигнационные, брокерские).

Классификация сделок:

- 1) в торговле машинами и оборудованием и сфере услуг:
 - подрядные (инжиниринговые),
 - арендные (лизинговые);
 - в торговле технологиями и ноу-хау:
 - лицензионные (чистые, сопутствующие);
- 2) во встречной торговле, производственной кооперации и научно-техническом сотрудничестве:
 - бартерные;
 - давальческие;
 - встречной закупки;
 - выкуп устаревшей продукции.

Внешнеторговые операции представляют собой комплекс основных и вспомогательных (обеспечивающих) видов коммерческой деятельности, т.е. набор технических приемов, последовательное применение которых обеспечивает реализацию договора купли-продажи. Основным их видом являются экспортно-импортные операции.

При этом *экспортная операция* — это деятельность, направленная на продажу иностранному партнеру (покупателю) товара с вывозом из страны продавца, *импортная* — представляет деятельность, связанную с закупкой у иностранного продавца и ввозом

иностранных товаров технологий и услуг в страну покупателя для последующей реализации на внутреннем рынке.

Следует отличать операции неторгового характера, невидимый экспорт: услуги, туризм, страхование, банковские операции, реализация которых осуществляется на уровне международной торговли. Например, деньги, которые иностранные туристы тратят в стране пребывания, представляют для этой страны невидимый экспорт, поскольку она получает при этом иностранную валюту. Точно так же дивиденды от заграничных инвестиций и доходов, получаемые от страховой деятельности, образуют не оцениваемый невидимый экспорт, в то время как затраты правительства за рубежом представляют собой невидимый импорт.

Разновидностью экспортно-импортных операций являются *реэкспортные*, которые предусматривают обратный вывоз ранее ввезенного из-за границы товара без какой-либо переработки, и *реимпортные* — ввоз ранее вывезенного товара, также не подвергавшегося переработке. Основанием для реэкспорта могут быть несколько ситуаций. Во-первых, использование традиционно сложившихся организационных форм торговли на внешнем рынке, таких, как международные биржи и аукционы. Реэкспорт в этом случае является естественным продолжением торговой операции, требующей для продажи через биржу или аукцион ввоза товара в страну их местонахождения с последующим его вывозом покупателем третьей страны. Во-вторых, ситуация вынужденного реэкспорта может возникнуть в процессе прерывания нормального хода внешнеторговой операции в случае отказа покупателя оплатить товар и момент прибытия его в порт назначения или состояния банкротства покупателя, наступившего на период отправки ему товара. Реэкспорт выступает также составной частью более сложной внешнеторговой операции, например, при реализации крупных проектов строительства объектов за рубежом, требующих закупок отдельных видов материалов и комплектного оборудования в третьих странах, часто минуя завоз его в страну реэкспортера. Реэкспортные операции могут, кроме того, быть использованы с целью получения прибыли за счет перепродаж на различных рынках и разницы в ценах.

Основными ситуациями для реимпортных операций могут служить: ввоз ранее вывезенного и не проданного на аукционе или бирже товара, возврат товара с консигнационного склада или товаров, забракованных покупателем и др.

Осуществление всех видов основных внешнеторговых операций и их содержание обеспечиваются условиями таможенных режимов, устанавливаемых государствами.

К обеспечивающим внешнеторговым операциям можно отнести транспортные, страховые, финансово-расчетные (предоставление кредита, передачу залога, акцепт переводного векселя), таможенные, подачу заявки на торговую марку или патент, а также посреднические услуги через договоры и соглашения, например, по проведению рекламной кампании, исследованию конъюнктуры рынка, по доставке груза, обеспечению платежных операций через банки и т.п. Эти операции могут выполняться как непосредственно самими экспортерами и импортерами, так и другими обслуживающими внешнюю торговлю фирмами и организациями на основании комиссионных соглашений и договоров в зависимости от сложности основной внешнеторговой операции. Практика свидетельствует, что на одну основную операцию приходится более десяти вспомогательных.

Таким образом, внешнеторговая операция охватывает разнообразную сферу взаимоотношений экономического, финансового и правового характера между партнерами, которые осуществляются на основе заключаемых внешнеторговых сделок.

Многообразие видов сделок в мировой торговле находится в тесной взаимосвязи с предметом сделки (товар, услуги, результат интеллектуальной деятельности, аренда оборудования и т.д.), его особенностями (сырьевые товары, готовая машинно-техническая продукция и т.д.) и организационными формами торговли на мировом рынке, а также в зависимости от каналов сбыта и характера взаимоотношений между внешнеторговыми партнерами. В данном случае внешнеторговые сделки могут заключаться напрямую, непосредственно между экспортером и импортером, или с участием посредников и посреднических фирм.

Формы сделок во внешнеторговых операциях и их особенности

Рассмотрим основные формы встречных коммерческих сделок во внешнеторговых операциях и их особенности.

Бартерные операции — простой обмен товаров определенной стоимости на товары равной стоимости. Не предполагают денежных расчетов (проводятся без помощи банков) между партнерами, в контракте отсутствует раздел «Условия платежа», однако указывается стоимость сделки при ввозе одного товара и вывозе другого, стоимости эти идентичны. Существует раздел «Цена и сумма контракта». Стоимостная оценка необходима для того, чтобы обеспечить эквивалентность обмена, определить стоимость таможенных услуг, сумму страхования, провести бухгалтерский учет, рассчитать величину уценки (возврата товара) при поставке недоброкачественных товаров. Для государства такой вид сделки невыгоден, так как партнеры не получают валюты, а следовательно, не могут продать ее государству.

Встречные закупки (countertrade) — комбинированная валютно-товарная экспортно-импортная сделка. Наиболее широко применяется из всех видов сделок. В этом случае импортер диктует условия экспортеру по встречной закупке его товара, частично оплачивая импортируемый товар валютой. Экспортер реализует свой товар частично за валюту, получая встречный необходимый товар, который он может в дальнейшем с прибылью реализовать.

Оба партнера имеют выгоду. Экспортер получает валюту (товар, полученный по бартеру, он может продать). А импортер получает выгоду, так как он свою продукцию частично, но продал. Экспортер поставляет товар импортеру, а импортер часть отдает валютой, а часть товаром.

Компенсационные сделки — вид бартерной сделки с той особенностью, что экспортер, как правило, реализует средства производства (оборудование) в обмен на готовую продукцию, полученную при эксплуатации этих средств.

Экспортер бывает заинтересован в получении готовой продукции, производимой на его оборудовании в более выгодных экономических условиях другой страны, импортер при этом имеет гарантированный сбыт своей продукции, создавая капиталоемкие фонды, дающие ему прибыль.

В отличие от бартера в этой сделке производится оплата.

Этот вид сделки в основном функционирует при крепких производственных связях, при выполнении долгосрочных программ (экспортер поставляет оборудование, импортер — готовую продукцию).

Компенсационные сделки относятся к разряду товарообменных или встречных. В международной торговле они встречаются в рамках производственной кооперации и при научно-техническом сотрудничестве.

11.2. Характеристика стратегии экспорта. Стратегия совместной предпринимательской деятельности. Стратегия прямого инвестирования.

Характеристика стратегии экспорта

Экспорт представляет собой самый простой способ выхода на внешний рынок. В международном маркетинге различают нерегулярный и активный экспорт. *Нерегулярный экспорт* — это способ выхода на внешний рынок только тогда, когда фирма время от времени экспортирует свои излишки и продает товары местным оптовикам, представляющим зарубежные фирмы. *Активный экспорт* имеет место в тех случаях, когда фирма задается целью расширить свои экспортные операции на конкретном рынке.

Применяя стратегию экспорта, фирма производит все свои товары в собственной стране, предлагая их на экспорт в модифицированном или в немодифицированном виде. Преимущество данной стратегии состоит в том, что она требует внесения минимальных изменений в товарный ассортимент фирмы, ее структуру, капитальные затраты и программу деятельности. Экспорт имеет две разновидности: косвенный и прямой экспорт. При *косвенном* экспорте фирма пользуется услугами независимых международных маркетинговых посредников, при *прямом* — проводит экспортные операции самостоятельно.

Фирмы, которые только начинают свою экспортную деятельность, чаще используют косвенный экспорт. Они отдают предпочтение данному варианту по двум причинам. Во-первых, такой экспорт требует меньше капиталовложений, поскольку фирме не приходится создавать за рубежом собственный торговый аппарат или налаживать сеть контактов. Во-вторых, при косвенном экспорте фирма меньше рискует. Оптовой реализацией товара занимаются международные маркетинговые посредники — отечественные купцы-экспортеры, отечественные агенты по экспорту или кооперативные организации, которые приносят в эту деятельность свои специфические профессиональные знания, умения и услуги, и поэтому продавец, как правило, совершает меньше ошибок.

Стратегия совместной предпринимательской деятельности.

Данная стратегия выхода фирмы на внешний рынок основывается на соединении ее усилий с коммерческими предприятиями страны-партнера с целью создания производственных и маркетинговых мощностей. В отличие от экспорта при совместной предпринимательской деятельности (СПД) формируется партнерство, в результате которого за рубежом создаются определенные мощности.

Международный маркетинг использует четыре вида СПД:

1) лицензирование;

- 2) подрядное производство;
- 3) управление по контракту;
- 4) предприятия совместного владения.

Лицензирование является одним из наиболее простых путей выхода на внешний рынок. Лицензиар вступает в соглашение с лицензиатом на зарубежном рынке, предлагая права на использование производственного процесса, товарного знака, патента, торгового секрета или какой-то иной ценностной значимости в обмен на гонорар или лицензионный платеж. Лицензиар получает выход на рынок с минимальным риском, а лицензиату не приходится начинать с нуля, так как он сразу получает производственный опыт, хорошо известный товар или имя.

В качестве примеров успешного проведения лицензионных операций Ф. Котлер приводит деятельность фирмы «Гербер», которая таким путем вывела на японский рынок свои продукты для детского питания. Другой пример: деятельность по международному маркетингу, осуществляемая фирмой «Кока-Кола», которая предоставляет лицензии различным предприятиям, но необходимый концентрат фирма производит сама.

Однако лицензирование имеет и недостатки, которые заключаются в том, что при лицензировании фирма располагает меньшим контролем над лицензиатом, чем над своим вновь созданным предприятием. К тому же в случае крупного успеха лицензиата прибыли пойдут именно ему, а не лицензиару. В результате, выходя на внешний рынок, фирма может сама создать себе конкурента.

Второй разновидностью стратегии СПД является подрядное производство, т.е. заключение контракта с местными производителями на выпуск товара. Таким методом, в частности, воспользовалась фирма «Сирс» при открытии своих универмагов в Мексике и Испании, отыскав там квалифицированных производителей, которые могли изготавливать многие из продаваемых ею товаров.

Еще одним способом выхода на внешний рынок, относящимся к стратегии СПД, является управление по контракту. При этом способе фирма предоставляет иностранному зарубежному партнеру ноу-хау в области управления, а тот обеспечивает необходимый капитал. Иначе говоря, фирма экспортирует не товар, а скорее управленческие услуги. Такой метод использовала фирма «Хилтон», организовав работу отелей в разных частях света.

Данный способ выхода на внешний рынок характеризуется минимальным риском и получением дохода с самого начала деятельности. Недостаток его заключается в том, что для выхода на внешний рынок фирме необходимо иметь достаточный штат квалифицированных управляющих, которых можно использовать с большей выгодой для себя.

Наконец, еще одним способом проникновения на внешний рынок является создание предприятия совместного владения. Такое предприятие представляет собой объединение усилий зарубежных и местных вкладчиков капитала с целью создания местного коммерческого предприятия, которым они владеют и управляют совместно. Существуют разные пути организации такого предприятия. Например, зарубежный инвестор может купить себе долю в местном предприятии, или местная фирма может купить себе долю в уже существующем местном предприятии зарубежной компании, либо обе стороны могут совместными усилиями создать совершенно новое предприятие.

Предприятие совместного владения может оказаться необходимым или желательным по экономическим или политическим соображениям. В частности, выходя на внешний

рынок, фирма может не иметь достаточных финансовых, физических или управленческих ресурсов для осуществления проекта в одиночку. Другая возможная причина предпочтения предприятия совместного владения — иностранное правительство только таким образом допускает на рынок своей страны товары инациональных производств. Например, многие американские фирмы, вывозя капитал в те или иные страны, стремятся использовать наработанные средства для повторного инвестирования на расширение производства, а местные фирмы этих стран нередко предпочитают изымать эти поступления из оборота. Американские фирмы большую роль отводят маркетингу, а местные вкладчики зачастую полагаются исключительно на организацию сбыта. Создание предприятий совместного владения может затруднить транснациональной компании проведение в жизнь конкретных политических изменений в сфере производства и маркетинга во всемирном масштабе.

Стратегия прямого инвестирования

Стратегией выхода на внешний рынок, обеспечивающей наиболее полное вовлечение фирмы в деятельность на нем, является помещение капитала в создание за рубежом собственных сборочных или производственных предприятий. По мере накопления фирмой опыта экспортной работы и при достаточно большом объеме данного внешнего рынка производственные предприятия за границей принесут выгоды.

Одно из преимуществ данной стратегии в том, что фирма может сэкономить деньги за счет более дешевой рабочей силы или более дешевого сырья за счет льгот, предоставляемых иностранными правительствами зарубежным вкладчикам, за счет сокращения транспортных расходов и т.д. Далее, создавая рабочие места в стране-партнере, фирма обеспечивает тем самым себе более благоприятный образ в этой стране.

Применяя стратегию прямого инвестирования, фирма устанавливает более глубокие отношения с государственными органами, клиентами, поставщиками и дистрибьюторами страны, на рынок которой она выходит. Это дает возможность лучше приспособить свои товары к местной маркетинговой среде. И наконец, важное свойство прямого инвестирования заключается в том, что, осуществляя его, фирма сохраняет полный контроль над своими капиталовложениями и, следовательно, может разрабатывать такие политические установки в области производства и маркетинга, которые будут отвечать ее долговременным задачам в международном масштабе.

Приняв решение выйти на внешний рынок, фирма должна выбрать наилучшую для данной ситуации стратегию маркетинга. Существуют три возможные стратегии выхода на зарубежный рынок: экспорт, совместная предпринимательская деятельность, прямое инвестирование.

11.3. Экспортные цены (ЭЦ) на мировом рынке: понятие, назначение. Контрактная биржевая цена. Статистические внешнеторговые цены. Формы расчетов экспортной цены.

Экспортные цены (ЭЦ) на мировом рынке: понятие, назначение.

Для современного мирового рынка характерно наличие большого количества различных отраслевых рынков товаров и услуг, множественность цен. Экспортная цена на

конкретную продукцию одного и того же рынка может существенно различаться. Поэтому при обосновании определении и согласовании внешнеторговой цены необходимо иметь четкое представление о характере сделки, диктующей особенность «отбора» цены:

- использование цен отдельных экспортных и импортных операций;
- цены в условиях оплаты наличными;
- цены, формирующиеся в рамках обычных коммерческих сделок.

Понятно, что цены, фиксируемые в рамках долгосрочных межгосударственных соглашений, будут существенно отличаться от цен в сделках, или от цен на товар, оплачиваемый путем сложных банковских операций, в условиях определенных валютных ограничений и т.д.

Поставщики товара на внешний рынок встречаются с существенными колебаниями цен, предоставлением различных скидок, предложением надбавок. Кроме того, практически всегда цены на аналогичную продукцию отличаются, так как разные поставщики поставляют товар различного качества, комплектации. Значительную долю в конечной цене составляют транспортные расходы.

В современной международной торговле, особенно в торговле сырьевыми товарами и полуфабрикатами, заметное место занимают посреднические фирмы, также имеющие свою прибыль в результате осуществления продаж. Что же касается торговли машинно-технической продукцией, технически сложными товарами, то здесь цены, как правило, формируются только при непосредственном контакте между продавцом-производителем и покупателем-потребителем. При этом в цену включаются самые различные составляющие — надбавки за гарантию, предпродажный и послепродажный сервис, упаковку и др.

Для изучения и использования на практике ценовых показателей мирового рынка необходимо знать основные источники сведений о ценах. В настоящее время созданы специальные банки данных практически для всех товаров и товарных групп по регионам и временным периодам (для товаров сезонных). Огромные возможности предоставляет система компьютерных телекоммуникаций, позволяющая в считанные минуты получить ориентировку практически на все поставляемые на мировой рынок товары. Однако это будут цены ориентировочные, позволяющие экспортеру и импортеру иметь «стартовую площадку» для переговоров по ценам поставки. Например, мировые цены на практике — экспортные цены основных поставщиков и импортные цены в важнейших ценах импорта товаров.

Механизм же ценообразования остался старым: анализ спроса и предложения, проект цены исходя из ситуации на рынке и формирование контрактной цены в ходе непосредственных переговоров поставщика и покупателя.

Контрактная цена.

Контрактная цена — это конкретная цена, которую согласовали между собой продавец и покупатель в ходе переговоров, которая, как правило, ниже цены предложения поставщика. Контрактная цена действительна на весь период действия контракта, если ее не подвергли пересмотру в ходе выполнения поставок. Контрактные цены нигде не публикуются, поскольку представляют коммерческую тайну. В принципе контрактные цены на определенный товар в определенном регионе и при наличии небольшого круга

продавцов и покупателей известны. Практическая задача состоит в сборе информации и создании банка данных.

