

Министерство образования и науки Российской Федерации

Владивостокский государственный университет
экономики и сервиса

В.П. СИДОРОВ

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА
ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ**

Учебное пособие

Владивосток
Издательство ВГУЭС
2014

УДК 339
ББК 65.050
С34

Рецензенты: Строганов А.О., канд. экон. наук,
доцент, каф. мировой экономики
ВГУЭС

Сидоров В.П.

**С34 ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА ВНЕШНЕТОРГОВЫХ
ОПЕРАЦИЙ [Текст] : учебное пособие / В.П. Сидоров. –
Владивосток : Изд-во ВГУЭС, 2014. – 152 с.**

Внешнеторговая деятельность как элемент рыночного хозяйства любого государства позволяет через участие в международном разделении труда обеспечить ускоренное развитие экономики страны. Поэтому будущим российским коммерсантам необходимо уметь решать проблемы, связанные с выбором иностранных контрагентов, организацией и техникой внешнеторговых операций, составлением и заключением международных контрактов. Целью данного издания является ознакомление будущих специалистов с особенностями работы в сфере внешнеторговых операций.

Учебное пособие составлено в соответствии с требованиями программы курса и государственного стандарта России. Содержит краткое изложение 10 тем по дисциплине, глоссарий, вопросы и задания для самостоятельной подготовки к каждой теме.

Для студентов специальности 100700.62 «Коммерция (торговое дело)», студентов бакалавров специальности 080100.62 «Экономика. Мировая экономика. Международный бизнес» и других, изучающих внешнеторговые операции.

УДК 339
ББК 65.050

© Издательство Владивостокского
государственного университета
экономики и сервиса, 2014

ВВЕДЕНИЕ

Интеграция экономики России в мировое хозяйство в настоящее время немислимо без активизации внешнеторговых связей. Для этого необходимо постоянно контактировать с иностранными экспортёрами и импортёрами. Практика показывает, что без умения правильно ориентироваться в разнообразии и специфических особенностях внешнеторговых сделок, без умения заключать и исполнять внешнеторговые контракты с зарубежными партнёрами добиться успехов в бизнесе невозможно. При этом необходимо учитывать особенности исполнения внешнеторговых контрактов купли-продажи сырья, готовых товаров, услуг, новых технологий и т.д.

В представленном учебном пособии большое внимание уделяется способам проведения различных внешнеторговых операций, раскрывается организация сделок по реэкспорту и реимпорту, детально рассматривается порядок и условия заключения внешнеторгового контракта купли-продажи. Особое внимание уделяется нюансам заключения внешнеторговых контрактов с партнёрами из Юго-Восточной Азии. Рассматривается необходимость применения и возможность осуществления всей совокупности товарообменных операций во внешней торговле. Детально раскрывается сделка по купле-продаже сырьевых товаров.

Для фирм, которые только начинают свою деятельность на международной арене и подвергаются повышенным рискам, детально рассмотрена такая операция, как международный франчайзинг.

Особенностью данного пособия является разработка ситуационных и тестовых заданий по каждой теме. Настоящая работа подготовлена на кафедре Международного маркетинга и торговли Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. Основу её составили материалы лекций, читаемых автором в течение многих лет для студентов специальностей «Мировая экономика», «Коммерческая деятельность» и «Торговое дело», что позволило выявить интересы аудитории и учесть их при написании учебного пособия.

Тема 1. ВИДЫ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ, ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ. ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ОПЕРАЦИИ

Внешнеторговая операция – это **комплекс действий** участников торгового процесса, представляющих разные страны, с целью осуществления торгового обмена.

Участников торгового процесса, или контрагентов, должно быть не менее двух: продавец и покупатель.

В *комплекс действий* при осуществлении внешнеторговых операций обычно входят изучение конъюнктуры рынка, интересующего контрагентов товара, его реклама, деятельность сбытовой сети, взаимодействие с торговыми посредниками, разработка коммерческих предложений и запросов, проведение переговоров, заключение и исполнение контрактов.

Основным регулятором внешнеэкономической деятельности предприятий и их партнеров является контракт, представляющий собой коммерческое соглашение между двумя странами, предметом которого может быть купля-продажа товара, выполнение подрядных работ, аренда, мена и т.п.

Для исполнения одного основного контракта продавцы и покупатели часто заключают более десятка дополнительных.

Классификацию внешнеторговых операций можно осуществлять на основании следующих основных признаков:

В зависимости от направлений торговли:

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

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

- внешнеторговые операции по купле-продаже товаров;
- внешнеторговые операции по купле-продаже услуг;
- внешнеторговые операции по купле-продаже результатов творческой деятельности (товар – товар).

Товарообменные операции:

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

По группам товаров:

- купля-продажа машин и оборудования;

- сырьевых товаров;
- потребительских товаров.

По степени готовности товаров:

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

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

К *основным* относятся операции:

- по обмену товарами в материальной форме (коммерческий экспорт и импорт);
- по обмену научно-техническими знаниями в форме торговли патентами, лицензиями, «ноу-хау»;
- по обмену техническими услугами (консультативный и строительный инжиниринг);
- арендные;
- по международному туризму;
- по предоставлению консультационных услуг в области информации и совершенствования управления, по обмену кинофильмами и телепрограммами.

Обеспечивающими международный товарооборот являются операции:

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

Эти операции получили название операций товародвижения.

Экспорт, реэкспорт, импорт и реимпорт

Основными элементами внешнеторговых операций являются экспорт, реэкспорт, импорт и реимпорт.

Под **экспортом** понимается и статистически учитывается:

- вывоз из страны товаров, произведенных, выращенных или добытых в стране, а также товаров, ранее ввезенных из-за границы и подвергшихся переработке;
- товары, реализуемые на международных аукционах, товарных биржах без завоза в свою страну;

– вывоз товаров с территорий «свободных зон», «приписных складов»;

– вывоз за границу ранее ввезенного товара, не подвергнутого в стране экспорта какой-либо переработке (резэкспорт).

Резэкспортные операции – это продажа с вывозом за границу ранее импортированного и не подвергнутого переработке товара. В данном случае допускается осуществление дополнительных операций с товаром, не меняющих его наименования. Товар может проходить подготовку к резэкспорту исходя из требований стран потребления: может наноситься специальная маркировка, меняться упаковка и т.д. Однако превышение стоимости дополнительных операций по переработке товара над половиной его экспортной цены является основанием для прерывания подобных операций в экспортные.

Предметом резэкспорта чаще всего выступают товары, реализуемые на международных аукционах и товарных биржах; к резэкспортным операциям относятся операции, осуществляемые без завоза товара в свою страну. Такого рода операции, по сути, не относятся к экспорту или импорту данной страны, хотя и учитываются таможенной статистикой. Они совершаются торговыми фирмами в целях извлечения прибыли благодаря разнице цен на один и тот же товар на разных рынках.

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

Экспорт предполагает вывоз продукции без гарантий об обратном ввозе. В случае с резэкспортом ввезённые товары вывозятся с возвратом или без погашения таможенных платежей.

Продукция будет признана резэкспортной при соблюдении нескольких условий:

во-первых, на момент пересечения границы груз должен иметь несоответствия, дефекты внешнего вида, упаковки и другие. Этот факт позволяет вернуть товар поставщику или другому лицу;

во-вторых, резэкспортируемые продукты не должны использоваться или ремонтироваться. Ведь работники таможни проверяют и устанавливают принадлежность груза;

в-третьих, товар должен быть вывезен с территории России не раньше чем через полгода с даты ввоза.

Резэкспортные операции возможны в самых различных ситуациях:

1) резэкспорт возникает как естественное продолжение экспортной торговой операции. Продавец ввозит товар в страну для реализации его на бирже или аукционе, но этот товар может быть продан покупателю третьей страны и вывезен;

2) резэкспорт может появиться из-за перерыва нормального хода реализации товаров. Если продавец отправил товар покупателю, но по-

следний по каким-то причинам не может его оплатить, то он стремится перепродать товар другому покупателю в этой или в третьей стране. Уход товара в третью страну есть реэкспорт. Это вынужденный реэкспорт;

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

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

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

При ввозе на таможенную территорию Российской Федерации ввозные таможенные пошлины и налоги не взимаются, если товары заявляются там органу в качестве предназначенных непосредственно и исключительно для **реэкспорта**. Фактический реэкспорт таких товаров должен быть осуществлен не позднее 6 месяцев со дня принятия таможенной декларации.

В том случае, когда ввозные пошлины были уплачены, они возвращаются, если:

- реэкспортируемые товары находятся в том же состоянии;
- реэкспорт происходит в течение 2-х лет с момента ввоза;
- реэкспортируемые товары не использовались в целях извлечения дохода.

Следует заметить, что реэкспорт допускается с разрешения таможенного органа РФ.

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

Реэкспорт в международной практике принято делить на две категории – прямой и косвенный. Отличаются они тем, что при прямом реэкспорте товар завозится на территорию страны, а при косвенном – отправляется напрямую к третьему лицу, минуя условие пересечения границы страны-резидента.

Преимущества использования режима косвенного реэкспорта очевидны:

во-первых, значительное снижение расходов на транспортировку товара покупателю приводит к сокращению издержек с последующим снижением цены товара, что является конкурентным преимуществом для компании;

во-вторых, сокращение сроков доставки товара;

в-третьих, сокращение налогового бремени, а именно: товары, реализуемые в режиме косвенного реэкспорта, т.е. без ввоза на территорию Российской Федерации, не являются объектом налогообложения по налогу на добавленную стоимость.

В рамках действующего валютного законодательства имеется ряд преимуществ использования операций с применением косвенного реэкспорта.

1. Отсутствие регламентированного пакета документов, подтверждающих совершение сделки.

Это означает, что для контроля данной сделки в банк должны быть предоставлены любые документы, подтверждающие совершенную операцию.

Таковыми документами могут выступить:

- договор поставки;
- инвойс (счет, спецификация);
- товарная накладная по форме ТОРГ-12;
- акт выполненных работ;
- СМР (международная транспортная накладная).

2. Валютные операции в рамках сделок между резидентами и нерезидентами, предусматривающих приобретение резидентами у нерезидентов товаров за пределами территории Российской Федерации и/или продажу указанных товаров другим нерезидентам без их ввоза на территорию Российской Федерации, осуществляются без оформления резидентами паспортов сделок.

3. Не осуществляется контроль сроков исполнения контрактов со стороны органов валютного контроля, т.е. валютные контролеры не фиксируют нарушение в случае несвоевременного зачисления валютной выручки согласно срокам, указанным в контракте, в связи с тем, что операции данного типа не подпадают под действие Закона о валютном регулировании.

4. Согласно ст. 2 Федерального закона «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» №164-ФЗ под внешнеторговой деятельностью следует понимать деятельность в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью.

К внешней торговле данная статья относит импорт и (или) экспорт товаров. К импортным операциям относят ввоз товара на таможенную территорию Российской Федерации без обязательства об обратном вывозе, а к экспортным – вывоз товаров с таможенной территории Российской Федерации без обязательства об обратном ввозе.

Данная статья не распространяется на резидентов, осуществляющих внешнеторговую деятельность, по условиям которой товары передаются резидентом нерезиденту за пределами таможенной территории Российской Федерации.

Это значит, что валютный контроль за сроками зачисления валютных средств на счёт резидента и контроль со стороны банков за соблюдением срока поставки товаров поставщиком отсутствует.

При осуществлении реэкспортных операций товар, как правило, не подвергается переработке.

Это не исключает возможность проведения незначительных операций, не меняющих наименование товара: смены упаковки, нанесение специальной маркировки и др., то есть операций подготавливающих товар к реэкспорту в соответствии с требованиями стран потребления.

Если стоимость дополнительных операций по переработке товара превысила половину его экспортной цены, то согласно торговой практике товар меняет наименование и более не считается реэкспортным, а операции по его продаже превращаются в экспортные.

Реэкспорт привлекателен для предпринимателей. В случае обнаружения брака или иных несоответствий, сделку можно расторгнуть и направить товары обратно и после выхода в свободное обращение.

За прошедшие десять лет объёмы реэкспорта существенно выросли. По данным на 2012 год, реэкспорт составлял четверть мирового экспорта. В реэкспортные процессы активно включилось большое количество стран. Среди лидеров уверенные позиции занимает Америка, Нидерланды, Гонконг, Россия. Транзитную торговлю поддерживают и небольшие государства.

Под **импортом** понимается и статистически учитывается:

– ввоз в страну товаров иностранного происхождения непосредственно из страны производителя или посредника для использования внутри страны;

– ввоз товаров из «свободных зон» или «приписных складов»;

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

– ввоз из-за границы ранее вывезенных товаров, не подвергшихся там переработке (реимпорт).

Реимпортная операция – это приобретение с ввозом из-за границы ранее экспортированного и не подвергшегося там переработке товара. Обычно сюда входит возврат товаров, ранее поставленных за границу на консигнацию (продажа товаров через консигнационные склады посредников, при этом экспортер является собственником товаров), возврат забракованных покупателем товаров, возврат товаров, не реализованных на аукционах (возврат выставок и ярмарок к реимпортируемым не относятся).

Реимпортная операция, по существу, представляет собой несостоявшуюся экспортную операцию.

Основной признак такой операции – пересечение товаром границы своей страны дважды: при ввозе и вывозе.

К реимпортируемым товарам предъявляются следующие требования:

– они должны находиться в том же состоянии, в котором были в момент экспорта;

– должны быть ввезены обратно в течение 10 лет с момента экспорта.

При реимпорте товаров в течение 3 лет с момента экспорта таможенный орган РФ возвращает уплаченные вывозные таможенные пошлины и налоги.

При реимпорте товаров лицо, перемещающее товары, возвращает суммы, полученные в качестве выплат или в результате иных льгот, предоставленных при экспорте товаров.

Причины, по которым может происходить реимпорт:

1) возврат забракованных покупателем товаров;

2) возврат товаров, не проданных на аукционах и биржах.

Основной признак такой операции – пересечение товаром границы своей страны дважды: при ввозе и вывозе.

Помещение товаров под процедуру реимпорта возможно при соблюдении ряда условий:

– при вывозе с таможенной территории Российской Федерации товары находились в свободном обращении или были продуктами переработки иностранных товаров;

– товары заявлены к процедуре реимпорта в течение трех лет после пересечения ими при вывозе таможенной границы, данный срок может быть продлен при определенных обстоятельствах;

– товары находятся в том же состоянии, в каком они были вывезены с таможенной территории Российской Федерации, за исключением изменений, происшедших вследствие естественного износа или естественной убыли при нормальных условиях транспортировки, хранения или использования (эксплуатации);

– уплачены суммы ввозных таможенных пошлин, налогов, субсидий и иные суммы, подлежащие возвращению в Федеральный бюджет при реимпорте товаров.

Установленный общий срок (три года), в течение которого возможно помещение товаров под процедуру реимпорта, имеет исключения в отношении оборудования, используемого для строительства, промышленного производства, добычи полезных ископаемых и в других подобных целях.

При необходимости срок временного вывоза может таможенным органом продлеваться по мотивированному запросу заинтересованного лица. Обратный ввоз в процедуру реимпорта ранее вывезенных товаров возможен при соблюдении трехгодичного срока.

Только в этом случае обратный ввоз освобождается от уплаты таможенных пошлин, налогов.

Для соблюдения данного условия заинтересованное предприятие должно до истечения указанного срока ввезти ранее вывезенные товары.

При несоблюдении трехгодичного срока заинтересованное предприятие должно поместить «обратно ввозимые» товары под процедурой выпуска для внутреннего потребления. Для этого необходима уплата таможенных пошлин, налогов и соблюдение всех ограничений, установленных законодательством о государственном регулировании внешнеторговой деятельности, т.е. речь идет о дополнительных расходах.

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

К **основным коммерческим** относятся операции:

- по обмену товарами в материальной форме (коммерческий экспорт и импорт);
- по обмену научно-техническими знаниями в форме торговли патентами, лицензиями, «ноу-хау»;
- по обмену техническими услугами (консультативный и строительный инжиниринг);
- арендные;
- по международному туризму;
- по предоставлению консультационных услуг в области информации и совершенствования управления, по обмену кинофильмами и телепрограммами.

Обеспечивающими международный товарооборот являются операции:

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

– по ведению международных расчетов.

Эти операции получили название **операций товародвижения**.

Классификацию внешнеторговых операций можно также осуществлять на основании следующих признаков:

В зависимости от направлений торговли:

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

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

- внешнеторговые операции по купле-продаже товаров;
- внешнеторговые операции по купле-продаже услуг;
- внешнеторговые операции по купле-продаже результатов творческой деятельности (товар – **товар**).

Товарообменные операции:

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

По группам товаров:

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

По степени готовности товаров:

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

В международной торговой практике используются два основных метода осуществления внешнеторговых операций: **прямой** и **косвенный**.

Прямой метод (direct) предполагает установление прямых связей между производителем (поставщиком) и конечным потребителем: поставку товаров непосредственно конечному потребителю и закупку товаров непосредственно у самостоятельного производителя на основе договора купли-продажи.

Косвенный метод (indirect) предполагает покупку и продажу товаров через торгово-посредническое звено на основе заключения специального договора (соглашения) с торговым посредником, предусматривающего выполнение последним определенных обязательств в связи с реализацией товара продавца.

Прямой метод используется фирмами чаще всего:

– при продажах и закупках на внешних рынках промышленного сырья на основе долгосрочных контрактов:

– при экспорте крупногабаритного и дорогостоящего оборудования;

– при экспорте стандартного многосерийного оборудования через собственные заграничные филиалы и дочерние компании, имеющие свою розничную сеть;

– при закупках сельскохозяйственных товаров непосредственно у фермеров-производителей в развивающихся странах.

При прямом методе торговли возникает определенная финансовая выгода, поскольку:

– сокращаются издержки на сумму комиссионного вознаграждения посреднику,

– снижаются риск и зависимость результатов коммерческой деятельности от возможной недобросовестности или недостаточной компетенции посреднической организации.

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

– наличие коммерческой квалификации и большого торгового опыта (В противном случае финансовые издержки не только не сократятся, но могут значительно возрасти);

– наличие разветвлённого аппарата фирмы за рубежом;

– наличие крупных начальных капитальных вложений.

Косвенный метод используется:

– при сбыте стандартного промышленного оборудования;

– при сбыте потребительских товаров;

– при реализации второстепенных видов продукции;

– на отдельных труднодоступных рынках и рынках малой емкости;

– при сбыте новых для рынка товаров;

– при малом объеме экспортных операций;

– при реализации товаров мелкими и средними производителями;

– при отсутствии собственной сбытовой сети;

– при условии, если торговля монополизирована крупными торгово-посредническими фирмами.

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

– повышения оперативности при сбыте товаров;

– реализации товаров на более благоприятных для продавца условиях за счет быстрого учета посредниками конъюнктуры товаров на внешнем рынке;

– повышения конкурентоспособности товаров благодаря сокращению сроков поставок со складов;

- привлечения финансовых средств посредников в виде авансов, кредитов на создание их сбытовой сети;
- получения достоверной информации от посредника об оценке качества и конкурентных свойствах товара.

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

Технология проведения экспортно-импортной операции предусматривает *ряд циклов*:

Нулевой цикл: создание предпосылок для экспорта или импорта; здесь идет выяснение экспортных возможностей и импортных потребностей.

Первый цикл: предоперационная деятельность; складывается из следующих шагов:

- экспортер исследует рынок и делает предложение о продаже;
- импортер исследует рынок и делает запрос или заказ;
- экспортер подтверждает получение запросов или заказов от импортеров и анализирует их условия;
- импортер подтверждает получение предложений от экспортеров и анализирует их условия;

– экспортер делает выбор торгового партнера; импортер соглашается (или не соглашается) с этим выбором. Начальным этапом в этом процессе являются предварительные переговоры, которые иногда называются трактацией сделки. Переговоры ведутся почтовой или телеграфной перепиской, по телефону или во время личных встреч представителей обеих сторон. Инициатива вступления в переговоры может быть проявлена как покупателем, так и продавцом. Покупатель либо откликается на объявление или другой вид рекламы продавца, либо обращается к известной ему фирме с запросом прислать предложение о партии товара или оферту (предложение заключить договор). Продавец может сам направить такую оферту фирме как возможному покупателю. Однако оферта направляется будущему партнеру только после того, как стороны обменялись письмами о намерении. Суть их заключается в том, что одна из сторон, заинтересованная в заключении контракта и узнавшая о наличии возможного партнера, обращается к нему с просьбой ответить, есть ли у нее желание и возможность заключить сделку, указывая в своем письме самые общие желательные для нее условия: предмет сделки, возможные сроки ее исполнения, ориентировочную цену. Эти письма, как и протоколы встреч сторон о намерении заключить сделку, не порождают правовых последствий. Лишь после выявленного согласия на заключение контракта одна из сторон составляет оферту, а другая решает вопрос об акцепте (подтверждении) контракта.

По общему правилу, коммерческое предложение (оферта) должно содержать: точное и сокращенное наименование продавца; его торговую марку, фирменный знак; наименование товара; краткую и достаточную характеристику товара; предлагаемый объем поставки; минимальное количество поставляемого товара в партии; сведения об упаковке; условия поставки; цену на условиях поставки за штуку и за партию; сроки поставки; порядок оплаты; оптовую скидку, реквизиты продавца (в коммерческой практике под офертой обычно понимается предложение товара, следовательно, оферта может быть сделана только продавцом, а не покупателем).

Второй цикл: заключение контракта; складывается из следующих шагов:

- экспортер подтверждает заказ и готовит проект контракта;
- импортер готовит проект контракта;
- экспортер и импортер согласовывают контракт в ходе переговоров.

При подписании контракта все его страницы, в том числе спецификаций, изменений и дополнений к контрактам, должны быть пронумерованы и подписаны с каждой стороны одним из лиц, подписывающих контракт в целом. Перед подписанием контракта необходимо проверить полномочия представителей иностранной стороны.

По общему правилу, контракт, подписанный лицом, не имеющим полномочий на его подписание, не вступает в юридическую силу. В случаях если такой контракт начинает исполняться, он может быть признан действительным судом, т.к. начало фактического исполнения контракта свидетельствует о том, что руководитель организации одобрил эту сделку и взял на себя предусмотренные контрактом обязательства на указанных в нем условиях.

После подписания контракта вся предшествующая переписка и предшествующие договоренности, достигнутые на переговорах, утрачивают силу, и в отношении сторон действуют только обязательства, зафиксированные в контракте. В контракте обязательно должно быть указано место и даты подписания. Изменения и дополнения к контрактам, их аннулирование допускается при прямых внешнеэкономических связях по согласованию сторон. Подлинные экземпляры контрактов с приложениями, а также изменения, дополнения к ним передаются после их подписания обычно в 10-дневный срок на хранение в торговый, товарный, сбытовой отделы, регистрируются в специальном журнале и хранятся как документы строгой отчетности.

Третий цикл: обеспечение выполнения контракта; складывается из следующих шагов:

- экспортер, при необходимости, оформляет экспортную лицензию;
- импортер дает экспортеру инструкции по транспортировке;
- экспортер изготавливает и отгружает товар;
- экспортер или импортер страхуют груз;

– экспортер и импортер обеспечивают необходимые документы для перехода груза через границу;

– банк импортера переводит деньги экспортеру.

Исполнение внешнеэкономических сделок должно осуществляться с соблюдением правил деловой этики. Следует помнить, что ненадлежащее их исполнение не только причиняет убытки другой стороне, но и снижает коммерческую репутацию неисправной стороны, может повлечь за собой включение в последующие договоры, в том числе с другими партнерами, повышенных требований и неблагоприятных для нее условий, например более высокой неустойки, дополнительных гарантий исполнения и т.д. При заключении внешнеэкономических сделок стороны особое внимание уделяют способам обеспечения обязательств, т.е. тех мер, которые они могут применять к контрагенту в случае неисполнения обязательства должником, в результате чего кредитору наносится имущественный или моральный ущерб.

Четвертый цикл: отгрузка и перевозка товаров; складывается из следующих шагов:

– экспортер готовит товар к отгрузке и по готовности информирует импортера;

– экспортер обеспечивает транспортировку груза до пункта назначения;

– импортер обеспечивает своевременную подачу транспорта в пункте назначения;

– таможенный орган страны экспортера производит досмотр груза;

– экспортер и импортер получают информацию о переходе груза через границу;

– таможенный орган страны импортера производит досмотр груза, взыскивает пошлины и сборы и дает разрешение на получение груза (это называется таможенная очистка груза).

Таможенное оформление (очистка) груза подразумевает подачу в таможенный орган определенного пакета документов, к перечню которых мы вернемся чуть позже, и уплаты установленных таможенных платежей. Именно на основании этих документов, уполномоченный таможенный орган и принимает решение о разрешении ввоза, вывоза или транзита груза по территории РФ.

Таможенная очистка – термин, с которым можно столкнуться, занимаясь ВЭД (внешнеэкономической деятельностью). А перевоз груза через границу также является одним из видов ВЭД. Таможенная очистка, по сути своей, – это не что иное, как та же растаможка (таможенное оформление) груза, только лишь названная иным «именем». К слову, официального понятия «таможенная очистка» в Таможенном кодексе РФ нет. Это нечто среднее, между растаможкой груза и таможенным оформлением груза, т.е. то же понятие, только названное более офици-

альным языком. Можно также сказать, что таможенная очистка – это обобщенное понятие, включающее в себя таможенное оформление груза, уплату соответствующих пошлин и выполнение различных иных административных действий, направленных на легализацию груза. То же самое можно сказать и о растаможке груза, таможенном оформлении груза.

Иными словами, все эти понятия определяют одно – комплекс мер, направленный на легализацию груза для страны ввоза.

Пятый цикл: выполнение расчетных операций; складывается из следующих шагов:

– импортер направляет экспортеру подтверждение о получении груза;

– экспортер направляет импортеру коммерческий счет;

– импортер оплачивает груз.

Выбор конкретной формы расчетов, в которой будут осуществляться платежи по внешнеторговому контракту, определяется по соглашению сторон – партнеров по внешнеторговой сделке.

Порядок проведения расчетов за экспортируемые и импортируемые товары (услуги) регламентируется законодательством страны, а также подчиняется международным правилам документального оформления и оплаты платежных документов.

Шестой цикл: заключительные операции; складывается из следующих шагов:

– экспортер и импортер составляют отчеты о реализации контракта;

– проводятся переговоры по результатам анализа отчетов;

– намечаются мероприятия по необходимому в соответствии с проведенным анализом совершенствованию коммерческой деятельности.

Ключевые слова: *Внешнеторговая операция, экспорт, реэкспорт, импорт, реимпорт, основные и обеспечивающие внешнеторговые операции, прямой и косвенный методы осуществления внешнеторговых операций.*

Контрольные вопросы

1. Виды внешнеторговых операций. Их классификация.
2. Влияние развития импорта и экспорта на стоимость иностранной валюты.
3. Порядок проведения внешнеторговых операций.
4. Методы осуществления внешнеторговых операций.
5. Условия применения прямого и косвенного методов осуществления внешнеторговых операций.
6. Технология проведения экспортно-импортной операции.
7. Чем отличается внешнеэкономическая деятельность от внешне-торговой деятельности?

Задания по теме

Задание 1.

Продолжите предложения:

а) Деятельность, направленная на продажу товара иностранному партнеру (покупателю) с вывозом его из страны продавца, называется....

б) Деятельность, связанная с закупкой у иностранного продавца и ввозом иностранных товаров, технологий и услуг в страну покупателя для последующей реализации на внутреннем рынке, называется....

в) Вывоз ранее ввезенного из-за границы товара без какой-либо переработки называется....

г) Ввоз из-за границы ранее вывезенных отечественных товаров, не подвергшихся там переработке, называется....

Задание 2. Установите соответствие между видами международных коммерческих операций и их составляющими:

1) Основные	а) Международные операции по обмену услугами;
2) Обеспечивающие	б) международные перевозки грузов;
	в) международные операции по обмену товарами в материально-вещественной форме;
	г) международные посреднические услуги;
	д) международные операции по обмену результатами научно-технической и творческой деятельности

Задание 3. Установите соответствие между методами осуществления международных коммерческих операций и их составляющими:

1) Прямой метод	а) Импортный контракт;
2) Косвенный метод (операции посреднического звена)	б) договоры поручения;
	в) договоры комиссии;
	г) экспортный контракт;
	д) агентские соглашения;
	е) договоры со сбытовыми посредниками – дистрибьюторами;
	ж) договоры с простыми посредниками

Задание 4. Расположите этапы внешнеторговой сделки в правильной последовательности:

а) установление делового контакта с партнерами;

б) определение условий поставки и расчеты по ее выполнению;

в) оформление заказа покупателем;

г) исполнение заказа продавцом;

д) проведение переговоров с партнёрами.

Задание 5. Выберите правильные варианты ответа. **Приняв решение о целесообразности выхода на внешние рынки, фирма считала, что она должна выбрать такой способ осуществления этого, при котором риск предпринимательской деятельности является минимальным. Поэтому предпочтение было отдано:**

- а) прямому экспорту;
- б) косвенному экспорту;
- в) созданию торгового представительства;
- г) организации стратегического союза.