Справочные цены — это цены продавца, публикуемые в специализированных изданиях, бюллетенях, а также в периодической литературе, каналах компьютерной информации. Круг товаров, попадающих в ценовые справочники, в основном охватывает небиржевые сырьевые товары и полуфабрикаты (нефть и нефтепродукты, черные металлы, удобрения и т.п.). В настоящее время справочная литература по ценам на небиржевые товары получила очень большое распространение. Так, экспортер нефтепродуктов ориентируется на ежедневные котировки цен потоварные и региональные, публикуемые в справочниках, которые можно получать ежедневно через систему компьютерной связи. Однако следует иметь в виду, что между ценами, публикуемыми в справочных изданиях, и фактическими ценами сделок существует определенный зазор. Как правило, справочные цены несколько завышены. Справочные цены не реагируют быстро на изменения конъюнктуры или на какие-либо политические события, за исключением, может быть, цен на нефть — товар весьма специфичный. Вместе с тем справочные цены отражают динамику на данном рынке и его тенденции.

Биржевые цены.

Биржевые цены — это цены на товары, торговля которыми производится на товарных биржах. К биржевым товарам относятся в основном сырье и полуфабрикаты. Цены на биржевые товары оперативно отражают все изменения, происходящие на рынке данного товара. Малейшие изменения конъюнктуры рынка в ту или иную сторону моментально сказываются на биржевых котировках. Это объясняется тем, что сами биржевые котировки являются фактическими ценами сделок именно в данный момент. Следует отметить, что биржевые котировки не отражают другие инструменты международной торговли: условия поставки, платежа и т.д. Существует определенный регламент работы биржи и участия в ее работе. Биржи функционируют ежедневно, и котировочная комиссия регистрирует и публикует котировочные цены в специальных бюллетенях. Котировки бывают двух видов: *срочные* (фьючерсы) на товары, отсутствующие на данный момент, с условиями поставки через определенное время и *на реализуемые товары*. Как показывает практика, биржевые котировки, довольно остро реагируя на различные внешние «раздражители», все-таки не могут отражать действительные тенденции в движении цен. Зачастую на биржах проводятся операции, носящие откровенно спекулятивный характер.

В международной внешнеторговой практике специалисты ориентируются на котировки наиболее известных, хорошо зарекомендовавших себя бирж, имеющих персонал исключительно высокой квалификации, таких, как Лондонская биржа металлов (LME — London Metal Exchange), Чикагская биржа (Chicago Board of Trade), занимающаяся котировками и продажами зерновых, или Нью-Йоркская биржа хлопка (NYCE — New York Cotton Exchange).

Цены аукционов показывают цены, полученные в результате торгов. Это реальные цены, отражающие спрос и предложение в данный временной период. Аукционный вид торговли является достаточно специфичным. На аукционных торгах, например, продаются и покупаются пушнина, животные, предметы искусства.

Статистические внешнеторговые цены.

Статистические внешнеторговые цены публикуются в различных национальных и международных статистических справочниках. Определяются путем деления стоимости экспорта или импорта на объем закупленной или поставленной продукции. Эти цены не показывают конкретную цену конкретного товара. С точки зрения их практического применения они интересны для понимания общей динамики внешней торговли той или иной страны, для статистических расчетов, используются как приблизительный ориентир. В процессе согласования цен экспортер и импортер, основываясь на собственном анализе данных о положении на рынке товара, приступают к переговорам, заранее зная, на какие уступки они могут пойти. В мировой практике ведения внешней торговли известно большое количество различных скидок. Ценовые скидки — метод уторговывания цены с учетом состояния рынка и условий контракта. По оценкам специалистов, существует около 40 различных видов ценовых скидок и надбавок. К наиболее распространенным относятся следующие:

- скидка продавца, когда за объем единовременной покупки (партии) или за устойчивость покупок экспортер в процессе торга предоставляет скидку в зависимости от ситуации на конкретном рынке. Может достигать 20—30% к первоначальной цене;
- скидка для эксклюзивного импортера. Фирма-импортер является единственным поставщиком товара в страну или регион, добивается наилучших условий для продажи этого товара, по существу, помогает экспортеру закрепиться на рынке данной страны. Достигает 10—15% от первоначальной цены. Практикуется в условиях рынка монопольной конкуренции;
- скидка «сконто» используется в случае осуществления импортером предоплаты полной или частичной за поставляемый товар. Как правило, такая скидка предоставляется и в случае прямого банковского перевода денег при оформлении товарных накладных;
- скидка традиционному партнеру (или бонусная), как правило, предоставляется импортеру, длительное время работающему на рынке с одним и тем же экспортером. В данном случае экспортер уверен в своем партнере-покупателе с точки зрения правильного и своевременного выполнения контрактных обязательств. Скидка предоставляется, как правило, на годовой объем продаж товара. Характерна в первую очередь для рынка совершенной конкуренции;
- скидка за покупку внесезонного товара, как правило, предоставляется на рынках сельхозпродукции, одежды, обуви и др. дилерская скидка предоставляется оптовым и розничным торговцам, агентам и посредникам. Должна покрывать расходы дилеров на продажу и сервис и обеспечивать им определенный размер прибыли.

Формы расчетов экспортной цены.

Инкассовая форма расчета состоит в том, что банк по поручению своего клиента (экспортера или кредитора) получает платежи от импортера (плательщика) после отгрузки товаров и оказания услуг. Получаемые средства зачисляются на счет клиента в банке. При этом платежи с импортера могут взыскиваться на основании:

- только финансовых документов (простое, или чистое, инкассо);
- финансовых документов, сопровождаемых коммерческими документами, или только коммерческих документов (документарное инкассо).

Схему расчетов по инкассо (рис. 11.1) можно представить упрощенно в следующем виде: после заключения контракта, в котором оговаривается, через какие банки будут производиться расчеты, экспортер производит отгрузку товара. После получения от перевозчика транспортных документов экспортер передает все необходимые документы в банк, которому он поручает осуществлять инкассирование (банк-ремитент). Банк-ремитент, проверив документы, направляет их банку-корреспонденту в стране импортера (инкассирующий банк). Последний, проверив документы, представляет их импортеру-плательщику. Инкассирующий банк может делать это непосредственно или через другой банк (так называемый представляющий банк). Документы выдаются плательщику:

- против платежа;
- против акцепта;
- без оплаты документов в зависимости от инкассового поручения. Получив платеж от импортера, инкассирующий банк направляет выручку в банк-ремитент, который зачисляет ее на счет экспортера.

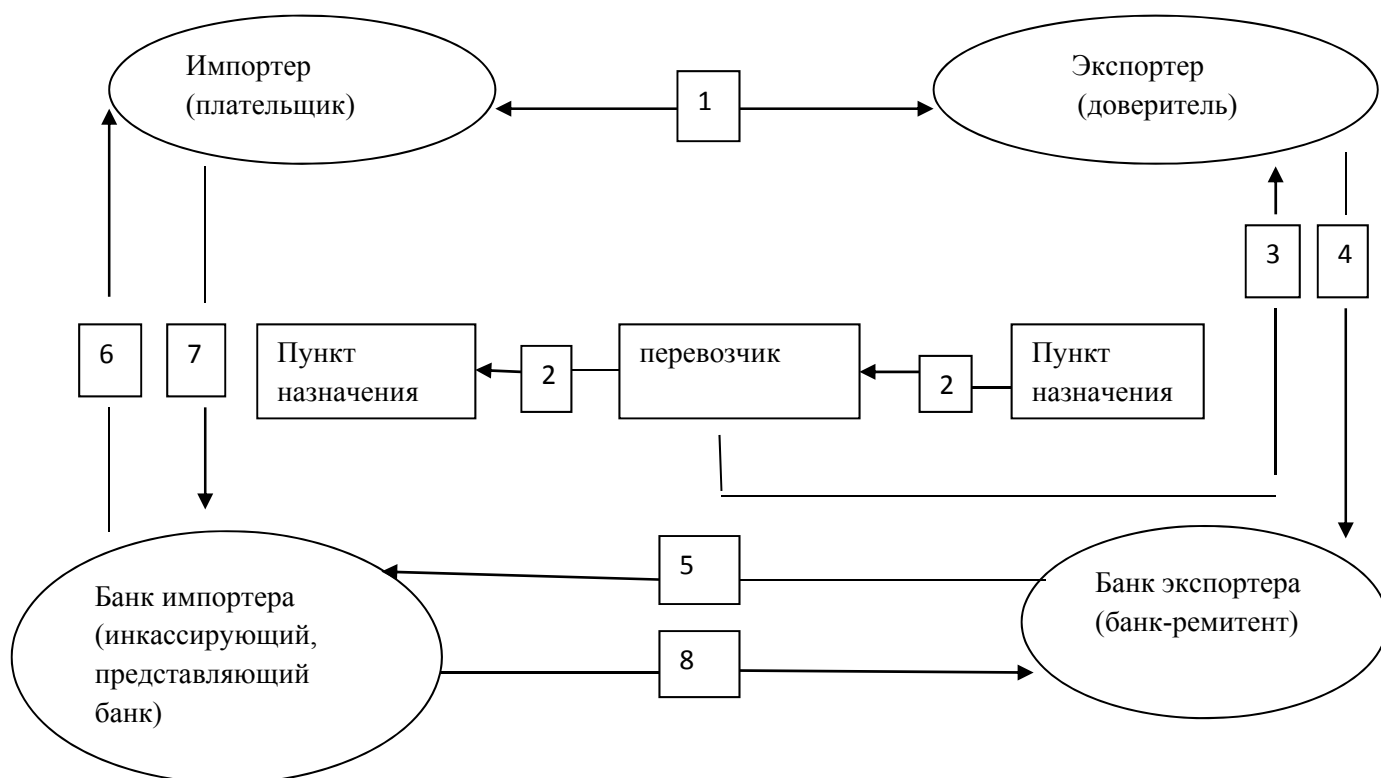


Рис. 11.1. Расчеты в форме инкассо

Инкассовая операция оказывается в целом более выгодной импортеру, поскольку платеж осуществляется против документов, дающих ему право на товар. Следовательно, до этого момента импортер может сохранять свои средства в обороте. При этом он не подвержен риску платить за еще не отгруженный товар.

Аккредитивная форма расчетов. Более выгодной для экспортера является аккредитивная форма расчетов. Аккредитив представляет собой поручение банка (или иного кредитного учреждения) произвести по просьбе клиента оплату документов в пользу третьего лица — экспортера (бенефициара) при условии выполнения им

определенных требований. Кроме этого, аккредитив может обеспечить краткосрочный кредит при условии согласия банка произвести учет (покупку) документов. Аккредитивная форма расчетов состоит из следующих основных моментов. Экспортер и импортер заключают контракт на поставку товаров или оказание услуг с указанием того, что расчеты будут осуществляться в форме аккредитива.

При осуществлении расчетов в аккредитивной форме банки взимают более высокий комиссионный сбор, поскольку она является сложной и сопряжена с большими издержками.

Расчеты в форме аванса, т.е. оплата части стоимости контракта до отгрузки товара, наиболее выгодны экспортеру. Как правило, платеж в форме аванса может достигать до $У_3$ общей суммы контракта. Однако эта форма может применяться только тогда, когда импортер крайне заинтересован в получении товара (в случае, если число продавцов на мировом рынке либо количество товара ограничены) или когда экспортер оказывает на него сильное давление, которому импортер не может в силу ряда причин противостоять.

При осуществлении **расчетов по открытому счету** импортер совершает периодические платежи экспортеру после получения товаров. После завершения расчетов производятся окончательная выверка и погашение остающейся задолженности. Этот способ расчетов наиболее выгоден для импортера, экспортер же не имеет твердых гарантий получения оплаты за отгруженные товары. К тому же ему приходится в ряде случаев прибегать к банковскому кредиту. Поэтому платежи по открытому счету чаще применяются между деловыми партнерами, связанными тесными хозяйственными отношениями и испытывающими высокую степень доверия друг к другу.

Тема 12. Роль государства в ВЭД.

12.1. Инжиниринг и консалтинг в практике внешнеэкономических связей. Современный международный лизинг.

12.2. Мировая валютная система.

12.3. Управление ВЭД. Специфика, функции.

12.1. Инжиниринг и консалтинг в практике внешнеэкономических связей. Современный международный лизинг.

Инжиниринг и консалтинг в практике внешнеэкономических связей.

1. Международный инжиниринг — деятельность по предоставлению услуг производственного, коммерческого и научно-технического характера, оказываемых как специализированными инженерно-консультационными фирмами, так и промышленными, строительными и другими компаниями. Это совокупность интеллектуальных видов деятельности, имеющих своей целью получение положительного эффекта от капиталовложений за счет наиболее рационального подбора и эффективного использования совокупности материальных, трудовых, технологических и финансовых ресурсов.

Такое эффективное использование совокупности материальных, трудовых, технологических и финансовых ресурсов *достигается за счет следующих факторов*:

- ✓ системного подхода к осуществлению проектов;
- ✓ разработки оптимального варианта технических и экономических аспектов деятельности;
- ✓ разработки проектов с применением прогрессивных производственных технологий и оборудования;
- ✓ использования современных методов организации и управления стадиями осуществления проектов.

Причины, обуславливающие продажу знаний на мировом рынке.

- ✓ ускорение внедрения результатов НТР в производство;
- ✓ расширение круга стран — потребителей продукции НТП;
- ✓ включение развивающихся стран в число производителей и экспортеров промышленной продукции.

Основные особенности инжиниринга:

- ✓ является одной из форм услуг производственного назначения;
- ✓ рассчитан на *промежуточное потребление* материальных благ и услуг;
- ✓ выступает в качестве объекта купли-продажи, т. е., имеет *коммерческий характер*;

Имеет СЛОЖНУЮ структуру и включает:

- предпроектные;
- проектные;
- послепроектные услуги.

Международный инжиниринг предполагает *осуществление работ* на основе контракта, заключенного между зарубежной инжиниринговой фирмой и заказчиком из той или иной страны.

Наиболее распространенная форма сотрудничества фирм в области инжиниринга — образование краткосрочных совместных предприятий контрактного типа для участия в реализации 1-2 проектов.

2. Консалтинг — это форма консультационной деятельности, т. е. консультирования по разным вопросам хозяйственной деятельности.

Первоначальная форма консалтинговой деятельности — концепция **Единой системы внешнеэкономической информации (ЕСВИ)**, которая представляла собой многоуровневую систему баз данных с использованием технических носителей ЭВМ.

Консультационно-маркетинговые кооперативы и хозрасчетные центры оказывают комплекс коммерческих услуг Участникам внешнеэкономических связей. *Примером* может служить учебно-консультативный центр "Инфорком", который на основе использования международных связей *проводит*:

- ✓ международные семинары, конференции;
- ✓ обучение правилам и приемам коммерческой деятельности как на территории страны, так и за ее пределами;
- ✓ консультации по коммерческим вопросам, поиск партнеров и др.

Современный международный лизинг.

1. **Лизинг** — долгосрочная аренда инвестиционных ресурсов при которой арендодатель по просьбе арендатора приобретает в свою собственность имущество и передает его в возмездное пользование арендатору.

Характеристика лизинга:

- ✓ выступает как сложная финансово-торговая документальная операция, предусматривающая возмездную передачу на определенный срок оборудования или другого имущества;
- ✓ характеризуется наличием в операции посредника, берущего на себя обязанности собственника имущества;
- ✓ лизингуемое имущество определяется арендатором до заключения сделки;
- ✓ это срочная операция, предусматривающая возвратность затрат арендодателю;
- ✓ характеризуется периодической и гибкой системой арендных выплат;
- ✓ требует наличия гаранта, подтверждающего надежность арендатора или способного взять на себя ответственность за возмещение убытков;
- ✓ предусматривает право выкупа имущества в процессе его эксплуатации.

Являясь в настоящее время одним из главнейших факторов экономического развития, мировой рынок лизинговых услуг постоянно расширяет сферу собственного воздействия на хозяйственную жизнь разных стран. Лизинг широко используется во многих странах мира, как с переходной, так и с развитой рыночной экономикой. Он значительно опережает темпы роста капиталовложений предприятий в их традиционной форме и составляет около 30% всех капиталовложений развитых стран мира.

2. Лизинговые соглашения предполагают наличие объектов и субъектов сделки.

Объектами лизинговых сделок выступают:

- ✓ строения, сооружения, складские помещения и другое жилое имущество;
- ✓ оборудование для производства (машины, краны, станки с программным управлением и другое подобное имущество);
- ✓ оргтехника (конторское, медицинское, полиграфическое и иное подобное оборудование, включая ЭВМ);
- ✓ транспортные средства (морские и речные суда, самолеты и др.).

Наиболее привлекательные для лизинга виды имущества:

- ✓ машиностроительное и технологическое оборудование;
- ✓ компьютеры и офисное оборудование;
- ✓ воздушные, речные, морские суда;
- ✓ железнодорожный подвижной состав;
- ✓ легковые и грузовые автомобили.

Субъектами лизинговой сделки являются:

- ✓ производитель;
- ✓ лизинговая фирма;
- ✓ арендатор.

Фактически лизинговые сделки зачастую включают в себя и четвертый субъект, поскольку арендодатель в большинстве случаев для приобретения имущества использует банковский кредит. Каждый из перечисленных субъектов извлекает из сделки определенные преимущества и несет конкретные обязательства.

Фирма-производитель получает несомненные преимущества на мировых рынках сбыта за счет гарантированных продаж своей продукции, особенно дорогостоящей.

Однако выгоды лизинга для субъектов относительно. Так, крупные и средние фирмы развитых стран, являющиеся первоклассными заемщиками на рынке кредитов, лизингом пользуются редко. Для них преимущества лизинга нейтрализуются возможностью получения долгосрочных кредитов. При отсутствии налоговых льгот приобретение оборудования оказывается дороже, чем с привлечением кредита.

Вместе с тем во многих странах для мелких и средних фирм лизинг часто бывает единственным средством финансирования их производственной деятельности из-за дорогих кредитов.

Многообразие современных лизинговых отношений на мировом рынке позволяет осуществлять сделки по различным схемам.

Распространенные в мировой практике виды лизинга:

- ✓ *экспортный* — сделка, в которой лизинговая компания покупает оборудование у национальной фирмы-изготовителя, а затем предоставляет его за границу иностранному арендатору;
- ✓ *импортный* — вид аренды, который осуществляется при закупке современного оборудования у иностранной фирмы и предоставляется отечественному арендатору;
- ✓ *транзитный* — арендная сделка, которая заключается между экономическими субъектами разных стран;
- ✓ *обратный* — сделка, при которой лизинговая фирма приобретает у владельца оборудование и сдает его в аренду ему же;
- ✓ *поставщика* — сделка, при которой лизинговая фирма приобретает у производителя продукцию, сдает ее в аренду производителю, который, в свою очередь, сдает продукцию в субаренду лизингополучателю;
- ✓ *сложный* — сделка, при которой в операции участвуют две или несколько лизинговых фирм, расположенных в разных странах.

Расширение масштабов лизинговых операций обусловило систематизацию норм и правовых положений, отраженных в виде типовых лизинговых контрактов.

Лизинговый договор включает в себя:

- ✓ объект лизинга;
- ✓ срок соглашения;
- ✓ доставку объекта;
- ✓ порядок эксплуатации объекта;
- ✓ лизинговые взносы, налоги, таможенные и иные сборы;
- ✓ права и обязательства сторон;
- ✓ подпись и юридические адреса сторон.

К лизинговому контракту обязательно добавляют:

- ✓ описание объекта лизинга;
- ✓ протокол приема объекта;
- ✓ страховой полис.

3. Основным регулятором отношений арендатора и арендодателя выступает арендная плата. ***Арендная плата включает в себя:***

- ✓ амортизационные отчисления от стоимости арендованного имущества (их размер определяется в договоре);

- ✓ средства, передаваемые арендатором арендодателю для ремонта объектов по истечении срока их аренды;
- ✓ часть прибыли, которая может быть получена от использования взятого в аренду имущества, выступающего как арендный процент.

Арендная плата при лизинге может быть:

- ✓ натуральной;
- ✓ денежной;
- ✓ смешанной.

Натуральная плата — арендная плата, имеющая место при подрядной аренде, когда собственник имущества передает его в пользование юридическому лицу для выполнения каких-либо работ, оказания услуг или производства товаров по его заказу.

Денежные платежи — арендные платежи, осуществляемые в национальной или конвертируемой валютах. Выступают как основная форма взаиморасчетов между арендатором и арендодателем.

Смешанная плата — арендная плата, имеющая место при сделках бай-бэк, чартерном лизинге и некоторых международных лизинговых операциях, когда арендатор расплачивается частично национальной, частично конвертируемой валютой, а также товарами, имеющимися на местном рынке или производимыми им самим.

Арендная плата может производиться от суммы всего арендованного имущества в совокупности или отдельно по каждому объекту.

Арендную плату (A) при лизинге определяют как сумму амортизации лизингуемого имущества ($A_{л.и}$) и арендного процента, идущего на расширение производства

$$(P_{ар}): A = A_{л.и} + P_{ар}.$$

Арендные платежи могут быть:

- ✓ ежегодными;
- ✓ полугодовыми;
- ✓ квартальными;
- ✓ ежемесячными.

График арендных платежей с указанием конкретных дат выплат является неотъемлемой частью арендного договора.

4. Лизинговые фирмы в редких случаях выступают как независимые (не имеющие организационных связей с другими фирмами). **В своем большинстве они являются фирмами и дочерними компаниями крупных транснациональных промышленных, банковских, торговых компаний.**

- ✓ дочерние лизинговые компании банков и других финансовых инвесторов (осуществляют основной объем лизинговых операций); промышленных и торговых компаний — лизинговая деятельность, например, ИБН WKAM, АТТ Капитал, Орикс Корпорейшн, Дженерал Электрик Капитал;
- ✓ независимые лизингодатели (одна из наиболее многочисленных групп лизинговых компаний в США);
- ✓ прочие лизингодатели и фирмы, связанные с лизинговыми операциями (страховые компании, пенсионные фонды, а также государственные организации).

Крупнейшими в мире компаниями являются американские GMAC (General Motors Acceptance Corporation), GE Capital, AT&T Capital Corporation, японская Orix Corporation, английская NWS Bank.

12.2. Мировая валютная система.

1. **Валюта в широком смысле** – товар, способный выполнять функции денег в мировом хозяйстве.

Валюта в узком смысле – денежная единица страны, используемая в международных финансовых расчетах, а также международные (региональные) счетные валютные единицы.

В мировом хозяйстве в пределах одного государства могут функционировать следующие формы валюты:

- ✓ Национальная;
- ✓ Иностранная.

Национальная валюта – законное платежное средство на территории данной страны.

Иностранная валюта – законное платежное средство на территории других стран.

Валютная политика – деятельность государства по целенаправленному использованию валютных средств. Это разработка основных путей формирования и использования валютных средств, разработка мер эффективного использования этих средств.

Различают 2 концепции динамики национальной валюты:

- ✓ девальвация валюты;
- ✓ ревальвация валюты.

Девальвация валюты — удешевление национальной валюты, т. е. рост цены единицы иностранной валюты в национальных денежных единицах. Это значит, что для покупки одной единицы иностранной валюты потребуется больше единиц национальной валюты.

Ревальвация валюты — удорожание национальной валюты, т. е. падение цены иностранной валюты в национальных денежных единицах. Другими словами, для покупки одной единицы иностранной валюты потребуется меньше единиц национальной валюты.

Валютный (обменный) курс — цена иностранной валюты, выраженная в национальной денежной единице.

Номинальный валютный курс — относительная "цена" национальной валюты, выраженная в иностранной валюте.

Реальный валютный курс — соотношение, в котором товары одной страны могут быть проданы в обмен на товары другой страны, или относительная цена товаров, произведенных в разных странах. То есть при курсе доллара на данный момент это означает, что на определенное количество сомов в КР можно купить те же блага, что в США на 1 доллар.

2. **Валютный рынок** — это механизм проведения валютных операций, формирования валютного резерва страны и валютных фондов хозяйствующих субъектов.

Национальный банк (НБ) - главный исполнительный орган регулирования валютного рынка, конкретными исполнителями поручений которого являются коммерческие банки и другие субъекты валютного рынка.

Основными функциями НБ являются:

- ✓ управление коммерческими операциями;
- ✓ выдача лицензий на деятельность коммерческим банкам в иностранной валюте на территории КР и за рубежом;
- ✓ выдача разрешений уполномоченным предприятиям на право торговли за валюту и на открытие текущих и депозитных счетов за границей.

Коммерческие банки осуществляют свою деятельность в 2 основных направлениях:

- ✓ обслуживание клиентской базы *по валютно-обменным операциям*;
- ✓ *спекулятивная работа* с иностранной валютой в целях получения дохода. Здесь коммерческие банки имеют **валютный риск** — риск, связанный с изменением курсов иностранных валют по отношению к национальной валюте, а также непоставкой на свои счета купленных денежных средств в силу неплатежеспособности своих контрагентов. Для уменьшения этого риска между банками-партнерами устанавливаются взаимные лимиты на конверсионные операции, одновременно прогнозируется динамика валютных курсов. Для этого применяется метод хеджирования.

Метод хеджирования — финансовые операции, позволяющие либо полностью, либо частично *уклоняться от рисков получения убытков*, возникающих в связи с ожидаемыми тенденциям» изменения валютного риска.

Сущность данного метода заключается:

- ✓ *в проведении валютных операций* до момента неблагоприятного изменения валютного курса;
- ✓ *заключении сделок на основе валюты*, курс которой меняется в *благоприятную сторону*. Примером может служить страхования валютных рисков в финансовой деятельности.

3. Мировая валютная система — совокупность взаимодействующих национальных валютных систем, а также международных валютных институтов.

В процессе динамики мирового хозяйства мировая валютная система принимала различные формы:

- ✓ первая денежная система ("золотой стандарт");
- ✓ вторая денежная система (Бреттон-Вудская система);
- ✓ третья денежная система (система плавающих валютных курсов).

Каждая из вышеперечисленных валютных систем соответствовала определенной ступени зрелости международных экономических отношений.

Первая денежная система (1879-1934 гг.), или **"золотой стандарт"**. При данной системе *цена каждой валюты должна быть выражена в золоте*. Мерой веса золота, содержащегося в той или иной монете или слитке, служила унция, равная 31,1 г.

Для существования системы "золотого стандарта" необходимо выполнение 3 основных условий:

- ✓ установление золотого содержания национальной денежной единицы;
- ✓ поддержание соотношения между запасами золота и денежным предложением в стране;
- ✓ свободный экспорт и импорт золота.

После Второй мировой войны золото было вытеснено из обращения и золотое содержание сохранял только американский доллар. Доллар США стал мировой валютой. Сейчас нет золотого стандарта, так как ни одна валюта не привязана к золоту.

Система "золотого стандарта" имела достоинства и недостатки:

- ✓ **достоинства:** стабильные валютные курсы и автоматическое выравнивание дефицитов и активов платежных балансов;
- ✓ **недостатки:** внутреннее экономическое развитие страны в жесткой зависимости от состояния платежного баланса, а также возникновение безработицы и сокращение доходов.

Вторая денежная (Бреттон-Вудская) система (1944-1971 гг.) - система фиксированных валютных курсов, обладающая предсказуемостью и определенностью, что хорошо для объемов внешней торговли.

Основные черты системы фиксированных валютных курсов:

- ✓ золото продолжает функционировать в качестве основы валютной системы;
- ✓ доллар США - резерв золотого фонда;
- ✓ обязательное установление золотого (долларового) содержания денежной единицы на территории каждой отдельно взятой страны;
- ✓ сохранение курса национальной валюты неизменным относительно валют других стран.

Недостатки данной системы:

- ✓ невозможность проведения независимой кредитно-денежной политики, так как все действия Национального банка направлены на поддержание объявленного уровня валютного курса;
- ✓ большая вероятность ошибок при выборе фиксируемого уровня валютного курса.

Причины замены Бреттон-Вудской валютной системы:

- ✓ порождающееся несоответствие быстро меняющимся условиям на мировом рынке;
- ✓ возрастание роли доллара в качестве валютного резерва вследствие отставания роста золотых запасов от развития международной торговли;
- ✓ превращение доллара в плавающую валюту по причине установления его курса на основе спроса и предложения.

В этот период английский фунт стерлингов стал играть роль второй конвертируемой валюты.

Были созданы Международный валютный фонд и Международный банк реконструкции и развития, в деятельность которых входит предоставление кредитов странам — членам этих организаций.

Третья денежная система (1971 г. — настоящее время) система гибких валютных курсов, так как правительства вмешиваются в функционирование валютных рынков.

При системе плавающих валютных курсов:

- ✓ золото утрачивает роль мировых денег, цена на золото устанавливается на основе соотношения рыночного спроса и предложения;
- ✓ плавающие курсы национальных валют: соотношение покупательной способности валют на внутренних рынках, а также спроса и предложения на национальную валюту на мировых валютных рынках.

Данная система имеет двойное значение для стран:

- ✓ не требует вмешательства Национального банка и способствует урегулированию платежного баланса без видимых потерь официальных валютных резервов;
- ✓ колебания валютных курсов отрицательно сказываются на международной торговле и финансах, порождая риск и неопределенность в международных экономических отношениях.

12.3. Управление ВЭД. Специфика, функции.

Управление как общее и универсальное понятие означает воздействие на субъекты, а через них — на результаты их деятельности. Содержание управления определяется его

сферой (ВЭД, промышленность, транспорт и др.), а также уровнем (государственный, региональный, отраслевой) предприятия. Управление в любой сфере и на любом уровне охватывает многообразие отношений и находится под воздействием совокупности объективных и субъективных факторов. Характер управления, его методы, принципы определяются конкретными экономическими, политическими, социальными условиями соответствующего этапа развития страны.

Усиление централизованного государственного управления ВЭД и монополизации этой сферы относится к 1930-м гг., когда существовало незначительное количество всесоюзных экспортно-импортных объединений, каждое из которых было монополистом-экспортером или монополистом-импортером того или иного товара.

Государственное управление, основанное на принципе монополии, осуществлялось административными методами. При таком управлении производитель не был заинтересован в экспортной деятельности. Стремление к увеличению и расширению импорта часто было необоснованным, не было четкого распределения функций между министерствами и ведомствами, ответственными за организацию и осуществление внешнеэкономических связей.

В условиях рынка характер государственного воздействия на экономику в целом и ВЭД в частности меняется: оно принимает форму регулирования, т.е. создания определенных условий, обеспечивающих эффективное функционирование экономики в целом и ее составных частей с использованием главным образом экономических методов.

Необходимость государственного регулирования ВЭД признана и подтверждена практикой хозяйствования промышленно развитых и новых индустриальных стран. Государственное регулирование ВЭД широко используется во всем мире. В условиях рыночного хозяйства оно представляет собой систему мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, призванных совершенствовать ВЭД в интересах национальной экономики. Эти меры осуществляются как правомочными государственными учреждениями, так и общественными организациями. Целью регулирования является стабилизация и приспособление внешнеэкономического комплекса страны к изменившимся условиям международного разделения труда (МРТ), мирового рынка и форм международного сотрудничества, решения национальных стратегических и тактических задач.

Функцией государственного регулирования является прежде всего разработка концепций развития ВЭД. Концепция (стратегия) — это общий замысел развития внешнеэкономической сферы деятельности, включающий определение целей развития, задач, направлений достижения результатов и эффективности указанной сферы. Разработка концепции включает выбор внешнеэкономической политики, наиболее приемлемой на данный период развития, с учетом специфических условий внутреннего развития, а также международной экономической конъюнктуры.

Внешнеэкономическая политика регулирует внешнюю торговлю, иностранные инвестиции, валютно-кредитные отношения, передачу новых технологий, а также миграцию рабочей силы. На формирование внешнеэкономической политики влияют объединения представителей капитала (национальные ассоциации промышленников, отраслевые объединения предпринимателей), транснациональные корпорации, малый и средний бизнес, торговые палаты и другие общественные объединения.

В промышленно развитых странах сложился механизм государственного регулирования, включающий цели, задачи, принципы, направления, организационные

структуры. Современная внешнеэкономическая политика осуществляется с помощью ряда средств, контролирующих и стимулирующих внешнюю торговлю. Для регулирования внешнеэкономических связей во всех странах создаются специальные государственные структуры, например, в Италии — Министерство внешней торговли, Межминистерский комитет по внешней экономической политике, Главное управление таможи. Главное экономическое управление Министерства иностранных дел — Институт внешней торговли — имеет свои коммерческие представительства за рубежом, в том числе в России. Помощь при экспорте товаров оказывают находящиеся за рубежом посольства и консульства, имеющие экономические отделы.

Границы государственного регулирования ВЭД определяются, с одной стороны, потребностью расширения национального экспорта и развития форм международной кооперации, а с другой — правилами международных организаций. Это не такая простая задача, если учесть, что предметом регулирования ВЭД являются:

- стимулирование национальных экспортеров;
- осуществление различных организационных мер для укрепления позиций национальных экспортеров на мировых рынках;
- содействие росту заграничных капиталовложений национальными фирмами.

Отдельные государства, а также региональные интеграционные группировки для поддержки своих экспортеров активно используют политические средства. Так, США и ЕС заключили Соглашение о сотрудничестве по вопросам политики в области конкуренции. С обострением конкуренции на мировом рынке расширяется арсенал использования замаскированных средств поддержки своих экспортеров. Таким образом, выход кыргызских экспортеров на рынки любой страны предполагает хорошее знание не только норм права, но и реальной практики государства по поддержке своих производителей и ограничению проникновения импортеров.

Тема 13. Внешнеторговые контракты. Валютное регулирование на мировом рынке. Формы внешне торговых расчетов.

13.1. Внешнеторговые контракты: понятие, структура. Формы расчетов внешнеторговых контрактов.

13.2. Лицензирование внешнеторговых сделок. Регулирование лизинговой деятельности.

13.3. Валютное регулирование. Валютные операции. Валютный контроль.

13.1. Внешнеторговые контракты: понятие, структура. Формы расчетов внешнеторговых контрактов.

Внешнеторговые контракты: понятие, структура.

Договор купли-продажи товаров в материально-вещественной форме в международной коммерческой практике называется *контрактом*.

Контракт купли-продажи представляет собой коммерческий документ, оформляющий внешнеторговую сделку, в котором содержится письменная договоренность сторон о поставке товара: обязательство продавца передать определенное имущество в

собственность покупателя и обязательство покупателя принять это имущество и уплатить за него определенную денежную сумму, или обязательства сторон выполнить условия товарообменной сделки.

Применяемые во внешней торговле контракты содержат различные условия, характеризующие товар, служащий предметом купли-продажи, определяющие коммерческие особенности сделки, права и обязанности сторон, взаимные обязательства сторон по операциям, обеспечивающим исполнение контракта. Все условия контракта можно классифицировать с точки зрения:

- обязательности для продавца и покупателя;
- универсальности.