Тема 2. КЛАССИФИКАЦИЯ СУБЪЕКТОВ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

Выступающие на мировом рынке фирмы различают:

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

Классификация фирм по виду хозяйственной деятельности и характеру совершаемых операций

По этой классификации различают следующие виды фирм: **промышленные, торговые, транспортные, транспортно-экспедиторские, страховые, арендные, фактор-фирмы, консалтинговые, юридические, инжиниринговые, аудиторские и другие.**

Промышленные фирмы. В основе их деятельности производство товаров (обычно к таким фирмам относятся те, в которых более 50% оборота приходится на производство промышленной продукции). Для большого числа крупных фирм США, Германии, Японии и других стран характерно превращение их в сложные многоотраслевые комплексы, объединяющие большое количество промышленных предприятий различных отраслей и различного производственного профиля, а также торговые и транспортные компании, научно-исследовательские институты и лаборатории, проектно-конструкторские бюро.

Торговые фирмы в основном занимаются осуществлением операций по купле-продаже товаров. Они могут либо входить в систему сбыта крупных промышленных компаний, либо существовать независимо юридически и в хозяйственном отношении и осуществлять торгово-посреднические операции.

Транспортные фирмы специализируются на отдельных видах перевозок, поэтому они делятся на судоходные, автомобильные, авиационные и железнодорожные.

Транспортно-экспедиторские фирмы специализируются на осуществлении операций по доставке товаров покупателю, выполняя поручения промышленных, торговых фирм. Функции транспортно-экспедиторских фирм весьма многообразны: проверка состояния тары и упаковки, маркировки, оформление товаросопроводительных документов, оплата стоимости перевозки по поручению грузовладельцами, осуществление погрузочно-разгрузочных работ, хранение, страхование, осуществление таможенных операций, организация контейнерных перевозок и др.

Страховые фирмы, осуществляющие страхование грузов при Международных морских, авиационных, автомобильных и железнодорожных перевозках, играют существенную роль на мировом рынке. Подавляющая часть страховых операций сосредоточена в руках страховых компаний-гигантов, господствующее положение среды которых занимают компании США. На долю последних приходится свыше 60% объема страховых операций, совершаемых на мировом рынке.

Арендные (лизинговые) фирмы. Лизинг-долгосрочная (от 6 месяцев до нескольких лет) аренда машин, оборудования, транспортных средств, сооружений производственного назначения и др. В настоящее время в США 30% общего объема капиталовложений приходится на лизинговые операции, в Англии, Франции – 13–17%, Италии, Голландии – 12–14%, Австрии, Дании – 8–10%.

Фактор-фирмы. Как и лизинг, факторинг – это достаточно новый вид услуг в области финансирования, предназначенный, в первую очередь, для новых мелких и средних фирм. Им занимаются специальные фактор-фирмы, которые, как правило, связаны с банками либо являются их дочерними фирмами.

Факторинг – разновидность торгово-комиссионной операции, сочетающейся с кредитованием оборотного капитала клиента; включает финансирование дебиторской задолженности клиента, кредитование и гарантию.

Консалтинговые фирмы оказывают консультативную помощь по широкому кругу вопросов экономической деятельности предприятий, фирм, организаций. Консалтинговые фирмы представляют услуги: по исследованию и прогнозированию рынка (товаров, услуг, лицензий и т.д.), цен; по оценке торгово-политических условий; по разработке технико-экономических обоснований для различных объектов; по решению проблем управления производством, фирмой; по разработке маркетинговых программ, экспортной стратегии и т.д.

Юридические фирмы оказывают все виды юридических услуг.

Инжиниринговые фирмы оказывают инженерно-консультационные услуги, выделенные в самостоятельную сферу деятельности, комплекс услуг коммерческого характера по подготовке и обеспечению процесса производства и реализации продукции, по обслуживанию строительства и эксплуатации промышленных, инфраструктурных объектов.

Аудиторские фирмы проверяют состояние финансово-хозяйственной деятельности субъектов независимо от форм собственности и видов деятельности.

Классификация фирм по правовому положению

Правовое положение фирм в зарубежных странах весьма различно и определяется торговым и гражданским правом каждой страны. Обыч-

но все фирмы, зарегистрированные в торговом реестре данной страны, являются юридическими лицами, то есть выступают в гражданском и торговом обороте в качестве самостоятельного субъекта права.

При заключении сделки с иностранным партнером на мировом рынке чрезвычайно важно знать его правовое положение для того, чтобы установить, кто и в каком размере несет ответственность по обязательствам, принимаемым на себя фирмой, т.е. кто будет оплачивать долги фирмы, если она обанкротится, кто представляет фирму. От правового положения фирмы зависит, кому предоставляется право (полномочие) заключать сделки от имени фирмы. Право это должно быть обязательно оформлено доверенностью. Необходимо знать и пределы этих полномочий, потому что если сделка подписана представителем фирмы, не имевшим соответствующих полномочий или превысившим свои полномочия, фирма-контрагент ответственности за такую сделку не несет, т.е. может отказаться от выполнения обязательств.

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

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

Полное товарищество – объединение двух или более лиц для осуществления предпринимательской деятельности с целью извлечения прибыли. Обычно создаются кооперативные объединения (кредитные, сбытовые). Их капитал складывается из взносов – паев, размер которых определяется уставом кооперативного объединения. Форма полного товарищества, как правило, не имеет большого распространения за рубежом (да и в России тоже) и применима лишь для мелких и средних предприятий.

Ответственность по обязательствам товарищества несут все его члены всем принадлежащим им имуществом в солидарной форме, а гарантий защиты полных товариществ от банкротства пока, к сожалению, нет. Все это и обуславливает непривлекательность для крупного капитала такой формы.

Коммандитное товарищество состоит из двух групп участников: полных товарищей, отвечающих за долги товарищества всем своим имуществом, и коммандитистов, участвующих в деятельности товарищества лишь своими вкладами. В соответствии с внесенными вкладами они получают прибыль и не принимают участия в управлении делами товарищества, отвечая по его долгам лишь в пределах своих вкладов. Фирменное наименование такого товарищества включает в себя имена

одного или нескольких полных товарищей с добавлением слов «и компания».

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Дочерние компании являются юридически самостоятельными. Заключение сделок и вся документация таких фирм (составление балансов) ведутся отдельно от материнской компании. Они имеют достаточную финансовую базу и имущество. Материнская компания не несет никакой ответственности по обязательствам своих дочерних компаний. Вместе с тем, она осуществляет контроль за деятельностью принадлежащих ей дочерних компаний, который обеспечивается владением контрольных пакетов акций. Он состоит также в определении состава правления, назначении директоров, которые, в свою очередь, обязаны принимать указания от контролирующей фирмы, отчитываться перед ней.

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

Классификация фирм по характеру собственности

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

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

В международной практике сложились определенные типы монополистических объединений, которые различаются в зависимости от целей объединения, характера хозяйственных отношений между их участниками, степени самостоятельности входящих в монополистическое объединение предприятий. Это – **картели, синдикаты, тресты, кон-**

черны, пулы, консорциумы, промышленные холдинги, финансово-промышленные группы.

Картель – одна из форм монополии, при которой ее участники (как правило, предприятия одной отрасли), предполагая совместную коммерческую деятельность и сохраняя производственную и коммерческую самостоятельность, договариваются между собой о ценах, разделе рынка, обмене патентами, регулировании сбыта с помощью установленных квот, товарных цен, условий реализации. Целью образования картеля является получение монопольной прибыли. Картельные соглашения носят закрытый характер. В качестве примера можно назвать Международный электротехнический картель, членами которого являются 55 ведущих электротехнических компаний из 11 стран.

Синдикат – вид монополистического объединения предпринимателей в целях ограничения конкуренции, повышения цен, увеличения прибыли. Это более жесткая разновидность картеля, при которой для всех участников синдиката сбыт или снабжение осуществляется одним предприятием. Синдикат берет на себя реализацию товаров предприятий, своих членов, лишая их коммерческой самостоятельности. При этом самостоятельность в области производства сохраняется.

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

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

Концерн – это объединение самостоятельных предприятий, связанных посредством системы участия, персональных уний, патентно-лицензионных соглашений, финансирования, тесного производственного сотрудничества. Он включает в себя предприятия разных отраслей промышленности, банков, транспорта, торговли и осуществляет совместную деятельность **на основе добровольной централизации функций** (финансовой, научно-технической, производственной, инвестиционной, внешнеэкономической). Они остаются юридическими лицами, однако их деятельность подчинена и полностью контролируется головной компанией.

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

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

установленной пропорции. В качестве одной из особенностей пулов можно назвать временный характер объединения компаний.

Консорциум – это временный хозяйственный союз независимых фирм или организаций, целью которого могут быть разные виды их скоординированной предпринимательской деятельности. В международной торговле они чаще всего создаются для совместной борьбы за получение заказов и для их совместного исполнения.

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

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

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

Холдинговые компании (системы) включают в себя головную (материнскую) фирму, дочерние фирмы, внучатые фирмы.

Дочерние предприятия не могут владеть акциями самой холдинговой компании. А **материнская** компания, имея 5% акций дочерних фирм, эффективно контролирует их деятельность.

В результате материнская фирма реально распоряжается собственностью, во много раз превышающей фактически принадлежащую ей. Это приводит к концентрации капитала, облегчает решение крупных финансовых и хозяйственных задач, обеспечивает слаженность действий многих компаний.

Финансово-промышленная группа (ФПГ) – разновидность концерна, при котором в состав объединения предприятий обязательно входит кредитная организация – банк. ФПГ – это объединение, с одной стороны, организаций, имеющих свободные денежные средства (банков, финансовых и инвестиционных фондов и т.д.), а с другой – предприятий и организаций, испытывающих потребность в инвестициях и других заемных средствах. В отличие от концерна во главе финансовой группы стоит один или несколько банков, которые распоряжаются денежным капиталом входящих в нее компаний, а также координируют все сферы их деятельности. По сравнению с другими видами объединений финансово-промышленная группа отличается меньшей степенью организационной оформленности.

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

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

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

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

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

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

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

Классификация фирм по принадлежности капитала и контролю

По этой классификации различают фирмы: **национальные, иностранные и совместные**.

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

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

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

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

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

Классификация фирм по сфере деятельности

К числу **международных** относят фирмы, сфера производственной и коммерческой деятельности которых распространяется на зарубежные страны. По капиталу и контролю большинство из них – национальные.

Главенствующую позицию среди юридических лиц в международной торговой системе занимают **транснациональные корпорации (ТНК)** – компании, юридически созданные в одной стране, осуществляющие свою деятельность в других странах.

Их влияние на мировую экономику растет с каждым годом. На сегодняшний день на внутрифирменную торговлю в рамках ТНК приходится около 60% всей мировой торговли.

В международно-правовых документах и в практике ООН существуют два понятия: «**транснациональная компания**» и «**многонациональная компания**». Многонациональные компании принадлежат государству или контролируются им; транснациональные компании находятся в собственности частных лиц.

***Ключевые слова:** полное товарищество, коммандитное товарищество, акционерное общество, общество с ограниченной ответственностью, холдинговые компании, филиалы, дочерние компании, ассоциированные компании, картели, синдикаты, тресты, концерны, пулы, консорциумы, промышленные холдинги, финансово-промышленные группы, национальные, иностранные и совместные предприятия, транснациональные корпорации (ТНК).*

Контрольные вопросы

1. Классификация фирм по виду хозяйственной деятельности и характеру совершаемых операций.
2. Классификация фирм по правовому положению.
3. Классификация фирм по характеру собственности.
4. Классификация фирм по принадлежности капитала и контролю.
5. Классификация фирм по сфере деятельности.

Задания по теме

Выберите правильные варианты ответа.

1. По характеру собственности различаются фирмы:

- а) частные, кооперативные, ООО;
- б) частные, кооперативные, ОАО;
- в) частные, кооперативные, торговые;
- г) частные, кооперативные, государственные;
- д) частные, кооперативные, государственные, совместные;
- е) частные, кооперативные, национальные.

2. Какая цель ставится при образовании картелей?

- а) получение монопольной прибыли;
- б) обмен идеями и новациями среди участников картеля;
- в) ограничение конкуренции;
- г) повышение цен;
- д) повышение нормы прибыли.

3. Временный хозяйственный союз независимых фирм, целью которого является координация предпринимательской деятельности, называется:

- а) картель;
- б) трест;
- в) концерн;
- г) синдикат;
- д) консорциум;
- е) пул.

4. Отсутствие чётко выраженной доминирующей продукции присуще:

- а) холдингу;
- б) конгломерату;
- в) концерну;
- г) тресту.

5. Объединение, созданное для реализации инвестиционных и других программ, называется:

- а) стратегический альянс;
- б) союз;

- в) ФПГ;
- г) консорциум.

6. Тип монополистических объединений, который не занимается производственной деятельностью, а только осуществляет контроль за деятельностью входящих в него предприятий:

- а) трест;
- б) холдинг;
- в) концерн;
- г) конгломерат;
- д) пул.

Тема 3. СОДЕРЖАНИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОГО КОНТРАКТА КУПЛИ-ПРОДАЖИ

Контракт – это соглашение сторон о намерениях, которое достигается с целью установления, изменения или прекращения прав и обязанностей. Время заключения контракта обычно определяется моментом, когда стороны достигли соглашения по предмету контракта. Так, контракт считается заключенным, когда продавец выразил желание продать данный товар по определенной цене, а покупатель в ответ подтвердил желание данный товар приобрести. Контракт считается заключенным на основании совпадения намерений сторон (соглашения), в какой бы форме – устной (даже по телефону) или письменной – оно ни состоялось.

Внешнеторговый контракт является основой внешнеэкономической деятельности российского предприятия. Он определяет правовую базу взаимоотношений сторон. Поэтому очень важно правильно оформить его, надлежащим образом изложить в нем условия сделки и защитить свои интересы.

В свою очередь, контракт считается международным, если договаривающиеся стороны находятся на территории разных государств. Такое толкование международного контракта дано в конвенции ООН о договорах международной купли-продажи (Венской конвенции 1980 г.).

В соответствии с ГК РФ контракт, как и любой договор, должен заключаться в простой письменной форме. Нарушение этого требования ведет к признанию сделки недействительной (п. 3 ст. 162 ГК РФ). Венская конвенция допускает иную форму заключения договора, в ней не содержится требования об обязательном применении письменной формы договора. Однако всем государствам, подписавшим Конвенцию, предоставлено право заявить в любое время о том, что к ним неприменяема данная норма Конвенции в связи с тем, что их национальное законодательство требует, чтобы заключение договора купли-продажи, его изменение, прекращение, а также оферта, акцепт или любое иное выражение намерений совершалось в письменной форме. СССР при подписании Венской конвенции такое заявление сделал. По правопреимственности оно распространяется и на Россию. Поэтому все контракты российских коммерческих предприятий должны заключаться в письменной форме.

Гражданский кодекс Российской Федерации признает письменной формой договора и различные нестандартные способы его заключения. Например, если сторона, получившая письменную оферту, выполнит указанные в ней условия в течение срока, отведенного для акцепта, – отгрузит товар, перечислит деньги – договор считается заключенным. Однако в этом случае предприятие не сможет выполнить требования

таможенно-банковского валютного контроля. Поэтому такой способ заключения внешнеторгового контракта для российских участников внешнеэкономической деятельности неприемлем.

Контракт как документ составляется со следующими основными целями:

- подтвердить факт достижения сторонами соглашения (контракта), а также зафиксировать его содержание;
- служить основанием (доказательством) для разрешения конфликтов в случае их возникновения;
- предотвратить возникновение конфликтов и недоразумений за счет документарного определения прав и обязанностей сторон (есть поговорка: «лучше иметь одно письменное доказательство, чем устные свидетельства 100 человек»).

Форма контракта

Контракты в зависимости от характера товара и формы сделки бывают самого разнообразного содержания, стиля и формы – от сравнительно простых до очень сложных.

Внешнеторговые контракты заключаются партнерами из стран с отличающимися законодательством и торговой практикой. В силу этого (из-за опасений, что возникновение не определенных контрактом условий может привести к конфликту между сторонами) существует тенденция в тексте контракта насколько возможно подробно предусматривать различные ситуации, что обычно приводит к усложнению и детализации содержания контракта. С другой стороны, при заключении договора о купле-продаже несложного товара без особого риска для обеих сторон не имеет смысла каждый раз специально создавать детальный контракт, так как это неоправданно снижает эффективность делопроизводства.

Типовой контракт – это примерный договор или ряд унифицированных условий сделки, изложенных в письменной форме.

Эти условия должны быть сформулированы заранее с учетом торговой практики или обычаев и приняты договаривающимися сторонами после согласования с требованиями конкретной сделки.

Типовой контракт представляет собой образец (проект) договора и служит основой переговоров о заключении внешнеторговой сделки. Он может изменяться и дополняться сторонами. Условия соответствующего типового контракта становятся обязательными для сторон только тогда, когда они воспроизведены в заключенном сторонами договоре или в нем содержится прямая отсылка к таким условиям.

Типовые контракты разрабатываются заинтересованными международными организациями, союзами предпринимателей, биржами, торговыми палатами, крупными фирмами.

Существуют более 30 вариантов типовых контрактов.

Структура и содержание контракта могут быть различными в зависимости от характера товара и условий соглашения. Обычно условия контракта располагаются по мере их важности для данной сделки либо исходя из последовательности действий сторон по исполнению договора.

Что касается внешнего оформления контракта и его содержания, то на сегодняшний день существуют «Рекомендации по минимальным требованиям к обязательным реквизитам и форме внешнеэкономических контрактов», разработанные и утвержденные бывшим Министерством внешнеэкономических связей Российской Федерации совместно с ГТК России и ВЭК России во исполнение распоряжения Правительства Российской Федерации от 16. 01. 96 г. № 55-р.

Далее мы рассмотрим пункты контракта **купли-продажи** товаров с примерными формулировками.

Контракт купли-продажи содержит следующие пункты (разделы, статьи).

Преамбула предшествует тексту контракта и начинается со слова **«контракт»** в середине страницы и согласованный продавцом и покупателем его номер.

Далее в преамбуле указываются место и время заключения контракта, а также фирменные наименования сторон и их местонахождение (название страны и города). Дается определение сторон как контрагентов. Например, **«Продавец»** и **«Покупатель»**. **Адреса Покупателя и Продавца**, как юридические, так и почтовые, указываются полностью. Кроме того, должен быть указан контактный телефон, факс, телекс.

По российскому законодательству порядок подписания сделок, в том числе и внешнеэкономических, определяется учредительными документами организации. Порядок подписания внешнеэкономических контрактов применительно к иностранному юридическому лицу определяется законодательством того иностранного государства, где учреждено это юридическое лицо.

Как правило, контракт заключают (подписывают) президент и генеральный директор **«по положению»**, поскольку их фамилии указаны в уставах организаций как лиц, полномочных подписывать коммерческие документы.

Если от имени какой-либо стороны контракт подписывает лицо, не указанное в уставе, то оно должно иметь на это полномочие в виде доверенности, в которой указано, что, например, «г-ну Петрову В.Н. поручено подписать (или подписывать) контракты».

По общему правилу контракт, подписанный лицом, не имеющим полномочий на его подписание, не вступает в юридическую силу. В случаях если такой контракт в коммерческой практике начинает исполняться, он может быть признан действительным судом или арбитраж-

ным судом, поскольку начало фактического исполнения контракта свидетельствует о том, что руководитель организации впоследствии одобрил эту сделку и взял на себя предусмотренные контрактом обязательства на указанных в нем условиях.

Развернутая форма определения сторон принята в отношениях с контрагентами из стран СНГ и при заключении внутрироссийских договоров.

Предмет контракта (наименование товара) Предмет контракта описывает действие или совокупность действий, определяющих тип и характер условий заключаемой сделки, вид действия: поставка товаров за границу (экспорт) или поставка зарубежных товаров в Россию (импорт).

Объект контракта – это сам товар, продукция, а также результат производственного и научно-технического сотрудничества, приобретающий при реализации форму товара.

Количество товара

Условие «количество товара» может быть выделено в отдельную статью, а может быть объединено с другими (например с предметом контракта), но в любом случае в него включаются:

- объем закупки;
- единица измерения количества;
- система мер и весов;
- порядок определения количества;
- оговорка о включении (невключении) упаковки и тары в количество.

Количество товара указывается в характерных для него единицах измерения веса, объема, длины, в штуках, комплектах и т.п.

Оно может быть определено либо твердо фиксированной величиной (например 300 т), либо в установленных пределах (например + 3%). Оговорка об отклонениях часто базируется на торговых обычаях: на зерно – $\pm 5\%$, кофе – $\pm 3\%$, лес – $\pm 10\%$, машины и оборудование – $\pm 5\%$.

В зависимости от того, включается ли тара и упаковка в количество, различают вес брутто, нетто, полубрутто, брутто за нетто.

Для товаров, подверженных естественной убыли (усушке, утруске, утечке), в контракт включают ее предельно допустимое значение и определяют, кто ее оплачивает.

Количество товара указывается в характерных для него единицах измерения: мерами веса, объёма, длины, площади, в штуках, в условных единицах, комплектах. При указании количества товара необходимо использовать метрическую систему мер, либо давать эквивалент в метрических единицах.

Ссылка на используемую систему мер необходима, так как страны Западной Европы, Латинской Америки, большинство стран Африки и Юго-Восточной Азии используют метрическую систему мер, США и

Канада – американскую. Следует учитывать и то, что под одноименными названиями (бочка, мешок, кипа, бушель) в разных странах понимается разное количество товара.

При торговле большими объемами массовых товаров, количество которых измеряется весовыми единицами, сложно выдержать вес фактически поставленного товара с точностью до десятков, а иногда и сотен тонн. Так, например, при поставке рудных материалов по железной дороге или судами их фактический вес может отличаться от зафиксированного в контрактах из-за изменения влажности. Для таких случаев в контрактах указываются допустимые отклонения в ту и другую сторону в процентах от номинального веса или делается оговорка «около».

При торговле машинами и оборудованием отклонение в весе до $\pm 5\%$ допускается и не штрафует.

Качество товара. Здесь устанавливается совокупность свойств (технико-экономических и эстетических), определяющих пригодность товара для использования его по назначению. Применяются различные способы определения качества, например: **по стандарту, по техническим условиям, по спецификации, по образцу, по описанию, по предварительному осмотру, по содержанию отдельных веществ в товаре, по выходу готового продукта, по натуральному весу, по размеру отдельных частей, по способу «гель-кель».**

По стандарту. Стандарт – это документ, в котором дается качественная характеристика товара (национальные стандарты, стандарты, разработанные союзами предпринимателей и ассоциациями, а также стандарты крупных фирм).

В контракте делается ссылка на номер и дату стандарта и указывается организация-разработчик.

По техническим условиям (при отсутствии стандартов и при необходимости установления специальных требований к качеству).

В контракте или приложении к нему дается подробная характеристика товара, описываются материалы, из которых он изготовлен, приводятся правила проверки и испытаний, т.е. сами технические условия.

По спецификации. Спецификация является частью контракта. В ней подробно указываются все технические параметры, указывается организация, составившая спецификацию.

По образцу. Предполагается установление качества товара в контракте в соответствии с определенным образцом, согласованным и подтвержденным сторонами и являющимся эталоном. Указываются количество образцов и порядок сличения товара с образцом (сплошное или выборочное сличение). Обычно один образец находится у покупателя, второй – у продавца, третий – у нейтральной стороны, которая обязательно указывается в контракте. Определяется также срок хранения образцов после поступления последней партии товара.

По описанию. В контракте приводится подробная характеристика всех свойств товара. Этот способ используется для определения качества товаров, обладающих индивидуальными признаками, например фруктов.

По предварительному осмотру (обычно при продаже товаров на аукционах и со складов). По этому способу покупателю предоставляется право осмотреть всю партию товара в установленный срок. В контракте обозначается словами «осмотрено-одобрено».

Продавец гарантирует качество товара таким, каким его осмотрел и одобрил покупатель. В этом случае продавец фактически не отвечает за качество поставляемого товара, если только в нем не было скрытых недостатков, которые покупатель при осмотре установить не мог и о которых ему не было сообщено до совершения сделки.

По содержанию отдельных веществ в товаре.

Установление в контракте минимально допустимого содержания полезных веществ и максимально допустимого – нежелательных элементов или примесей в процентах. Например, в контрактах на металлы, руды, а также нефтепродукты показателем качества является содержание основного вещества и отдельных примесей (в нефтепродуктах – сернистость, в угле – зольность, в торговле сахаром – содержание сахарозы и т.д.)

По выходу готового продукта.

В контракте устанавливается показатель, определяющий количество конечного продукта, который должен быть получен из сырья (сахара-рафинада из сахара-сырца, пряжи из шерсти, масла из семян). Показатель в процентах или в натуральных величинах.

По справедливому среднему качеству.

В основном в контрактах на зерновые, где указывается, что качество товара должно соответствовать справедливому среднему качеству зерна в определённый период и в установленном месте отгрузки.

По натуральному весу.

В основном в контрактах на зерновые. Натуральный вес – это вес одного гектолитра (объёмной единицы) зерна. Здесь выражены физические свойства зерна (форма, величина зерна, наполненность, удельный вес) и даётся представление о количестве выхода муки и крупы из него.

По размерам отдельных частей товара.

В контрактах на сельдь, минтай, соль, уголь.

По способу «тель-кель».

Означает поставку товара «каким он есть». Продавец не несёт ответственности за качество поставляемого товара. Покупатель обязан принять товар независимо от его качества, если он соответствует наименованию (виду, сорту).

Этот способ применяется при продаже урожая зерновых, цитрусовых «на корню» (ещё не снятого), отходов, утильсырья, а также при морской перевозке грузов, когда продавец не несёт ответственности за ухудшение качества товара в пути. Иногда применяется при продаже леса на корню, с делянки.

Кроме этого, во внешнеторговой практике существуют специальные понятия:

- кондиция (quality requirements) – означает условие о качестве и упаковке товара;

- обычное экспортное качество (shipping quality).

Согласно ст. 35 Венской конвенции 1980 г. товар считается не соответствующим договору, если он:

- не пригоден для тех целей, для которых товар того же описания обычно используется;

- не пригоден для любой конкретной цели, о которой продавец прямо или косвенно был поставлен в известность покупателем во время заключения договора;

- не обладает качеством товара, предоставленного продавцом покупателю в качестве образца или модели.

В «Инкотермс» не уточнено, кто должен проводить проверки качества за счет продавца – его специалисты или специализированные контрольные фирмы, достоверность проверок которых, безусловно, неоспорима, но и услуги их недешевы. Поэтому, если при желании покупателя получить сертификат специализированной контрольной фирмы возникает вопрос о повышении цены, то этот вопрос должен решаться покупателем в зависимости от того, насколько важно для него получение качественного товара. Во всяком случае, должен стоять вопрос не о полной компенсации покупателем услуг контрольной фирмы, а только об оплате разницы по сравнению с затратами продавца на проверку товара специалистами поставщика.

Цена и общая стоимость контракта. В этом разделе, как правило, отражаются:

- цена единицы товара;

- валюта цены;

- базисные условия поставки товара;

- способ фиксации цены;

- общая сумма контракта.

Цена товара, по которой он реализуется на внешнем рынке, есть внешнеторговая цена (foreign trade price).

По согласованию сторон цены фиксируются в контракте в валюте одной из стран-контрагентов, либо в валюте третьей страны, или в международных валютных единицах.

Обычно устанавливается вид цены по способу фиксации и методу ее определения. Это – **твердые цены, подвижные цены, цены с последующей фиксацией, скользящие цены.**

Цена может быть зафиксирована в контракте в момент его заключения, на протяжении срока действия контракта или к моменту его исполнения. Все эти способы фиксации цен приняты международной торговой практикой.

Твердые цены согласовываются между продавцом и покупателем при заключении контракта. В тексте этого раздела делается оговорка: «Цены твердые и не подлежат изменению в ходе его исполнения до завершения взаимных расчетов». Они обычно применяются в сделках с немедленной поставкой товара, в контрактах на готовые изделия, цены которых относительно стабильны или при краткосрочных поставках (не более 1 года).

Подвижные цены фиксируются при подписании контракта и могут быть пересмотрены в случае изменения к моменту поставки рыночной цены. В контракте обязательно содержится оговорка о повышении и понижении цены. Пересмотр цены не производится, если соблюден допустимый минимум отклонения рыночной цены от контрактной (в пределах 2–5%). При установлении подвижной цены в контракте обязательно должен быть указан источник, по которому следует судить об изменении рыночной цены.

Для международной торговли характерна множественность цен. Один и тот же товар может продаваться по различным ценам в зависимости от места и времени его продажи, взаимоотношений между продавцом и покупателем. Цены могут различаться в зависимости от условий коммерческой сделки, характера рынка и источников ценовой информации. Для каждого конкретного рынка характерна своя рыночная цена.

Цены с последующей фиксацией применяется при длительных поставках товаров (более 1 года), требующих больших сроков изготовления, товаров, стоимость которых ставится в зависимость от их качества (при наличии в товаре определённой доли примесей или полезных веществ), а также товаров, цена которых подвержена значительным конъюнктурным колебаниям.