С точки зрения обязательности условия контракта делятся на обязательные и дополнительные.

К обязательным условиям относятся:

- наименования сторон — участников сделки;
- предмет контракта;
- качество и количество;
- базисные условия поставки, цена;
- условия платежа;
- санкции и рекламации (штрафы, претензии);
- юридические адреса и подписи сторон.

Обязательными (conditions) условия называются потому, что если одна из сторон не выполняет эти условия, то другая сторона вправе расторгнуть контракт и требовать возмещения убытков.

Дополнительные условия:

- сдача-приемка товара;
- страховка;
- отгрузочные документы;
- гарантии;
- упаковка и маркировка;
- форс-мажорные обстоятельства;
- арбитраж;
- прочие условия.

С точки зрения универсальности условия контракта делятся на индивидуальные и универсальные.

К *индивидуальным*, т.е. присущим только одному конкретному контракту, относятся:

- наименование сторон в преамбуле;
- предмет контракта;
- качество товара;
- количество товара;
- цена;
- сроки поставки;
- юридические адреса и подписи сторон.

К *универсальным* условиям относятся:

- сдача-приемка товара;
- базисные условия поставки;
- условия платежа;

- упаковка и маркировка;
- гарантии;
- санкции и рекламации;
- форс-мажорные обстоятельства;
- арбитраж.

Рассмотрим основные составляющие внешнеторгового контракта.

Преамбула предшествует тексту контракта и начинается со слова «контракт» в середине страницы, после которого следует номер контракта. Ниже, справа, пишется дата, а слева указывается место заключения контракта. Далее в преамбуле четко указываются фирменные наименования сторон. В преамбуле также дается определение сторон как контрагентов.

После преамбулы следует описание *предмета контракта* и устанавливается его точное наименование, характеристика, модель, сорт и т.д. Если товар требует более подробной характеристики или ассортимент товара широк по наименованиям и количеству, то все это указывается в приложении к договору (спецификации), которое является неотъемлемой частью контракта, о чем делается соответствующая оговорка в тексте контракта.

В контракте устанавливается единица измерения *количества*, система мер и весов.

Определить *качество товара* в контракте купли-продажи — значит, установить качественную характеристику товара, т.е. совокупность свойств, определяющих пригодность товара для использования его по назначению в соответствии с потребностями покупателя. Выбор способа определения качества зависит от характера товара, от практики, сложившейся в международной торговле данным товаром, и других условий.

Способы определения качества:

- по стандарту;
- техническим условиям;
- спецификации;
- образцу;
- описанию;
- предварительному осмотру;
- содержанию отдельных веществ в товаре;
- выходу готового продукта;
- натурному весу;
- способ «тель-кель».

Если в контракте не указан способ определения качества, обычно считается, что качество определяемого товара должно соответствовать среднему качеству, являющемуся в стране продавца или в стране происхождения товара обычным для данного вида товара.

Транспортные условия контракта. Транспорт является основным связующим звеном между продавцом и покупателем; конечной целью транспортировки является своевременное прибытие груза в конечный пункт назначения в хорошем состоянии. При рассмотрении вопросов транспортировки грузов для участников внешнеторговой сделки необходимо установить следующее:

- каковы базисные условия поставки товара, как в соответствии с ними распределяются обязанности продавца и покупателя по обеспечению доставки товара;
- как осуществляется обратная связь между продавцом и покупателем при доставке товара (извещения);
- каким видом транспорта будет доставляться товар, какие документы сопровождают договор перевозки.

Базисными условиями во внешнеторговом контракте купли-продажи называют специальные условия, которые определяют обязанности продавца и покупателя по доставке товара и устанавливают момент выполнения продавцом своих обязанностей по поставке товара и перехода риска случайной гибели или повреждения товара с продавца на покупателя, а также могущих возникнуть в связи с этим расходов. Применение базисных условий упрощает составление и согласование контрактов, помогает контрагентам найти способы разделения ответственности и разрешения возникающих разногласий.

Цена на каждый товар устанавливается за какую-то определенную единицу измерения. Выбор единицы измерения, за которую устанавливается цена, определяется характером товара и практикой, которая сложилась на мировом рынке при торговле данным товаром.

Условия платежа определяют в контракте способ платежа, средства платежа, форму платежа.

Способ платежа показывает, когда производится оплата товара по отношению к моменту его фактической поставки. Существуют три способа платежа: наличными, авансовый, в кредит.

К формам расчетов, применяемым в международной торговой практике, относятся следующие (даются по степени выгоды для экспортера от наиболее выгодной до наименее выгодной):

- 100% авансовый платеж;
- аккредитив;
- инкассо;
- открытый счет.

Под *сроком поставки* товара понимается момент, когда продавец обязан передать товар покупателю или по его поручению лицу, действующему от его имени. Количество товара, указанное в контракте, может быть поставлено единовременно или по частям (партиями).

Датой поставки называется дата передачи товара в распоряжение покупателя.

Обычно в контракте различают *внешнюю упаковку* — тару (ящики, картонные коробки, бочки, контейнеры и др.) и *внутреннюю упаковку*, неотделимую от товара. При заключении контракта упаковка товара относится к обязанностям продавца.

Маркировка, наносимая на упаковку, определяется обычно покупателем и выбирается в зависимости от характера товара, а также условий контракта. Маркировка должна включать:

- наименование продавца;
- наименование покупателя;
- номер контракта;
- место назначения;
- номер упаковочной единицы и их общее количество;

- габариты упаковочной единицы;
- вес упаковочной единицы брутто;
- вес упаковочной единицы нетто;
- указания по транспортировке и погрузке-разгрузке («верх», «низ», «осторожно» и т.п.);
- указания во избежание инцидентов при транспортировке опасных товаров;
- страну изготовления товара.

Контроль объемов и качества товара (порядок сдачи-приемки товара). Пункты, где проводится сдача-приемка товара; указывается способ измерения объемов, особенность единицы измерения. Товар может подвергаться естественной убыли. Указываются возможные потери во время пути. Например, усушка до 5% древесины. Гарантия поставщикам (в надежности).

Форс-мажор — это обстоятельство непреодолимой силы; объективные обстоятельства, наступление которых не позволяет выполнить условия контракта, которые указываются в контракте. Указывается организация, которая подтверждает форс-мажорные обстоятельства, обычно это торгово-промышленная палата. Указывается срок, на который продляется действие контракта (обычно 60 или 96 дней). Если в данный срок обязательства не выполнены, то контракт разрывается без штрафных санкций.

Ответственность сторон предусматривает штрафные санкции.

Арбитраж определяет порядок решения споров. Если стороны между собой не договорились, то в дело вступает арбитражный суд, который входит в состав торгово-промышленной палаты какой-либо страны.

Реквизиты сторон (подпись, печать, номер, дата). Если контракт напечатан на нескольких листках, то подписи ставятся на каждом.

Формы расчетов внешнеторговых контрактов.

Руководством для выбора формы расчета является обеспечение надежности сделки.

Основные формы расчета:

- 1) банковский перевод;
- 2) расчеты по инкассо;
- 3) по аккредитивам;
- 4) чеками;
- 5) по открытым счетам;
- 6) с применением различных форм кредитования.

Банковский перевод. Импортер дает поручение своему банку перечислить банку экспортера следующую сумму, что оформляется платежным поручением банка. Преимущество данной формы расчета:

- простота;
- минимум комиссионных;
- быстрота расчета

Например, *SWIFT*— система электронных межбанковских расчетов.

Недостаток: малая надежность.

Расчеты по инкассо. Расчеты по инкассо представляют собой банковскую операцию, посредством которой банк-эмитент по поручению и за счет клиента на основании расчетных документов осуществляет действия по получению от плательщика платежа.

Различают следующие формы:

- чистое инкассо (поставляются только финансовые документы);
- документ инкассо (не только платежный, но и другие документы).

Контрактом определяется, какие документы должны быть выставлены. Различают документы с предварительным и последующим акцептом для повышенной надежности. Может быть предусмотрена предварительная банковская гарантия.

Акцепт — это соглашение об оплате инкассо предварительным концептом и с предварительной гарантией. Расчеты производятся следующим образом:

- 1) заключается контракт;
- 2) импортер дает поручение выдать банку деньги (гарантийные платежи);
- 3) высылается уведомление о платежеспособности импортера;
- 4) банк экспортера уведомляет своего клиента о платежеспособности импортера;
- 5) передается товар перевозчика для отгрузки;
- 6) передаются документы экспортера в свой банк;
- 7) передаются документы в банк импортера;
- 8) передаются документы импортеру для акцепта (идет проверка документов, и если все в порядке, то соглашаются с акцептом; сначала акцепт — потом оплата);
- 9) передаются акцептированные документы;
- 10) переводится денежная сумма в банк экспортера;
- 11) банк импортера возвращает документы, в том числе аналогичные счета;
- 12) уведомляется экспортер о начислении денег;
- 13) поручение товара у перевозчика по доставленным документам.

Преимущество: повышение надежности операции, в частности, экспортер должен быть уверен в том, что перевозчик не выдает товар импортеру, пока тот не предоставит платежный документ. В то же время импортер заранее может проверить документы о качестве и количестве товара.

Недостаток: повышение срока расчета, более долгая операция по оплате комиссионных банку.

Расчеты по аккредитивам осуществляются следующим образом:

- 1) заключается контракт аккредитива;
- 2) подается заявление. Импортер указывает на открытие аккредитива;
- 3) извещается банк экспортера об открытии аккредитива, т.е. деньги зарезервированы для экспортера;
- 4) уведомляется экспортер об открытии аккредитива;
- 5) передается товар перевозчику;
- 6) передаются отгрузочные документы;
- 7) банк импортера передает документы банку экспортера;
- 8) банк импортера перечисляет деньги банку экспортера и закрывает аккредитив;
- 9) посылается уведомление о переводе денег;
- 10) передаются документы;
- 11) получение товара у перевозчика.

Данная форма расчета регулируется международным документом, разработанным международной торговой палатой, Квалифицированными правилами и обычаями по документарным аккредитивам. В целом эта форма выгодна для экспортера, так как практически гарантирует оплату товара (даже после банкротства импортера экспортер получает свои деньги).

Аккредитивы бывают различных видов:

- отзывной — импортер в любое время без согласования с экспортером может закрыть свой аккредитив;
- безотзывной — отзыв может быть только с согласия экспортера. Аккредитив будет автоматически закрыт, если банк не получит деньги. В договоре следует указывать вид аккредитива, так как без такого указания можно считать его отзывным;
- покрытый — деньги переводятся в банк экспортера и аккредитуются в этом банке. Эта форма выгодна экспортеру;
- не покрытый — деньги аккредитованы в банке импортера;
- делимый — можно воспользоваться только частью аккредитируемой суммы;
- неделимый — можно получать всю сумму;
- переводимый — экспортер может дать указание банку перечислить деньги другому лицу;
- непереводимый — деньги перечисляются только экспортеру;
- револьверный — возобновляемый, автоматически возобновляется на такую же сумму после использования одного аккредитива.
- невозобновляемый. Можно воспользоваться суммой и закрыть аккредитив.

Аккредитив может быть открыт на отгруженную продукцию, т.е. экспортеру достаточно показать складскую расписку в адрес импортера или ЕХ.№ под заводскую расписку. Вариант более выгодный экспортеру.

Расчеты *чеками*. Импортер в своем банке по заявлению получает чековую книжку при расчете с экспортером, он выписывает чек на соответствующую сумму и передает экспортеру. Экспортер передает чек в банк, который переводит деньги на счет экспортера.

Расчеты с *использованием форм кредитования*. Распространенной формой международной торговли является оплата товара векселем, который является ценной бумагой и средством платежа. Нормативная база международного вексельного обращения — документ Женевской вексельной конвенции. Удобство векселя: имеет длительный срок обращения, применяются четыре варианта оплаты:

- 1) в установленный день;
- 2) по предъявлению;
- 3) через какое-то время от даты составления;
- 4) через какое-то время от даты предъявления.

Недостаток: недостаточно высокая надежность. Для ее поднятия может быть дана вексельная гарантия — аваль. Авалистом может выступать банк, тем самым обеспечивается высокая надежность.

Преимущество: может поступать в обращение нескольким людям. «Индоссамент» — это написано на обратной стороне векселя. Все участники индоссамента являются ответственными. Платеж перед последним векселедержателем — индоссат.

13.2. Лицензирование внешнеторговых сделок. Регулирование лизинговой деятельности.

Лицензирование внешнеторговых сделок.

Выдача лицензий на экспорт и импорт товаров в КР регламентируется законом о лицензировании отдельных видов деятельности.

Квота — максимальный объем (в стоимостном или натуральном выражении) поставок определенного товара в пределах оговоренного режима. Квоты можно классифицировать следующим образом:

- общие (для государственных нужд, региональные, аукционные) — определяются Минэкономразвития КР;
- естественные, связанные с ограниченностью пропускных способностей нефтепроводов, нефтетерминалов в портах. Нефтедобывающие и перерабатывающие предприятия получают доступ к нефтепроводам пропорционально объемам добычи или переработки нефти;
- исключительные квоты, вводимые правительством в исключительных случаях, связанные с обеспечением национальной безопасности КР, защитой внутреннего рынка, выполнением международных обязательств.

Лицензия — выдаваемое компетентными государственными органами разрешение на осуществление конкретных экспортных и импортных операций. Лицензии бывают двух видов:

- 1) генеральная — выдается на один календарный год, причем внешнеторговые операции осуществляются по одной или нескольким сделкам;
- 2) разовая — оформляется по каждой отдельной сделке.

Лицензии выдаются компетентными органами исполнительной власти, уполномоченными Правительством КР.

За выдачу лицензии взимается сбор. При решении вопроса о выделении квоты и выдаче лицензии учитываются факторы:

- соблюдение экспортером всех требований законодательства;
- степень реализации экспортером ранее выданных лицензий;
- принадлежность заявителя к традиционным поставщикам товара в страны ЕС.

Лицензирование импорта существует лишь в отношении специфических товаров: вооружений, продукции двойного назначения, химических средств защиты растений, шифровальных средств, промышленных отходов.

Регулирование лизинговой деятельности.

Лизинговая деятельность — вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его в лизинг.

Под лизинговыми платежами понимается общая сумма платежей по договору лизинга за весь срок его действия, в которую входит возмещение затрат лизингодателя, связанных с приобретением и передачей предмета лизинга лизингополучателю, возмещение затрат, связанных с оказанием других предусмотренных договором лизинга услуг, а также доход лизингодателя. В общую сумму договора лизинга может включаться выкупная цена предмета лизинга, если договором лизинга предусмотрен переход права собственности на предмет лизинга к лизингополучателю.

Размер, способ осуществления и периодичность лизинговых платежей определяются договором с учетом Закона о лизинге. Если лизингополучатель и лизингодатель осуществляют расчеты по лизинговым платежам продукцией (в натуральной форме), производимой с помощью предмета лизинга, цена на такую продукцию определяется по соглашению сторон договора.

Если иное не предусмотрено договором лизинга, размер платежей может изменяться по соглашению сторон в сроки, предусмотренные данным договором, но не чаще чем один раз в три месяца. Обязательства лизингополучателя по уплате платежей наступают с момента начала использования лизингополучателем предмета лизинга, если иное не предусмотрено договором.

Предмет лизинга, переданный лизингополучателю по договору, учитывается на балансе лизингодателя или лизингополучателя по взаимному соглашению.

Стороны договора лизинга имеют право по взаимному соглашению применять ускоренную амортизацию предмета лизинга.

Амортизационные отчисления производит сторона договора лизинга, на балансе которой находится предмет лизинга.

Право на инспекцию по лизинговой сделке. Лизингодатель имеет право осуществлять контроль за соблюдением лизингополучателем условий договора лизинга и других сопутствующих договоров.

Цели и порядок инспектирования оговариваются в договоре лизинга и других сопутствующих договорах между участниками. Лизингополучатель обязан обеспечить лизингодателю беспрепятственный доступ к финансовым документам и предмету лизинга. Лизингодатель имеет право на финансовый контроль за деятельностью лизингополучателя в той ее части, которая относится к предмету лизинга, формированием финансовых результатов деятельности лизингополучателя и выполнением лизингополучателем обязательств по договору лизинга. Цель и порядок финансового контроля предусматриваются договором лизинга. Лизингодатель имеет право направлять лизингополучателю в письменной форме запросы о предоставлении информации, необходимой для осуществления финансового контроля, а лизингополучатель обязан удовлетворять такие запросы.

13.3. Валютное регулирование. Валютный контроль.

Валютное регулирование.

Органами валютного регулирования в КР являются Нацбанк КР и Правительство КР согласно Закону о валютном регулировании и валютном контроле.

Для реализации функций, предусмотренных Законом о валютном регулировании и валютном контроле, Нацбанк КР и Правительство КР издают в пределах своей компетенции акты валютного регулирования, обязательные для резидентов и нерезидентов. Если порядок осуществления валютных операций, порядок использования счетов (включая установление требования об использовании специального счета) не установлены органами валютного регулирования, валютные операции осуществляются, счета открываются и операции по счетам проводятся без ограничений. При установлении требования об использовании специального счета органы валютного регулирования не вправе вводить ограничения.

Не допускается установление органами валютного регулирования требования о получении резидентами и нерезидентами индивидуальных разрешений.