При этом стороны не устанавливают цены на момент подписания контракта, а оговаривают в контракте, что определяют их в период, близкий к моменту поставки (например в начале года; за 3 дня до контрактного срока поставки и т.д.), а также как и на основе каких источников будет определена цена.

Чаще всего цены с последующей фиксацией устанавливаются на сырьевые товары и полуфабрикаты, а за основу для определения цены берётся официальные публикации котировок международных и россий-

ских бирж. Например, в контракте может быть указано, что «цена на изделия из алюминиевого литья будет составлять 1,75 от средней котировки Лондонской биржи металлов на алюминий группы А, опубликованной в (источник) за 3 дня до контрактного срока поставки товара».

Таким же образом могут быть привязаны цены внутрироссийских контрактов и контрактов с партнерами из СНГ к котировкам международных или российских бирж. Источником цен могут быть также данные, публикуемые в различного рода справочниках, отраслевых журналах, а также цены, реально складывающиеся на рынке и подтвержденные доказательными (конкурентными) материалами.

Покупателю может быть предоставлено право выбора момента фиксации цены в течение срока исполнения сделки с оговоркой, какими источниками информации о ценах ему следует пользоваться для определения уровня цен.

При сделках на биржевые товары оговаривается по котировкам какой биржи и по какой рубрике котировочного бюллетеня будет определяться цена, а также срок, в течение которого покупатель обязан уведомить продавца о своем желании зафиксировать цену в контракте.

Скользкие цены применяются в контрактах с длительными сроками поставок, в течение которых экономические условия производства товаров могут существенно измениться. Чаще всего скользящие цены устанавливаются при торговле машинами и оборудованием со сроками поставки, превышающими один год, а также при исполнении больших по объему и продолжительных по времени подрядных работ.

Скользкая цена состоит из двух частей: базовой, устанавливаемой на дату предложения или подписания контракта, и переменной, определяемой на период изготовления или поставки товара.

Базовая цена рассчитывается продавцом на основе конкурентных материалов или других источников и согласовывается с покупателем при подписании контракта.

Чаще других на практике используется метод расчета скользящей цены, предложенный Европейской экономической комиссией ООН и изложенный в «Общих условиях экспортных поставок машинного оборудования». Тем не менее, в международной торговле используются и другие методы расчета скользящей цены.

При установлении скользящей цены в контракт могут быть внесены некоторые ограничения:

– в условиях повышательной конъюнктуры рынка в интересах импортера может быть установлен в процентах к договорной цене предел, в рамках которого пересмотр цены не производится, а также определен в процентах предел возможного изменения договорной цены (например, не свыше 10% общей суммы заказа), который называется лимитом скольжения;

– скольжение может распространяться не на всю сумму издержек производства, а лишь на определенные их элементы (например на металл при постройке судна) с указанием их величины в процентах от общей стоимости заказа;

– скольжение цены может быть предусмотрено не на весь срок действия контракта, а на более короткий период (например, на первые 6 месяцев от даты заключения контракта), так как в течение этого периода поставщик может закупить все необходимые материалы для выполнения заказа.

На практике иногда применяется смешанный способ фиксации цены, когда часть цены фиксируется твердо при заключении контракта, а часть – в виде скользящей цены.

Если в контракте купли-продажи по каким-либо причинам к моменту поставки стороны не договорились об уровне цены на товар, то контракт не теряет своей юридической силы, а исполнение договора должно быть оплачено по цене, которая в момент заключения договора обычно взималась за такие товары, продававшиеся при сравнимых обстоятельствах в соответствующей области торговли (ст. 55 Венской конвенции 1980 г.; п. 3 ст. 424 ГК РФ).

При определении уровня цен следует иметь в виду, что они носят региональный характер. Нет единых мировых цен, кроме цены на золото.

Контрактная цена товара не равна внутренней цене товара. Окончательная цена включает в себя множество различных поправок и скидок. Среди поправок наиболее важны:

1. *Поправка на технико-экономические параметры.* Поправка позволяет сравнивать технические параметры товара, на который устанавливается цена, и базового изделия с помощью параметров новизны.

2. *Поправка на комплектацию.* Поправка может выражаться в присутствии или отсутствии комплектующих изделий. Обычно цена комплектующих изделий составляет 15–20% от цены товара.

3. *Поправка на базисные условия поставок.* Она устанавливается путём учёта расходов на транспортировку, страхование товара, расходов на оформление таможенной документации. В такие расходы в зависимости от выбранного базиса, могут входить: погрузка (2% от цены товара), выгрузка (2%), фрахт (3%), стоимость тары и упаковки (12%), страхование (10%), таможенные пошлины и транспортная составляющая (если расстояние больше 2000 км, то транспортные расходы – 3%, если меньше 2000 км – 2% от цены).

Так как условия поставки продукции, содержащиеся в конкурентных материалах, могут различаться, то они должны быть приведены к сопоставимому виду. В практике мировой торговли импортные цены обычно приводят к условиям СИФ, экспортные – к условиям франко-завод или ФОБ.

4. *Поправка по срокам поставки (инфляционная)*. Необходимо учесть изменение цен на мировом рынке. Цена контракта будет расти пропорционально росту индекса цен в стране продавца.

5. *Поправка на условие платежа*. Платежи могут быть наличными или с отсрочкой, что равносильно платежу в кредит. При платеже наличными продавец предоставляет покупателю скидку. Платежом наличными является платеж в течение 30 дней после предъявления платежных документов. В мировой практике наиболее распространены две формы проведения платежей, аккредитив и инкассо, каждая из которых имеет свои недостатки и преимущества и предпочтительна в определенных случаях.

6. *Поправка на количество*. При увеличении серийности уменьшаются издержки производства. Продавцу выгоднее продать больше товара, а покупателю рекомендуется, делая запрос, указывать меньшее количество интересующего товара.

7. *Поправка на валюту*. В поправке происходит выбор валюты контракта. Происходит выбор методом пересчета цены товара в различные валюты по официальному курсу, а затем – выбор наиболее приемлемой.

Кроме указанных поправок на цену контракта влияют всевозможные скидки на уторговывание цены. Обычно в мировой практике предусматривается определенный процент завышения предлагаемой цены. Уровень этого завышения зависит от конъюнктуры рынка, деловой репутации фирмы и специфики предлагаемого товара. Например, цены коммерческих предложений завышены в среднем на 10%, прейскурантные цены – на 30%.

Большое значение при определении конкретной цены имеют различного рода **скидки с цены**, которых в практике международной торговли насчитывается не менее двадцати. Наибольшее применение имеют следующие виды скидок.

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

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

Прогрессивная скидка (за количество) дается покупателю, если была сделана поправка на увеличение количества товара, так как это ведет к уменьшению издержек производства на единицу товара (12%).

Скидки сконто. Предоставляются за оплату наличными и за досрочное окончание платежей (2%).

Временные скидки (сезонные). Скидки для потребителей, совершающих несезонные покупки (2%).

Поставщики-экспортеры предоставляют своим постоянным посредникам **дилерские скидки** при продаже автомобилей, тракторов, оборудования в среднем в объеме 15–20% розничной цены.

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

Экспортеры могут предоставлять **специальные скидки** привилегированным импортерам, в заказах которых они испытывают большую заинтересованность и которые являются их постоянными клиентами (6%).

Поставщик может предоставить также **экспортные скидки** для повышения конкурентоспособности своей продукции на внешнем рынке.

Возможно также предоставление **скрытых скидок** импортеру в виде снижения процентов за кредит, оказания бесплатных услуг и предоставления бесплатных образцов.

Базисные условия поставки. После согласования контрактной цены и объема поставляемой продукции рассчитывается общая стоимость контракта. Расходы, которые несет экспортер, включаются в цену товара. Они называются базисными.

При установлении в контракте купли-продажи базисных условий поставки стороны определяют, кто несет расходы, связанные с транспортировкой товара от продавца-экспортера к покупателю-импортеру (базисные условия во внутренней торговле не применяются). Эти расходы весьма разнообразны и составляют иногда 40–50% цены товара.

Базисные условия поставки могут включать:

- расходы по подготовке товара и отгрузке (проверка качества и количества, отбор проб, упаковка);
- оплату погрузки товара на перевозочные средства внутреннего перевозчика (водным, железнодорожным, автомобильным, авиационным и другими видами транспорта);
- оплату перевозки товара от пункта отправления до основных перевозочных средств;
- оплату расходов по погрузке товара на основные перевозочные средства в пункте экспорта;
- оплату стоимости транспортировки товара международным транспортом;
- оплату страхования груза в пути при морских перевозках;
- расходы по хранению товара в пути, перегрузке и перетарке;
- расходы по выгрузке товара в пункте назначения;
- расходы по доставке товара от пункта назначения на склад покупателя;

– оплату таможенных пошлин, налогов и сборов при переходе таможенной границы.

Важным условием, которое целесообразно предусматривать в контракте, является момент перехода права собственности на товар с продавца на покупателя. Законодательства различных стран неодинаково регламентируют переход права собственности. Существуют два подхода:

1) право собственности переходит с продавца на покупателя после подписания контракта (Англия, США, Франция);

2) право собственности переходит с продавца на покупателя с передачей товара (Германия, Швейцария, Россия, Украина и другие государства СНГ).

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

Конкретизацию трактовки и толкования отдельных торговых терминов можно найти в Международных правилах по толкованию торговых терминов – Инкотермс, действующих в настоящее время в редакции 2010 г., составленных и опубликованных Международной торговой палатой.

Цель документа, называемого **«Инкотермс»**, заключается в том, чтобы дать толкование ряда международных торговых терминов, применяемых при исполнении договоров купли-продажи во внешней торговле.

Необходимость в появлении такого документа была вызвана неоднозначным толкованием торговых терминов в разных странах, что приводило к разногласиям и спорам, которые приходилось разрешать через суды.

Поэтому Международная торговая палата на основе обобщения торговой практики в разных странах унифицировала эти термины и издала в 1936 году международные правила толкования торговых терминов под названием «Инкотермс-1936». В этот документ вносились изменения и дополнения в 1953, 1967, 1976, 1980 и 1990-м годах. Затем появились редакция документа «Инкотермс 2000 года».

В настоящее время он действует в редакции 2010 года – **«Инкотермс-2010»**, который не является обязательным для всех договоров, однако его использование целесообразно.

Ссылка на Инкотермс широко применяется в типовых контрактах, подготавливаемых различными организациями, в том числе ЕЭК ООН. Особенностью «Инкотермс-2010» является распределение всех терминов на четыре категории путем использования первой буквы в качестве индикатора соответствующей группы, к которой относится данный термин.

Все термины и их последовательность сгруппированы в четыре группы – категории: E, F, C, D. Группа E включает условия, согласно которым покупатель получает готовый к отправке товар на складе (за-воде) продавца. Покупатель несет все расходы и риски, связанные с доставкой товара от склада продавца до пункта назначения.

Группа F включает условия, согласно которым продавец обязан доставить товар до транспортных средств, указанных покупателем: FCA – Free Carrier – «франко-перевозчик»; FAS – Free alongside ship; FOB – Free on Board.

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

CFR – Cost and Freight – «стоимость и фрахт»; CIF – Cost, Insurance, Freight – «стоимость, страхование, фрахт»; CPT – Carriage paid to – «перевозка оплачена до...»; CIP – Carriage and Insurance paid – «перевозка и страхование уплачены до... указывается пункт назначения»;

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

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

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

DAT – Delivered At Terminal (... named terminal of destination). Поставка на терминале (... название терминала). Любые виды транспорта.

DAP – Delivered At Place (... named place of destination). Поставка в месте назначения (...название места назначения).

DDP – Delivered Duty Paid (... named place of destination). Поставка с оплатой пошлин (...название места назначения).

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

Условия платежей. По ГК РФ (ст. 485–489) и по Венской конвенции 1980 г. (ст. 53–59) оплата товара является важнейшей обязанностью

покупателя. Однако эта обязанность не всегда выполняется, и стороны контракта вынуждены применять специальные меры для защиты интересов продавцов.

Условия платежей (расчетов) за проданные товары и услуги являются одними из наиболее сложных и важных разделов контракта купли-продажи. От точности формулировок в этом разделе во многом зависит экономическая эффективность результатов всего контракта.

Формулируя данный раздел, экспортер стремится застраховать себя от неоплаты, несвоевременного или неполного поступления валютной выручки, а импортер – выбрать более дешевые и простые формы международных расчетов.

В условия платежа, как правило, включаются:

- валюта платежа в соответствии с классификатором валют, который используется таможенными службами в целях таможенного оформления;

- порядок пересчета валюты цены в валюту платежа при их несовпадении;

- валютные оговорки;

- сроки платежа, условия рассрочки платежа, если такая рассрочка предоставлена;

- способы платежа;

- формы расчетов;

- наименование и реквизиты банков, через которые осуществляются расчеты;

- порядок распределения расходов по оплате между сторонами;

- перечень документов, служащих основанием для платежа;

- гарантии выполнения сторонами платежных обязательств.

Валюта платежа в контракте отражает выбор сторон в вопросе, в какой валюте будут производиться расчеты: страны экспортера, импортера или в валюте третьей страны. Как правило, используются устойчивые валюты или традиционные для данного вида товара. В случае несовпадения валюты платежа и валюты цены в контракте указывается курс, по которому валюта цены будет переведена в валюту платежа (обычно по курсу страны, где производится платеж).

Тремя основными валютами мира считаются доллар США, евро и иена. Вместе с тем роль резервной валюты до сих пор выполняют также швейцарский франк и английский фунт стерлингов.

Срок платежа обычно устанавливается конкретными датами. Если сроки не установлены прямо или косвенно, то платеж производится через определенное число дней после уведомления продавцом покупателя о том, что товар предоставляется в его распоряжение либо товар готов к отгрузке.

Способ платежа определяет, когда должна осуществиться оплата товара по отношению к его фактической поставке. Основные способы платежа: наличный, с авансом, в кредит.

Наличный платеж – полная или частичная оплата товара до срока или в момент перехода товара либо товарораспорядительных документов в распоряжение покупателя.

Наличный единовременный платеж предполагает оплату полной стоимости товара по одному из условий:

- по получении телеграфного извещения экспортера о готовности товара к отгрузке;
- по получении телеграфного извещения капитана судна об окончании погрузки товара на борт судна в порту отправления;
- по вручению импортеру комплекта товарных документов, перечисленных в контракте.

В случае предоставления импортеру нескольких льготных дней для оплаты экспортер обычно требует от него предоставления банковской гарантии против приемки товара в порту назначения.

Указанные условия приведены в определенной последовательности с учетом интересов экспортера. Наиболее выгодным для экспортера будет первое условие, для импортера – последнее.

Наличный платеж по частям предусматривает несколько взносов в соответствии с условиями, оговоренными в контракте. Он может быть разбит на части по условиям поставки и по мере готовности товара.

Платеж с авансом предусматривает выплату покупателем поставщику согласованных в контракте сумм до передачи товара в его распоряжение, а чаще всего до начала исполнения заказа. Авансовый платеж выполняет двоякую функцию: как форма кредитования покупателем продавца и как средство обеспечения обязательств, принятых покупателем по контракту. При отказе покупателя принять заказанный товар поставщик имеет право обратить полученный им аванс на возмещение убытков. Аванс может быть предоставлен в денежной и товарной формах (сырье, материалы, комплектующие узлы и детали). Аванс в денежной форме определяется в процентах от общей стоимости размещаемого заказа.

Платеж в кредит предусматривает расчет по сделке на основе предоставленного экспортером импортеру *фирменного кредита*.

По срокам фирменные кредиты подразделяются на:

- на краткосрочные – до одного года на;
- среднесрочные – до пяти – десяти лет;
- долгосрочные – свыше пяти или десяти лет. Фирменные кредиты предоставляются в товарной и денежной формах. Иногда встречается их сочетание.

Предоставление *кредита в товарной форме* чаще всего осуществляется путем отсрочки или рассрочки платежа по сделке.

При выдаче *кредита в денежной форме* в контракте подробно оговариваются его условия:

- стоимость кредита, определяемая в процентах годовых;
- срок использования кредита;
- срок погашения кредита;
- льготный период, в течение которого не производится погашение кредита.

Формы расчетов в контрактах связаны с использованием различных видов банковских и кредитных средств платежа.

При цивилизованной торговле все расчеты за оптовые товарные поставки осуществляются в безналичной форме между банками продавца и покупателя, по их письменным приказам и инструкциям.

Платежи за поставленные товары могут осуществляться чеками, в форме банковских переводов (платежных поручений), инкассо и аккредитивами. Финансовыми инструментами, гарантирующими возврат коммерческих кредитов, являются векселя, оборотные векселя (тратты), банковские гарантии.

Платежи по контрактам осуществляются банками покупателей против предоставления продавцами документов, подтверждающих выполнение ими принятых обязательств по поставкам товаров.

Срок поставки товара. *Сроком поставки товара* является фактическая дата исполнения продавцом обязательств, предусмотренных базисными условиями контракта.

Оговоренное в контракте количество товара может быть поставлено единовременно или по частям. При единовременной поставке устанавливается один срок поставки. При поставке по частям в контракте указываются промежуточные сроки поставки. Срок поставки в контракте купли-продажи может быть установлен одним из следующих способов:

- определением календарного дня поставки;
- определением периода, в течение которого должна быть произведена поставка (календарный месяц, квартал или год, время месяца или квартала, промежуток между определенными датами).

– путем указания числа дней, недель, месяцев, счет которых начинается с момента совершения одной из сторон (или обеими сторонами) предусмотренного в контракте действия по исполнению обусловленной обязанности, например «в течение шести месяцев со дня получения продавцом извещения покупателя (заказчика) об утверждении им чертежей» или «через 10–12 недель после поставки предыдущей партии».

В контракте может быть предусмотрено право продавца поставить товар досрочно. Если это право не оговорено в контракте, досрочная поставка возможна только с согласия покупателя. Обычно досрочная поставка предполагает и досрочную оплату товара покупателем.

При определенных условиях допускается указание сроков поставок **без фиксации календарных дат или периодов**. Так, при продаже товаров с выставок и ярмарок или при торговле между соседними странами контрактом может быть предусмотрена немедленная поставка. По обычаю международной торговли **«немедленно»** означает обязательство продавца **поставить товар в течение срока, необходимого для выполнения формальности и транспортировки (но не более двух недель)**. При условии **«как можно быстрее»** продавец обязан принять все меры к поставке товара **в кратчайший срок**.

Встречаются и такие указания сроков поставки, как **«по мере готовности»**, **«по открытию навигации»**, **«по мере накопления партии не менее ... тонн»** и т.д.

Контракты без сроков поставки. В тех случаях, когда в контракте по какой-либо причине не указан срок поставки, продавец обязан поставить товар **в разумный срок** (ст. 314 ГК РФ). Под разумным сроком обычно понимается **время, необходимое продавцу для изготовления (приобретения) товара и перевозки его обычным рейсовым транспортом**.

Контракты на срок. Такой контракт может быть заключён, когда для покупателя теряется смысл получения товара и соответственно интерес к сделке по истечении определенного срока или наступления определенной даты или события (например Новый год или окончание навигации). В этом случае в контракте должно быть четко указано, что по истечении такого-то срока или наступлении такой-то даты или события **обязательства продавца поставить товар и покупателя принять товар прекращаются**.

Продавец в этом случае лишается права на предъявление каких-либо требований по возмещению убытков, связанных с отказом покупателя принять товар, а покупатель сохраняет право на возмещение убытков, вызванных невыполнением продавцом обязательств поставить товар до установленного в контракте срока.

Упаковка и маркировка. Независимо от наличия или отсутствия в контракте ссылки на «Инкотермс-2010» в тексте этого раздела желательно оговорить, что продавец обязан выполнить упаковку, отвечающую следующим условиям:

– международным требованиям безопасности при перевозе опасных грузов (химически опасные, взрывоопасные, пожароопасные вещества, представляющие радиоактивную опасность);

– современным способам ведения погрузочно-разгрузочных работ (упаковка на поддонах, в контейнерах, отвечающих международным стандартам, наличие специальных устройств для стропления грузов и т.д.).

Упаковка и маркировка могут быть отдельными статьями или объединенным условием контракта международной купли-продажи товаров.

Главное предназначение упаковки – обеспечить (при условии надлежащего обращения с грузом) полную сохранность товара, защитить его от повреждения при транспортировке всеми видами транспорта с учетом перевалок, а также предохранить от атмосферных воздействий.

Различают *внешнюю упаковку* – тару (контейнеры, ящики, картонные коробки и т.п.) и внутреннюю, неотделимую от товара (коробка для обуви, пачка для сигарет и т.п.).

Требования к упаковке делятся на общие, обеспечивающие сохранность груза в процессе транспортировки, и специальные, исходящие от импортеров и стран, через которые груз проходит транзитом.

Особые требования в соответствии с Международным соглашением о транспортировке опасных грузов предъявляются к упаковке химических, взрыво- и пожароопасных веществ; материалов, представляющих радиологическую опасность, и т.п.

Тара может быть безвозвратной и возвратной. Стоимость безвозвратной тары отражается в контракте путем:

- включения цены упаковки в цену товара;
- установления цены упаковки в виде процента от цены товара;
- определения цены упаковки отдельно.

В случае использования возвратной тары в контракте прописывается порядок ее возврата.

В целом в содержании статьи «Упаковка» отражается обязанность продавца обеспечить товар упаковкой, отвечающей специфике товара, принятым международным обычаям и правилам, современным методам ведения погрузочно-разгрузочных работ, условиям транспортировки, и его ответственность за повреждение товара из-за несоответствия упаковки условиям контракта.

Согласовывая требования к маркировке, продавец и покупатель обычно преследуют следующие цели:

- предупредить транспортно-экспедиторские фирмы об особенностях обращения с товаром в пути («не кантовать», «с сортировочных горок не спускать», «не бросать», «стропить в определенных местах»);
- информировать транспортные и таможенные организации о весе нетто (брутто) товара для выбора подъемных средств, расчетов за перевозку и перегрузку, взимания таможенных пошлин и сборов;
- подчеркивать особенности товара («легкобьющийся», «беречь от влаги», «беречь от нагрева» и т.п.);
- облегчить сортировку грузовых мест по принадлежности определенному контракту или одному грузополучателю;
- проверить комплектность погрузки и выгрузки по нумерации мест в партии;

– обеспечить возможность (в случае потери груза и последующего его обнаружения) отправки его в адрес покупателя.

Для достижения этих целей маркировка товара должна содержать:

– реквизиты покупателя (грузополучателя) и его официальный адрес;

– номер контракта;

– номер ящика (если в партии несколько ящиков, то нумерация осуществляется в виде дроби, в числителе которой – номер ящика, а в знаменателе – число ящиков в партии);

– весогабаритные характеристики;

– дополнительную маркировку, указывающую на характер груза и способы обращения с ним в соответствии с международными стандартами.

Санкции за нарушение условий контракта. Отсутствие этого пункта в контракте даёт банку основания считать этот контракт подозрительным на предмет фиктивности.

Предприятиям рекомендуется предусматривать штрафные санкции за ненадлежащее исполнение обязательств сторон: экспортёру – за нарушение сроков поставки, за поставку товара ненадлежащего качества, за несоответствие количеству; импортёру – за несвоевременные платежи. Размер неустойки фиксируется в контракте в виде процента от стоимости непоставленного товара или в виде определённой твёрдой суммы. Штрафы и неустойки чаще всего составляют 8–10% от стоимости товаров.

При необходимости в контракте можно установить ответственность и её размеры за нарушение (несоблюдение) других взятых на себя сторонами обязательств:

– за продажу товара под другим названием или видом (10% от стоимости товара плюс убытки);

– за реэкспорт товара в третьи страны ни непосредственно, ни через третьих лиц без письменного согласия на то Продавца, если такой запрет записан в контракте (10% плюс убытки);

– за нарушение требований контракта к качеству, упаковке, маркировке – штраф в размере... %;

– за неизвещение или несвоевременное извещение об отгрузке – штраф в размере... %;

– за отсутствие на судне с товаром в порту прибытия всех или какого-либо из отгрузочных предусмотренных в контракте документов – штраф... % стоимости партии груза за каждый день, начиная с даты прибытия судна;

– за нарушение условий контракта по оформлению документов – штраф с Продавца... %;

- за нарушение порядка отгрузки, укладки и сепарации товара в трюмах судна – штраф... %;
- за нарушение срока оплаты штрафов – штраф в размере... % от суммы этого требования за каждый день просрочки;
- за односторонний отказ от выполнения контракта – штраф 10% от суммы контракта;
- за простой транспортных средств, доставивших товар, по вине Покупателя – штраф в размере 30% от стоимости товара плюс убытки.

Здесь приведен далеко не полный перечень возможных нарушений или несоблюдений условий контракта купли-продажи и санкций.

Обстоятельства непреодолимой силы (форс-мажор). К форс-мажорным обстоятельствам относятся события чрезвычайного характера, которые невозможно предвидеть. Это – стихийные бедствия, пожар, наводнение и т.д.

Наступление форс-мажорных обстоятельств должно быть засвидетельствовано нейтральной организацией.

Есть обстоятельства, которые являются спорными и могут считаться форс-мажорными только по договоренности сторон (забастовки, военные перевороты). Их нужно указать в контракте, если стороны пришли к соглашению, так как форс-мажорные обстоятельства освобождают стороны от ответственности за неисполнение своих обязательств по контракту.

Следует отметить, что, строго говоря, определение форс-мажорных обстоятельств **юридически нигде не закреплено**, т.е. Продавец и Покупатель вправе согласовать такие условия, которые устраивают обе стороны. Если наступило условие (обстоятельство), не предусмотренное контрактом, то стороны будут обязаны рассматривать его дополнительно.

Отметим еще несколько важных пунктов относительно форс-мажора:

- о наступивших обстоятельствах одна из сторон должна уведомить другую сторону немедленно, так же как и о прекращении их действия;
- указанные обстоятельства должны быть подтверждены документально (обычно документальным подтверждением служить справка торговой палаты);
- форс-мажор освобождает заявившую сторону только от возмещения убытков, уплаты штрафов и других санкций, но не от исполнения основных обязательств;
- необходимо оговорить в контракте предельный срок действия форс-мажора, после которого одна из сторон имеет право расторгнуть контракт. Чаще всего это срок от 1 до 12 месяцев в зависимости от товара.

Транспортные условия (порядок отгрузки). В процессе выполнения контрактных обязательств по поставке товаров стороны вступают в договорные отношения как с транспортными организациями в своих странах, так и за рубежом.

При планировании отправки груза и выборе вида транспорта следует тщательно анализировать следующие факторы: **вид груза, расстояние и маршрут перевозки, фактор времени, стоимость перевозки.**

Сдача-приёмка товара – это один акт, который в контракте может быть выражен следующей формулировкой: «Товар считается поставленным Продавцом и принятым Покупателем...».

В разделе «сдача-приемка товара» отражается порядок сдачи-приемки, а именно:

- вид сдачи-приемки (предварительная, окончательная);
- место фактической сдачи-приемки (склад продавца, согласованный пункт отправления, склад покупателя или конечный пункт реализации товара);
- способы сдачи-приемки по количеству и качеству (на основе документов, подтверждающих соответствие количества и качества поставленного товара условиям контракта, либо путем их проверки в фактически поставленном товаре);
- методы сдачи-приемки (выборочный или сплошной);
- кто осуществляет приемку товара (покупатель, или по его поручению независимая сюрвейерская компания, либо представители обеих сторон).

Под *сдачей товара* понимается передача товара продавцом во владение покупателя в соответствии с условиями контракта купли-продажи.

Приемка товара – это проверка соответствия качества, количества и комплектности товара его характеристикам и техническим условиям, указанным в контракте.

Сроки сдачи-приемки товара по количеству и качеству часто не совпадают. Покупатель, как правило, обязан произвести количественную приемку немедленно по прибытии товара, а для приемки товара по качеству возможны более длительные сроки.

Приемка товара по количеству может осуществляться *по отгруженному весу либо по выгруженному весу*. На случай их несовпадения в контракте устанавливается предел ответственности продавца за недостачу груза и способы ее возмещения.

Проверка качества фактически поставленного товара может производиться путем проведения анализа качества, испытаний, сличения ранее отобранных образцов и т.п. В контракте могут оговариваться возможности поставки товаров более высокого (низкого) качества и их влияние на цену товара. Скидка за поставку товара более низкого каче-

ства (но в согласованных пределах) называется *рефакцией*, наценка на товар более высокого качества – *бонификацией*.

Определение места и характера приемки во многом зависит от особенностей товара.

В контракте купли-продажи может быть сделана оговорка и о том, что с согласия покупателя продавец имеет право поставить товар без приемки.

Претензии (рекламации) предъявляются покупателем к продавцу в связи с несоответствием качества или количества поставленного товара условиям контракта.

Указываются порядок и сроки предъявления рекламаций, права и обязанности сторон в связи с их предъявлением, способы урегулирования.

Страхование. Обычно производится страхование товара (точнее – внешнеторгового груза) от рисков повреждения или утраты при транспортировке. Кто страхует товар – Продавец или Покупатель, зависит от базисных условий поставки. Страхование (если это не определяется условием поставки) – акт добровольный, он определяется, кто страхует, где страхует, от чего страхует и в пользу кого страхует.

Объем страхования обычно составляет 110% от стоимости товара, указанной в контракте.

Период страхования покрывает срок с момента отгрузки товара до момента передачи его Покупателю.

Условия страхования могут быть различными: в зависимости от характера груза, способа его транспортировки, стран, по территории которых проходит груз. В целом условия страхования можно свести к трем:

- а) с ответственностью за все риски;
- б) с ответственностью за частичную аварию;
- в) без ответственности за повреждения кроме случаев крушения.

Товар может быть застрахован в пользу Продавца или Покупателя по согласованию сторон.

Арбитраж. Указываются порядок и срок разрешения споров.

Заключая взаимовыгодный контракт, договаривающиеся стороны, Продавец и Покупатель, надеются на успешное надлежащее выполнение его. Однако на практике иногда возникают ситуации, когда по каким-либо причинам (объективным или субъективным) одна из сторон не выполняет зафиксированных контрактных обязательств. В этом случае может возникнуть необходимость решения спорных вопросов в судебном порядке. Безусловно, каждый из двух партнеров, подписывающих контракт, будет настаивать на рассмотрении спорных вопросов в суде на его территории. В затруднительных случаях можно рекомендовать пойти на компромисс и согласиться на рассмотрение дела в арбитраже **«по месту нахождения ответчика»**.

Прочие условия. В этот раздел вносятся замечания, которые не нашли отражения в предыдущих разделах:

- порядок внесения изменений в контракт;
- обязательства Продавца получить экспортную, а Покупателя импортную лицензию;
- обязательства продавца по уведомлению об отгрузке;
- порядок оплаты сборов и налогов на территории Продавца и Покупателя;
- патентная оговорка;
- положение о реэкспорте и о праве передачи обязательств по контракту третьим лицам;
- средства правовой защиты в случае нарушения договора продавцом или покупателем, т.е. условия, позволяющие в случае острой необходимости расторгнуть контракт на законных основаниях, и т.п.

Все условия контракта можно разделить на **существенные** и **несущественные**.

Существенные (condition) условия контракта – это условия, без которых он не имеет юридической силы.

Существенными являются, во-первых, условия о предмете договора; во-вторых, условия, которые названы в законе или иных правовых актах как существенные или необходимые для договоров данного вида; в-третьих, все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение (абз. 2 п. 1 ст. 432 ГК РФ).

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

Если к такому договору будут применяться нормы ГК РФ о договоре поставки товаров (§ 3 гл. 30 ГК РФ), то существенными условиями договора будут: во-первых, условия о предмете договора (товаре – его наименование и количество), как и в договоре купли-продажи (ст. 455 ГК РФ); во-вторых, условия о периоде поставки, сроки поставки отдельных партий товаров (ст. 508 ГК РФ).

Если к договору международной купли-продажи товаров будут применяться нормы Венской конвенции 1980 г., существенные его условия – это условия о предмете договора.

Обычно к **существенным** относятся следующие: *предмет контракта, количество, качество продукции, базисные условия поставок, условия платежа, санкции, наименование и юридические адреса сторон*.

Если хотя бы одно из существенных условий не выполняется одной из сторон, другая сторона имеет право расторгнуть контракт и потребовать возмещения убытков.

С учетом положений ст. 432 ГК РФ остальные условия данного договора будут отнесены к несущественным. Не включение их в контракт не влечет его недействительности.

К несущественным (*warranty*) относят условия контракта, при нарушении которых одной стороной другая может только потребовать выполнения обязательств и возмещения убытков. Расторгнуть контракт в одностороннем порядке она не вправе.

Реквизиты контракта. В конце текста контракта указываются следующие его реквизиты:

на каких языках составлен и имеет силу контракт (возможен вариант, когда контракт составлен на двух языках, но в его тексте специально указано, что контракт имеет силу только на одном языке);

на каком языке стороны договорились вести деловую переписку;

количество страниц основного текста контракта и количество приложений с указанием числа страниц в каждом приложении либо общего числа страниц;

юридические адреса сторон. Юридические адреса сторон, соответствующие адресам, содержащимся в зарегистрированных уставах предприятий, должны быть указаны полностью;

полное название банка, с расчетного счета которого (или на расчетный счет которого) будут осуществляться платежи с указанием его полного адреса, реквизитов связи и номера расчетного счета.

Выполнение экспортно-импортного контракта сопровождается на каждом этапе соответствующими внешнеторговыми документами. Все их можно разделить на несколько групп:

- **коммерческие** (счет, спецификация, упаковочный лист, сертификат качества, гарантийное письмо);

- **платежные** (инструкция по банковскому переводу, извещение о платеже по инкассо или аккредитиву, банковская гарантия, поручение на инкассо, аккредитив, извещение об открытии аккредитива);

- **транспортные** (коносамент, авиа-, авто- или ж/д накладная, штурманская расписка);

- **страховые** (страховой полис, страховой сертификат).

Типичные ошибки, допускаемые при заключении контрактов

При заключении контракта и определении его содержания необходимо учитывать ряд моментов:

1. Вступая в переговоры с зарубежным партнером о заключении контракта, **российские предприниматели нередко не проверяют ни правового статуса партнера (что юридически он собой представляет, где зарегистрирован, каков объем его правоспособности), ни его финансового положения и коммерческой репутации, ни полномочий его представителя на заключение контракта.** В ряде случаев это приводит к невозможности получить оплату за поставленные экспорт-

ные товары или добиться возврата выплаченных сумм за импортные товары, которые либо вообще не были поставлены, либо поставлены не в полном объеме или с существенными недостатками. Встречаются и случаи, когда безуспешными оказываются попытки найти зарубежного партнера для вручения ему исковых материалов и повестки о вызове в арбитраж. В контракте либо вообще не указывались юридические адреса сторон, либо содержался фиктивный юридический адрес зарубежного партнера, либо вместо него имелся почтовый адрес для направления корреспонденции до востребования.

2. Встречаются случаи, когда **в преамбуле контракта наименование зарубежного партнера отличается от указанного в разделе «Юридические адреса сторон».** Так, фирма под наименованием, указанным в преамбуле контракта, оказалась не зарегистрирована в торговом реестре и соответственно не признается юридическим лицом страны, названной в качестве места ее нахождения.

3. При составлении контракта нередко не учитывается, что **отношения сторон определяются не только условиями контракта, но и нормами применимого права.** Несоответствие контракта или какого-либо его условия императивным предписаниям закона привело к признанию контракта в целом или соответствующего его условия недействительным (например, при несоблюдении формы – контракта или изменений и дополнений к нему). Иногда оказывалось невозможным использовать предусмотренное контрактом условие. Например, право, действующее в Великобритании и США, не допускает реализации с помощью суда или арбитража договорного условия об уплате штрафа.

4. При составлении контракта не всегда принимается во внимание, что **имеются существенные расхождения в решении одних и тех же вопросов в праве разных государств,** а потому необходимо знать, правом какого из них будут регулироваться отношения по конкретному контракту. Так, в частности, в соответствии с российским, германским и болгарским правом включение в контракт условия о штрафе по общему правилу не лишает права требовать возмещения убытков в части, не покрытой штрафом. В то же время право Польши и Чехии исходит из того, что договорный штраф признается исключительной неустойкой, т.е. убытки, превышающие штраф, не могут быть по общему правилу взысканы. В праве Франции неустойка также признается исключительной, но судье предоставлено право изменить сумму неустойки, если она слишком высока или низка. Как отмечалось выше, в Великобритании и США условие о договорном штрафе вообще не может быть реализовано в судебном или арбитражном порядке.

5. Весьма часто **допускаются неточности при применении в контрактах торговых терминов, сложившихся в практике международной торговли, в частности определяющих базисные условия**

поставки. Так, предназначенный для водных перевозок торговый термин CIF нередко применяется при использовании сухопутных видов транспорта (железнодорожного, автомобильного). При отсутствии в контракте положений, разъясняющих, что стороны в данном случае имели в виду, возникали трудности при разрешении споров, в частности по вопросу о моменте, в который товар считается поставленным, и о моменте перехода риска с продавца на покупателя.

6. Встречаются **противоречия между отдельными условиями контракта**, и нередко сами условия формулируются недостаточно четко, а порой просто двусмысленно, что вызывает споры при их толковании. Между тем то или иное толкование таких условий может обойтись одной из сторон очень дорого (в десятки, а в отдельных случаях и в сотни тысяч долларов США).

7. Наряду с **очень краткими контрактами, содержащими минимум условий** (предмет контракта, включающий наименование и количество товара; цена с указанием базиса поставки; требования к качеству; срок поставки; условия платежа), нередко **заключаются многочисленные очень подробные контракты, предусматривающие значительное число дополнительных условий.**

Некоторые особенности контракта с китайским партнером

С самого начала надо скептически отнестись к «трафаретным» или типовым контрактам, широко предлагаемым деловой и юридической литературой по вопросам составления и оформления внешнеторговых договоров. Предпринимателю для составления контракта достаточно знать, что законодательство не ограничивает виды договоров, структуру договора, но он должен соответствовать обязательным для сторон правилам, установленным действующим законодательством.

Следует отметить, что наиболее важными, сложными в своём отражении, щепетильными в моральном плане и противоречивыми в плане обеспечения интересов партнёров являются:

- условия платежей (взаиморасчётов),
- условия поставки,
- условия обеспечения качества товара.

Эти пункты контракта являются наиболее подвижными и подверженными конъюнктурным изменениям в партнёрских отношениях, требуют тщательной проработки и привязки к конкретной сделке.

Любое типовое упрощение этих вопросов только скрывает тяжёлые последствия неоговоренных ситуаций и противоречий.

1. Каждый предприниматель при составлении контракта должен уметь сам чётко и грамотно выразить в договоре саму суть торговой сделки, механизм её выполнения, защиты интересов и разрешения про-

тиворечий, а юрист проверить контракт на соответствие требованиям закона.

2. Особенностью составления контракта с китайским партнёром является целесообразность исполнения его на китайском и русском языках, а не на русском и английском, как широко практикуется среди российских бизнесменов.

Законодательство КНР также требует от китайского предпринимателя, занимающегося внешней торговлей, исполнения одного из экземпляров заключенного внешнеторгового контракта на государственном, т.е. китайском языке. Этот экземпляр на китайском языке китайский предприниматель и представляет в различные государственные и контрольные учреждения КНР, где чиновник, даже щеголяя знанием иностранного языка, сочтёт себя оскорблённым, если ему придётся вести делопроизводство на иностранном языке.

Поэтому китайский бизнесмен, торжественно подписав торговый контракт на английском и русском языках, затем в более незаметной обстановке просит российского партнёра отдельно подписать другой образец контракта на китайском и русском языках якобы только для китайского банка, чтобы осуществить платежи (или для таможни). Такой китайский образец представляет собой большой лист бумаги с текстом на китайском и русском языках. Этот образец контракта составлен китайскими юристами более десяти лет назад и является очень упрощенным по своей форме, которая, тем не менее, пытается охватить все варианты платежей, но полностью игнорирует некоторые условия контракта, такие, как «ответственность сторон», а эта проблема является едва ли не самой главной в российско-китайской приграничной торговле.

Но самое главное – это то, что подписание такого «дополнительного» контракта перечёркивает все те контрактные документы, которые были подписаны ранее.

3. Особенностью работы китайских коммерсантов по контракту является то, что очень часто с китайской стороны в контракте явно или скрыто фигурируют два юридических лица: одна китайская фирма указывается в преамбуле, а другая в качестве исполнителя указывается в конце контракта с проставлением её печати.

Это вызвано тем, что китайские компании приграничной торговли часто являются чистыми посредниками и работают с чужими деньгами или чужим товаром. Они не видят ничего сложного в том, что указывают в контракте даже несколько китайских фирм – деньги получает или платит одна китайская фирма, а товар отправляет или получает другая китайская фирма.

Для российской стороны такая практика неприемлема, поэтому при подготовке и подписании контракта надо тщательно следить, чтобы

печать, банковский счёт соответствовали названию китайской фирмы, указанной в преамбуле в качестве китайской стороны.

Отношения китайских компаний между собой, обеспечение их собственных интересов в сделке – это их внутреннее дело.

4. Следует также знать, что китайские коммерсанты используют собственную нумерацию контрактов, которая содержит буквенную и цифровую кодировку, которой бывает достаточно, чтобы определить некоторые регистрационные данные компании: провинция, город местонахождения, номер юридического лица, имеющего внешнеторговую лицензию и др.

5. Серьёзное внимание надо уделить китайской печати, которая ставится на контракте, а также полномочиям конкретного представителя, подписывающего контракт.

Каждая китайская компания, как правило, имеет одну главную печать, которая не может «путешествовать» по России и поэтому не может быть в руках простого представителя.

Для обеспечения работы своих заграничных «торговых эмиссаров» китайцы очень часто изготавливают другие образцы печатей компании. На них дополнительно может стоять нумерация «1», «2» и т.д., надписи «для контрактов», названия отделов компании и др. Беда только в том, что, как правило, изготовив такие печати, китайская компания «забывает» внести соответствующие изменения в Устав компании или другим способом легализовать их статус.

6. Следует учитывать то, что многочисленные торговые представители практически все представляются заместителями генерального директора компании, но не имеют при этом оформленных доверенностей на право подписания контрактов.

Дело доходит до анекдотичных случаев, когда, например, известного российского экспортёра в один день посещали два заместителя генерального директора крупной китайской компании приграничной торговли, которые имели при себе различные образцы печати этой компании и абсолютно не были известны друг другу. Такая практика становится возможной ввиду того, что многочисленные хозрасчётные подразделения крупной торговой китайской компании или хозрасчётные агенты-посредники только используют имя главной китайской компании (на основе внутреннего договора), а действуют только на свой страх и риск, не улучшая тем самым правовое поле российско-китайской торговли.

7. Проблема наличия доверенности у китайского представителя (как подтверждение его статуса и уполномочия на совершение определённых юридических действий) – это тоже один из нерешённых вопросов в российско-китайской торговле.

Ответственность за неисполнение или нарушение контракта с китайской стороны несёт внешнеторговый агент (китайская компания, имеющая лицензию на ведение внешнеторговой деятельности и поставившая печать на внешнеторговом договоре). При возникновении спора эта компания также будет доказывать, что у её представителя, чья подпись стоит на контракте, не было соответствующих полномочий, и пусть российская сторона доказывает обратное.

8. При подписании контракта российские предприниматели практически никогда не требуют у представителей китайской стороны доказательств его статуса и полномочий, считая, что это обидит их партнёра.

В действительности, китайцы прекрасно знают, что такое доверенность и как она должна оформляться. Более того, у них используется даже такой документ как «Рекомендательное письмо». Без подобного документа многие торговые операции в Китае не осуществляются. Поэтому не следует стесняться требовать у них доверенность. Это соответствует закону, порядку делопроизводства и обеспечивает безопасность бизнеса.

Сложившаяся же практика оформления контрактов часто делает их юридически ненадёжными, так как их выполнение зависит только от доброй воли китайского партнёра.

Конечно, российские предприниматели, занимающиеся торговлей с Китаем, выработали некоторые меры самозащиты по принципу «деньги (товар) вперёд», но согласитесь, что такое сотрудничество односторонне и эффективно только тогда, когда китайский партнёр поставлен в безвыходное положение (а это редкое явление). Разве можно в позиции «глухой защиты» расширять круг торговых партнёров, осваивать рынок чужой страны, бороться за прибыль? Только свободное поведение и понимание особенностей китайского партнёра позволяют предусмотреть «подводные камни», препятствующие добросовестному заключению и выполнению контракта с китайским партнёром.

Ключевые слова: *внешнеторговый контракт, типовый контракт, содержание внешнеторгового контракта, преамбула, предмет контракта (наименование товара), количество товара, качество товара, цена и общая стоимость, базисные условия поставки, условия платежа, срок поставки, упаковка и маркировка, санкции за нарушение условий контракта, обстоятельства непреодолимой силы (форс-мажор), транспортные условия (порядок отгрузки), приёмка-сдача товара, претензии (рекламации), страхование, арбитраж, прочие условия, реквизиты контракта.*

Контрольные вопросы

1. Внешнеторговый контракт, цели и формы его составления. Нормативная база внешнеторговых контрактов. Типовые контракты.

2. Структура и содержание внешнеторгового контракта купли-продажи.
3. Преамбула контракта. Предмет контракта. Определение количества и качества товара.
4. Цена и общая стоимость контракта. Виды цен. Определение валюты цены.
5. Поправка к цене контракта. Виды скидок во внешнеторговом контракте.
6. Базисные условия поставки. «Инкотермс – 2000».
7. Сроки поставки товара. Переход права собственности и рисков.
8. Условия платежей во внешнеторговом контракте.
9. Упаковка и маркировка во внешнеторговом контракте.
10. Приёмка-сдача товара. Претензии. Арбитраж.
11. Типичные ошибки, допускаемые при заключении контрактов.
12. Особенности заключения контракта с китайским партнёром.

Задания по теме

Выберите правильные варианты ответа.

1. Во внешнеторговых контрактах купли-продажи товаров выделяют следующие виды цен:

- а) твердые;
- б) с последующей фиксацией;
- в) простые;
- г) скользящие;
- д) текущие.

2. Согласно Венской конвенции 1980 г. продавец должен поставить товар:

- а) если договор устанавливает или позволяет определить дату поставки – в эту дату;
- б) договор не устанавливает дату поставки;
- в) договор устанавливает или позволяет определить период времени для поставки – в любой момент в пределах этого периода, поскольку из обстоятельств не следует, что дата поставки назначается покупателем;
- г) договор не устанавливает период времени для поставки;
- д) в разумный срок после заключения договора.

3. Во внешнеторговых контрактах сроки отгрузки могут быть указаны следующим образом:

- а) немедленно;
- б) как можно быстрее;
- в) в течение 10 дней;
- г) по открытию навигации;
- д) в течение одного года.

4. Во внешнеторговых контрактах различают следующие виды сдачи-приемки:

- а) предварительная;
- б) окончательная;
- в) полная;
- г) по качеству;
- д) комплексная.

5. В каких случаях применяется обычно скользящая цена?

- а) когда поставка товара происходит по условиям CIF;
- б) когда поставка товара происходит по условиям FOB;
- в) когда поставки рассчитаны на длительный срок;
- г) в контрактах па поставку продовольствия.

6. Форс-мажорные обстоятельства освобождают заявившую сторону от:

- а) полного исполнения контракта;
- б) уплаты штрафов;
- в) возмещения убытков;
- г) арбитражного разбирательства.

7. В случае нарушения покупателем пункта «Наименование и Юридические адреса сторон» продавец имеет право:

- а) применить к покупателю штрафные санкции;
- б) расторгнуть контракт в одностороннем порядке;
- в) обратиться в Арбитражный суд;
- г) внести в контракт изменения о защите своих интересов в одностороннем порядке.

8. При каком условии поставки сроком поставки может считаться дата прибытия судна в порт назначения?

- а) FCA;
- б) CIP;
- в) CIF;
- г) DAT;
- д) DDP.

9. Обязанность продавца оплатить импортную пошлину содержится в:

- а) DAT;
- б) FOB;
- в) CIF;
- г) DDP.

10. Дайте определение скрытой скидки.

- а) скидка за возврат ранее купленного товара у фирмы;
- б) скидка за увеличение объема продаж;
- в) снижение процентов за кредит, предоставление образцов товара, оказание бесплатных услуг;
- г) скидка за ускорение оборачиваемости товара.

Тема 4. СЫРЬЕВЫЕ ТОВАРЫ. СУЩНОСТЬ, ФОРМЫ И ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ СЫРЬЕВОЙ ПРОДУКЦИЕЙ

Сырьевые товары – понятие обобщающее. Оно объединяет минеральное сырье, продукты его обогащения и переработки (черные и цветные металлы), сельскохозяйственное сырье растительного и животного происхождения и продукты его переработки, химическую продукцию и продовольствие.

В мировой торговле принято, что все виды сырья, необходимые для промышленности, делятся на две большие группы: **промышленное сырье** и **сельскохозяйственное сырье**. Сырье и продукция, создающие материальную основу товара, являются основными материалами.

Промышленное сырье делится на **сырье минерального происхождения** (руды, уголь, нефть, соль, другие ископаемые) и **сырье, полученное искусственным путем** (синтетический каучук, искусственные волокна, пластмассы и т.д.). На долю промышленного сырья минерального происхождения приходится почти 80%.

По формам международной торговли сырьевые товары делятся на **биржевые** (зерновые, сахар, натуральный каучук, хлопок, цветные металлы) и **небиржевые** (природный газ, уголь, руды, черные металлы, целлюлозно-бумажные и др.), которые реализуются по контрактам с различными сроками действия.

Выделяют также два вида/типа сырьевых товаров (по степени готовности):

1) первичное сырье – это природные материалы, которые прошли процесс добычи (отделение от природы);

2) полуфабрикаты – это первичное сырье, которое участвовало в процессе производства, в процессе его первичной переработки/обогащения;

Сырье как товар на мировом рынке обладает рядом особенностей:

1) имеет минимальный уровень обработки/переработки;

2) предназначен только для производственного потребления, для его дальнейшей обработки с целью создания готовой продукции;

3) поступает только в промежуточное потребление. Объектом конечного потребления он не является;

4) цена этого товара содержит наименьшую долю добавленной стоимости;

5) цена этого товара (при прочих равных условиях) содержит наименьшую стоимость прибыли;

6) сделки с этими товарами считаются менее прибыльными/рентабельными, а значит, сырье как товар является менее выгодным для внутренних и внешнеторговых сделок;

7) общая тенденция мировой торговли такая: вначале производится доработка сырья, и оно поступает на экспорт хотя бы в качестве полуфабриката, т.е. товара с более высоким удельным весом прибыли в его мировой цене;

8) сделки с этим товаром являются объектом наиболее мягкого таможенно-тарифного регулирования в странах импортеров, во многих случаях импортное сырье полностью освобождается от уплаты ввозных пошлин;

9) в отдельных случаях экспортные сделки с сырьем облагаются вывозными (экспортными) таможенными пошлинами. В этом случае уже страна экспортер ограничивает избыточный экспорт своих товаров;

10) сделки с сырьем также являются предметом наиболее мягкого нетарифного регулирования на территории стран импортеров. В отдельных случаях импортное сырье может вывозиться без уплаты налога на добавленную стоимость или его ставка заметно снижается по сравнению со ставкой НДС на готовую продукцию. Инструменты количественного регулирования импорта (квоты, лицензии, контингенты) применяются очень редко, обычно в тех случаях, если страна импортер также является крупным производителем аналогичного вида сырья. В отдельных случаях (на определенное время) могут вводиться количественные ограничения страной экспортером:

- a) квота (предельный объем вывоза);
- b) контингент;
- c) лицензирование экспорта;
- d) экспортный контроль.

На мировом рынке действует группа причин, работающих на сокращение мирового спроса на сырье:

1) замена многих видов природного сырья искусственными материалами;

2) повышение выхода готовой продукции в расчете на единицу сырья. Эта тенденция отражается следующим образом:

- a) повышается материалоотдача;

$$MO = \frac{П}{W_{шт}}$$

где MO – материалоотдача;

$П$ – объем продукции;

$W_{шт}$ – стоимость предмета труда;

b) понижается материалоемкость единицы готовой продукции, т.е. удельные затраты сырья и материалов в расчете на единицу продукции или единицу ее стоимости:

$$ME = \frac{W_{\text{ит}}}{\Pi},$$

где ME – материалоемкость;

3) применение материалосберегающих технологий в различных отраслях национальной и мировой экономики;

4) применение энергосберегающих технологий в различных отраслях национальной и мировой экономики. В результате этого снижается энергоемкость продукции и увеличивается выпуск продукции на условную единицу энергоресурсов;

$$W_{\text{ит}} = W_{\text{э}} + W_{\text{осн}} + W_{\text{всп}},$$

где $W_{\text{э}}$ – стоимость энергоресурсов;

$W_{\text{осн}}$ – стоимость основного материала;

$W_{\text{всп}}$ – стоимость вспомогательного материала.

Торговля сырьем производится в различных формах как присущих только ей, так и характерных для торговли другими видами продукции. Вот эти формы:

- международные товарные соглашения;
- биржевая и аукционная торговля;
- оптовые покупки.

Международные товарные соглашения (МТС) представляют собой аналогичные по содержанию межправительственные договоры импортеров и экспортеров определенного вида сырья. Их цель – регулирование и ограничение сферы деятельности транснациональных корпораций (ТНК), замедление спекулятивных и демпинговых процессов. В зависимости от целевого механизма международных товарных соглашений они делятся на три группы – *стабилизационные, административные и по мерам сырьевого развития*.

Самыми распространенными являются **стабилизационные**. Они воздействуют на уровень мировых цен конкретных видов сырья (нефти, олова, натурального каучука, кофе, какао) двумя способами:

путем создания стабилизационного (буферного) запаса и «удержаний» сырья;

установлением квот.

Первый из них предполагает фиксирование в рамках соглашения максимального и минимального уровней цен, в пределах которого допустимо колебание цен на сырьевых рынках. В случае их падения ниже допустимого уровня участники соглашения временно изымают с рынка часть продукции (закупают), создавая буферный запас, который затем (при превышении уровня цен) возвращается в виде увеличения объема продаж.

Система «удержаний» используется в случае недостаточного воздействия первого способа и заключается в обязательствах крупнейших экспортеров по ограничению поставок сырья.

Квотный механизм применяется в виде количественных ограничений поставки либо для всех экспортеров-участников (общие квоты), либо для отдельных из них (индивидуальные квоты).

Международная биржевая торговля

Около 20% мировой торговли сырьевыми и продовольственными товарами осуществляется через международные товарные биржи. Биржевые цены служат ориентирами для установления цен во внебиржевой торговле, а сами операции на бирже активно используются для страхования торговых сделок и сырьевых запасов от изменения рыночных цен.

Международные товарные биржи (МТБ) – это постоянно действующие рынки, где осуществляется торговля большими массами однородных товаров, имеющих устойчивые и четкие качественные параметры.

В настоящее время на товарных биржах в мире продаётся около 100 так называемых биржевых товаров. Эти товары можно условно объединить в следующие группы:

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

В зависимости от номенклатуры продаваемых и покупаемых товаров биржи можно разделить на универсальные и специализированные.

Самые крупные по объёму совершаемых сделок международные товарные биржи (МТБ) являются универсальными. Например, на Чикагской торговой палате (Chicago Board of Trade) торгуют пшеницей, кукурузой, овсом, соевыми бобами, соевым шротом, соевым маслом, золотом, серебром, ценными бумагами. На Чикагской товарной бирже (англ. Chicago Mercantile Exchange) – крупным рогатым скотом, живыми свиньями, беконом, золотом, пиломатериалами, ценными бумагами,

иностранный валютой. На Токийской товарной бирже сделки совершаются по золоту, серебру, платине, каучуку, хлопковой пряже, шерстяной пряже. Кроме того, универсальными биржами являются Сиднейская и Сянганская (Гонконгская) биржи.

Для специализированных бирж характерна более узкая товарная специализация, в основном по группам товаров. К таким биржам относятся, например, Лондонская биржа металлов (ЛБМ) «Лондон Металл Эксчейндж» (группа цветных металлов: медь, алюминий, никель, олово, свинец, цинк, серебро и с марта 2005 года пластмассы), Нью-Йоркская «Коммодити Эксчейндж» – «КОМЭКС» (группа драгоценных и цветных металлов: золото, серебро, медь, алюминий). Нью-Йоркская биржа кофе, сахара и какао «Кофе, шуга энд кокоа Эксчейндж», Нью-Йоркская биржа хлопка (хлопок, концентрат апельсинового сока), Нью-Йоркская «Нью-Йорк Мёркентайл Эксчейндж» (нефть, дизельное топливо, бензин, пропан, а также платина и палладий), биржи сельскохозяйственных товаров – «Зерновая биржа» в Миннеаполисе (США), Лондонская международная нефтяная биржа, Парижская товарная биржа МАТИФ. Центрами биржевой торговли являются также следующие города (применительно к товарам):

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

На товарных биржах примерно только 5–10% от общего числа сделок совершается на реальный товар, когда продавцы обязаны доставить товар на биржу, а покупатели – забрать его с биржи; 90–95% сделок – это так называемые срочные (фьючерсные) сделки, 80% которых совершается с целью спекуляции, игры на повышение или понижение цен, 20% – для страхования (хеджирования) от потерь, вызванных изменением цен на товары.

Объектом международной биржевой торговли служат в основном однородные и заменяемые сырьевые товары и полуфабрикаты массового производства. Они объединены в группы: **зерновые, масличные культуры, промышленное сырье** (хлопок, каучук, пиломатериалы и т.д.), **цветные и драгоценные металлы, продовольствие** (кофе, какао, сахар и т.д.).

Международная аукционная торговля

Международные товарные аукционы представляют собой специально организованные, периодически действующие в определенных местах рынки, на которых путем публичных торгов в заранее обусловленное время производится продажа предварительно осмотренных то-

варов, переходящих в собственность покупателя, предложившего наиболее высокую цену.