Нацбанк КР устанавливает единые формы учета и отчетности по валютным операциям, порядок и сроки их представления, а также готовит и публикует статистическую информацию по валютным операциям. Нацбанк КР, Правительство КР, а

также специально уполномоченные на то Правительством КР органы исполнительной власти осуществляют все виды валютных операций без ограничений.

Валютный курс — цена денежной единицы данной национальной валюты, выраженная в денежных единицах валюты другой страны.

Валютный курс необходим:

- 1) для взаимного обмена валютами;
- 2) сравнения цен мирового и национального рынков;
- 3) периодической переоценки счетов в иностранной валюте фирм и банков.

В процессе валютных операций происходит обмен валют на основе их котировки.

Методы котировки:

- прямая — выражение единицы иностранной валюты в определенном количестве национальных денежных единиц;
- обратная — выражение единицы национальной валюты в определенном количестве иностранных денежных единиц.

Кросс-курс — соотношение двух валют, вытекающее из их соотношения к третьей валюте, как правило, к американскому доллару. Применение кросс-курсов выгодно:

- 1) если у продавцов, имеющих интересующую вас валюту, отсутствует спрос на вашу валюту;
- 2) покупка валюты через кросс-курсы будет более выгодной из-за состояния рынка.

Валютная позиция — соотношение требований и обязательств банка в иностранной валюте. Виды позиций:

- 1) открытая — не равны требования и обязательства банка:
 - короткая — обязательства превышают требования;
 - длинная — требования превышают обязательства;
- 2) закрытая — равенство требований и обязательств банка.

Подверженность валютному риску:

- 1) темп инфляции (чем выше темп инфляции, тем ниже валютный курс);
- 2) состояние платежного баланса (активный платежный баланс способствует повышению курса национальной валюты);
- 3) разница процентных ставок по странам:
 - краткосрочные (повышение ставок способствует повышению курса национальной валюты),
 - долгосрочные (в процессе постоянных обсуждений);
- 4) деятельность валютных рисков и спекулятивные валютные операции (если прогнозируется понижение курса, то фирмы стараются избавиться от этой валюты, что способствует еще большему падению валюты);
- 5) степень использования определенной валюты на евторынке и в международных расчетах (чем выше степень использования, тем выше курс валюты);
- 6) степень доверия к валюте на национальном и мировом рынке (чем выше степень доверия, тем выше курс валюты);
- 7) валютная политика страны (выражается в осуществлении государственными органами определенной совокупности мер в сфере валютно-финансовых и кредитных отношений).

Валютный контроль.

Валютный контроль в КР осуществляется Правительством КР, органами и агентами валютного контроля в соответствии с Законом о валютном регулировании и валютном контроле.

Органами валютного контроля в КР являются Нацбанк КР.

Агентами валютного контроля являются уполномоченные банки, подотчетные Нацбанку КР, а также не являющиеся уполномоченными банками профессиональные участники рынка ценных бумаг, в том числе держатели реестра (регистраторы), подотчетные органу исполнительной власти по рынку ценных бумаг, таможенные органы и налоговые органы.

Контроль за осуществлением валютных операций кредитными организациями, а также валютными биржами осуществляет Нацбанк КР.

Контроль за осуществлением валютных операций резидентами и нерезидентами, не являющимися кредитными организациями или валютными биржами, осуществляют в пределах своей компетенции органы исполнительной власти, являющиеся органами валютного контроля, и агенты валютного контроля.

Правительство КР обеспечивает координацию деятельности в области валютного контроля органов исполнительной власти, являющихся органами валютного контроля, а также их взаимодействие с Нацбанком КР.

Правительство КР обеспечивает взаимодействие не являющихся уполномоченными банками профессиональных участников рынка ценных бумаг, таможенных и налоговых органов как агентов валютного контроля с Нацбанком КР.

Нацбанк КР осуществляет взаимодействие с другими органами валютного контроля и обеспечивает взаимодействие с ними, а также с таможенными и налоговыми органами уполномоченных банков как агентов валютного контроля в соответствии с законодательством КР.

Уполномоченные банки как агенты валютного контроля передают таможенным и налоговым органам для выполнения ими функций агентов валютного контроля информацию в объеме и порядке, установленном Нацбанком КР.

Тема 14. Формы внешнеторговых расчетов.

14.1. Формы расчетов и средства платежа в мировой торговле. Международный кредит в системе внешнеторговых расчетов.

14.2. Особенности организации МБ во внешнеторговой среде.

14.3. Этические нормы в бизнесе.

14.1. Формы расчетов и средства платежа в мировой торговле. Международный кредит в системе внешнеторговых расчетов.

Формы расчетов и средства платежа в мировой торговле.

Международные расчеты — это платежи по денежным требованиям и обязательствам в процессе внешнеторговых сделок.

Отличие международного расчета от внутреннего: национальная валюта за пределами страны утрачивает платежные функции, поэтому необходим обмен национальной валюты через валютные операции. В первую очередь должен быть произведен выбор валюты, в которой будут производиться международные платежи.

К видам свободно конвертируемой валюты можно отнести:

- доллар США;
- евро;
- фунт стерлингов (Великобритания);
- йену (Япония).

Для экспортеров наиболее выгодной формой расчетов являются: аванс-перевод, аккредитив, инкассо. Для импортера — наоборот.

Виды валют рынков:

- 1) розничный — совершаются операции между уполномоченными банками и их клиентами;
- 2) оптовый (80—90% мирового валютного оборота) — совершаются операции уполномоченных банков между собой и Банком КР, формируется курс валют, проводятся все операции по обмену валют;
- 3) срочные — влияют на степень покрытия валютного риска через изменение курса.

Роль Банка КР: оказывать влияние на валютный курс путем проведения интервенций. Клиенты Банка КР — экспортеры, импортеры, желающие приобрести или продать их валюту и защитить себя от последнего изменения валютного курса, после чего заключаются срочные валютные сделки двух видов:

- 1) форвардные — срочные валютные операции, совершенные банками по телефону или телефаксу с целью покупки (продажи) валюты по курсу, зафиксированному на момент сделки;
- 2) фьючерсные — покупка банком на валютной бирже по техническому курсу обязательств по выплате к сроку предстоящего платежа. Основание валютных операций — курсовые бюллетени, в которых указывают котировки валют.

Виды валютных сделок:

- арбитражные — совершенные с целью получения прибыли за счет разницы валютных курсов на различных валютных биржах или за счет разницы в стоимости платежных средств.
- срочные — средства страхования от валютных рисков (их число постоянно растет). Продавец обязуется продать определенную сумму валюты через определенный срок по курсу, зафиксированному в момент заключения сделки; покупатель обязуется купить. За счет разницы валютного курса обеспечивается получение прибыли. Их продолжительность — от одного до шести месяцев.

Виды валютных ограничений:

- 1) полное или частичное запрещение свободной купли-продажи иностранной валюты;
- 2) целевое регулирование платежей и переводов за границу;
- 3) ограничение по техническим и международным расчетам с платежными операциями.

Причины введения валютных ограничений: недостаток валютных резервов, значительные объемы внешней задолженности, отрицательное сальдо валютного баланса, отсутствие конвертируемости национальной валюты. Валютная операция распространяется прежде всего на импортные операции.

Виды международных соглашений:

- 1) платежные — предусматривают обязательства по свободному предоставлению иностранной валюты и другим операциям;
- 2) клиринговые — безналичные зачеты встречных денежных требований и обязательств открываемого специального клирингового счет

Международный кредит в системе внешнеторговых расчетов

Международный кредит — форма движения ссудного капитала, связанная с предоставлением валютных и товарных ресурсов - одних стран и их финансово-хозяйствующим субъектов другим странам и их финансово-хозяйствующим субъектам на условиях возвратности, срочности и платности (рис. 14.1)

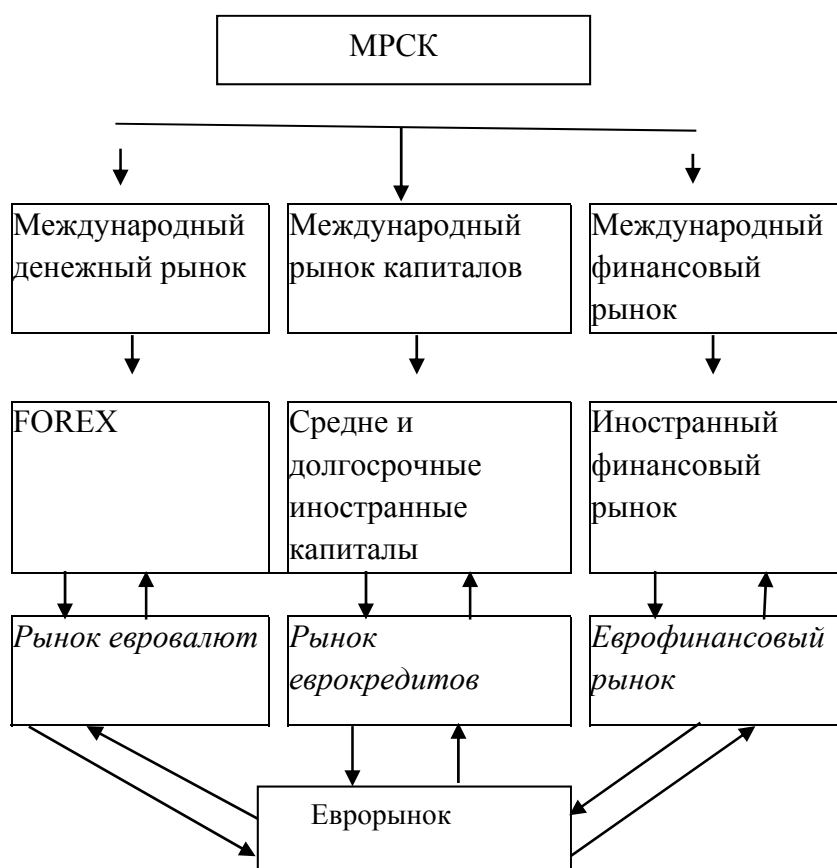


Рис. 1.1. Международный кредит

Принципы международного кредита:

- 1) материальная обеспеченность — заинтересованность в погашении кредита;
- 2) целевой характер.

Функции международного кредита:

- 1) способствует ускорению процессов концентрации капитала, в результате создаются целые империи;
- 2) играет важную роль в сфере международных расчетов, заменяя наличный валютный оборот.

Размер кредита и условия его предоставления фиксируются:

- 1) в кредитном соглашении (договоре);

- 2) коммерческом контракте;
- 3) эмиссионном проспекте (при выпуске международных облигаций).

Определяют три вида кредиторов:

1) частные:

- физические лица,
- корпорации и банки — транснациональные корпорации и банки являются основными кредиторами,
- институциональные учреждения — благотворительные, пенсионные, паевые и другие фонды;

2) государственные:

- федеральные органы власти,
- региональные и муниципальные органы власти;

3) международные организации:

- Лондонский клуб частных кредиторов,
- Парижский клуб государств-кредиторов,
- Международный валютный фонд,
- Мировой банк,
- Европейский банк реконструкции и развития.

Стоимость международного кредита состоит из трех частей:

1) договорная — определяется в договорах, соглашениях:

- основная — суммы, которые должник непосредственно выплачивает кредитору (процентная ставка, комиссии, расходы по оформлению залога),
- дополнительная — суммы, которые заемщик платит третьим лицам (плата за гарантию);

2) скрытая — прочие расходы с получением и использованием кредита.

Виды уплачиваемых комиссий:

- за переговоры;
- за управление;
- за участие;
- агентская.

Факторы, оказывающие влияние на процентную ставку:

- состояние мирового и национального рынков ссудных капиталов;
- валютно-финансовое, экономическое и политическое положение в стране-заемщике;
- международные соглашения о регулировании стоимости кредита;
- темпы инфляции;
- срок кредита;
- источники кредита;
- наличие конкурентных предложений;
- вид процентной ставки;
- связанность (не связанность) кредита с коммерческими операциями;
- качество обеспечения кредита;
- наличие страхового покрытия;
- наличие твердых безусловных обязательств заемщика использовать кредит в заранее согласованные сроки;
- момент заключения кредитного соглашения;
- валюта кредита и валюта платежа;
- динамика валютного курса;

- статус, коммерческая репутация заемщика.

Особенности мирового рынка ссудных капиталов:

- 1) огромные масштабы;
- 2) отсутствие четких пространственных и временных границ;
- 3) универсальность;
- 4) упрощенность процедуры совершения сделок;
- 5) более высокая прибыльность;
- 6) дерегулирование государства;
- 7) перераспределение ответственности между странами.

14.2 Особенности организации МБ во внешнеторговой среде.

Формы международной торговли можно классифицировать по трем основным критериям:

1. *По критерию объекта различают торговлю:*

- Сырьем;
- Топливом;
- Продовольствием;
- Полуфабрикатами;
- Готовыми изделиями (производственного и непроизводственного назначения);
- Услугами: производственными, транспортными, экспедиторскими, консультационными, консигнационными, посредническими, туристическими, маркетинговыми и др.

2. *По критерию воздействия субъектов в международной торговле:*

- Традиционная (экспорт (импорт) товаров и услуг);
- Торговля кооперируемой и специализируемой продукцией, которая осуществляется на основе долгосрочных соглашений;
- встречная (бартер, операции с давальческим сырьем, на компенсационной основе).

3. *По критерию регулирования международного торгового обмена:*

- обычная международная торговля (МТ), регулирование которой осуществляется в полном объеме в соответствии с национальным законодательством;
- дискриминационная МТ, связанная с введением ограничений государством на экспортно-импортные операции;
- преференциальная торговля, при осуществлении которой применяются льготы (налоговые, таможенные).

Рассмотрим классификационную таблицу сфер, видов, форм, субъектов, моделей организации международного бизнеса по воспроизводственному критерию. (Табл. 14.2.1).

Табл. 14.2.1.

Сфера международного	Виды международного	Формы международного	Субъекты международного	Модели организации международного бизнеса

взаимодействия	бизнеса	бизнеса	бизнеса	
1	2	3	4	5
Производство	Международное научно-техническое сотрудничество	<ul style="list-style-type: none"> - лицензинг; - производственный франчайзинг; - совместные НИОКР; - инжиниринг; - обучение персонала 	<ul style="list-style-type: none"> -ТНК; - фирмы-производители 	<ul style="list-style-type: none"> - стратегический альянс; - слияние и поглощение; - лицензионный договор; - совместное предприятие; - франчайзинговый договор; - инжиниринговый договор и др.
	Международное производственно-техническое сотрудничество	<ul style="list-style-type: none"> - международная специализация и кооперация производства; - совместное сооружение промышленных объектов; - совместные производственные программы; - подрядное сотрудничество; - толлинг; - аутсорсинг 	<ul style="list-style-type: none"> -ТНК; - фирмы-производители; - строительные фирмы; - инжиниринговые компании 	<ul style="list-style-type: none"> - подрядное производство; - совместное предприятие; - стратегический альянс; - консорциум; - договор на сооружение объекта; - контракт-менеджмент; - международный контракт на производство по контракту; - промышленная кооперация; - соглашение о международной специализации производства; - соглашение о разделе продукции
Распределение	Международное инвестиционное сотрудничество	<ul style="list-style-type: none"> - прямые зарубежные инвестиции; - портфельное инвестирование; - финансовый лизинг; - факторинг; - кредитование 	<ul style="list-style-type: none"> -ТНК; - ТНБ; - международные финансовые организации; - фирмы-производители. 	<ul style="list-style-type: none"> - акционерное участие за рубежом; - совместное предприятие; - открытие ассоциированной компании за рубежом; - создание дочерней фирмы; - открытие зарубежного филиала; - слияние и поглощение; - лизинговое соглашение;

				- кредитное соглашение; договор факторинга
Обмен	Международная торговля товарами	- экспорт; - импорт; - реэкспорт; - реимпорт; - бартерные сделки; - встречные закупки; - компенсационные закупки	-ТНК; - производители-экспортеры; - импортеры; - внешнеторговые фирмы; - торговые дома; - агентские фирмы; - брокерские фирмы; - комиссионные фирмы; - консигнационные фирмы	- международные товарные соглашения; - международные картели; - соглашения о разделе рынка и др.
	Международная торговля услугами	- экспорт; - импорт	- банки; - страховые компании; - аудиторские фирмы; - консалтинговые фирмы; - туристические фирмы; - производители-экспортеры	- корреспондентские соглашения; - зарубежные представительства; - соглашения об эксплуатации, ремонте и техническом обслуживании производства; - соглашения о сотрудничестве

1	2	3	4	5
Потребление	Международная торговля товарами и услугами	- экспорт; - импорт	-ТНК; - торговые фирмы; - поставщики услуг для личного потребления	- международные торговые сети; - международные гостиничные цепи; - коммерческое (физическое) присутствие производителя услуг в стране покупателя; - торговые компании сети Интернет; - сбытовой франчайзинг и др.
	Международные валютно-финансовые кредитные отношения	- предоставленные кредиты	- банки	- зарубежное представительство
Глобальная инфраструктура	- международные расчеты; - международные перевозки; - международная маркетинговая деятельность; - международное страхование; - международное торговое посредничество; - таможенное посредничество; - международная телекоммуникационная деятельность; - международная консультационная и аудиторская деятельность		-ТНК; - ТНБ; - государственные органы и предприятия; - союзы предпринимателей; - ассоциации производителей; -ТПП; - банки; - транспортные фирмы; - консультационные фирмы; - страховые компании; - маркетинговые (рекламные) фирмы; - таможенные посредники; - информационные агентства; - телекоммуникационные фирмы и др.	- учреждение международных товарных, валютных и фондовых бирж; - постоянно действующие международные ярмарки, выставки, аукционы; - проведение международных торгов; - межбанковские, корреспондентские и другие отношения; - зарубежные представительства; - стратегические альянсы; - слияния, поглощения и др.