Международные аукционы – это коммерческие организации, располагающие помещениями, оборудованием и квалифицированным персоналом, чаще всего организации в форме акционерных обществ. Нередко это крупные компании, монополизирующие торговлю определенным видом товара. Такие компании скупают товары у производителей, диктуя закупочные цены, и перепродают их оптовым посредникам (реже – потребителям), получая прибыль от разницы цен.

Крупные аукционы имеют собственное производство по доработке сырьевых товаров (например по выделке сырых шкур, скупаемых у заготовителей). Торг на таких аукционах происходит открыто, непосредственно с участием самих покупателей. Аукционы специализируются главным образом на торговле пушниной, животными, предметами искусства и некоторыми другими товарами.

Аукцион – публичная продажа товаров, ценных бумаг, имущества предприятий, произведений искусства и других объектов, которая производится по заранее установленным правилам аукциона. В этом случае объект приобретает победителем аукциона. Общим для всех аукционов принципом является принцип состязательности между покупателями. В процессе состязания между покупателями за право приобрести товар выявляется победитель аукциона. Победителем аукциона признается лицо, выигравшее аукцион в соответствии с его правилами.

Основные товары, которые предлагаются и покупаются на международных аукционах: пушно-меховые товары (в сырье и переработанные), немытая шерсть, чай, табак, цветы, овощи, фрукты, тропические породы леса, лошади, рыба и другие потребительские и сырьевые товары.

Исторически сложилось так, что для каждого аукционного товара имеются свои центры аукционной торговли.

По пушнине и меховому сырью главными центрами торговли являются: Санкт-Петербург, Нью-Йорк, Монреаль, Лондон, Лейпциг, Копенгаген, Осло, Стокгольм и некоторые другие. Всего в мире проводятся свыше 150 международных пушно-меховых аукционов.

Важнейшими центрами, где осуществляется торговля немытой шерстью, являются Лондон, Ливерпуль, Сидней, Мельбурн, Кейптаун, Веллингтон (Новая Зеландия).

Торговля цветами сосредоточена в Нидерландах, где постоянно действует в нескольких городах система цветочных аукционов.

Для аукционной торговли чаем характерно приближение аукционов к местам производства этого товара. В Калькутте и Кочине продается около 70% экспортируемого Индией чая. В Коломбо Шри-Ланка продает также 70% вывозимого чая. Африканские страны (Кения, Танзания, Уганда и др.) подавляющую часть экспортируемого чая реализуют че-

рез аукционы в Найроби и Малави. Мировую известность приобрел чайный аукцион в Сингапуре, где принимают участие фирмы из Японии, Австралии, КНР, ДНА. Чай, произведенный в Индонезии, а также в Индии, Шри-Ланке, реализуется через аукционы в Лондоне, Гамбурге, Антверпене.

Важнейшими центрами торговли табаком являются Нью-Йорк, Амстердам, Бремен, Лусака, Замбия; цветами – Амстердам, Аалсмер; овощами и фруктами – Антверпен и Амстердам; лошадьми – Довиль (Франция), Лондон, Успенское (под Москвой) [12].

Существуют три вида аукционов:

– гласные аукционы – покупатели открыто называют свою цену на товар;

– негласные аукционы – покупатели подают условный сигнал;

– автоматизированные аукционы – применяется соответствующая техника, а предложения покупателей высвечиваются на табло.

Наряду с биржами и аукционами существуют международные торги.

Международные торги (тендеры) – международные конкурсы на право получения заказов, связанных с поставкой машин и оборудования, выполнения научных, проектных, изыскательских работ, сооружения промышленных и социально-культурных объектов.

Законодательства большинства стран разрешают организациям с участием государственного капитала размещать заказы на приобретение товаров и услуг только через торги. Исключение может представлять оборудование уникальных технологических процессов, не имеющих конкурирующих аналогов. Без торгов разрешается размещать заказы на запасные части при необходимости их экстренных закупок для ликвидации последствий стихийных бедствий или в счет специальных межправительственных соглашений.

Условия торгов включают условия контрактов, которые будут подписаны между заказчиками и поставщиками, выигравшими торги, а также перечень специальных гарантий, подлежащих предоставлению участниками торгов.

Тендерные комитеты в течение одного-трех месяцев изучают предъявленные предложения в комплексе с учетом технических характеристик, цен, условий кредитов и платежей, которые могут иметь существенные различия. Каждый тендерный комитет пользуется своей методикой сопоставления предложений.

Существуют два вида торгов:

– открытые – имеют право принимать участие все желающие – физические и юридические лица;

– закрытые – принимают участие наиболее авторитетные фирмы по специальным приглашениям.

Оптовая торговля

При оптовой торговле сырьевыми товарами необходимо учитывать следующие особенности:

– подписание контракта на длительный период (долгосрочный контракт);

– установление базисной цены с последующей фиксацией.

При оптовой торговле сырьём особое внимание необходимо уделить соблюдению процедуры сделки. Это означает необходимость следования порядку действий совершаемой сделки.

Как правило процедура сделки происходит следующим образом: покупатель должен направить продавцу LOI (Letter of Intent – письмо о намерениях) или ICPO (Irrevocable Corporate Purchase Order – безотзывный корпоративный заказ на покупку) вместе с BCL (Bank Comfort Letter – рекомендательное письмо банка) или Bank Reference (банковская референция).

На Западе фирмы могут размещать заказы вообще без подписания контрактов, а документом, по которому размещается заказ, является Purchase Order (заказ на покупку).

Рекомендательные письма банков – реально существующий документ, он предполагает, что банк подтверждает существование клиента, его добросовестную работу и т.д.

Часто продавец требует, чтобы банк «с полной банковской ответственностью» (with Full Banking Responsibility) подтверждал в BCL наличие средств, зарезервированных на счете покупателя и достаточных для оплаты контракта, а также, что покупатель «is Ready, Able and Willing» (готов, может и желает) оплатить контракт. Может еще быть указано, что средства должны иметь чистое, некриминальное происхождение (Funds are of Good Clean/Clear and Non-Criminal Origin). Также продавец требует указания «офицера банка» со всеми реквизитами (ФИО, телефон, электронная почта) для связи с ним по всем вопросам в отношении наличия средств. В самом контракте также указываются «офицеры банков» продавца и покупателя с полными реквизитами.

Формы заключения сырьевых сделок:

- 1) валютные/денежные сделки;
- 2) бартерные/безвалютные сделки;
- 3) валютно-товарные сделки;
- 4) товарно-валютные сделки;

5) сделки с оплатой готовой продукции, которая выпущена на основе переработки ввезенного сырья (толлинговые сделки, компенсационные сделки и т.д.). В этом случае формы сырьевых сделок выделяются по способу расчета за сырье, по способу его оплаты.

Внешнеторговый контракт купли-продажи сырьевых товаров должен содержать все основные условия международного контракта. Однако здесь есть свои специфические особенности:

1) сделки по сырью рекомендуется заключать на среднесрочный и долгосрочный период. Это гарантирует устойчивый сбыт сырья на зарубежных рынках по одному контракту;

2) также не рекомендуется отказываться от краткосрочных контрактов и даже заключения контрактов на разовые поставки. При этом экспортер самостоятельно оценивает выгодность краткосрочных и разовых контрактов в конкретных условиях их заключения;

3) в контрактах рекомендуется предусматривать возможность регулярной корректировки контрактных (продажных) цен с учетом динамики мировых цен на сырье;

4) рекомендуется для импортера осуществлять закупки сырья на конкурентных началах. При этом следует изучать предложения других поставщиков сырья, условия поставки, составлять конкурентный лист и только после этого делать выбор наиболее выгодного предложения;

5) импортерам переработчикам рекомендуется по возможности заключать прямые сделки с производителями иностранного сырья при условии, что их собственные затраты на организацию сделки окажутся ниже, чем торговые наценки посредников;

6) экспортерам не рекомендуется отказываться от безвалютных и валютно-товарных сделок. Целесообразность их заключения определяется с учетом рыночных позиций экспортера и импортера;

7) экспортеру рекомендуется так формировать график поставок, чтобы минимизировать собственные затраты на хранение готовой продукции (до момента ее отгрузки);

8) импортеру рекомендуется так формировать график поставок, чтобы минимизировать собственные затраты на складское хранение сырья, но при этом следует предусматривать наличие страховых запасов сырья для минимизации рисков срыва графиков поставок. Цель: минимизировать степень загрузки мощностей по переработки сырья;

9) при обсуждении вопросов о транспортировке сырья рекомендуется добиваться не только минимизации транспортных расходов, но и снижения транспортных рисков (недоставка сырья в контрактные сроки, его потеря на стадии перевозки и т.д.);

10) при заключении контрактов участники сделки должны детально проработать все вопросы государственного регулирования экспорта и импорта сырья на территориях своих стран;

11) при заключении контракта следует детально изучать рыночную позицию партнера по контрактам, особенно когда требуется предоставлять какую-либо уступку импортеру, в том числе при замене свободно-

конвертируемой валюты товарами импортера или же валютой участников сделки.

Ключевые слова: сырьевые товары, сырье минерального происхождения, сырье, полученное искусственным путем, биржевые и небиржевые товары, международные товарные соглашения (МТС), международная биржевая торговля, международная аукционная торговля, LOI (Letter of Intent – письмо о намерениях), ICPO (Irrevocable Corporate Purchase Order – безотзывный корпоративный заказ на покупку), BCL (Bank Comfort Letter – рекомендательное письмо банка).

Контрольные вопросы

1. Сырьевые товары. Сущность, формы и особенности торговли сырьевой продукцией.
2. Международные товарные соглашения по торговле сырьевыми товарами.
3. Международная биржевая торговля сырьевыми товарами.
4. Международная аукционная торговля сырьевыми товарами.
5. Организация оптовой торговли сырьевыми товарами.

Задания по теме

Выберите правильные варианты ответа.

1. Промышленное сырьё бывает:

- а) органического происхождения;
- б) минерального происхождения;
- в) химического происхождения;
- г) физического происхождения;
- д) созданное искусственным путём.

2. Партнёры по торговле сырьевыми товарами стремятся установить отношения:

- а) доверительные;
- б) краткосрочные;
- в) долгосрочные;
- г) протекционистские;
- д) либеральные.

3. Заключение международных товарных соглашений преследует цели:

- а) повышение уровня разделения труда и специализации;
- б) стабилизация рынка;
- в) повышение эффективности торговли сырьём;
- г) снижение спекуляции в торговле сырьём;
- д) ограничение сферы деятельности ТНК;
- е) экономическое развитие сырьевых регионов.

4. К какой форме торговли сырьём относится торговля по стабилизационным соглашениям?

- а) оптовая торговля;
- б) проведение торгов;
- в) международные товарные соглашения;
- г) внутрикорпорационная торговля;
- д) межкорпорационная торговля.

5. Функция ежедневного установления цены на товар относится:

- а) к международным товарным соглашениям;
- б) к аукционной торговле.
- в) к биржевой торговле.
- г) к оптовой торговле.

6. Расположите в порядке очерёдности отправки:

- а) ICPO;
- б) BCL;
- в) LOI.

Тема 5. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОВАРООБМЕННАЯ ТОРГОВЛЯ

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

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

Встречная торговля имеет две основные формы – бартерные операции и компенсационные операции.

Поскольку встречные поставки товаров осуществляются сторонами одновременно весьма редко, то та из сторон, которая поставляет товар первой, кредитует другую сторону.

Бартерные операции

Бартерные операции являются одной из разновидностей встречной торговли.

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

Это безвалютный, но заранее оцененный в единой валюте обмен.

Эквивалентность международного обмена достигается за счет равенства стоимостей обмениваемых товаров по мировым ценам.

Оценка обмениваемых товаров в единой валютной единице необходима для начисления таможенных пошлин, налогов и сборов, для осуществления валютного контроля, транспортного страхования, оценки и выплаты возможных убытков, начисления и выплаты штрафных санкций, для возможной уценки товара, на случай залога товаров для обеспечения кредитных обязательств и т.д.

Бартерные сделки имеют следующие особенности:

- разовый характер сделки и участие в ней, как правило, двух сторон;
- оформление сделки одним контрактом;
- определение в контракте количества и качества товаров взаимной поставки, иногда без записи в договоре их денежной оценки;
- осуществление соглашения полностью на основе встречных обязательств без использования денежных переводов;
- одновременное выполнение встречных поставок.

Экономические мотивы бартера – экономия наличных средств и **снижение издержек торговли** за счёт выстраивания прямых отношений между производителем и покупателем, минуя привычную цепочку

посредников. Иногда бартер используется западными монополиями для захвата новых рынков в развивающихся странах. После завоевания рынка монополия может переходить от бартера к традиционной коммерческой торговле. Не последнюю роль в росте популярности бартера играет желание участников схемы уйти от уплаты налогов. Влияние неденежных расчётов на экономику настолько велико, что Всемирная торговая организация уже начала заниматься регулированием бартерных сделок.

Развивающиеся государства используют встречную торговлю для стимулирования своего экспорта. В ряде таких государств даже были приняты специальные программы развития встречной торговли и созданы специальные государственные организации (Китай, Малайзия, Сингапур и др.). В Сингапуре, в частности, предусмотрены существенные **налоговые льготы** для компаний, осуществляющих торговлю на бартерной и компенсационной основе. Компенсационные схемы используются для привлечения иностранных инвестиций (Бразилия, Египет, Китай, Мексика, Канада и др.). Например, в Китае основная часть иностранных инвестиций привлекается на основе компенсационных соглашений.

Материалы ООН свидетельствуют о том, что во встречной торговле участвует **подавляющее большинство стран**. Её доля в общем объёме мирового товарооборота оценивается в размере **от 25 до 40%** (на начало нынешнего столетия). Точных оценок нет, поскольку существенная часть бартера приходится на «теневой» сектор экономики.

Чаще всего встречаются соглашения типа «сырьё – сырьё», «сырьё – готовые изделия» между развитыми и развивающимися странами.

Цель бартера:

- 1) смягчение проблемы инвалютного финансирования импорта;
- 2) упрощение порядка расчетов;
- 3) расширение возможностей укоренения на рынке страны контрагента;
- 4) дополнительная возможность получения импортного оборудования, реализация которого затрудняется на обычных коммерческих условиях, и др.

Бартерный контракт по своей структуре и содержанию представляет собой как бы двоянный контракт купли-продажи со всеми присущими ему особенностями взаимоотношений сторон.

Принципы взаимоотношений сторон бартерного контракта регулируются ст. 567–571 ГК РФ, относящимися к договору мены, но в деталях коммерческая операция гораздо сложнее.

Компенсационные операции

Основным содержанием компенсационных операций является продажа производственного оборудования на условиях коммерческих кре-

дитов с последующим погашением долга встречными поставками продукции, произведённой с помощью полученного оборудования.

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

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

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

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

Долгосрочные компенсационные соглашения с **обратной закупкой товаров (бай-бэк)** (англ. buy-back – дословно: выкупать обратно) предусматривают поставки с предоставлением долгосрочных займов и кредитов. Это поставки комплектного оборудования производственных комплексов, промышленного оборудования, технологических установок и т.д. с последующей оплатой путем встречных поставок или обратных закупок конечной или связанной продукции: сырья, материалов, готовой продукции или других товаров, производимых на построенном предприятии.

Обязательства по компенсационным закупкам охватывают длительные сроки – до 20–25 лет в зависимости от характера поставляемых товаров.

Цены на встречные поставки устанавливаются на базе цен мирового рынка, причем обязательно предусматривается их регулярный пересмотр (ежегодно или ежеквартально).

После поставки оборудования экспортёр получает банковскую гарантию, по которой банк будет обязан выплатить экспортёру возмещение в иностранной валюте в случае, если импортёр не сможет поставить обусловленную продукцию.

Типичным примером контракта типа бай-бэк может служить соглашение, заключенное между японской компанией Као Corporation и крупнейшим в Малайзии производителем пальмового масла PALMO Holdings. По этому контракту стоимостью 70 млн долл. предполагалось создание «под ключ» совместного предприятия на территории Малайзии для производства полупродуктов из пальмового масла, которые в

качестве компенсации должны были поставляться компании для дальнейшего производства детергентов, косметики и туалетных принадлежностей.

Сделками меньшего масштаба, но той же природы могли бы послужить сделки в Коми, Карелии и Ленинградской области со скандинавскими покупателями пиломатериалов, которые поставляли лесопильное оборудование (обычно класса «секонд-хенд» и часто на лизинговых условиях) с выполнением импортером этого оборудования платежей пиломатериалами, производимыми на этом оборудовании.

Сделки **«о разделе продукции»** предусматривают оплату строительства предприятия поставками производимой на нём продукции в установленной заранее пропорции ко всей выпускаемой продукции. Эта доля обычно составляет от 20 до 40%.

Сделки с Соглашением о разделе продукции получили широкое распространение в добывающей промышленности развивающихся стран, где осуществляются в рамках соглашений о сотрудничестве по разработке природных ресурсов с крупными фирмами. Подобного рода сделки наиболее распространены при встречных поставках сырья, добываемого и первично перерабатываемого в развивающихся странах (например, в Гвинее производится переработка бокситов в глинозем), на основе соглашений о сотрудничестве по строительству промышленных объектов для разработки природных ресурсов этих стран.

Для таких соглашений характерно включение, с одной стороны, государственных организаций принимающей (обычно развивающейся) страны, с другой – частных компаний развитых стран.

Несмотря на то, что подобные проекты принято начинать с разведки и пробной разработки природных ресурсов (что является довольно рискованным предприятием), зарубежные компании (выступающие заказчиками/плательщиками перед инжиниринговыми компаниями) идут на этот риск ради получения регулярных поставок дефицитного сырья по относительно устойчивым ценам. Более того, эти компании часто стремятся заключать договоры на поставку товаров, получаемых в порядке компенсации, на срок, значительно превышающий период, установленный для сотрудничества в освоении конкретных ресурсов и строительстве добывающих/перерабатывающих предприятий.

Оплата расходов иностранной фирмы на разведку и разработку природных ресурсов, поставку горно-шахтного оборудования, предоставление инженерно-строительных услуг осуществляется путем поставок добываемой продукции в ее первоначальном виде либо после переработки в стране добычи.

Получение такой продукции является обычно главной целью такого рода соглашений.

Сделки «развитие – импорт» (иначе – проекты развития для импорта) – третья категория компенсационных сделок предполагает, что встречные поставки продукции с построенных предприятий будут покрывать затраты иностранной фирмы-поставщика комплектного оборудования, предоставляемых ею строительных услуг и необходимых кредитов.

Примером сделок категории «развитие – импорт» может служить, например, деятельность японских компаний, построивших нефтехимические комбинаты в странах Ближнего Востока, где половина выпускаемой ими продукции уходит в форме компенсационных поставок в целях последующей реализации на мировом рынке через сеть дистрибуции этих же японских компаний. Однако окончание периода расчетов импортера с экспортером обычно ставит их на мировом рынке в конкурентные позиции друг к другу. Так, на рынке черных металлов серьезными конкурентами японских фирм-экспортеров черных металлов стали фирмы Южной Кореи, Бразилии, Индии и Мексики, закупившие в свое время у Японии значительное количество оборудования для металлургических заводов.

Одним из видов компенсационных операций являются «встречные закупки». По условиям данной сделки продавец поставляет покупателю товар на обычных коммерческих условиях и одновременно берет на себя обязательство закупить у него встречный товар. Сделка может быть оформлена двумя или тремя самостоятельными контрактами.

В качестве основного выступает *первичный контракт* купли-продажи.

Второй – это *контракт встречной закупки*, где специальным пунктом предусматривается обязательство продавца осуществить встречную закупку товаров. В случае невыполнения данного условия предусматривается штраф от 20 до 50% от суммы неисполненных обязательств.

Иногда стороны подписывают *третий контракт – протокол*, который увязывает первичный и вторичный контракты в единую сделку о встречной закупке.

Встречные закупки имеют такие разновидности: параллельные сделки, сделки «офсет», треугольные сделки и соглашения с передачей финансовых обязательств.

Параллельные сделки – это сделки, которые оформляются тремя контрактами. Один контракт оформляется на экспорт товаров и их оплату, второй – на контрзакупку и его оплату. Третий является базовым соглашением, которое взаимосвязывает договора на экспорт и импорт.

Обязанностью соглашения «офсет» является то, что встречные обязательства юридически не оформляются. Они являются джентльменским соглашением в отношении встречной поставки.

Треугольные компенсации заключаются в переключении потоков. При данной сделке встречная поставка осуществляется не в адрес экспортера, а организуется в какую-либо третью страну. Третья страна осуществляет платеж в пользу экспортера.

В современных условиях стало обычным включать в договор о встречной закупке условия о переуступке экспортером третьей стороне обязательств по встречной закупке. Это когда экспортёр может быть не заинтересован в закупке продукции, произведённой на предприятии, которое он построил.

Такая переуступка именуется *цессией*, а третья сторона, принимающая на себя обязательство по встречной закупке, – *цессионарием*. Экспортер может переуступить свои обязательства частично или полностью (часть товаров он может использовать для собственных нужд или самостоятельно перепродать), может сам выбрать цессионария. Экспортер заключает с цессионарием договор о цессии, в котором согласовываются обязательства, принимаемые на себя цессионарием в отношении переуступленной части продукции. Цессионарий, в свою очередь, заключает индивидуальный договор (или договоры) на закупку товаров с соответствующим покупателем (покупателями), производит приемку товаров и использует их сам либо перепродает.

Откуп техники, бывшей в употреблении

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

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

Откуп техники, бывшей в употреблении – эффективный коммерческий прием ведения встречных операций, поскольку:

– для экспортера это возможность продать более совершенную, более дорогую продукцию;

– для импортера – возможность не только освободиться от морально устаревшей техники, но и продать её по остаточной стоимости, т.е. учесть её в стоимости новой приобретаемой техники.

Стоимость выкупленной техники засчитывается в платеж за новую и составляет в зависимости от состояния и других характеристик примерно 10–20% стоимости новой.

Операции с выкупом получили очень широкое распространение на следующих секторах рынка:

- 1) рынок продаж новых автомобилей (при этом продавец выкупает подержанную модель автомобиля того же производителя);
- 2) рынок железнодорожной техники (подвижной состав);
- 3) рынок гражданских самолетов;
- 4) рынок военных самолетов и вертолетов;
- 5) рынок бронетанковой техники;
- 6) устаревшие технологические линии;
- 7) оборудование целых цехов и производств на высоких стадиях физического и морального износа;

8) оборудование целых предприятий. В этом случае мы будем иметь экспортные поставки комплектного оборудования, при оплате которых учитывается остаточная стоимость устаревшего, выкупаемого экспортером новой техники. При этом устаревшее оборудование может проходить процедуру предварительной оценки. В этом случае независимые оценщики определяют остаточную стоимость устаревшего оборудования на период сделки.

Особенности этой сделки:

1. Объекты сделки:
 - a) новая техника/оборудование, экспортируемая за рубеж;
 - b) устаревшее оборудование, которое действует на предприятиях импортера на момент заключения сделки.
2. Сделка заключается напрямую, без участия посредников.
3. Сделка имеет валютно-товарный характер. В этом случае часть стоимости экспорта оплачивается устаревшим оборудованием по его оценочной стоимости.
4. При заключении этой сделки экспортер вынужден финансировать некоторые дополнительные расходы, связанные с устаревшим оборудованием: расходы на демонтаж, разбор устаревшей техники, сортировку узлов и деталей; оценку их пригодности для дальнейшего использования или перепродажи; затраты на транспортировку, модернизацию этого оборудования и т.д.
5. Экспортер покупатель устаревшего оборудования имеет следующие варианты его использования:
 - a) сдача устаревшего оборудования в металлолом и получение доходов за каждую тонну по цене металлолома;
 - b) проводит модернизацию устаревшего оборудования и реализует его на внутреннем рынке своей страны или экспортирует в третьи страны;
 - c) оборудование демонтируется, проводится сортировка деталей и комплектующих. Часть из них, непригодная для модернизации или перепродажи, продается в качестве металлолома. Экспортер получает определенную сумму дохода. Другая часть узлов и комплек-

тующих, пригодная для перепродажи, реализуется на вторичном рынке по ценам перепродаж. Экспортер также получает дополнительный доход, направляемый для компенсации дополнительных расходов по выкупу устаревшей продукции. Отсюда эффективно выполненная сделка с устаревшим оборудованием не только увеличивает расходы экспортера, но и дает возможность ему хотя бы частично компенсировать дополнительные затраты на демонтаж устаревшего оборудования, его сортировку, оценку, организацию перепродаж и сдачи в качестве металлолома.

6. Считается, что эта сделка является менее рентабельной по сравнению с валютными сделками.

7. Часто такие сделки используют экспортеры для повышения конкурентоспособности на относительно закрытые рынки стран импортеров.

Считается что согласие на эту сделку – это явная уступка экспортера будущему покупателю. В этом случае эта сделка менее выгодна для продавца.

Особенности заключения такой сделки и ее контракта:

1) будущие участники детально изучают рыночные позиции друг друга;

2) оцениваются выгодность конкурентных предложений по экспорту новой техники другими продавцами. Это должен делать и будущий экспортер, и будущий импортер;

3) экспортеру следует выполнить предварительную оценку технического состояния устаревшего оборудования, степени его физического и морального износа;

4) экспортеру требуется оценить возможность модернизации выкупаемого оборудования;

5) экспортеру следует оценить перспективы получения дополнительных доходов с целью компенсации своих дополнительных расходов на выкуп устаревшей техники;

6) импортеру рекомендуется аргументировано настаивать на выкупе его устаревшего оборудования, используя при этом знания рыночной позиции экспортера, а также рыночных предложений конкурирующих продавцов;

7) обычно эта сделка оформляется двумя самостоятельными контрактами:

а) контракт на выкуп устаревшей техники;

б) контракт на поставку нового оборудования. Контракты являются взаимосвязанными. Выполнение каждого из них является условием выполнения следующего;

8) каждый из контрактов должен содержать набор штрафных санкций за невыполнение контракта. Рекомендуется эти санкции определять в денежной форме;

9) в отдельных случаях функции демонтажа, разборки, сортировки и реализации устаревшего оборудования могут передаваться третьим фирмам. В этом случае экспортер заключает дополнительный контракт с третьей фирмой на выполнение всего комплекса или части работ по выкупу устаревшего оборудования;

10) сделку рекомендуется использовать в отношении тех импортеров, которые на момент ее заключения эксплуатируют устаревшие модели продукции экспортера. В этом случае экспортер стимулирует сбыт своей новой техники, при этом возможно использование повышенных скидок с цены экспортера;

11) экспортеру в контракте следует фиксировать свое право на будущую модернизацию экспортируемой техники и гарантировать себе дополнительную продажу и прибыль от выполнения работ до модернизации;

12) импортеру рекомендуется по контракту выполнение полного комплекса предпродажных и послепродажных услуг, включая обязательства экспортера по снабжению запасными частями в рамках полного срока службы новой техники.

При выкупе техники, бывшей в употреблении, фирмы-изготовители вкладывают дополнительные средства в их обновление и реализуют на том же рынке более бедным слоям населения (секонд-хэнд) либо экспортируют в развивающиеся страны как машины, бывшие в употреблении. Эта продукция может быть также демонтирована до узлов и деталей на годные составляющие (для ремонта и восстановительных работ) и дефективные (металлолом).

Например, откупленные в Европе легковые машины сбываются иностранным рабочим из Югославии, Турции, Ближнего Востока и Северной Африки. Россия и страны Восточной Европы в последнее десятилетие стали емким рынком сбыта откупленных автомобилей.

Откуп бывшей в употреблении техники является мощным фактором ускорения сбыта новых моделей. Даже крупнейшие мировые производители используют этот метод стимулирования сбыта.

Операции с давальческим сырьём (толлинг)

Суть таких операции состоит в том что одна страна, которая обладает ресурсами, но не обладает достаточными производственными мощностями для их переработки, отправляет часть данного сырья для переработки в другую страну и рассчитывается за это частью продукции.

Сырье, которое передается на переработку, а затем возвращается обратно в виде готового продукта, называется давальческим сырьём.

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

Объем передаваемого сырья должен обеспечивать:

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

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

Обязательства сторон о поставке сырья и импорта продукции оформляются одним контрактом с указанием стоимости сырья и готовой продукции.

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

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

Стоимость передаваемого на переработку сырья и получаемой готовой продукции при международных операциях оценивается по мировым ценам.



Рис. 1. Взаимодействие поставщика, переработчика и импортеров при проведении операции с давальческим сырьем: 1 – заключение контракта экспортером (поставщиком) с переработчиком о производстве продукции из давальческого сырья; 2 – транспортировка сырья переработчику; 3 – возвращение части готовой продукции экспортеру; 4 – переход части изготовленной из давальческого сырья продукции в собственность переработчика; 5a, 5b – продажа имеющейся у экспортера продукции на внешнем рынке импортерам А и В; 5c, 5d – продажа переработчиком части продукции импортерам С и Д

Побуждающим мотивом к заключению подобных сделок может служить **для заказчика:**

- либо отсутствие в стране **А** достаточных мощностей для переработки данного сырья;
- либо экономические причины (например, наличие более дешёвых ресурсов: рабочей силы, электроэнергии, воды и т.д. для этой переработки);
- либо просто экологические проблемы, вредность производства, внутренние законодательные акты, которые в другой стране обойти проще.