Методы осуществления международных торговых отношений (МТО):

- торговля напрямую, когда контрагенты из разных стран не используют услуги посредников;
- торговля через посредников.

В международной торговле сформировалось несколько видов торговых посредников:

- *простые* — физические и юридические лица частного права, способствующие поиску партнеров и заключению международных хозяйственных контрактов, но не участвуют в их выполнении;
- *поверенные* — физические и юридические лица, которые проводят сделки от имени и за счет доверителей, подписавших контракт;
- *комиссионеры* — физические и юридические лица, заключающие международные хозяйственные контракты от своего имени, но за счет комитентов (продавцов и покупателей), которые несут при этом коммерческий риск;
- *консигнаторы* — физические и юридические лица, которые принимают товар на свой склад (консигнационный), реализуют его, а нереализованный возвращают владельцу;
- *агенты* — физические и юридические лица, совершающие операции от имени и за счет своих клиентов, но не подписывающие международный хозяйственный контракт;
- *сбытовые* — физические и юридические лица, осуществляющие перепродажу товаров от своего имени, оказывающие покупателям услуги сервисного характера, рекламирующие продукцию, а также дистрибьюторы;
- *дилеры* — независимые физические и юридические лица, осуществляющие перепродажу товаров доверителей от своего имени и за свой счет.

Наряду с этими видами существуют организованные формы посредников:

1. *Международные товарные биржи (МТБ)*, подразделяющиеся на:

- *публичные*, в которых принимают участие все желающие физические и юридические лица;
- *частные* — акционерные общества, в которых торговые операции осуществляют только их члены. При этом члены акционерной торговой биржи не получают дивидендов.

Международные товарные биржи относятся к таким торговым учреждениям, где осуществляется торговля одним или несколькими товарами крупными партиями.

Операции, проводимые на МТБ подразделяются на:

- а) сделки на реальный товар (СЛОТ)*, когда продавцы и покупатели действительно намерены продать или приобрести товар:
 - сделка СПОТ с немедленной поставкой товара означает, что товар будет поставлен покупателю в течение 15 дней;
 - сделка на товар с поставкой в будущем (форвардная) означает, что товар будет поставлен после заключения сделки в течение 3 лет;
- б) срочные (фьючерсные) сделки*, не предусматривающие реальную продажу товаров в срок, а предполагающие продажу права на товар (т. е. продаются документы на владение товаром);

- в) *спекулятивные операции* связаны с продажей документов на владение товаром с учетом повышения или понижения цен;
- г) *хеджирование* — страхование операций, осуществляемых на МТБ с целью избежания потерь от изменения цен.
2. *Международные аукционы* — учреждения, где осуществляется продажа драгоценностей, предметов роскоши и др.

Виды аукционов:

- *гласные* — покупатели открыто называют свою цену на товар;
- *негласные* — покупатели подают условный сигнал;
- *автоматизированные* — применяется соответствующая техника, а предложения покупателей высвечиваются на табло.

Различают две основные формы проведения аукционов:

- на принципе повышения цен;
- на методе понижения цен.

3. *Международные торги*, которые делятся на:

- *открытые*, в которых имеют право принимать участие все желающие физические и юридические лица;
- *закрытые* — принимают участие наиболее авторитетные фирмы по специальным приглашениям.

Принципиальное отличие международных торговых бирж и аукционов от международных торгов состоит в том, что первые организуются продавцами, а последние — покупателями.

Непосредственно форма торговли рассматривается как способ существования и выражения содержания коммерческих операций. Основу традиционных форм международной торговли составляют экспортно-импортные сделки купли-продажи товаров — импорт, реимпорт, экспорт, реэкспорт.

Импорт представляет собой форму международной торговли, которая связана с покупкой и ввозом иностранных товаров в страну покупателя для последующей их продажи на внутреннем рынке. Ее признаками являются наличие контракта между контрагентами и пересечение товаром границы страны-импортера. Под импортом понимается ввоз в страну товаров иностранного происхождения из свободных зон (складов), а также для переработки под таможенным контролем.

Реимпорт представляет собой ввоз в страну ранее вывезенного в режиме экспорта товара, который не подвергался переработке за рубежом, без уплаты таможенных пошлин и налогов. Основными причинами возврата товаров являются возврат непроданных, дефектных товаров, ликвидация или банкротство партнера.

При проведении импортных операций покупатель обычно стоит перед решением следующих задач: установление компромисса по критерию «цена — качество», а также минимизация риска сделки за счет проверки надежности контрагента, защитных статей контракта, выбора формы платежа, адекватной степени риска, страхования, проверки соответствия сделки правовому режиму.

Экспорт представляет собой форму международной торговли, которая связана с продажей и вывозом за границу товаров для передачи их иностранному контрагенту.

Наличие контракта и пересечение товара через границу являются основными признаками экспорта.

Реэкспорт представляет собой особую форму экспорта, ее предметом является экспорт ранее импортированного в страну товара, который не подвергался значительной переработке. В соответствии с требованиями покупателя допускаются только такие операции, как расфасовка, упаковка, маркировка товара. В практике международной торговли имеют место следующие *виды реэкспорта*:

- *вынужденный* — применяется в случае, когда ранее импортированный товар не может быть продан импортером на внутреннем рынке с необходимым экономическим эффектом;
- *спекулятивный* — используется, когда товар закупается с целью перепродажи, в основном касается биржевых товаров;
- *технологический* — характерен для строительных инжиниринговых компаний при осуществлении проектов «под ключ», а также при поставках комплектного оборудования;
- *учетный* — представляет собой операции, осуществляемые без завоза в страну импортера. Таможенная статистика учитывает эти операции как экспортные

Методы организации международной торговли рассматриваются как способы осуществления торгового обмена между ее участниками. Следует отметить, что методы международной торговли многообразны, как и содержание внешнеторговой деятельности в целом. Традиционно к основным методам торговли относят прямой и косвенный. Формальным признаком международного характера коммерческой сделки является различная национальная принадлежность юридических адресов сторон по сделке.

Прямой метод международной торговли — отличительной чертой является тот факт, что контрагенты непосредственно вовлечены в проведение всех основных и обычно части обеспечивающих операций, связанных с подготовкой, заключением, исполнением и сопровождением международных контрактов купли-продажи. По условиям подобной сделки продавец (резидент одной страны) обязуется передать товар в собственность покупателя (резидента другой страны) в обусловленные контрактом сроки и на определенных там же условиях, а покупатель в свою очередь — принять этот товар и уплатить за него согласованную в контракте сумму.

Косвенный метод также распространен в практике международной торговли и заключается в совершении международной торговой сделки через посредника.

Корпоративный метод международной торговли зародился в сфере малого и среднего бизнеса. Здесь международная торговая сделка совершается через особого посредника, представляющего собой некоторую организационную форму бизнеса, созданную группой инициаторов этой сделки, совершение которой каждым отдельным участником группы представляется невозможным, рискованным или экономически невыгодным.

В практике международной торговли широкое применение нашли так называемые *методы «встречной торговли»*, которые используются в случае, когда импортер испытывает затруднения с наличием достаточных сумм твердой валюты для закупки необходимых товаров. Встречная торговля отличается большим разнообразием форм, которых насчитываются многие десятки, однако наиболее часто используются 6 основных форм.

Чистый бартер заключается в обмене товара на товар между контрагентами, которые одновременно выступают в качестве продавцов и покупателей. Заключается один контракт, к которому прилагаются две спецификации, где указаны перечни товаров, их цена, сроки поставки, стоимость товаров по одной спецификации должна быть равна стоимости товаров по другой, денежные расчеты отсутствуют.

Сделка типа «свич» предполагает участие третьей стороны. Контрагенты по сделке обмениваются товарами, третья сторона, например, торговая фирма, реализует эти товары за определенные комиссионные.

Встречная закупка предполагает наличие взаимной договоренности контрагентов купить товар друг у друга, при этом естественно предусмотрены денежные расчеты, поставка товаров производится одновременно.

Авансовые закупки («юнктим»). Данный метод широко распространен в Германии, представляет собой встречную закупку товаров контрагентами, однако при этом обмен товарами разнесен по времени.

Сделка «бай бэк». В этой сделке предусмотрены денежные расчеты. Экспортер обязан купить товар у импортера, закупаемый товар производится импортером с использованием товара, приобретенного у экспортера. В качестве примера можно привести закупку импортером установки для производства удобрений, произведенные удобрения продаются, стоимость установки перечисляется экспортеру.

Основными функциями товарной биржи являются организация торгов с помощью биржевого механизма, выявление и регулирование биржевых цен, выработка товарных стандартов, покупка и продажа реального товара, разработка биржевых контрактов.

Международные товарные аукционы. Аукционная торговля товарами — специально организованные, периодически действующие в определенных местах рынки, на которых путем публичных торгов в заранее обусловленное время производится продажа предварительно осмотренных покупателем товаров, переходящих в собственность покупателя, предложившего наиболее высокую цену. Торговля ведется только реальным товаром, предварительный осмотр товара покупателем — обязательное условие аукционной торговли, так как после продажи претензии по качеству не принимаются. На аукционах производится продажа товаров, обладающих индивидуальными свойствами: качество, внешний вид, вкус, и т.д. Основными предметами торга на аукционе являются пушно-меховые товары, невытая шерсть, щетина, чай, табак, овощи, фрукты, цветы, рыба, тропические породы деревьев, лошади, а также произведения искусства, антиквариат. Для перечисленных товаров аукцион — важнейшая форма реализации на международном рынке, например, Индия через аукционы в Калькутте и Кочине продает 70% всего экспорта чая. Доля аукциона в международной торговле табаком, овощами, фруктами, цветами и рыбой составляет около 50% мирового товарооборота.

Международные торги (тендер) — способ закупки товаров, размещения заказов и выдачи подрядов. Этот метод международной торговли является одним из самых распространенных, он предполагает привлечение к определенному сроку предложений от нескольких поставщиков из разных стран и заключение контракта с тем из них, предложение которого наиболее выгодно отличается по ценам и другим коммерческим условиям, наиболее часто используется развивающимися странами для осуществления закупок и выполнения подрядных работ государственными хозяйственными предприятиями, играет важную роль в поиске и отборе контрагентов для заключения сделок на поставку машин и оборудования, при строительстве объектов «под ключ».

Различают открытые (публичные) и закрытые (ограниченные или негласные) торги. На открытые торги приглашаются все желающие фирмы и организации, в том числе иностранные и, как правило, размещают заказы на стандартное и универсальное оборудование, а также на относительно небольшие по объему подрядные работы. В закрытых торгах участвуют лишь фирмы, которым заблаговременно высылаются специальные приглашения. Для объектов, которые представляют для заказчиков особую важность, закрытые торги проводятся в два этапа. На первом отбираются наиболее авторитетные фирмы, которые допускаются ко второму этапу — закрытым торгам. На подачу тендерных предложений отводится ограниченное время, в Японии, например, от 14 до 30 дней. При прочих равных условиях тендерные комитеты отдают предпочтение своим национальным фирмам.

Новым методом «невидимой» торговли, которая создает принципиально новые возможности для участия разных стран в мировой торговле, является *электронная торговля*. По определению ОЭСР, международные коммерческие сделки, осуществляемые с помощью электронной торговли, базируются на обработке и передаче данных в цифровой форме, включая текст, аудио- и видеопередачи. Термин «электронная торговля» охватывает любые электронные методы передачи данных: между компьютерами, онлайн-связь, электронную почту, телекс и телефакс.

Технической основой электронной торговли стал Интернет — всемирная совокупность компьютерных сетей с общим адресным пространством, открытым для всех пользователей. Интернет дал возможность получать информацию о товарах, услугах, продавцах и покупателях, ценах и других коммерческих условиях, тем самым позволил электронным путем осуществлять заключение коммерческих сделок.

Объектами электронной торговли являются товары и услуги, которые могут быть переведены в электронную (цифровую) форму, — печатная продукция, аудио- и видеозаписи, программное обеспечение, технические и архитектурные проекты и др., а также образовательные, медицинские, информационные, рекламные, консультационные, бухгалтерские, юридические, научно-технические и другие виды услуг, обслуживание электронным путем международной торговли. Субъектами электронной торговли являются физические и юридические лица, имеющие доступ к Интернету.

Отличие электронной торговли от традиционных сделок состоит в том, что электронные сделки заключаются с использованием электронных средств телекоммуникаций, здесь нет обычных документов на бумажных носителях, используется электронный документооборот, электронные документы должны сопровождаться электронной подписью. Таким образом, электронная торговля позволяет увеличить объем продаж. По оценкам ВТО и ОЭСР, в настоящее время объем электронной торговли составляет около 10% всего объема мировой торговли товарами и услугами.

14.3. Этические нормы в бизнесе.

Стандарты профессиональной этики бизнеса.

К предпринимательской деятельности, к успешному бизнесу стремятся многие люди. Но достигают своей цели немногие. Как показывает мировая практика, только 5-10% претендентов могут успешно реализовать предпринимательскую инновационную идею.

И залогом в таком успехе бизнесмена является жесткое соблюдение этики бизнеса.

Этика (от греч. ethos - обычай) означает совокупность норм поведения, мораль какой-либо общественной или профессиональной группы (в данном случае группы бизнесменов).

Бизнесмену необходимо соблюдать, прежде всего, деловую этику, то есть вид этики, который затрагивает не только проблему социально ответственного поведения, но и сосредоточен на широком спектре вариантов поведения управляющих и управляемых. В фокусе внимания деловой этики сосредоточены цели и средства, используемые для их достижения теми и другими.

Профессиональное поведение предпринимателя основывается на следующих условиях этики бизнеса:

- образованность;
- справедливость;
- способность соблюдать тайну бизнеса;
- уровень корпоративной культуры;
- независимость;
- недопущение конфликта интересов;
- умение получать внешнюю помощь;
- умение раскрывать информацию.

Бизнесмен должен быть образованным. Образование для бизнесмена - это получение систематизированных знаний и навыков, совокупность знаний, полученных в результате обучения.

На этапе для бизнесмена очень важно формирование и развитие **корпоративной культуры**.

С бизнесменом, как с работодателем, имеют дело и существующий персонал, и лица, ищущие работу, и посредники на рынке труда (от государственной службы занятости до частных консультантов по подбору персонала), профсоюзы и т.д., и у каждой из этих групп будет складываться свое собственное представление о бизнесмене, об организации - имидж бизнеса.

В современном менеджменте термин «имидж бизнесмена» или «имидж организации» все чаще заменяется термином «корпоративный бренд» (англ. Бгапс! - марка).

Под **корпоративным брендом компании** следует понимать набор характеристик, которые позволяют оценить привлекательность компании как работодателя.

Составляющие корпоративного бренда работодателя

- Бизнес
- Стабильность
- Возраст
- Позиция на рынке
- Клиенты и продукты
- Перспективы развития
- Перспективность отрасли
- Конкуренция на рынке
- Клиенты и продукты
- Образ первого лица
- Известность

- Репутация
- Менеджмент
- Структура и прозрачность бизнеса
- Ясная оргструктура
- Описанные бизнес-процессы
- Корпоративная культура (стиль менеджмента)
- Прецеденты
- Корпоративные ценности
- Текучесть персонала

Корпоративный бренд компании как работодателя влияет на представления о ней как о деловом партнерстве.

Для успешного продвижения бизнеса большое значение имеет недопущение конфликта интересов. Конфликт [от лат. *conflictus* - столкновение] - это столкновение противоположных интересов, взглядов, серьезное разногласие, острый спор. Конфликт в организации означает несогласие между двумя или более сторонами (лицами или группами), когда каждая сторона старается сделать так, чтобы были приняты именно её взгляды или цели и помешать другой стороне сделать то же самое. Существуют четыре основных типа конфликтов: внутриличностный; межличностный; между личностью и группой; межгрупповой. Бизнесмен ради успеха своего дела должен во всех случаях найти правильное решение и не допускать конфликта интересов.

Что касается справедливости, соблюдения тайны бизнеса, независимости, умения получать внешнюю помощь, умения раскрывать информацию, то о них, как о стандартах профессиональной этики бизнеса, обменяйтесь между собой мнениями, обсудите и выработайте свои позиции. Указанные стандарты также являются обязательными для соблюдения со стороны бизнесмена, и они способствуют успешной предпринимательской деятельности.

Этические нормы бизнесмена.

Из этических норм бизнеса наиболее важной следует признать компетентность [от лат. *competens* (*competentis*) - соответствующий, способный], которая означает овладение компетенцией, овладение знаниями, позволяющими судить о чем-либо.

Продолжим приведенный выше пример, и рассмотрим компетентность аудитора в вопросах компьютерной обработки данных. Это означает осведомленность аудитора о техническом, программном, математическом и других видах обеспечения компьютерной техники, а также системах обработки экономической информации. В случае отсутствия у аудитора указанных знаний следует использовать работу эксперта в области информационных технологий.

Для успешного бизнеса имеет значение соблюдение конфиденциальности. Конфиденциальность [лат. *confidential* - доверие], во-первых, означает статус, определяющий требуемую степень защиты; во-вторых, это свойство защищенности информации от несанкционированного доступа и попыток её раскрытия пользователями, не имеющими соответствующих полномочий; в-третьих, это свойство защищенности информации, характеризующееся отсутствием нарушений в порядке доступа к ней. В данном случае,

конфиденциальный может означать и - доверительный, не подлежащий огласке, секретный.

Предприниматель в условиях рынка не может обойтись без конкуренции. При этом бизнес может вестись в условиях добросовестной или недобросовестной конкуренции. Предпочтительнее добросовестная конкуренция, которая означает состоятельность большого числа мелких покупателей и продавцов, каждый из которых обладает достаточно полной рыночной информацией, а потому ни один из них не может контролировать рыночный спрос, поставку товара на рынок или цену на него. Каждый продавец сбывает один и тот же продукт. На этом типе рынка легко появиться и легко его оставить.

Современная деловая культура и определяющие ее факторы.

Культурная составляющая международного бизнеса в условиях экономической глобализации приобретает особое значение, так как рынки и рыночное поведение предпринимателей, менеджеров, наемных работников, потребителей подвержены сильному влиянию со стороны культурных факторов.

В условиях интеграции КР в мировое хозяйство все большее количество кыргызских предприятий вовлекаются во внешнеэкономические связи, что подразумевает не только необходимость согласования экономических интересов с иностранными деловыми партнерами, но и установление взаимопонимания между представителями различных национальных деловых культур. Несмотря на то, что международный бизнес вырабатывает единые стандарты управления, нормы поведения, делового общения и этикета, культурное разнообразие в современном мире сохраняется, более того, справедливым следует признать подход, состоящий в признании культурных различий как источника конкурентных преимуществ компании, основы ее внутренней целостности и самобытности.

Кыргызская деловая культура в настоящий момент характеризуется неустойчивостью и высоким динамизмом базовых ценностей. Иностранные партнеры кыргызских предприятий, говоря о трудностях взаимоотношений, подчеркивают «отсутствие устойчивых этических норм ведения бизнеса» у отечественных предпринимателей, отмечают «несформировавшуюся деловую культуру» кыргызстанцев. Причиной конфликтов в международном бизнесе могут стать различия в системах ценностей и нормах поведения деловых партнеров, применяемых управленческих подходов, а также устойчивые стереотипы, связанные с той или иной культурой, этноцентризм. Еще 10-15 лет назад в зарубежных учебниках по международным коммуникациям можно было встретить «рекомендации» для деловых людей по общению с российскими бизнесменами: «Не пугайтесь, если вас заключат в медвежьи объятия и расцелуют, выпейте рюмку водки и успокойтесь». С тех пор изменился и российский бизнес, и стереотипы, с ним связанные. Однако повышение кросс-культурной компетентности, преодоление ограниченных взглядов на представителей той или иной страны, необходимы и российским предпринимателям, и их зарубежным деловым партнерам.

Экономическая культура — совокупность социальных ценностей и норм, являющихся регуляторами экономического поведения и выполняющих роль социальной памяти экономического развития: способствующих (или мешающих) трансляции, отбору и обновлению ценностей, норм и потребностей, функционирующих в сфере экономики и ориентирующих ее субъектов на те, или иные формы экономической активности.

Деловая культура — это культура деловых отношений, включающая деловые традиции, способы принятия решений, этику бизнеса, стиль ведения переговоров и разрешения конфликтов. Она является неотъемлемой частью национальной культуры, в ней особенно отчетливо видна специфика того или иного этноса.

Менталитет — глубинный уровень коллективного и индивидуального сознания, включающий и бессознательное, совокупность готовностей, установок и предрасположений индивида или социальной группы действовать, мыслить, чувствовать и воспринимать мир определенным образом, направленность мышления. Формируясь исторически, веками, менталитет определяет национальную модель экономического и социального поведения — культуру потребления, производства и соответствующие мотивации.

Экономическое мышление — процесс познания человеком, социальной группой, обществом в целом экономической действительности, осознания своего места в экономических отношениях и выработки на этой основе принципов своей деятельности. На основе особенностей менталитета складывается особый тип российского экономического мышления, который формируется как сочетание свойств Запада и Востока.

Следует отметить влияние на поведение кыргызских предпринимателей и *корпоративной культуры*, которая вырабатывается целенаправленными усилиями фирм и представляет собой специфическую форму существования взаимосвязанной системы, включающей иерархию ценностей, доминирующую среди сотрудников компании, и совокупность способов их реализации. Элементами корпоративной культуры являются миссия компании, стиль руководства и лидерства, командный дух, мотивация и стимулирование, социальное партнерство, деловой этикет, кроме того, каждый предприниматель обладает индивидуальными особенностями, определяемыми личной культурой (рис.14.1).

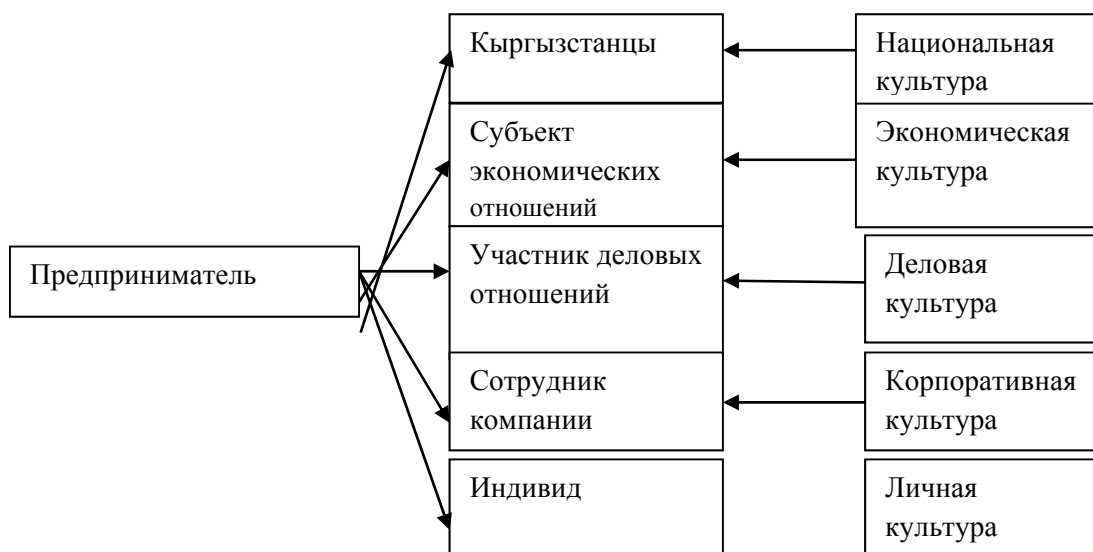


Рис. 14.1

Кыргызская экономическая культура, менталитет — важнейшие факторы бизнеса, формировавшиеся в течение длительного периода под влиянием природно-географических условий страны, особенностей ее исторического развития. Разнообразный и по большей части суровый климат значительно усложнял хозяйственную жизнь, в частности, повышал рискованность земледелия.

Заключение

В современном мире все более усиливаются глобализация, взаимосвязанность и взаимодействие экономических субъектов национальных государств. В условиях глобализации для обеспечения Кыргызстану как и многим государствам достойного места в мировом сообществе важны укрепление имеющихся и наметившихся позитивных тенденций, переход на инновационный путь развития экономики, решение сложных социальных вопросов.

Именно на это были нацелены темы лекций учебной дисциплины «Основы международного бизнеса» отражающих ряд приоритетных направлений развития международного бизнеса, раскрываются основные понятия, содержание, формы и методы, специально предлагаются к изучению студентами специализации «Экономика». Это важные вопросы развития и совершенствования в международном бизнесе основ маркетинга, логистики, страхования, стандартизации и сертификации. Важное внимание уделено зарубежному опыту и практике регулирования международного бизнеса, в том числе тарифно-таможенными инструментами, раскрывается специфика международного бизнеса в контексте деловой культуры.

Кроме этого в ряде лекций предлагаемых данным методическим пособием рассматриваются также не только содержание интернациональных основных понятий в области международного бизнеса, но и особенности выхода на мировой рынок в современных условиях предпринимательскими структурами, а также возможностей поиска ими зарубежных партнеров, формы их внешнеэкономической активности.

В методическом пособии в отдельных лекциях использованы статистические таблицы, графические схемы сопровождающихся аналитическим материалом.

Глоссарий

АКТ (лат. *actus* — действие) — 1) первичный документ, применяемый в бухгалтерском учете; составляется комиссией или лицами, ответственными за совершение хозяйственных операций; проверяется бухгалтерией и утверждается руководителем предприятия.

АКЦИЗ — один из видов косвенного налога на товары или услуги, включаемого в цену или тариф. Налоговой базой для исчисления акциза является стоимость товаров с учетом НДС. Налог федеральный. Регулируется главой 22 НК РФ. Льготы предусмотрены ст. 183 НК РФ. Региональные и местные органы власти льготы не устанавливают.

БАЗА КОНТРАКТА — один из нескольких сортов, марок товара, разрешенных к поставке по биржевому контракту с оплатой по цене, равной биржевой котировке.

БИРЖЕВОЙ КОМИТЕТ - орган управления биржей (другое название — совет управляющих). Контролирует соблюдение устава, правил ведения операций, назначение брокеров, выпуск биржевых бюллетеней, разбирает конфликтные ситуации.

ВАЛЮТА ЦЕНЫ — денежная единица, в которой в контракте выражена цена товара.

ВАЛЮТНАЯ БИРЖА — биржа, осуществляющая покупку и продажу валюты и проводящая ее котировку.

ВАЛЮТНАЯ КОТИРОВКА — установление курса иностранной валюты по отношению к валюте данной страны на основе законов, норм, правил, действующих в данной стране. Котировка валют проводится государственными (национальными) или крупнейшими коммерческими банками.

ВАЛЮТНЫЕ СОГЛАШЕНИЯ - двусторонние или многосторонние межгосударственные договоры, устанавливающие взаимные права и обязанности, условия и нормы валютных отношений, в частности международных расчетов и кредитования

ВАЛЮТНЫЙ КОНТРОЛЬ - составная часть валютной политики государства в области организации контроля и надзора за соблюдением законодательства в сфере валютных и внешнеэкономических операций.

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ - одна из сфер экономической деятельности государства, предприятий, фирм, тесно связанная с внешней торговлей, экспортом и импортом товаров, иностранными кредитами и инвестициями, осуществлением совместных с другими странами проектов.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТАМОЖЕННЫЙ КОМИТЕТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (ГТК РОССИИ) - орган федеральной исполнительной власти Российской Федерации, осуществлявший непосредственное руководство таможенным делом в Российской Федерации до 09.03.2004. ГТК России был преобразован в Федеральную таможенную службу (ФТС России) Указом Президента РФ от 09.03.2004 № 314.

ДЕКЛАРИРОВАНИЕ (в таможенном деле) — заявление таможене по установленной форме точных сведений о перемещаемых через границу транспортных средствах, товарах и иных предметах, о цели их перемещения и других данных, необходимых для таможенного контроля и оформления.

ДЕКЛАРИРОВАНИЕ ТОВАРОВ - представление в таможенные органы товаров и сопровождающих их документов, заполненных в соответствии с правилами перемещения грузов через границу.

ИМПОРТ (*лат. introCarere* — ввозить) — ввоз товаров, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности и т.п. на таможенную территорию страны из-за границы без обязательств обратного вывоза.

ИМПОРТИРУЕМАЯ ИНФЛЯЦИЯ - инфляция, обусловленная избыточным притоком в страну иностранной валюты, повышением цен на импортные товары. Под воздействием чрезмерного притока иностранной валюты может происходить разбухание денежной массы кредитных институтов, банков, возникать кредитная экспансия, ведущая обычно к инфляции.

ИНВЕСТИЦИИ — совокупность затрат, реализуемых в форме долгосрочных вложений частного или государственного капитала в различные отрасли национальной (внутренние И.) или зарубежной (заграничные И.) экономики с целью получения прибыли: денежные средства, целевые банковские вклады, паи, акции и другие ценные бумаги, технологии, машины, оборудование, лицензии, в том числе и на товарные знаки (кредиты, любое другое имущество или имущественные права, интеллектуальные ценности, вкладываемые в объекты предпринимательской и другие виды деятельности в целях получения прибыли (дохода).

ИНВЕСТОР — юридическое или физическое лицо, осуществляющее инвестиции, вкладывающее собственные заемные или иные привлеченные средства в инвестиционные проекты. Инвестиционный капитал, вкладываемый И., может быть представлен в виде финансовых ресурсов, имущества, интеллектуального продукта. И. не просто вкладывает капитал в дело, подобно бизнесменам, но осуществляет долговременные вложения в достаточно крупные проекты, связанные со значительными производственными, техническими, технологическими преобразованиями, новшествами.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ЦЕНТРЫ - центры международного рынка ссудных капиталов (Нью-Йорк, Лондон, Париж, Токио, Франкфурт-на-Майне, Цюрих, Гонконг).

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БАНК РЕКОНСТРУКЦИИ И РАЗВИТИЯ (МБРР) — международная кредитная организация, специализированное финансовое учреждение ООН, основан в 1945 г. Основная деятельность МБРР — предоставление долгосрочных кредитов по относительно низким ставкам (10% годовых) государственным и частным предприятиям при наличии гарантий их правительств, направление кредитов в развивающиеся страны и в региональные банки для их последующего распределения. Членами МБРР могут быть только страны, вступившие в Международный валютный фонд (МВФ).

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ ФОНД (МВФ) - межправительственная валютно-кредитная организация по сотрудничеству в международной торговле и валютной сфере, специализированный орган ООН, созданный в 1944 г. МВФ содействует развитию международной торговли и валютно-финансового сотрудничества, вырабатывает правила регулирования валютных курсов, контролирует их, содействует обратимости валют, разрабатывает реформы по оздоровлению мировой валютной системы, предоставляет членам МВФ кредиты.

МЕХАНИЗМ ДЕНЕЖНОЙ ТРАНСМИССИИ - механизм воздействия изменения предложения денег на решения субъектов хозяйства, предприятий относительно объемов расходов на товары и услуги.

НАЛОГ НА ЭКСПОРТ И ИМПОРТ - налог, уплачиваемый экспортерами и импортерами в процентах от стоимости экспортируемых и импортируемых товаров.

НЕДАТИРОВАННЫЕ ЦЕННЫЕ БУМАГИ - государственные ценные бумаги без указания срока погашения.

НЕРЫНОЧНЫЕ ЦЕННЫЕ БУМАГИ - государственные ценные бумаги, которые по условиям выпуска не обращаются на свободном фондовом рынке и не могут быть переданы владельцами другим лицам.

НЕФИНАНСОВЫЕ ИНВЕСТИЦИИ - неденежные инвестиции в форме вложения прав, лицензий, ноу-хау, имущества в проект, предприятие, бизнес.

ОПЦИОННЫЙ СЕРТИФИКАТ - ценная бумага, предоставляющая ее обладателю право покупать или продавать другие ценные бумаги или иностранную валюту по определенной цене в течение определенного времени.

ОФШОР (*англ. off-shore* — вне берега) — термин, применяемый для характеристики мировых финансовых центров, а также некоторых видов операций. Офшорные центры привлекают иностранный капитал путем предоставления специальных налоговых и других льгот иностранным компаниям, зарегистрированным в стране расположения центра. О. центрами называются такие, где кредитные учреждения (национальные и иностранные) осуществляют операции с нерезидентами в иностранной для данной страны валюте. Внутренний рынок ссудных капиталов изолируется от внешнего путем отделения счетов резидентов от счетов нерезидентов, предоставления последним налоговых льгот, освобождения от валютного контроля и т.п. Кредитные учреждения, находящиеся в О. центре, пользуются территорией страны для проведения операций за ее пределами, но не являются интегральной частью национальной экономики.

ОФШОРНЫЕ ЦЕНТРЫ, ЗОНЫ - небольшие государства или территории, привлекающие иностранные капиталы посредством предоставления налоговых и других льгот при проведении финансово-кредитных операций с иностранными резидентами и в иностранной валюте.

РАЗНОСТЬ НА ЛЬГОТНОМ ТАРИФЕ - выигрыш, полученный за счет уплаты льготных таможенных пошлин.

РАСТАМОЖИВАНИЕ — таможенное оформление, т.е. процедура помещения товаров под определенный таможенный режим и завершение действия этого режима в соответствии с законом.

РАСХОЖДЕНИЕ КУРСОВ АКЦИЙ — в анализе состояния фондового рынка: расхождение между пределами колебания курсов акций в течение двух дней подряд, т.е. несовпадение, расхождение двух диапазонов колебаний. Наличие существенного разрыва обычно является сигналом обратного движения цен рынка в связи с тем, что имеет место либо чрезмерное предложение, либо чрезмерный спрос.

РАСЧЕТ В ОПЕРАЦИЯХ С ЦЕННЫМИ БУМАГАМИ - поставка ценных бумаг в завершение сделки; расчет, определение остатков по сделкам перед их завершением.

РАЦИОНИРОВАНИЕ ЭКСПОРТА И ИМПОРТА - установление квот на экспорт и импорт определенных товаров.

РЕИМПОРТ — ввоз товаров, ранее вывезенных, но не переработанных.

СЕРЫЙ ИМПОРТ — товары, которые провозятся в страну с занижением тарифных платежей за счет недостоверного декларирования.

СТАГФЛЯЦИЯ — термин, применяемый для характеристики такого состояния экономики, когда экономический кризис сочетается с инфляцией, сочетание стагнации и инфляции, состояние экономики, при котором происходят одновременно спад производства, рост цен и безработицы.