Для переработчика:

- желание загрузить простаивающие производственные мощности;
- нехватка оборотных средств для самостоятельного приобретения сырья, недоступность кредитов, наличие задолженностей (что не позволит использовать по назначению поступающую на расчётный счёт предоплату).

Эффективность операции на давальческом сырье для поставщика гарантируется только в том случае, если стоимость полученной после переработки продукции на мировом рынке выше стоимости давальческого сырья.

Использование толлинга экономически эффективно в следующих случаях:

- при переработке сырья выгодно использовать дешёвую рабочую силу развивающихся стран (если это не приводит к ухудшению качества готового продукта;
- когда страна – поставщик сырья не имеет достаточных мощностей для его переработки;
- когда внутренняя переработка сырья нежелательна по экологическим соображениям;
- когда источники дешёвого сырья и дешёвой электроэнергии расположены в противоположных точках земного шара.

Особенности толлингового контракта:

- 1) обязательства сторон по поставкам сырья и готовой продукции, отражаются в одном контракте;
- 2) контракт и сделка являются безвалютными, сбалансированными по стоимости; чаще всего толлинговые контракты являются среднесрочными и долгосрочными;
- 3) заключение этих контрактов обычно базируется на длительных и устойчивых связях между зарубежными продавцами сырья и его переработчиками. В отдельных случаях возможно заключение разовых толлинговых контрактов;

4) в этом контракте обязательно оцениваются:

- стоимость переработки;
- стоимость готовой продукции;
- стоимость давальческого сырья;
- показатель выхода готовой продукции из давальческого сырья;
- объем готовой продукции, выпущенной из давальческого сырья;
- объем отходов, полученных при переработке давальческого сырья;

5) в контракте также определяются:

- качество сырья;
- вид транспорта;
- условия компенсации брака;
- взаимные обязательства по поставке сырья, сроки, партии;
- оцениваются затраты на перевозку одним или несколькими видами

транспорта;

б) затраты давальческого сырья должны тщательно контролироваться переработчиком, ведь с учетом переработки сырья готовая продукция должна содержать прибыль не только поставщика сырья, но и прибыль переработчика;

7) контракт должен содержать условие поставки по ИНКОТЕРМС;

8) в контракте следует предусмотреть возможность корректировки цен с учетом динамики валютного курса;

9) эта сделка замедляет скорость оборота капитала каждого из ее участников. Это обстоятельство уменьшает выход прибыли в расчете на единицу вложенного капитала, а также объясняет меньшую прибыльность/рентабельность этой сделки;

10) ввоз давальческого сырья выполняется на основе специальных лицензий таможенного органа. Лицензия, в частности, подтверждает факт помещения давальческого сырья под соответствующий таможенный режим (переработка на таможенной территории или переработка под таможенным контролем).

Толлинг давно практикуется в международном бизнесе как форма международной кооперации, удешевляющая стоимость металла. Так, норвежская фирма «Hydro Aluminium», используя дешёвую электроэнергию, ежегодно производит сотни тысяч тонн металла по толлинговым соглашениям с американскими заводами. Дополнительно возникающие транспортные расходы оказываются меньше, чем экономия на электроэнергии, так как в структуре цены алюминия доля затрат на электроэнергию весьма значительна.

Ключевые слова: *бартерные операции, компенсационные операции, откуп техники, бывшей в употреблении, операции с давальческим сырьём (толлинг).*

Контрольные вопросы

1. Международная товарообменная (встречная) торговля.
2. Международные бартерные операции.
3. Виды международных компенсационных операций.
4. Международные операции с давальческим сырьём (толлинг).

Задания по теме

Задание 1. Выберите правильные варианты ответа.

1. Долгосрочные соглашения о промышленном сотрудничестве (на компенсационной основе) подразделяют на следующие виды:

- а) сделки «развитие – импорт»;
- б) авансовые закупки;
- в) сделки о разделе продукции;
- г) сделки «СВОТ»;
- д) параллельные сделки.

2. При встречной закупке:

- а) отсутствует какая-либо взаимосвязь между продукцией, продаваемой в рамках первой сделки, и продукцией, поставляемой в соответствии с договором о встречной закупке;
- б) не требуется, как правило, одновременного заключения договора купли-продажи;
- в) стоимость продукции, закупаемой в соответствии с договором встречной закупки, не может быть меньше стоимости продукции, продаваемой в рамках первой сделки.

3. Особенности проведения операции откупа техники, бывшей в употреблении:

- а) инициатива в осуществлении выкупа проявляется со стороны экспортера;
- б) импортер не ставит обязательным условием выкупить у него устаревшую технику;
- в) экспортер предлагает импортеру приобрести новые машины.

4. Объём сырья при толлинговых операциях должен обеспечить:

- а) банковские гарантии.
- б) откуп техники, бывшей в употреблении.
- в) оплату затрат переработчика и прибыль.
- г) оплату затрат переработчика и банковскую гарантию.
- д) оплату затрат переработчика и банковский процент кредитования.

5. В чём состоит преимущество компенсационной торговли?

- а) сокращает скорость оборота товара;
- б) повышает качество выпускаемой продукции;
- в) даёт возможность организовать новое производство, используя технику, бывшую в употреблении;

г) даёт возможность организовать новое производство, не вкладывая средства в оборудование.

6. Что интересует коммерсантов в операциях с давальческим сырьём (толлинг)?

- а) получение огромной прибыли;
- б) уменьшение издержек, по сравнению с другими операциями;
- в) возможность уйти от налогов;
- г) возможность произвести товар, не вкладывая средства в сырьё;
- д) возможность произвести товар, не имея перерабатывающей базы.

7. Объёмы взаимных поставок по бартерным контрактам корректируются

- а) до внесения в цены контракта поправок на базисные условия;
- б) после внесения в цены контракта поправок на базисные условия.

8. Таможенные пошлины, налоги и сборы, которые уплачивает каждая сторона бартерного контракта:

- а) влияют на корректировку объёмов взаимных поставок в сторону увеличения;
- б) влияют на корректировку объёмов взаимных поставок в сторону уменьшения;
- в) не влияют;
- г) влияют на корректировку объёмов взаимных поставок в случае их проплаты одной стороной.

Задание 2. Назовите виды компенсационных операций и дайте их краткую характеристику.

Тема 6. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОПЕРАЦИИ ПО ТОРГОВЛЕ ЛИЦЕНЗИЯМИ, «НОУ-ХАУ» И ТОВАРНЫМИ ЗНАКАМИ

Технологический обмен осуществляется, как правило, в следующих коммерческих формах:

Передача прав пользования изобретениями (патенты, ноу-хау, зарегистрированные товарные знаки, промышленные образцы), **технической документации; поставка машин и различного промышленного оборудования; оказание технической помощи; инжиниринговые услуги; экспорт комплектного оборудования; подготовка и стажировка специалистов; управленческие контракты; научно-техническое и производственное кооперирование и т.д.**

Передача технологии в коммерческих формах подразумевает, что технология является специфическим товаром.

Специфика этого товара в том, что его использование позволяет выпускать продукцию повышенной конкурентоспособности ввиду её уникальности либо с меньшими издержками производства в расчете на единицу готовой продукции. И то и другое позволяет получать дополнительную прибыль.

Обычно основные формы передачи технологий делятся по своему экономическому содержанию на **некоммерческие (безвозмездные)** и **коммерческие (возмездные)**.

- К **некоммерческим** формам передачи технологии относят научно-технические публикации (доклады, конференции, каталоги, выставки); обмен результатами исследований посредством личных контактов и посещений научно-исследовательских учреждений и промышленных предприятий (стажировки, командировки и др.); обмен производственно-техническими достижениями и опытом по долгосрочным программам.

- К **коммерческим** формам передачи технологии относят передачу технологии по лицензионным договорам, путем продажи оборудования и материалов (или передачу в аренду), оказания услуги типа инжиниринг, через учреждение совместных фирм (предприятий) и т.п.

Коммерческие формы передачи технологии подразделяются на сопутствующие соглашения: соглашения «**под ключ**»; соглашения «**под готовую продукцию**» и **самостоятельные** формы (лицензионные соглашения, безлицензионные формы передачи технологии и кооперационные соглашения).

Основной формой передачи технологии являются **лицензионные соглашения**.

Термин «**лицензия**» в переводе с латинского означает **разрешение совершать какие-либо действия**. Относительно технологического обмена он означает разрешение использовать предметы лицензий, которыми являются: **изобретения, ноу-хау, товарные знаки, патенты, промышленные образцы и полезные модели** в течение определённого срока за обусловленное вознаграждение.

В международной практике торговли лицензиями сложились следующие виды лицензионных соглашений:

- 1) простая лицензия;
- 2) исключительная лицензия;
- 3) полная лицензия;
- 4) сублицензия.

Различия между ними определяются объемом прав, передаваемых от лицензиара к лицензиату, главным образом объемом территориальных ограничений.

При продаже **простой лицензии** продавец (лицензиар) разрешает лицензиату на определенных условиях использовать изобретение или секрет производства, оставляя за собой право самостоятельно использовать объект лицензии, а также предоставлять аналогичные лицензии третьим лицам.

При продаже **исключительной лицензии** лицензиату предоставляются исключительные права на использование объекта лицензии. Лицензиар уже не может предоставлять аналогичные лицензии третьим лицам, однако может самостоятельно использовать объект лицензии, но уже не в тех пределах, в каких её использует лицензиат. При предоставлении этой лицензии лицензиар обычно не имеет права использовать изобретение на территориях, предоставленных лицензиату для производства и сбыта лицензионной продукции, если об этом специально не оговорено в соглашении.

Для исключительных лицензий характерно максимальное сужение территории, на которой могут использоваться предусмотренные в соглашении права. Исключительная лицензия наиболее часто применяется в международной практике.

При продаже **полной лицензии** лицензиар полностью лишается права на использование объекта лицензии в течение срока действия договора. Полные лицензии обычно продаются малыми фирмами.

При этом если срок действия лицензионного соглашения превышает срок действия патента или равен ему, то такие лицензионные соглашения на изобретения, промышленные образцы и товарные знаки по своему технико-экономическому смыслу равноценны продаже патента.

При продаже **патента** право собственности на предмет договора переходит к покупателю, а при продаже полной и других лицензий это право к лицензиату не переходит, собственником предмета соглашения

остается лицензиар, хотя он и передает право его использования в полном объеме лицензиату, но только на срок действия лицензии. В этом и состоит принципиальное отличие продажи патента от продажи полной лицензии. К продаже патентов прибегают, как правило, мелкие и средние фирмы, изобретатели-одиночки, не располагающие достаточными финансовыми возможностями для самостоятельного использования изобретения. Скупают патенты обычно крупные фирмы, блокируя, таким образом, проникновение аутсайдеров в сферу их господства.

Сублицензия

Разновидностью простых и исключительных лицензий являются сублицензии. Сублицензией признается лицензия, которую продает не лицензиар, заключивший первоначальное лицензионное соглашение, а его контрагент-лицензиат, владеющий полной или исключительной лицензией.

Лицензиат может предоставлять с письменного разрешения лицензиара сублицензии другим лицам от своего имени в пределах предоставленного ему исключительного права. Обычно это делается в целях наиболее полного и эффективного использования предмета лицензии. В таких случаях в лицензионном соглашении оговаривается, на каких коммерческих и иных условиях лицензиату предоставляется право выдавать сублицензии. Ответственность по сублицензионным соглашениям перед лицензиаром несет лицензиат.

Лицензионное соглашение – это договор, по которому лицензиар (продавец) предоставляет лицензиату (покупателю) разрешение или право на использование объекта лицензии за определенное вознаграждение. При этом право собственности на предмет лицензионного соглашения остается за лицензиаром, а лицензиат получает право на его использование при конкретных условиях в течение определенного срока.

Лицензионное соглашение содержит следующие стандартные разделы:

1. Преамбула (сведения о сторонах).
2. Определения (описание понятий и терминология).
3. Предмет соглашения (полное название предмета договора, номера патентов, тип лицензии, описание, перечень и срок предоставления технической документации, территория действия соглашения).
4. Платежи. Это достаточно важный пункт и правильное взаимовыгодное определение данного вопроса служит залогом длительного сотрудничества.

В условии платежа обязательно подробно оговаривается порядок уплаты лицензионного вознаграждения, а именно: валюта платежа с включением в зависимости от обстоятельств валютной оговорки; форма

расчета (порядок и условия открытия аккредитива, сроки перевода платежей); база для исчисления стоимости выпускаемой продукции или стоимости продаж (при вознаграждении в форме текущих отчислений) и порядок их исчисления. В условиях платежа, как правило, предусматривается также обязательство лицензиата получить соответствующее разрешение правительственных органов на оплату и перевод платежей. В тех случаях, когда вознаграждение зависит от экономического эффекта использования лицензии, лицензиат обязан высылать в адрес лицензиара подробный бухгалтерский отчет по взаимно согласованной форме (количество, продажные цены, оборот).

5. Дополнительные условия (гарантии сторон, усовершенствования, техническая помощь, уплата налогов).

6. Отчетность и контроль (сроки и условия представления бухгалтерских данных, соблюдение конфиденциальности).

7. Различные оговорки.

Наибольшее распространение в практике лицензионной торговли получили следующие оговорки: лишение права лицензиата на самостоятельную реализацию лицензируемой продукции (сбыт ее в этом случае производится через сбытовые органы лицензиара или какой-либо другой фирмы, назначенной лицензиаром или выбранной по соглашению сторон); запрещение экспорта продукции либо ограничение его определенной территорией (как правило, группой сопредельных стран); ограничение сферы использования предмета соглашения строго определенной областью (например, использование двигателей внутреннего сгорания только в автотракторной или только в авиационной промышленности); ограничение количества выпускаемой по лицензии продукции или установление максимального уровня ее производства; ограничение срока использования лицензии по сравнению со сроком действия патента; установление лимита цен на изготавливаемые по лицензии товары; оговорка, обязывающая лицензиата покупать у лицензиара в течение всего срока действия соглашения сырье, материалы, детали, отдельные узлы оборудования, необходимые для производства продукции по лицензии, а также образцы товаров и пр.; оговорка о минимальном обороте, предусматривающая, что если лицензиат в течение обусловленного срока по каким-либо причинам не сможет продать в какую-либо страну «территории» продукцию, производимую по лицензии выше определенной минимальной суммы продаж, лицензиар имеет право изъять соответствующую страну из сферы действия соглашения и предоставить лицензию любой другой фирме по своему усмотрению.

8. Арбитраж (выбор судебного органа и применимого права при возникновении споров).

9. Срок и условия вступления соглашения в силу, порядок прекращения его действия.

10. Прочие условия (например переход или переуступка прав).

Приведенная выше структура лицензионного соглашения является лишь примерной, поскольку в каждом конкретном случае договор получается сугубо индивидуальным из-за особенностей предметов соглашения, типов лицензий и иных отличий.

В качестве возмещения за предоставление прав на использование предмета соглашения лицензиат уплачивает лицензиару определенное вознаграждение. Формы лицензионных вознаграждений бывают различные. В зависимости от метода подсчета их можно разделить на две группы:

- вознаграждения, размер которых подсчитывается на базе фактического экономического результата использования лицензии;

- вознаграждения, размер которых непосредственно не связан с фактическим использованием лицензии, а заранее устанавливается и указывается в договоре, исходя из оценок возможного экономического эффекта и ожидаемых прибылей лицензиата на базе использования лицензии.

К первой группе относятся такие формы, как периодические процентные отчисления и участие в прибыли лицензиата, комиссии; ко второй – первоначальный платеж наличными, паушальный платеж, передача ценных бумаг лицензиата, передача встречной техдокументации. Рассмотрим их более подробно.

Периодические процентные отчисления, или текущие отчисления (роялти), устанавливаются в виде определенных фиксированных ставок (в процентах) и выплачиваются лицензиару через определенные согласованные промежутки времени (ежегодно, ежеквартально, ежемесячно или к определенной дате). Они исчисляются разными способами: со стоимости производимой по лицензии продукции; с единицы выпускаемых или реализуемых изделий в виде процента к цене или себестоимости; на специально обусловленной базе (с установленной мощности запатентованного оборудования, с количества переработанного по запатентованному способу сырья, на базе стоимости переработки продукта, стоимости или количества отдельных компонентов, потребляемых в процессе производства, и т.д.).

Уровень ставок текущих отчислений в современной практике лицензионной торговли составляет в среднем 2–10%. Наиболее часто используют ставки 3–5%. Ставки текущих отчислений обычно дифференцируются в зависимости от вида лицензии, срока действия соглашения, объема производства лицензируемой продукции, ее реализационных цен, объема экспортных или внутренних продаж. Так, более высокие ставки применяют обычно при выдаче исключительной лицензии на первые годы действия соглашения и при поставках на экспорт. Более низкие ставки устанавливаются при выдаче неисключительной ли-

цензии на последующие годы или в случае продления действия соглашения, при продажах на внутреннем рынке. Ставки лицензионных соглашений обычно снижают по мере роста производства и продаж лицензируемой продукции.

Участие в прибыли лицензиата как форма лицензионного вознаграждения означает отчисления в пользу лицензиара определенной части (процента) прибыли, полученной лицензиатом за счет использования данной лицензии. Эта доля обычно колеблется от 20 до 30% при предоставлении исключительной лицензии и до 10% – при неисключительной. Однако в практике лицензирования эта форма встречается крайне редко.

Комиссия – договор, по которому одна сторона (комиссионер) обязуется по поручению другой стороны (комитента) за вознаграждение заключить сделку от своего имени, но в интересах и за счет комитента.

Паушальный платеж – это определенная, твердо зафиксированная в соглашении сумма лицензионного вознаграждения. Паушальный платеж практикуется обычно в следующих случаях: при передаче лицензии вместе с поставками оборудования, когда единовременный характер сделки требует и единовременного определения ее стоимости; при продаже лицензии малоизвестной фирме; при выдаче лицензии на базе секрета производства (как гарантия от убытков в случае его разглашения); когда лицензиат не хочет допустить контроля лицензиара за использованием лицензии; когда в стране лицензиата существуют затруднения в отношении перевода прибылей.

Паушальный платеж может производиться как в разовом порядке, так и в рассрочку (например, 50% – после подписания соглашения, 35% – после поставки оборудования и передачи технической документации и 15% – после пуска оборудования). Иногда паушальная сумма в абсолютном выражении разбивается по годам. Преимущество паушального платежа – получение лицензиаром всей суммы вознаграждения в относительно короткий срок без коммерческих и иных рисков, которые могут возникнуть в период действия соглашения.

Первоначальный платеж наличными предусматривает оплату лицензиатом определенной установленной в соглашении суммы в виде единовременного взноса или по частям в течение установленного в соглашении срока либо по выполнении определенных условий (например, через определенное число дней после подписания лицензионного соглашения или его вступления в силу; после предоставления лицензиаром технической документации). Иногда первоначальный платеж выплачивается в рассрочку в определенном установленном для каждого взноса размере, но в довольно ограниченный срок.

Первоначальный платеж наличными обычно применяется как дополнение к основной форме лицензионных вознаграждений и использу-

ется в большинстве лицензионных соглашений, предусматривающих выплату вознаграждения в форме текущих отчислений. Примерно 50–60% лицензионных соглашений, заключаемых между фирмами развитых стран, обычно предусматривают первоначальный платеж как часть лицензионного вознаграждения.

Передача ценных бумаг (акций и облигаций) лицензиата как форма вознаграждения по лицензионному соглашению встречается в чистом виде или в комбинации с другими формами примерно в 15% лицензионных соглашений. Лицензиар получает чаще всего от 5 до 20% акций лицензиата, хотя в отдельных случаях эта доля доходит до 40%.

Передача технической документации как форма платежа получила распространение у японских компаний. Она предусматривает взаимное предоставление лицензии и в большинстве случаев применяется в сочетании с другими формами вознаграждения.

Определение цены лицензии (размера вознаграждения за лицензию) – одна из самых сложных проблем, которую необходимо решать при осуществлении внешней и внутренней торговли лицензиями.

Потенциальный продавец лицензии – лицензиар должен рассчитать максимальную желаемую цену лицензии и минимальную, ниже которой продажа лицензии нецелесообразна и неэффективна, и на переговорах руководствоваться этими ценами, начиная торг и назвав лицензиату максимальную желаемую цену.

Покупатель лицензии – лицензиат должен определить для себявилку цены или, по крайней мере, максимально возможную цену, за которую он может купить лицензию. Следовательно, потенциальные контрагенты лицензионных соглашений должны определять приемлемые для себявилки цен на лицензии **до переговоров об их продаже или закупке.**

До настоящего времени ни у нас, ни за рубежом не выработано единой методологии и единых методов определения цены лицензии. Каждый контрагент определяет ее на свой страх и риск, используя свою методологию и свои методы, которые сохраняет в тайне, принимая меры по предотвращению их разглашения.

Мировая практика установления цен на лицензии свидетельствует о том, что иногда рассчитанная и предложенная цена лицензии благодаря умелому проведению переговоров по её уторгованию оказывается более чем в два раза меньшей, чем первоначально запрошенная.

Процесс формирования цен на традиционные экспортно-импортные товары (**машины, приборы, оборудование, материалы, сырье и другие материальные объекты**) принципиально отличается от формирования цен на предметы лицензионных соглашений (**научно-технические достижения, изобретения, промышленные образцы,**

право использования их и товарных знаков, ноу-хау и другие нематериальные объекты).

Если цены на обычные материальные товары формируются на базе их стоимости, т.е. затрат на их производство, то цены на предметы лицензионных соглашений формируются на базе результатов – **прибыли, получаемой от их использования по лицензии.**

Таким образом, реальная стоимость лицензии может быть установлена только в процессе эксплуатации лицензионного объекта. Цена же лицензии определяется расчетным путем с учетом ряда факторов:

– **вероятная прибыль**, которую может получить лицензиат в процессе эксплуатации лицензии. Источником цены при продаже технологии становится не вся прибыль, а только полученная от применения нововведения. В международной практике торговли лицензиями доля, идущая на вознаграждение лицензиарам, колеблется в пределах от 20 до 40% от суммы дополнительной прибыли;

– **затраты на создание технологии** (цена должна как минимум в 1,5–2 раза превышать все издержки продавца на НИОКР и освоение производства);

– **упущенная выгода** (при реальной возможности самостоятельно использовать технологию);

– **издержки по передаче технологии** (командировки, оказание технологической помощи, проведение пусконаладочных работ – до 20% от совокупных издержек);

– **цены на аналогичные технологии у конкурентов.**

Стоимость бесплатных лицензий на 20% ниже, чем лицензий, защищённых патентами.

Цены на исключительные лицензии обычно более чем в 2 раза превышают цены простых лицензий.

Практика показывает, что если фирма в состоянии поставлять изделия, защищенные патентами, на экспорт, то она никогда не продаёт лицензии.

При экспорте фирма получает всю прибыль от продажи изделий, а при продаже лицензий только часть прибыли, которую получит лицензиат от продажи изделий, изготовленных по лицензии. Однако значительные транспортные расходы при поставке продукции на отдаленные рынки, таможенные, сертификационные и другие барьеры могут привести к тому, что экспорт изделий в отдельные страны будет экономически невыгоден и более целесообразна продажа лицензий одному или нескольким предпринимателям для организации производства изделий по лицензиям и реализации их на этих рынках.

Транснациональные корпорации часто используют внутрикорпорационный обмен технологией. Этот обмен используется как одно из средств внешнеэкономической экспансии. Важнейший метод осуществ-

ления этой политики – передача лицензий собственным филиалам и дочерним компаниям, а по сути, передача материнской компанией новейших достижений на определенных некоммерческих условиях.

Это ставит дочерние компании на рынках стран пребывания в преимущественное положение и способствует повышению конкурентоспособности их продукции. Предоставление лицензий, технических знаний и опыта дочерним компаниям за границей позволяет ТНК сравнительно быстро налаживать производство новых товаров на принадлежащих им предприятиях и сбывать эти товары как в странах их местонахождения, так и в сопредельных странах.

Таким образом, ТНК получают возможность не только сократить до минимума срок освоения изобретения, но и обойти таможенные барьеры, валютные ограничения других стран. На заграничных предприятиях ТНК с использованием лицензий материнских компаний выпускается свыше 20% продукции. На долю внутрикорпорационных поступлений приходится свыше 60% всех лицензионных поступлений развитых стран. Так, в США на долю поступлений от продажи лицензий родственным компаниям приходится примерно 80%, в Англии – 50%. Масштабы и темпы развития внутрикорпорационной торговли на современном этапе дают основание считать, что она является главным направлением коммерческого обмена научно-техническими знаниями в мире.

Торговля товарными знаками

Товарные знаки и знаки обслуживания – это обозначения, отличающие однородные товары и услуги разных производителей и продавцов.

Как правило, предприятие, использующее в своей деятельности известный товарный знак (ТЗ) или фирменное наименование (ФН), продаёт товар или услугу по более высокой цене, чем средняя цена по отрасли (за исключением случаев проведения демпинговой политики или временного периода конкурентной борьбы).

Всем известны товарные знаки компаний Rolls-Royce, Gillette, Indezit, TEFAL, «Кока-Кола», «Интурист», приморских «Акос», «Аник», «Диалог народов» и многих других. В недалеком прошлом были достаточно известны отечественные торговые марки Ту, Zenit, Ломо, Столичная и т.д. Потребителю сразу становится понятным, чем компания занимается, а в нашем сознании прочно ассоциируется высокий уровень потребительских свойств предлагаемой продукции.

В качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения любых цветов. Законом строго ограничены способы обозначений знаками, в том числе: не отличающиеся различительной способностью, представляющие государственные флаги, эмблемы, наименования правительственных ор-

ганизаций, указания качества и ценности товара, названия известных произведений науки, культуры и т.д.

Регистрацию товарного знака осуществляет Роспатент на основании заявки, поданной через патентного поверенного, зарегистрированного в Роспатенте. Иностранцы также осуществляют регистрацию своих товарных знаков в Роспатенте через патентных поверенных.

Товарный знак используется в качестве ключевого элемента рекламного стиля фирмы; он в неизменяемой форме должен присутствовать на всех видах рекламы изделий, на упаковке, коммерческой документации и деловой переписке фирмы. Чтобы отвечать таким требованиям, товарный знак должен обладать новизной воплощаемой идеи, лаконичностью, а также должен быть выполнен с большим художественным вкусом и тактом.

Во всех странах товарные знаки имеют правовую охрану, причем в одних действует проверочная система их новизны и соответствия установленным требованиям, в других – явочная, которая предусматривает регистрацию знаков после их введения в действие фирмами.

Использование товарных знаков в России регулируется Законом РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров». Правовая охрана товарных знаков осуществляется на основе их государственной регистрации и выдачи на них свидетельств.

На основании решения о регистрации товарного знака Роспатент после уплаты пошлины производит его регистрацию в Государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания и выдает владельцу соответствующее свидетельство. Российские физические и юридические лица могут через патентных представителей зарегистрировать свои товарные знаки в зарубежных странах.

По данным Роспатента, в последнее время ежегодно подаётся около 20–25 тыс. заявок на товарные знаки от российских и зарубежных предпринимателей.

Право использования товарного знака может быть продано другому лицу по лицензионному договору.

Рыночная стоимость товарного знака – это потенциальная капитализированная стоимость полных прав его использования, определяемая на основе прогнозирования возможных прибылей. За рубежом при продаже предприятий с известным товарным знаком общая цена в 4–5 раз превышает балансовую стоимость их активов.

Рыночная стоимость товарного знака водки «Столичная», по оценкам, составляет около 200 млн долл. Рыночная стоимость товарных знаков сигарет Marlboro (США) и напитка Coca-Cola оценивается их владельцами соответственно в 22,18 млрд и 70,45 млрд долл. США.

Существует несколько методик оценки стоимости товарного знака, но все они в конце концов сводятся к определению его стоимости как **капитализированного нематериального актива, отражающего потенциальный рост прибыли предприятия, выпускающего продукцию с известным товарным знаком, по сравнению с тем же показателем без него.**

Принципы торговли товарными знаками весьма сходны с принципами торговли изобретениями и ноу-хау. Товарные знаки также могут продаваться с неисключительным и исключительным правом их использования.

Чаще всего продажа знаков сопровождается продажей предприятий, лицензий на изобретения и ноу-хау, т.е. только в рамках комплексной сделки. В этом случае объектом такой сделки является следующее:

1) собственно товарный знак или право на его использование для маркировки товаров импортера;

2) покупка новейших технологий, используемых продавцом, обычно запатентованных, поэтому придется приобретать патентную лицензию;

3) это приобретение новейших, а иногда уникальных технологических линий, с помощью которых запатентованная технология будет внедряться на предприятиях импортера;

4) ноу-хау, сопровождающий товарный знак и применяемые технологии;

5) необходимые инжиниринговые услуги, включающиеся услуги по эффективному управлению процессами производства, продвижения и сбыта маркированной продукции на различных секторах мирового рынка.

При этом экспортер по контракту может потребовать право на постоянный контроль над деятельностью импортера с целью не допустить потери рыночного авторитета продаваемого бренда. В контракте предусматривается не только цена товарного знака, но и порядок оплаты.

Возможны следующие варианты такой оплаты:

1) полная стоимость контракта оплачивается до начала сделки;

2) стоимость знака оплачивается частями по типу роялти. В этом случае цена знака оплачивается равными или неравными частями в рамках контрактного срока;

3) использование комбинированного способа оплаты. В отдельных случаях возможна оплата части контракта продукцией импортера. При этом продавец знака самостоятельно реализует эту продукцию на внутреннем рынке своей страны или третьих стран.

Обычно стоимость товарных знаков учитывается в стоимости предприятий и лицензий на промышленную собственность. При само-

стоятельной продаже товарных знаков расчеты могут производиться в паушальной форме и форме роялти.

В случае нарушения прав на товарный знак у его владельца возникает право требовать через суд возмещения ущерба. За рубежом действуют консультационные фирмы, специализирующиеся как на определении стоимости самих товарных знаков, так и на определении ущерба, нанесенного нарушением монопольного права собственности на них.

В 1990-х гг. в России при большом числе нарушений прав на товарные знаки общественности было известно только о судебном разбирательстве спора на знак Смирновской водки.

Важное значение для успешного лицензирования товарного знака имеет соблюдение установленных законом требований к их действительности. В соответствии с Законом о товарных знаках лицензионный договор об использовании товарного знака должен быть зарегистрирован в патентном ведомстве. Без такой регистрации лицензионный договор будет считаться недействительным. Исходя из положений ГК РФ, это означает следующее:

- недействительная сделка не влечет юридических последствий за исключением тех, которые связаны с ее недействительностью;
- такая сделка недействительна с момента ее совершения;
- при недействительности сделки каждая из сторон обязана вернуть другой все полученное по сделке.

В соответствии с установленным в России порядком регистрации лицензионного договора владелец товарного знака должен подать в патентное ведомство соответствующее заявление. К нему прилагается договор в трех экземплярах. Это объясняется тем, что один экземпляр (контрольный) остается в ведомстве, а два других, с отметкой о регистрации, направляются в адреса обеих сторон договора. Заявление о регистрации рассматривается в течение двух месяцев с даты его поступления в патентное ведомство.

Использование наименования места происхождения товара

Наименование места происхождения товара – это название страны, местности, населенного пункта и другого географического региона, используемое для обозначения товара и для его особого отличия. Примерами таких названий могут быть: Шампань, Бордо, Боржомин, made in Japan, made in USA.

Наименование места регистрируется в патентных органах стран на основе заявок производителей товаров, которым выдаются специальные свидетельства.

Обладатель свидетельства не в праве предоставлять лицензии на пользование наименованием места происхождения товара другим лицам.

Ключевые слова: коммерческие формы передачи технологии, соглашения «под ключ», соглашения «под готовую продукцию» лицензионные соглашения, изобретения, ноу-хау, товарные знаки, патенты, промышленные образцы и полезные модели, простая лицензия, исключительная лицензия, полная лицензия, сублицензия, уступленная выгода, роялти, паушальный платёж, смешанные способы платежей, товарные знаки и знаки обслуживания.

Контрольные вопросы

1. Сущность и особенности международной лицензионной торговли.
2. Организация лицензионной торговли.
3. Особенности лицензионного соглашения.
4. Особенности ценообразования в лицензионной торговле.
5. Виды лицензионных платежей.
6. Системы проверки новизны товарных знаков.
7. Рыночная стоимость товарного знака.
8. Наименование места происхождения товаров.

Задания по теме

Задание 1. Лицензиар предлагает лицензиату выкупить исключительную лицензию на производство лосьона. Расчетный объем производства составляет 1 млн флаконов в год. Цена – 1 долл США за тит. Срок лицензии – пять лет. Расчетная валовая прибыль – 0,35 долл. на 1 флакон (до выплаты лицензионного вознаграждения). Ставка банковского депозита – 10% годовых.

По предложению лицензиара возможны следующие формы лицензионного вознаграждения:

- а) роялти в виде отчислений 10% от суммы ежегодной реализации;
- б) отчисление в пользу лицензиара ежегодно 30% от полученной валовой прибыли;
- в) паушальный платеж в форме наличного перечисления после заключения лицензионного договора и передачи лицензии лицензиату.

Рассчитайте величину роялти, сумму отчислений от полученной прибыли, паушальный платеж.

(100 тыс. долл. в год; 105 тыс. долл. в год; 295 тыс. долл. в год.)

Задание 2. Выберите правильные варианты ответа.

1. В чём состоит сущность лицензионной торговли?

- а) в продаже предмета лицензии;
- б) в продаже патентов и «ноу-хау»;
- в) в получении дохода от продажи лицензий;
- г) в получении прибыли от освоения патентов и «ноу-хау»;
- д) в сдаче в аренду предметов лицензионной торговли.

2. В чём состоит содержание лицензионной торговли?

- а) в продаже предмета лицензии;
- б) в продаже патентов и «ноу-хау»;
- в) в получении дохода от продажи лицензий;
- г) в получении прибыли от освоения патентов и «ноу-хау»;
- д) в сдаче в аренду предметов лицензионной торговли.

3. Когда лицензиат начинает выплачивать роялти?

- а) сразу после заключения лицензионного соглашения;
- б) после осуществления патентной защиты предмета лицензии;
- в) после начала производства и сбыта лицензионной продукции;
- г) сразу после выплаты первоначального вознаграждения.

4. Когда обычно происходит последняя выплата паушального платежа?

- а) после передачи технической документации;
- б) после окончания дополнительных конструкторских и технологических разработок;
- в) после выпуска первой промышленной партии лицензионной продукции;
- г) после выхода производства на проектный выпуск продукции.

5. Лицензиар может самостоятельно использовать предмет лицензии на ограниченной территории при продаже:

- а) простой лицензии;
- б) исключительной лицензии;
- в) полной лицензии;
- г) сублицензии.

6. Какие факторы не влияют на цену лицензии?

- а) норма прибыли;
- б) упущенная выгода;
- в) издержки по передаче технологии;
- г) производительность труда на предприятиях лицензиата;
- д) производительность труда на предприятиях лицензиара;
- е) цены на аналогичные технологии у конкурентов.

7. Что является основой правовой охраны товарного знака?

- а) его место в рейтинге товарных знаков;
- б) договор с охраняющим ведомством;
- в) его государственная регистрация и выдача на него свидетельства;
- г) договор на его использование государственным предприятием.

8. Использование товарных знаков в международной практике регулируется:

- а) Венской конвенцией 1985 г.
- б) Берлинской конвенцией.
- в) Парижской конвенцией.
- г) Мадридским соглашением.

Тема 7. ФРАНЧАЙЗИНГ

Самостоятельной формой лицензионных соглашений являются контракты на использование товарного знака – **франчайзинг** (franchising), которые предусматривают предоставление прав на использование торговой марки или фирменного названия, а также оказание услуг по технической помощи, повышению квалификации рабочей силы, организации торговли и управлению.

Размеры платежей по этим контрактам колеблются от 1,5 до 12% суммарных годовых продаж.

Отличительной чертой франчайзинга является сегментирование рынка во избежание конкуренции между его отдельными получателями. Операции по франчайзингу проводятся, как правило, между крупными компаниями и мелкими фирмами или частными лицами, обычно только начинающими бизнес.

В современном российском законодательстве нет понятия «франчайзинг», вместо него используется термин «коммерческая концессия» (КК) как наиболее близкий по смыслу. Вместо понятий «франчайзор» и «франчайзи» используются термины «правообладатель» и «пользователь» соответственно. Однако в рамках проекта закона «О внесении изменений и дополнений к главе 54 ГК РФ» понятия «коммерческая концессия» и «франчайзинг», «правообладатель» и «франчайзор», «пользователь» и «франчайзи» рассматриваются как синонимы.

Франчайзор – это компания, которая выдает лицензию или передает в право пользования свой товарный знак, ноу-хау и операционные системы. Например, франчайзор создает успешный продукт или услуги, скажем, особый стиль работы ресторана быстрого питания. Франчайзор исследует и развивает бизнес, тратит деньги на продвижение бизнеса, создает хорошую репутацию и узнаваемый имидж (называемый брэнд-нэйм). После того, как компания доказала работоспособность своей бизнес-концепции и успешную воспроизводимость этого бизнеса, она может начать предлагать предпринимателям, которые хотят повторить подобный успех, купить ее франшизу.

Франчайзи – это человек или компания, которая покупает возможность обучения и помощь при создании бизнеса у франчайзора и выплачивает сервисную плату (роялти) за использование товарного знака, ноу-хау и системы ведения работ франчайзора. Франчайзи сам оплачивает затраты на создание бизнеса. Очень часто франчайзор предоставляет очень выгодные скидки на важные поставки (материалы, расходные средства). Эти скидки всегда дают возможность франчайзи покупать продукты у франчайзора по более низкой цене. Таким образом, это стоит дешевле, чем развивать бизнес без франчайзора. Франчайзи делает первоначальный взнос за помощь по созданию и открытию биз-

неса. Франчайзи принимает на себя обязанность выплачивать ежемесячные взносы за право пользования торговым знаком и бизнес-системой и за поддержку, обучение и консалтинг, предоставляемые франчайзором. Если все идет по плану, то франчайзи ведет успешный бизнес, и его прибыль превосходит затраты.

Франшиза – это полная бизнес-система, которую франчайзор продает франчайзи. Другим названием для подобной системы служит франчайзинговый пакет, который обычно включает пособия по ведению работ и другие важные материалы, принадлежащие франчайзору.

Любой вид бизнеса можно превратить во франшизу. Международная ассоциация франчайзинга выделяет 70 отраслей хозяйства, в которых можно использовать методы франчайзинга. Полное их перечисление не имеет смысла, но можно понять ширину применимости франчайзинга из следующей выборки: бухгалтерский учет, авторемонт, книжные магазины, детская одежда и обучение, строительство, небольшие продовольственные магазины, магазины косметических товаров, образование, услуги по трудоустройству, рестораны, отели, прачечные и услуги по уборке, частные почтовые ящики, фотостудии, риэлтерские компании, туризм и развлечение, прокат специального оборудования и туристические агентства.

Франчайзинговые взаимоотношения могут быть прибыльными для обеих сторон. Франчайзи заинтересован в максимальных продажах при минимальных затратах. Франчайзи должен следовать правилам ведения бизнеса по франшизе и участвовать в рекламных и маркетинговых компаниях, проводимых франчайзором. Франчайзор сосредоточенно работает над тем, чтобы лидировать в конкурентной борьбе, что было бы очень трудно сделать одному франчайзи. Франчайзор предоставляет необходимую поддержку, чтобы франчайзи мог уделять все внимание своим ежедневным операциям.

Мастер франшиза. Отношения по мастерской франшизе возникают, когда международный франчайзор продает исключительные права на развитие всей системы на территории всей страны одному франчайзи. Такой тип франчайзи называется «владелец мастерской лицензии». Таким образом, франчайзи становится франчайзором в данной стране, продавая и предлагая франшизы другим предпринимателям и собирая с них сервисную плату (роялти). Это часто происходит, когда существует очевидный спрос на франшизу. В таком случае франчайзор не беспокоится о том, будет его бизнес развиваться успешно или нет. Вместо этого франчайзор ищет хорошо обеспеченного местного предпринимателя, обладающего организацией, которая позволит ему сделать систему франчайзора успешно работающей концепцией на территории всей страны.

В настоящее время франчайзинг широко применяется в международных экономических отношениях. В США, где франчайзинг впер-

вые появился и получил широкое распространение, эти сделки подразделяются на следующие виды:

ТОВАРНЫЙ франчайзинг – взаимоотношения сторон франчайзинга в сфере торговли, при которых франшизодатель передает, а владелец франшизы получает эксклюзивное право, ограниченное конкретной территорией, на реализацию под торговым знаком франшизодателя выпускаемой им продукции. Товарный франчайзинг повсеместно используется для сбыта бензина, автомобильных товаров, сельскохозяйственного оборудования.

ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ франчайзинг – отношения в рамках договора франчайзинга, которые дают право франшизополучателю на производство, сбыт под торговым знаком франшизодателя продукции с использованием поставляемого им сырья, материалов или технологий. Классический представитель – компания «Дока-Пицца», поставляющая франчайзи оборудование, рецептуру и право пользования товарным знаком и общим рекламным фондом при производстве и сбыте продукции. Обязательным условием является обязательный контроль качества со стороны франчайзи.

ДЕЛОВОЙ франчайзинг – взаимоотношения сторон франчайзинга в сфере обслуживания, обучения и общественного питания, при которых франшизополучатель создает и развивает бизнес по модели и при участии франшизодателя с использованием его технологий, ноу-хау, товарного знака и опыта предпринимательства. В основном применяется для открытия магазинов и киосков для продажи набора продуктов и оказания услуг под фирменным наименованием франчайзера. Первый пример в нашей стране – ресторан Мак Дональдс в Москве.

КОРПОРАТИВНЫЙ франчайзинг – современная форма организации франшизного бизнеса, при которой франшизополучатель оперирует не отдельным предприятием, а сетью франшизных предприятий с использованием наемных менеджеров.

КОНВЕРСИОННЫЙ франчайзинг – способ расширения франшизной сети, при котором действующее самостоятельно предприятие переходит на работу по договору франчайзинга и присоединяется к системе франшизных предприятий, работающих под контролем одного франшизодателя.

РАЙОННЫЙ франчайзинг – форма организации франшизного бизнеса, при которой франшизополучатель получает право на освоение определенного района, т.е. создание франшизной системы и контроль над ней в соответствии с оговоренным количеством предприятий и графиком их открытия.

Все франчайзинговые сделки могут быть условно разделены на четыре типа, в зависимости от состава участников договора франчайза:

1. Предприятия производители – предприятия оптовой торговли (последние также могут заниматься производством).

2. Производители – предприятия розничной торговли.
3. Оптовики – розничные торговцы.
4. Розничные торговцы между собой.

Взаимоотношения при франчайзинговых сделках исторически также подразделяются на две категории: индивидуальный и районный (региональный) франчайзинг. Наиболее распространенным является индивидуальный франчайзинг, т.е. приобретение права на занятие каким-то определенным типом бизнеса.

Принимающая страна получает немалые выгоды от франчайзинга, так как она приобретает управленческий опыт и технические знания. В то же время выгоды имеет и франчайзер, поскольку ему предоставляется возможность контролировать рынок данной страны с минимальными капитальными затратами.

Преимущества и недостатки франчайзинга

Преимущества для франчайзора

Франчайзор – это человек, который смог создать работающий бизнес. Это бизнес, который приносит ему хорошую прибыль. Такая модель бизнеса должна легко поддаваться успешному повторению. Это означает, что возможно открывать еще больше предприятий, работа которых строилась бы по такой же модели, как и бизнес франчайзора. Бизнес франчайзора всегда имеет определенный проверенный рынок потребителей и ценную репутацию.

После того, как бизнес своим успехом доказал свою жизнеспособность, основатели желают развивать это дело. Здесь возникают два пути: развивать дело, инвестируя прибыль, или создавать франчайзинговую систему. При создании и развитии франчайзинговой системы ее основатели будут рассматривать пять позиций:

1. Франчайзинг приносит дополнительные деньги для распространения бизнеса. Если компания стремится к развитию на региональном, национальном или международном уровне, то потребуются дополнительные вложения на программу развития. Эти фонды можно создать с помощью франчайзи. Франчайзи делают первоначальный взнос, приобретая полный франчайзинговый пакет. Подписав дополнительно несколько франчайзинговых договоров с франчайзи, франчайзор сможет продавать им другие услуги по управлению (менеджменту), такие, как особая поддержка по консалтингу и маркетингу. Обе сделки (первоначальная продажа франшизы и продажа специальных услуг) служат дополнительным источником дохода для франчайзора.

2. Франчайзи делают дополнительные выплаты на поддержку услуг, предоставляемых франчайзором. Все работающие франчайзи ежемесячно платят франчайзору за предоставление услуг. Часть этих денег

идет на предоставление услуг по поддержке франчайзи этой системы (обучение персонала, консультанты и т.д.).

3. Франчайзинг открывает возможности быстрого расширения на новом рынке и укрепления своей репутации на существующем рынке. Увеличение количества выплачиваемых взносов позволяет франчайзору быстро и эффективно развиваться на рынке. Помните, что именно франчайзи приносят на новый рынок имя франшизы. Каждый отдельный франчайзор получает огромные преимущества на всем рынке потому, что франчайзи, быстро расширяясь на новом рынке и делая инвестиции в развитие этого бизнеса в новых городах, создают широкую сеть бизнеса, на развитие которой у франчайзора никогда не хватило бы денег.

4. Франчайзинг открывает для потребителя возможность больше узнать о продукте и услугах. С открытием новых предприятий потребители больше узнают о продукте и услугах. Это очень важно, так как новая франшиза становится узнаваемой на рынке по мере предоставления своих услуг. Многочисленные франчайзинговые предприятия на специфичном рынке открывают экономный доступ к рекламе в средствах массовой информации, что делает франчайзинг известным среди большего числа потребителей. Использование рекламы приводит к увеличению продаж и прибыли в каждом предприятии франчайзинговой системы.

5. Успех франчайзинговой системы при создании новых бизнес-концепций. Успех франчайзинговой компании во многом зависит от проверенности и прибыльности бизнес-концепции. Франчайзор развивает свою концепцию бизнеса и доказывает ее прибыльность на примере своих собственных магазинов.

Франчайзор разделяет свой опыт со всеми франчайзи системы, предоставляя им возможность вести свой бизнес также успешно. Поэтому, если компания хочет узнать, возможно ли превратить их бизнес в успешную франшизу, они должны просто посмотреть, насколько успешно прошло такое превращение в другом, похожем, бизнесе.

Преимущества для франчайзи

- Все материалы и поддержка, предоставляемая франчайзорами индивидуальным франчайзи, предназначены для поддержки и усиления значимости франшизы. В списке таких преимуществ можно было бы перечислить: материалы, обучение и консалтинг. Но если смотреть шире, то самым большим преимуществом являются отношения между франчайзором и франчайзи.

- **Франчайзинг означает, что у вас есть собственный бизнес**, но вы не остаетесь один на один со всеми проблемами и рисками.

Когда франчайзи дает свое согласие вкладывать деньги во франчайзинговое предприятие, он все равно остается независимым владель-

цем бизнеса. Эта независимость означает, что его никогда не уволят с этой работы.

Франчайзи получает профессиональную поддержку от франчайзора. Такая поддержка помогает ему избежать тех ошибок, которые обычно делают другие предприниматели. Франчайзор остерегает франчайзи от принятия неправильных решений, которые могли бы навредить или вообще разрушить его предприятие.

- **Франчайзинг – это быстрое и эффективное начало бизнеса.**

Франчайзинговая система дает информацию, которая помогает франчайзи найти подходящее местоположение для предприятия, сделать его дизайн и убедиться в том, что бизнес правильно функционирует.

Франчайзи не нужно беспокоиться о проблемах, возникающих на начальной стадии, потому что он имеет опыт своего франчайзора.

- **Франчайзинг дает поддержку франчайзи в период перед открытием бизнеса.** Франчайзи всегда имеет возможность стать специалистом в новом бизнесе, не затрачивая годы на обучение в школе бизнеса или просто работая в этой области. Эти знания приходят непосредственно из специальных программ обучения и программ по развитию системы управления, которые франчайзор передает всем новым франчайзи и ключевым работникам.

Еще задолго до открытия нового бизнеса, франчайзор и франчайзи должны проработать друг с другом некоторое время. Вместе они должны достаточно поработать над формированием навыков франчайзи с тем, что бы иметь все шансы на успешное ведение бизнеса.

- **Франчайзинг означает постоянную поддержку.** После открытия франчайзингового бизнеса франчайзи продолжает получать профессиональные услуги от франчайзора по вопросам ежедневного ведения бизнеса и маркетинга. Франчайзор должен оказывать франчайзи постоянное техническое и консультативное содействие, включая содействие в обучении и повышении квалификации работников. Передача ноу-хау, техническое и консультативное содействие франчайзи со стороны франчайзора являются ключевыми условиями, позволяющими отличать франчайзинг от других способов распространения товаров или оказания услуг с использованием единого товарного знака или знака обслуживания.

- **Франчайзинг дает возможность использовать репутацию и товарный знак франчайзора.** При выполнении франчайзингового договора, франчайзи получает полномочия от франчайзора на использование торгового знака франчайзора.

Только франчайзи, работающие в системе данной франшизы, имеют эксклюзивное право использовать товарный знак франчайзора. Поэтому, если вы владеете франшизой McDonald's, вы пользуетесь правом на владение названием фирмы, которое дает мгновенное узнавание на рынке как бизнеса, работающего на международной арене с междуна-

родным франчайзором. К моменту открытия ресторана все в округе уже знают, что он будет предоставлять услуги на высоко профессиональном уровне.

Индивидуальный предприниматель должен с самого начала думать не только о продажах, но прежде всего о том, чтобы создать хорошую репутацию никому не известной фирмы. Франчайзи же покупает себе репутацию вместе с покупкой франшизы.

Индивидуальный предприниматель никогда не будет иметь доступ к известному всему миру имени, а франчайзи сразу пользуется именем своего франчайзора, уже получившего всеобщее признание.

• **Франчайзинг устанавливает четкие территориальные границы ведения бизнеса.** Франчайзор определяет своему франчайзи территорию ведения бизнеса. Границы этой территории определены условиями франчайзингового договора.

Получая территорию, франчайзи может эффективно развивать свой бизнес на определенной территории. Это снимает угрозу соперничества со стороны других владельцев этой же франшизы.

Индивидуальный предприниматель никогда не знает, в каком месте возникнет наибольшая конкуренция, таким образом, его территория всегда остается более открытой для конкурентов.

К тому же, что немаловажно, франчайзинг позволяет «уйти от НДС», что существенно повышает конкурентоспособность предприятия, а следовательно, и привлекательность франчайзинга для российского предпринимателя («Золотой Рог». 18 июля 1996).

Недостатки франчайзинга

Недостатки для франчайзора

• Невозможность завершить отношения с франчайзи, который не следует правилам системы. Франчайзинговый договор определяет природу отношений между франчайзором и франчайзи. Франчайзинговый договор предусматривает ряд положений, защищающих франчайзи. Эти положения предусматривают невозможность для франчайзора расторгнуть контракт с франчайзи. Но, вместе с тем, такие положения осложняют вывод из системы франчайзи, который не выполняет законов франчайзингового бизнеса.

• Франчайзи не являются работниками франчайзора. Франчайзи являются независимыми владельцами бизнеса. Даже при наличии франчайзингового договора могут возникать трудности при контроле сделок, осуществляемых франчайзи в своем бизнесе.

• Влияние плохо работающих франчайзинговых предприятий. Многие потребители воспринимают каждое франчайзинговое предприятие как часть одной цепи предприятий, работающих под единым товарным

знаком. И если какой-нибудь франчайзи плохо ведет свой бизнес, то это будет бросать тень на всю франчайзинговую систему.

- Недоплата или выплата взносов с опозданием. Франчайзоры устанавливают структуру выплат за предоставленный сервис, принимая за основу процент от общей суммы продаж в каждом предприятии. Франчайзи обязаны предоставлять отчет об общей сумме продаж франчайзору для того, чтобы определить сумму оплаты за сервис. Франчайзи может попытаться скрыть сумму продаж и предоставить неполный отчет с тем, чтобы занизить взнос своему франчайзору.

- Трудности сохранения конфиденциальности коммерческой тайны. Работа любой франчайзинговой системы основана на принципах и стандартах, являющихся интеллектуальной собственностью франчайзора. Эти принципы бизнеса представляют собой коммерческую тайну и служат основой успеха франчайзинговой системы. Франчайзи получает доступ к коммерческим секретам, проходя обучение по программе франчайзора. И хотя франчайзинговый договор запрещает франчайзи разглашать подобную информацию, все равно это случается. Франчайзору сложно с этим бороться, поэтому если ему не удастся выработать эффективные меры, то вся франчайзинговая система может сильно пострадать.

- Выход из франчайзинговой системы успешно работающих франчайзи. Франчайзи может считать, что франчайзинговые отношения накладывают на него слишком большие ограничения и в результате потерять интерес к этому бизнесу. Расторгнув контракт с франчайзором, он, возможно, захочет открыть свой собственный бизнес, который будет представлять прямую конкуренцию франчайзору.

- Для того, чтобы избежать всех этих трудностей, франчайзоры должны очень тщательно отбирать предпринимателей, которым они хотят продавать франшизы. Франчайзор должен провести интервью с каждым кандидатом, целью которого будет определить у франчайзи наличие качеств, необходимых для успешного ведения дела. После того как франчайзи становится частью системы, франчайзор должен наблюдать за тем, как идут его дела. Франчайзор должен уметь быстро определять назревающие проблемы и немедленно принимать решения.

Франчайзору необходимо поддерживать непрерывную связь с франчайзи и узнавать от него о новых идеях и решениях уже существующих проблем. Работая вместе с франчайзи, франчайзоры могут избежать проблем, которые могли бы нанести серьезный урон всей системе.

Недостатки для франчайзи

- Невыполнение контракта по франчайзинговому договору. Франчайзи должен соблюдать правила франчайзинговой системы. Эти правила сформулированы во франчайзинговом договоре и их должны вы-

полнять все франчайзи без исключения. Франчайзи могут вносить свои предложения, но они не могут менять систему.

- Взгляд на франчайзинговую систему как ограничивающую инициативу франчайзи. В дополнение к франчайзинговому договору франчайзи должен следовать специальным правилам, касающимся ежедневных операций в бизнесе и использования товарного знака франшизы. Это все описано в программе обучения франчайзора. Такие ограничения могут касаться рабочих часов, границ территории, ассортимента продукта и услуг, предлагаемых потребителю. Франчайзи должен дать согласие на принятие этих ограничений до начала действия франчайзингового договора.

- Установление необходимого сотрудничества среди всех франчайзи системы. Хотя франчайзи представляет собой независимого владельца своего бизнеса, он является важным связующим звеном в сети владельцев франшизы. Каждый отдельный франчайзи является товарищем по бизнесу. Несмотря на то, что франчайзи предоставляют на рынок одинаковый продукт и услуги, они не являются конкурентами.

- Отсутствие поддержки со стороны франчайзора. Потенциальный франчайзи должен внимательно ознакомиться с работой франчайзинговой системы, чтобы определить, предоставляет ли франчайзор необходимую поддержку по менеджменту или ведению работ. Поддержка франчайзора является важнейшим аспектом во франчайзинговых отношениях. Франчайзи должен определить уровень поддержки до того, как начнет действовать контракт. Недостаточная поддержка со стороны франчайзора подрывает силу франчайзинговой системы.

- Определение финансовой мощи франчайзора. Потенциальные франчайзи должны изучить доступную информацию о финансовом положении франчайзора. Может случиться так, что франчайзор объявит о банкротстве, что может привести к продаже франшизы или ее аннуляции.

До начала приведения в исполнение франчайзингового договора потенциальный франчайзи должен очень тщательно ознакомиться с материалами, предоставляемыми франчайзором. Потенциальному франчайзи следует встретиться с другими франчайзи этой системы и определить, как франчайзор выполняет свои обещания по предоставлению услуг. Франчайзи должен узнать является ли франчайзор членом местной ассоциации франчайзинга. Если да, то франчайзор должен выполнять требования Этического кодекса ассоциации. Также следует посетить местную Ассоциацию Франчайзинга, чтобы больше узнать о франчайзоре.

Договор франчайзинга

Франчайзинговый договор, как и любой официальный договор, представляет собой исключительно важный документ. Франчайзинговый договор, однако, имеет ряд заметных отличий. Многие контракты

служат для уточнения взаимоотношений в течение небольшого периода времени. После завершения сделки такой контракт больше не имеет силы.

Франчайзинговый же договор подписывается между франчайзором и многими франчайзи на длительный срок. К нему будут обращаться часто и в течение многих лет, поэтому франчайзинговый договор должен быть тщательно подготовлен.

Основные элементы

Франчайзор подписывает франчайзинговый договор со многими франчайзи, поэтому было бы неразумно каждый раз менять какие-то пункты по запросу отдельного франчайзи.

Франчайзор должен с самого начала подготовить франчайзинговый договор так, чтобы у франчайзи не возникало сомнений и желания изменить его.

Если кому-то из франчайзи удастся добиться изменений в его договоре, то другие франчайзи могут быть недовольны, что франчайзор сделал исключение для кого-то. Эти франчайзи могут теперь рассматривать свой договор как не совсем совершенный. Франчайзинговый договор должен быть единым для всех франчайзи.

Франчайзинговый договор обычно включает определение «интеллектуальной собственности» франчайзора. Под интеллектуальной собственностью франчайзора понимается торговый знак, ноу-хау, специальные детали производственного процесса, торговые и производственные секреты и другая конфиденциальная информация. Рекомендуется, чтобы профессиональный юрист участвовал в проработке данного вопроса.

Успешная франчайзинговая структура состоит из четырехстороннего партнерства между франчайзором, франчайзи, другими франчайзи в системе и потребителем. Эти отношения должны быть детально изложены в договоре, защищая права всех сторон. Договор должен излагать механизм, благодаря которому франчайзор может контролировать стандарты среди франчайзи. Если франчайзор не в состоянии сделать это, то страдает вся франчайзинговая система. Самым лучшим способом защиты интересов каждого отдельного франчайзи является жесткий контроль всей системы.