СТРАНА ИМПОРТА — страна происхождения товара (в то время как страна экспорта — страна назначения товара).

СТРАХОВОЙ БРОКЕР — юридическое или физическое лицо, зарегистрированное в установленном порядке в качестве предпринимателя, осуществляющее посредническую деятельность по страхованию от своего имени на основании поручений страхователя либо страховщика.

СТРАХОВОЙ ТАРИФ — ставка страхового взноса с единицы страховой суммы или объекта страхования. С.Т. по обязательным видам страхования устанавливаются в законах об обязательном страховании.

СЧЕТ ЗА ФРАХТ—счет, который выписывается владельцем судна грузоотправителю с указанием величины платы за фрахт.

СЧЕТ-ФАКТУРА — типовой документ, выписываемый поставщиком на каждую партию отгруженной или проданной продукции, а также за выполненные работы и услуги. Содержит сведения о продаваемом товаре и цене продажи. Является основанием для оплаты, расчетов.

ТАБЛИЦА ОБМЕНА ВАЛЮТ - официальная таблица, по которой Банк России устанавливает соотношение обмена единицы одной валюты на единицу другой валюты.

ТАМОЖЕННАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ - письменное или устное заявление таможенным органам о данных, необходимых для таможенного контроля. Обычно под Т.Д. понимается документ, представляемый лицом на таможне при пересечении таможенной границы и декларирующий (объявляющий) о тех денежных средствах и имуществе, которые данное лицо хочет ввезти или вывезти. Сроки подачи Т.Д. могут различаться в зависимости от вида (назначения) товаров и некоторых других обстоятельств.

ТАМОЖЕННЫЕ ПЛАТЕЖИ — таможенная пошлина, налоги, таможенные сборы, сборы за выдачу лицензий, платы и другие платежи, взимаемые в установленном порядке таможенными органами Российской Федерации. Таможенные платежи включают различные виды таможенных пошлин, налогов, таможенных сборов, выплат и другие платежи, взимаемые в установленном порядке таможенными органами Российской Федерации.

ТАМОЖЕННЫЕ СБОРЫ — обязательные и необязательные, постоянные и временные взносы (статистические, марочные, лицензионные, бандерольные, за пломбирование, штемпелирование, складирование и сохранность товаров и др.), взимаемые в установленном порядке при перемещении через таможенную границу данной страны.

ТАМОЖЕННЫЙ КОДЕКС РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ - систематизированный единый законодательный акт, определяющий правовые, экономические и организационные основы таможенного дела в Российской Федерации и направленный на защиту ее экономического суверенитета и безопасности, активизацию связей российской экономики с мировым хозяйством, обеспечение защиты прав граждан, хозяйствующих субъектов и государственных органов и соблюдение ими обязанностей в области таможенного дела.

ТАМОЖЕННЫЙ РЕЖИМ — в широком смысле — регламентация, применяемая к товарам, пересекающим границу государства.

ТАМОЖНЯ — государственное учреждение (государственный орган, государственная служба, таможенный орган), обеспечивающее порядок перемещения через таможенную границу товаров и транспортных средств, вещей и иных предметов, применение

таможенных режимов, взимание таможенных платежей, производящее таможенный контроль и таможенное оформление, сбор и обработку сведений о перемещаемых товарах и транспортных средствах, возбуждающее уголовные дела по фактам совершения таможенных преступлений, производящее дознание и осуществляющее оперативно-розыскную деятельность, использующее метод контролируемой поставки, контролирующее выполнение санитарных и карантинных правил и т.п.

ТАРИФ - система ставок, определяющая плату за различные услуги, предоставляемые предприятиям и населению: перевозки, ввоз и вывоз товаров и т.п.; 2) система ставок оплаты труда; 3) система ставок таможенных пошлин.

ТОВАРНО-ТРАНСПОРТНАЯ НАКЛАДНАЯ - основной документ, выдающийся водителю автомобиля на перевозимый им груз; являются основой соответствия перевозимого груза тому перечню, который был отгружен на предприятии-поставщике.

УЦЕНКА ЦЕННОЙ БУМАГИ — действия продавца опциона по покупке, который выдает требование по уценке, основанное на том, что ценная бумага была завышена в цене и поэтому должна быть уценена, так как в противном случае он понесет убытки.

УЧЕТ ТОВАРНЫХ ВЕКСЕЛЕЙ - процесс отражения в бухгалтерском учете операций, связанных с обращением векселей.

УЧЕТНАЯ СТАВКА — 1) ставка процента, под который центральный банк страны предоставляет кредиты коммерческим банкам. Чем выше У.С. центрального банка, тем более высокий процент взимают затем коммерческие банки за предоставляемый ими клиентам кредит и наоборот; 2) учетный процент, курс, процент, взимаемый банком с суммы векселя при покупке его банком до наступления срока платежа; центральным банком при учете правительственных ценных бумаг или кредита под них.

ФИНАНСОВЫЕ ФЬЮЧЕРСЫ - срочные контракты, связанные с перепродажей долгосрочных казначейских облигаций, депозитных сертификатов, приносящих проценты, а также фьючерсных контрактов, обращающихся на валютных рынках и фондовых биржах.

ФИНАНСОВЫЙ ЛИЗИНГ — форма лизинга, предусматривающая обязанность арендодателя (лизингодателя) приобрести в собственность обусловленное имущество у определенного продавца и предоставить это имущество арендатору (лизингополучателю) за плату.

ФОНДОВАЯ БИРЖА — государственная, акционерная или иная организация, предоставляющая помещение, определенные гарантии, расчетные и информационные услуги для сделок с ценными бумагами, получающая за это комиссионные от сделок и накладывающая определенные ограничения на торговлю.

ФРАХТ - плата за перевозку груза водным путем, взимаемая после перевозки; 2) груз, перевозимый по фрахту, и сама перевозка груза.

ФРАХТОВАЯ СТАВКА — цена морской перевозки партии товара, установленная обычно на один порт погрузки и выгрузки; остальные условия регулируются надбавками.

ФРАХТОВЫЙ РЫНОК — рынок, на котором совершаются сделки по фрахтованию и отфрахтованию тоннажа.

ФРАХТОВЫЙ КОНТРАКТ - контракт, по которому фрахтователь получает в свое распоряжение судно для перевозки грузов по определенному маршруту или на определенный срок; такой контракт может быть принят банком в качестве обеспечения платежа по кредиту, предоставленному судовладельцу.

ФЬЮЧЕРС, ФЬЮЧЕРСНАЯ ОПЕРАЦИЯ - вид срочных сделок на товарной или фондовой бирже: купля-продажа условий будущих контрактов с фиксацией их срока.

ХАЙРИНГ — одна из форм лизинга, среднесрочная аренда машин, оборудования, транспортных средств и т.д.

ХАРАКТЕР СДЕЛКИ — обязательный реквизит по классификатору сделок, используемый для их кодирования при заполнении грузовой таможенной декларации. Х.С. отражает схему расчетов за поставку.

ХЕДЖИРОВАНИЕ — 1) срочная сделка, заключенная для страхования от возможного падения цены при совершении долгосрочных сделок; 2) термин, используемый в коммерческой практике для обозначения различных методов страхования прибыли от изменения цен или валютных курсов на бирже при совершении фьючерсных сделок, когда продавец одновременно с заключением таковых на реальный товар производит закупку, а покупатель — продажу соответствующего количества фьючерсных контрактов на тот же срок и на то же количество товаров.

ЦЕЛЕВЫЕ ЗОНЫ ВАЛЮТНЫХ КУРСОВ - один из способов достижения валютной стабильности, заключающийся в установлении согласованных ориентиров валютных курсов стран, входящих в зону.

ЦЕННЫЕ БУМАГИ — денежные документы, удостоверяющие имущественное право или отношения займа владельца документа по отношению к лицу, выпустившему такой документ.

ЦЕНТРЫ ОФШОР — финансовые центры, рынки в зонах с благоприятным, весьма льготным налоговым контролем. Такими центрами являются, в частности, Панама, Кипр, Гонконг, Бермудские острова.

ЦИКЛ ДЕЙСТВИЯ ОПЦИОНА - повторяющийся срок действия, применяемый к опционам различного класса; обычно равен четырем месяцам.

ЦИКЛ ЖИЗНИ ЦЕННЫХ БУМАГ - период, в течение которого ценные бумаги вращаются на рынке; складывается из следующих стадий: конструирование нового выпуска ценных бумаг, первичное их размещение и собственно обращение ценных бумаг на вторичном рынке.

ЧАСТИЧНАЯ ПОСТАВКА ЦЕННЫХ БУМАГ - передача количества ценных бумаг меньшего, чем было согласовано по контракту на продажу.

ЧАСТИЧНО КОНВЕРТИРУЕМАЯ ВАЛЮТА - валюта, обладающая ограниченными возможностями обмена на другие валюты.

ЧАСТИЧНЫЙ АКЦЕПТ — согласие покупателя на частичную оплату счета, выставляемого поставщиком.

ЧАСТИЧНЫЙ ОТКАЗ ОТ АКЦЕПТА - отказ от оплаты в полном размере денежных или товарных документов, обусловленный, например, превышением установленных цен контракта в требовании на оплату, либо арифметическими ошибками, либо отгрузкой дополнительных товаров наряду с заказанными, либо плохим качеством, некомплектностью товаров.

ЧАСТНАЯ БИРЖА — акционерная компания, в которой заключать сделки могут только ее акционеры; члены Ч.Б. не получают дивидендов на вложенные капиталы, их прибыль образуется за счет вознаграждений, получаемых от клиентов за совершаемые для них сделки, т.е. члены Ч.Б. выступают в роли брокеров.

ЧАСТНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ ЦЕННЫХ БУМАГ - размещение вновь выпущенных фондовых ценностей или обязательств среди определенной группы инвесторов; в этом случае синдикат, размещающий ценные бумаги, не выбрасывает их на рынок.

ЧИСТЫЙ ЭКСПОРТ — разница между экспортом и импортом экспортируемых товаров.

ЭКСПОРТ {лат. *exroгko* — вывожу) — вывоз за границу для реализации на внешних рынках товаров, услуг и капитала.

ЭКСПОРТ ИНФЛЯЦИИ — распространение инфляции из одних стран в другие, возникающее в результате экономических отношений между ними.

ЭКСПОРТЕР — предприятие либо физическое лицо — резидент государства, от имени которого заключен контракт на экспорт товаров.

ЭКСПОРТНАЯ КВОТА — количество товара, которое государственные органы разрешают предприятиям экспортировать в условиях ограничения экспорта.

ЭЛЕКТРОННОЕ ДЕКЛАРИРОВАНИЕ - совершенно новый вид взаимодействия участников ВЭД и таможенных органов, предполагающий более высокую культуру и более эффективное использование трудовых ресурсов за счет технических средств и информационных технологий.

ЮРИДИЧЕСКАЯ ПОСТАВКА ЦЕННЫХ БУМАГ – поставка ценных бумаг, которая не является «правильной», т.е. с соблюдением всех правил, из-за неправильной регистрации сертификатов.

ЯРЛЫК — товарный знак **на** изделии в виде наклейки, этикетки или на прикрепленном к нему талоне, в котором указаны данные о товаре (вес, количество, цена, изготовитель, дата изготовления и др.).

ЯСЕЛЬНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ - финансовые ресурсы, инвестиции, вкладываемые в частные компании в начальный, «ясельный» период их создания.

Литература

Основная

1. А.Ю.Архипова, Е.П.Пузакова «Международные экономические отношения», «Международный бизнес», Ростов-на-Дону, 2009.
2. Э.А. Арустамов, Р.С.Андреева, «Внешнеэкономическая деятельность», М, 2011
3. А.В. Иванов, «Международные экономические отношения», уч. пособие, конспект лекций, М, 2012.
4. Ш.М.Мусакожоев, «Введение в экономику», Б, 2008.

Дополнительная

1. И.И.Кретов, К.В.Садченко, «Логистика во внешнеторговой деятельности», «Дело и сервис», М, 2008.
2. Венская конвенция ООН о договорах международной купли-продажи, Справочно-правовая система «Консультант», 1980.
3. Е.В.Коломин, «Страхование как обеспечение экономической безопасности»
4. Г.Д.Крылова, «Основы стандартизации, сертификации, метрологии», М. ЮНИТИ, 2007.
5. О.Н.Воронкова, Е.П.Пузакова , «Внешнеэкономическая деятельность», «Экономист», М, 2008.
6. Конституция КР, Б, 2010.
7. Н.П.Бондаренко, «Таможенно-тарифное регулирование внешнеэкономической деятельности», Ростов-на-Дону, 2005.
8. Таможенный кодекс КР, Свод нормативных документов КР, Б, 2011.
9. Ю.Ф.Азаров, «Основы таможенного дела», М, 2005.
10. В.В.Покровская, «Внешнеэкономическая деятельность», М. 2006.

Содержание

Введение

Тема 1. Международный бизнес и особенности его организации во внешнеторговой среде.

1.1. Бизнес:

- цели и значение бизнеса
- условия ведения бизнеса
- инновационный бизнес-проект

1.2. Сущность и классификационные виды международного бизнеса (МБ). Внешнеэкономическая деятельность государств как основа развития МБ, понятие и формы ВЭД.

Тема 2. Международный маркетинг как условие эффективного ведения бизнеса (МБ).

2.1. Международный маркетинг как подсистема маркетинговых отношений. Особенности маркетинга международных фирм.

2.2. Актуальные проблемы современного международного маркетинга.

Тема 3. Транспортно-логистическое обеспечение МБ.

3.1. Концепция и виды логистики.

3.2. Международные транспортные операции как объект логистического управления.

3.3. Логистика транспортно-экспедиционного обслуживания внешнеторговых перевозок.

Тема 4. Страховые услуги в МБ.

4.1. Риски в МБ и методы управления ими.

4.2. Страхование как инструмент риск менеджмента в МБ.

Тема 5. Стандартизация и сертификация в МБ.

5.1. Повышение конкурентоспособности на основе использования международных стандартов продукции как императив современного МБ.

5.2. Содержание стандартизации и сертификации в МБ.

5.3. Институциональное обеспечение процессов стандартизации, сертификации и аккредитации в мировом хозяйстве стандарта ИСО в современном МБ.

Тема 6. Зарубежный опыт и практика регулирования МБ.

6.1. Зарубежный опыт государственного регулирования МБ.

6.2. Особенности регулирования МБ на уровне внутристрановых регионов: зарубежный опыт.

Тема 7. Современное тарифно-таможенное регулирование МБ в КР.

7.1. Механизм таможенного регулирования внешнеторговой деятельности в КР.

7.2. Виды таможенных платежей и особенности их исчисления. Таможенная стоимость и методы ее определения.

7.3. Система управления таможенными рисками.

Тема 8. Товарная номенклатура ВЭД. Форма работы на внешнем рынке.

8.1. Назначение товарной номенклатуры. Таможенный тариф товаров.

8.2. Таможенные режимы пропуска товаров. Поиск иностранного партнера. Выбор партнеров на мировом рынке.

8.3. Сотрудничество на внешнем рынке: формы, виды. Свободные экономические зоны (СЭЗ). Биржевая торговля.

Тема 9. Законодательное обеспечение ВЭД.

9.1. Правовое обеспечение ВЭД.

9.2. Законодательство регулирующее ВЭД.

9.3. Органы регулирующие и содействующие развитию ВЭД.

Тема 10. Государственное регулирование ВЭД. Основные виды внешнеторговых операций.

10.1. Сущность и принципы государственного регулирования ВЭД.

10.2. Методы регулирования ВЭД.

10.3. Внешнеторговая политика.

Тема 11. Основные виды внешнеторговых операций. Экспортная стратегия ВЭД.

11.1. Внешнеторговые операции: понятие, назначение. Формы сделок во внешнеторговых операциях и их особенности.

11.2. Характеристика стратегии экспорта. Стратегия совместной предпринимательской деятельности. Стратегия прямого инвестирования.

11.3. Экспортные цены (ЭЦ) на мировом рынке: понятие, назначение. Контрактная биржевая цена. Статистические внешнеторговые цены. Формы расчетов экспортной цены.

Тема 12. Роль государства в ВЭД.

12.1. Инжиниринг и консалтинг в практике внешнеэкономических связей. Современный международный лизинг.

12.2. Мировая валютная система.

12.3. Управление ВЭД. Специфика, функции.

Тема 13. Внешнеторговые контракты. Валютное регулирование на мировом рынке. Формы внешне торговых расчетов.

13.1. Внешнеторговые контракты: понятие, структура. Формы расчетов внешнеторговых контрактов.

13.2. Лицензирование внешнеторговых сделок. Регулирование лизинговой деятельности.

13.3. Валютное регулирование. Валютные операции. Валютный контроль.

Тема 14. Формы внешнеторговых расчетов.

14.1. Формы расчетов и средства платежа в мировой торговле. Международный кредит в системе внешнеторговых расчетов.

14.2. Особенности организации МБ во внешнеторговой среде.

14.3. Этические нормы в бизнесе.

Заключение

Глоссарий

Литература

Акаев Б.Б.

Учебно-методическое пособие
для студентов специальностей «Экономика»
по изучению направления
«Основы международного бизнеса»

Пописано к печати 15.05.2015 г. Формат 60x84/16
Бумага офсетная. Гарнитура «Times». Объем 6,5 п.л.
Печать офсетная. Тираж экз.