Франшиза как лицензия

Большая часть франчайзинговых договоров оговаривают лицензию, по которой франчайзи может пользоваться ноу-хау, торговым знаком и бизнес-системой франчайзора. Детали бизнес-системы находятся в производственном пособии.

Франчайзинговый договор содержит пункт, по которому франчайзор обязан раскрыть франчайзи все детали функционирования предпри-

ятия. Франчайзор также обязан обучить франчайзи вести данный бизнес. Договор должен обязывать франчайзи следовать всем стандартам производства. В отличие от франчайзингового договора операционное пособие (пособие по функционированию предприятия) может быть модифицировано и дополнено. Договор также предусматривает положение, по которому франчайзор может время от времени модифицировать и обновлять франчайзинговую систему. Этот момент, однако, не означает, что франчайзор может отклоняться от операционного пособия.

Финансовые обязательства

Большая часть франчайзинговых договоров предусматривают наличие первичного взноса за покупку франшизы. Эта первичная плата покрывает расходы франчайзора, связанные с обучением франчайзи и его персонала, открытием его предприятия и других расходов в этот период.

Франчайзи должен делать регулярные взносы франчайзору (называемые также сервисная плата, или роялти, или управленческая плата) за право пользования его системой и поддержку. Договор оговаривает, как эти регулярные взносы рассчитываются, выплачиваются и проверяются. Большинство франчайзоров предпочитают, чтобы взносы делались еженедельно, максимум ежемесячно.

Многие франчайзинговые договоры предусматривают выплату определенных сумм в общий рекламный фонд. В договоре указывают, как эти деньги будут тратиться и кто их контролирует, а также формы отчетности франчайзора перед франчайзи за расходы по этой статье.

Срок договора

Франчайзинговый договор предусматривает срок, в течение которого он действует. Франчайзи может иметь право на продолжение договора, если во время его действия он не совершил серьезных нарушений.

Важно, чтобы срок действия франчайзингового договора совпадал со сроком договора об аренде помещений, так как в противном случае франчайзи может оказаться в неприятной ситуации, когда договор с франчайзором прекращен, а он все еще должен нести расходы по аренде без возможности продолжать свой бизнес в этом помещении.

Эксклюзивность

Вопрос об эксклюзивности территории, на которой работает франчайзи, требует тщательной проработки. Большинство франчайзоров не предоставляют эксклюзивную территорию франчайзи, если он обслуживает слишком большую площадь. Это делается, чтобы быть более гибким в реакции на действия конкурентов в этом районе.

Франчайзинговый договор может содержать положение, по которому он может открыть еще одно предприятие в пределах оговоренной территории. Если франчайзи в процессе работы не желает пользоваться этим пунктом, франчайзор может назначить еще одного франчайзи в этом районе.

Обязанности сторон

Франчайзинговый договор включает положения, оговаривающие обязанности франчайзора и франчайзи. Эти положения излагаются очень детально и занимают большую часть договора.

Так, франчайзор должен оказывать франчайзи постоянное техническое и консультативное содействие, включая содействие в обучении и повышении квалификации работников. Передача ноу-хау, техническое и консультативное содействие франчайзи со стороны франчайзора являются ключевыми условиями, позволяющими отличать франчайзинг от других способов распространения товаров или оказания услуг с использованием единого товарного знака или знака обслуживания. Вот почему защита от экспроприации инвестиций франчайзора в ноу-хау и затрат на обучение франчайзи является важнейшим условием эффективного функционирования франчайзинговой сети.

Другие важные положения

Существуют несколько положений, которые также могут быть включены в договор. Вот некоторые из них.

- **Поставки.** Франчайзинговый договор может включать положения, оговаривающие, как франчайзи осуществляет поставки. Франчайзи может быть обязан производить поставки только от одобренных франчайзором поставщиков. Если франчайзи может закупать только у франчайзора, он должен быть поставлен в известность об этом с самого начала. Франчайзор должен объяснить франчайзи, что он не получает от этого сверхприбылей.

- **Прекращение действия договора.** Франчайзинговый договор должен содержать детальное описание прекращения взаимоотношений между франчайзором и франчайзи, которое может возникнуть в результате продажи предприятия, прекращения договора из-за серьезного нарушения обязанностей одной из сторон или из-за смерти франчайзора или франчайзи. Любое из этих событий влечет за собой серьезные последствия, и поэтому они должны быть детально оговорены в договоре.

- **Условия прекращения договора.** Договор оговаривает условия, при которых франчайзинговый договор может быть прекращен. Положения договора о последствиях прекращения не менее важные, чем положения о самом расторжении договора. Франчайзи должен прекратить использование интеллектуальной собственности франчайзора. Франчай-

зинговый договор также часто ограничивает бывшего франчайзи в ведении подобного бизнеса на данной территории в течение определенного времени. Это ограничение, правда, необходимо тщательно проработать, чтобы им возможно было воспользоваться.

Важно отметить, что требования франчайзингового договора отличаются в зависимости от типа бизнеса.

Ключевые слова: франчайзинг, коммерческая концессия, франчайзор, франчайзи, франшиза, мастер франшиза.

Контрольные вопросы

1. Торговля товарными знаками.
2. Использование наименования места происхождения товара.
3. Сущность и содержание франчайзинга.
4. Виды франчайзинга.
5. Преимущества и недостатки франчайзинга.

Задания по теме

Выберите правильные варианты ответа.

1. Американская фирма Burger King обычно передает зарубежным предпринятиям деловой пакет, необходимый для становления и успешного развития бизнеса в сфере быстрого питания на обусловленном географическом рынке. Поэтому основным способом выхода на внешние рынки для нее является:

- а) контрактное производство;
- б) международный лицензинг;
- в) международный франчайзинг;
- г) совместный экспорт.

2. Преимуществом франчайзи, по сравнению с самостоятельными организаторами бизнеса, является

- а) поддержка франчайзи в период становления бизнеса;
- б) финансирование проекта франчайзором;
- в) использование товарного знака или знака обслуживания франчайзора;
- г) передача франчайзингового пакета на условиях дарения.

3. Преимуществами франчайзинга, по сравнению с созданием филиалов, для франчайзора является:

- а) снижение трудоемкости;
- б) расширение рынка сбыта;
- в) апробирование бизнес-системы в разных экономических и социально-политических условиях;
- г) отсутствие расходов на маркетинговые исследования.

4. Существует ли конкуренция среди франчайзоров?

- а) существует;

- б) не существует;
- в) существует только в отдельных секторах рынка.

5. В случае несогласия франчайзи с правилами франчайзинговой системы

- а) франчайзи может частично поменять систему;
- б) франчайзи может внести франчайзору свои предложения по изменению системы;
- в) франчайзи может уменьшить выплату роялти франчайзору;
- г) франчайзи может задержать выплату роялти франчайзору до изменения правил;
- д) другие варианты.

Тема 8. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ

Наряду с международной торговлей товарами (в вещественном понимании этого слова) широко развита и торговля услугами (технологическими, транспортными, туристическими, страховыми и т.д.).

Термин «услуги» охватывает несколько десятков видов деятельности, продукция которых может быть определена как услуга. В число услуг входят все виды транспортной деятельности, служба передачи информации, туризм, строительство, образование, медицина, финансовая и банковская деятельность и многое другое.

В исследовании, подготовленном Международным торговым центром ЮНКТАД-ВТО, подчеркивается, что **услуга становится предметом международной торговли в том случае, если производитель услуги и покупатель её – это физические или юридические лица – резиденты разных стран независимо от места совершения сделки между ними.** Этот подход был также заложен в Генеральное соглашение по торговле услугами.

По социально-экономическим и техническим свойствам услуга отличается от продуктов материального производства.

Эти специфические свойства выглядят следующим образом:

- нематериальность услуг (неосвязаемость) (intangibility);
- неоднородность (изменчивость, непостоянство качества) (heterogeneity);
- неотделимость производства и потребления услуги (inseparability);
- несохраняемость или неспособность услуг к хранению (perishability).

Эти характеристики создают уникальное отличие услуг от товаров и обозначаются аббревиатурой **И Н И Р**.

1. Неосвязаемость услуг, их неуловимость или нематериальный характер. Эта черта означает, что их невозможно продемонстрировать, увидеть, попробовать, транспортировать, хранить, упаковывать или изучать до получения этих услуг.

Указанные свойства нематериальности услуг нельзя абсолютизировать. Соотношение нематериальных и материальных свойств может находиться в разном диапазоне для различных услуг. Существуют услуги чисто нематериального характера, обладающие высокой социальной направленностью своего воздействия как на общество в целом, так и непосредственно на личность, ориентированные на субъект – субъектные деятельные отношения, отличающиеся личными контактами производителя и потребителя услуг (образование, здравоохранение, физкультура и спорт и др.).

Наряду с этим имеются отрасли услуг, где трудовая деятельность и ее полезный эффект имеют непосредственное отношение к обслуживанию населения, но в то же время характеризуются высокой степенью материальности (осязаемости), тесной связью с материальным производством (в частности, жилищно-коммунальные услуги, услуги по ремонту бытовой техники и предметов домашнего хозяйства, услуги транспорта, связи и информационно-вычислительного обслуживания и т.д.).

2. Изменчивость, непостоянство качества. Качество услуги довольно сильно зависит от того, кто ее обеспечивает, а также от того, где и когда она предоставляется. В разных гостиницах сервис разный и зависит от множества факторов: условий проживания, квалификации персонала; от самих посетителей. Именно индивидуальность покупателей предполагает и индивидуальность услуг – индивидуальный пошив одежды, прическа и т.д.

3. Неотделимость, неразрывность производства и потребления услуги. Услуга неотделима от своего источника и в отличие от товара ее нельзя произвести впрок. Оказать услугу можно тогда, когда поступает заказ или появляется клиент. С этой точки зрения производство и потребление услуг неотделимы: продажа билетов в кинотеатре от касира, медицинские услуги.

4. Несохранимость или неспособность услуг к хранению. Сиюминутность – важная отличительная черта услуг. Услуги не могут быть сохранены для дальнейшей продажи: непроданные билеты, незаселенные комнаты в гостинице, пустые салоны парикмахерских, бань.

Исходя из этого, международная торговля услугами обладает рядом особенностей по сравнению с традиционной товарной торговлей.

Во-первых, услуги в отличие от товаров производятся и потребляются в основном одновременно и не подлежат хранению. Поэтому большинство видов услуг базируется на прямых контактах между производителями и потребителями, что обособляет международную торговлю услугами от торговли товарами, в которой часто используется посредничество.

Во-вторых, эта торговля тесно взаимодействует с торговлей товарами и оказывает на нее все возрастающее воздействие. Для поставок за рубеж товаров привлекается все больше услуг, начиная с анализа рынков и кончая транспортировкой товаров. Успех товара на внешнем рынке во многом зависит от качества и количества услуг, привлекаемых для его производства и реализации (включая послепродажное обслуживание).

В-третьих, сфера услуг обычно больше защищена государством от иностранной конкуренции, чем сфера материального производства. Более того, транспорт и связь, финансовые и страховые услуги, наука во многих странах традиционно находятся в полной или частичной собственности государства или же строго контролируются им. Импорт услуг в

значительных масштабах может, как считают общественность и правительства многих стран, представлять собой угрозу для их благосостояния, суверенитета и безопасности. В результате перед международной торговлей услугами больше барьеров, чем перед торговлей товарами.

В-четвертых, не все виды услуг, в отличие от товаров, пригодны для широкого вовлечения в международный хозяйственный оборот. В первую очередь это относится к некоторым видам услуг, поступающих преимущественно в личное потребление (например коммунальные и бытовые услуги).

Виды торговли услугами зависят от содержания самой услуги, основой которого является её специфика или её отличительные особенности. Они и превращают услугу в товар с конкретными потребительскими свойствами.

Специфика самой услуги оказывает влияние на весь процесс купли-продажи услуг – от ведения переговоров и составления условий контракта, до момента окончательного расчёта за ту или иную услугу. Причём формы и методы расчётов также зависят от особенностей самой услуги.

Следует отметить, что к концу XX века номенклатура услуг значительно расширилась. Сегодня используется классификация ГАТТ/ВТО, включающая более 600 разновидностей услуг.

Сложность с созданием термина «услуга» привела к поиску нового решения, необходимого для практических целей: ведения переговоров, создания базы данных о видах услуг и барьерах на пути торговли услугами. Поэтому был создан Классификатор видов деятельности, которые могут рассматриваться как услуги. Классификационная схема различных видов услуг была разработана в ходе Уругвайского раунда. Этот Классификатор услуг включает около 160 обобщенных видов услуг, разделенных на 12 крупных разделов:

1. Деловые услуги – 46 групп.
2. Телекоммуникационные услуги – 25 групп.
3. Строительные и инжиниринговые услуги – 5 групп.
4. Дистрибьюторские услуги – 5 групп.
5. Образование – 5 групп.
6. Финансовые услуги, включая страхование – 17 групп..
7. Услуги по защите окружающей среды – 4 группы.
8. Услуги по охране здоровья и здравоохранения – 4 группы.
9. Туризм – 4 группы.
10. Спорт – 5 групп.
11. Транспортные услуги – 33 группы.
12. Прочие.

В Классификаторе услуг ВТО в качестве главного классификационного признака используется деловое назначение услуги. В силу этого

Классификатор услуг может быть использован для торговых переговоров и подготовки конкретных предложений и перечней уступок в сфере услуг.

В соответствии с руководством МВФ по составлению платежного баланса, услуги делятся на 11 видов, в рамках которых существуют подвиды. Мировой банк классифицирует услуги по принципу их взаимодействия с другими формами МЭО на следующие группы:

1. Факторные услуги – платежи, возникающие в связи с международным движением капиталов, рабочей силы и технологии.

2. Нефакторные услуги – остальные виды услуг (транспорт, туризм и прочие нефинансовые услуги).

Каждая из операций по продаже этих услуг предполагает индивидуальный подход на всех этапах совершения сделки.

Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС) является составной частью пакета соглашений, лежащих в основе Всемирной торговой организации. ГАТС представляет собой многосторонний свод принципов и правил, регулирующих торговлю услугами. Так, в ГАТС предусмотрены четыре способа предоставления услуг: трансграничная поставка, потребление за рубежом, коммерческое присутствие, перемещение физических лиц.

Различные виды поставки услуг отличаются друг от друга по двум главным признакам:

– место нахождения поставщика и потребителя услуги в момент оказания услуги;

– гражданство или место регистрации лиц, потребляющих или предоставляющих услуги (первое касается физического лица, второе – юридического лица).

Ниже эти способы рассмотрены подробно.

А. Трансграничная поставка (первый способ)¹

В настоящее время объем трансграничной торговли быстро растет благодаря развитию телекоммуникационных сетей, прогрессу информационной технологии и появлению Интернета (электронной торговли). Ожидается, что новые технологии придадут ей еще больший импульс даже в тех областях, в которых во время проведения Уругвайского раунда такая торговля считалась технически невозможной. Лишь в половине или даже меньшей доле обязательств членов ВТО предусматривается полное открытие доступа на рынок для трансграничных торговых потоков. Это связано со стремлением защитить национальные рынки услуг.

¹ Термины – «первый способ», «второй способ» и т.д. вошли в разряд профессиональной терминологии ГАТС и могут быть использованы в ряде документов самостоятельно.

Информационная технология делает отдельные способы предоставления услуг взаимозаменяемыми, возможности для трансграничного оказания услуг растут. С любой информацией, которую можно записать в цифровой форме, можно работать на расстоянии, а оперативные технологии Интернета открывают возможности для интерактивной связи и недорогостоящего видеоконференциального обслуживания. Экспортеры услуг все чаще используют трансграничную торговлю для внутрифирменного оказания услуг, электронную связь с клиентами, стратегическими партнерами.

Трансграничная торговля включает транспортные услуги, на которые продолжают сохраняться довольно жесткие ограничения. В то же время следует отметить, что права на осуществление воздушных перевозок не охватываются нормами ГАТС, переговоры по морским перевозкам в рамках ГАТС провалились из-за проблем в крупнейших странах, а процесс либерализации наземных перевозок идет довольно трудно даже в контексте региональных соглашений. Трансграничная торговля занимает важное место в поставке почтовых, медицинских, туристических и других видов услуг.

Развитие электронной торговли открывает новые возможности практически для всех видов поставок услуг, сокращая время, материальные издержки на поставки услуг, часто меняя и сам характер поставки услуги.

Б. Потребление за рубежом (второй способ)

Как уже отмечалось выше, этот способ поставки услуг связан с тем, что потребитель услуги (как физическое, так и юридическое лицо) перемещается на территорию производителя услуги.

Это важный способ экспорта *услуг*, в первую очередь медицинских, туристических, транспортных и учебных. Хотя торговля ими напрямую и не регулируется, это не значит, что торговых барьеров вовсе не существует: требования, действующие в других секторах, например ограничения географического охвата медицинского страхования или на перевод платежей на иностранные инвестиции, могут препятствовать расширению торговли услугами путем «потребления за рубежом в других секторах».

В рамках этого способа предоставления услуг наиболее важную роль играют поездки отдельных потребителей на экспортные рынки в качестве туристов, а затем подготовка студентов или руководящих работников за рубежом. Продажа услуг иностранным фирмам, работающим на национальных рынках, также является разновидностью этого способа поставки услуг и создает для поставщиков услуг многих стран, в том числе и России, эффективный метод развития экспорта услуг путем их предоставления иностранным фирмам, находящимся на национальной территории этих стран.

В. Коммерческое присутствие (третий способ)

Это довольно распространенный способ предоставления услуг. Он связан с привлечением иностранных инвестиций и созданием иностранных фирм или их филиалов, продающих услуги в стране присутствия. Режим иностранных инвестиций во многих странах ограничивает доступ иностранным коммерческим структурам ко многим отраслям производства услуг. Существуют ограничения, связанные с предоставлением национального режима в этой области. Примерно 70–80% обязательств в области коммерческого присутствия имеют ограниченный характер. Особенно это касается финансовых (84%) и коммуникационных услуг (91%). Можно предположить, что будущие переговоры по либерализации рынка услуг будут связаны с попытками найти решения в сложной и противоречивой области коммерческого присутствия.

С учетом высоких первоначальных, а также последующих расходов на организацию коммерческого присутствия за рубежом такой метод в настоящее время на первый взгляд малоперспективен для России. Однако если верны периодически появляющиеся данные о размерах средств, вывезенных из России в последние пять лет, именно этот способ может стать важным направлением восстановления позиций России на рынках услуг.

Г. Присутствие физических лиц (четвертый способ)

Согласно ГАТС перемещение физических лиц и их присутствие, связанное с оказанием услуг на зарубежном рынке труда, должны быть ограниченными по времени и иметь целью оказание услуг. Физические лица могут оказывать услуги либо самостоятельно, либо в процессе работы на иностранной фирме, либо на основе контрактов на оказание услуг, подписанных с зарубежной или национальной компанией.

В общих словах либерализация этого способа предоставления услуг свелась к горизонтальным обязательствам о расширении временного перемещения управленческого персонала и специалистов в связи с коммерческим присутствием. Некоторые страны взяли на себя также обязательства по конкретным секторам и категориям, обставив их в то же время серьезными ограничениями.

Многие страны для восполнения дефицита рабочей силы разрешают въезд высококвалифицированных кадров с тем, чтобы экономический рост не сдерживался из-за их недостатка либо в целях расширения доступа к мировым интеллектуальным ресурсам и знаниям. В настоящее время сформировался глобальный рынок квалифицированной рабочей силы. Обязательства в рамках ГАТС о допущении межфирменных перемещений наглядно показывают, что движение физических лиц тесно связано с движением капитала. Проект многостороннего соглашения по инвестициям также разрешает временный въезд, пребывание и работу инвесторов и основного персонала.

Тем не менее, между желанием привлекать или допускать в страну квалифицированную рабочую силу и стремлением сохранить рабочие места для местных кадров существует определенное противоречие, что объясняет отсутствие конструктивного диалога по вопросу о временном перемещении всех категорий физических лиц. Конкретные обязательства по такому способу предоставления услуг, как движение физических лиц, показывают, что на данный момент очень немногие страны обязались связать действующее иммиграционное законодательство и нормы регулирования.

Непризнание профессиональной квалификации и требования к получению лицензий также мешают физическим лицам оказывать услуги на экспортных рынках.

Развитие торговли услугами, как и самой сферы услуг, её структуры, происходит по нескольким направлениям.

Прежде всего – это возникновение абсолютно новых видов услуг, таких, как компьютерные услуги, информационные сети, электронная торговля, логистика (или управление товарными потоками), глобальные транспортные системы, использующие многие виды транспорта, объединенные в непрерывные транспортные цепочки и др.

Далее это активное обособление и выделение в самостоятельные отрасли целого ряда видов услуг, которые ранее носили внутрифирменный вспомогательный характер. Это относится к маркетинговым услугам, рекламе, аудиту, бухгалтерским и юридическим услугам и многим другим видам услуг, которые стали самостоятельными сферами бизнеса.

Наконец, заметным явлением стало образование крупных интегрированных компаний, поставляющих потребителю «пакет» услуг, дающий возможность использовать одного поставщика услуг, не обременяя себя ведением дел с поставщиками других конкретных вспомогательных услуг. По такому принципу действуют крупные транспортные компании, берущие на себя все связанные с транспортной цепочкой, входящие в нее поставки услуг и предоставляющие потребителю транспортной услуги возможность доставки груза «от двери до двери» и «точно в назначенное время».

Закономерностью развития современной рыночной экономики является прогрессирующее расширение сферы услуг. В настоящее время в ней создается большая доля валового внутреннего продукта и сосредотачивается подавляющая доля занятых.

Среди причин, стимулирующих быстрое возрастание мирового рынка услуг, выделяются следующие:

– зрелая экономика и высокий уровень жизни повышают спрос на услуги;

– развитие всех видов транспорта стимулирует международную мобильность как предпринимателей, так и населения;

– новые формы связи, в том числе спутники, иногда позволяют заменить личные контакты продавцов и покупателей;

– ускорившийся процесс расширения и углубления международного разделения труда, что ведет к образованию новых видов деятельности, прежде всего в непроеизводственной сфере.

Примерно $\frac{1}{4}$ международной торговли услугами приходится на транспортные услуги, около $\frac{1}{4}$ составляет туризм. Из прочих услуг следует отметить быстро растущую торговлю современными услугами, связанную, прежде всего, с научно-техническим и производственным опытом (торговля лицензиями, ноу-хау, инженерно-консультационными и другими услугами).

Географическое распределение торговли услугами, предоставляемыми отдельными странами, отличается крайней неравномерностью в пользу развитых государств с рыночной экономикой. На мировом рынке услуг доминируют 8 ведущих стран, на которые приходится $\frac{2}{3}$ мирового экспорта услуг и более 50% импорта. При этом на 4 страны – США, Великобританию, Германию и Францию приходится 44% всего мирового экспорта услуг.

Экономика развитых стран превратилась в экономику услуг давно, уже в 1965 году на долю услуг в развитых странах приходилось 57% ВВП. Доля сферы услуг в ВВП и в общей численности занятых в развитых странах в настоящее время составляет (табл. 1):

Таблица 1

Страны	Доля сферы услуг	
	в ВВП, в %	в общей численности занятых, в %
США	79,0	80
Франция	77,0	69,4
Великобритания	74,0	75
Германия	70,0	59,2
Япония	73,0	62,0
Россия	57,1	55,8

Сфера услуг выступает критериальным показателем развития общества. В настоящее время страна не может причислять себя к развитым, если в сфере услуг создается **меньше 65% ВВП.**

Ключевые слова: услуга, факторные услуги, нефакторные услуги.

Контрольные вопросы

1. Сущность и особенности торговли услугами.
2. Виды торговли услугами.
3. Международные транспортные услуги и транспортные документы.
4. Роль и значение торговли услугами в экономике развитых стран.

Задания по теме

Выберите правильные варианты ответа.

1. Международные сделки по обмену услугами подразделяют на следующие виды:

- а) экспортные сделки;
- б) международные сделки по оказанию производственно-технических услуг;
- в) международные арендные операции;
- г) импортные сделки;
- д) реэкспортные сделки.

2. Продажа товара от своего имени и за свой счёт относится:

- а) к рынку товаров;
- б) к рынку ценных бумаг;
- в) к рынку услуг;
- г) к рынку инвестиций.

3. Возрастание инвестиций в сферу услуг в конце XX века вызвано тем, что:

- а) ориентированность в сфере услуг на потребителя большая, чем в промышленности и сельском хозяйстве;
- б) конкуренция в сфере услуг менее жёсткая, чем в промышленности и сельском хозяйстве;
- в) норма прибыли на капитал в сфере услуг больше, чем в сфере материального производства;
- г) выросла популярность сферы услуг.

4. На превышение спроса на услуги над предложением оказывает решающее значение:

- а) неосвязаемость (нематериальность);
- б) несохраняемость;
- в) неразделяемость;
- г) неоднородность.

4. Иностранная транспортная фирма, действующая на железных дорогах России, является:

- а) экспортёром услуг;
- б) импортёром услуг.

Тема 9. ОПЕРАЦИИ ПО МЕЖДУНАРОДНОМУ ТУРИЗМУ

Под **туризмом** понимается временное перемещение людей из мест, где они обычно проживают и работают, в другие места. Под *временным перемещением* условно понимается период до одного года. При этом должно быть соблюдено условие, что цель перемещения может быть любая, кроме профессиональной деятельности, оплачиваемой в этой стране.

Международный туризм, с точки зрения коммерсанта, представляет собой *способ получения прибыли* посредством специфической деятельности, направленной на предоставление различного рода туристских услуг и товаров туристского спроса.

Значительная часть этих услуг производится с минимальными затратами на месте и, как правило, без использования иностранной валюты. Иностранцы туристы пользуются услугами, предоставляемыми предприятиями туристской индустрии страны назначения. Кроме того, они потребляют или покупают и вывозят в качестве сувениров определенное количество товаров, приобретаемых в стране посещения за иностранную валюту, предварительно обменяв ее на местную.

Обычно считается, что помимо расходов на проезд в страну и обратно иностранный турист затрачивает на питание около 40% своих расходов, на проживание – 30%, на проезд внутри страны – 8%, прочие расходы – 22%.

Таким образом, особенностью **международного туризма** является то, что эта прибыль часто принимает форму иностранной валюты.

Существенное значение для развития международного туризма имело также стремление отдельных стран к увеличению валютных поступлений от туризма. Международный туризм стал важным источником валютных поступлений для многих развитых и развивающихся стран. Например, удельный вес доходов от иностранного туризма в общей сумме поступлений от экспорта товаров и услуг составляет: в Испании – 35%, Австралии – 36%, Греции – 36%, Швейцарии – 12%, Италии – 11%, Португалии – 21%, на Кипре – 52%.

В большинстве развивающихся стран на долю иностранного туризма приходится 10–15% доходов от экспорта товаров и услуг (Индия, Египет, Перу, Парагвай, Коста-Рика). Однако в ряде стран этот показатель значительно выше: в Колумбии он составляет 20%, Ямайке – 30%, Панаме – 55%, на Гаити – 73%.

С этой целью была создана целая отрасль хозяйства – **туристская индустрия**.

Под *туристской индустрией* понимается совокупность производственных, транспортных и торговых предприятий, производящих и реа-

лизирующих туристские услуги и товары туристского спроса. Сюда относятся гостиницы и другие средства размещения, средства транспорта, предприятия общественного питания, предприятия, выпускающие сувениры и другие товары туристского спроса.

По подсчётам некоторых экономистов туристские отрасли обеспечивают:

- около 11% в мировом совокупном валовом продукте;
- около 8% рабочих мест во всем мире;
- около 10% в годовом объеме общих капиталовложений во всем мире;
- около 11% налоговых поступлений от физических и юридических лиц во всем мире.

К факторам, тормозящим развитие международного туризма, можно отнести:

- высокие цены на туристские товары и услуги;
- низкое качество обслуживания в общественном питании и в гостиницах;
- нехватка мест в гостиницах и комфортабельного транспорта;
- неподготовленность многих объектов для демонстрации их иностранным посетителям;

Очень слабое развитие туризма по показу национальных обычаев и быта – это то, что составляет трудности развития международного туризма в настоящее время в России.

Туристские услуги, предлагаемые в качестве товара на мировом рынке, довольно разнообразны. К ним относятся:

- услуги по размещению туристов (в гостиницах, отелях, пансионатах, кемпингах);
- услуги по перемещению туристов до страны назначения и по стране различными видами пассажирского транспорта;
- услуги по обеспечению туристов питанием (в ресторанах, кафе, барах, тавернах, кафетериях, пансионатах);
- услуги, направленные на удовлетворение культурных потребностей туристов (посещение театров, концертных залов, музеев, картинных галерей, природных и исторических заповедников, памятников истории и культуры, фестивалей, спортивных соревнований);
- услуги, направленные на удовлетворение деловых интересов туристов (участие в конгрессах, симпозиумах, научных конференциях, ярмарках и выставках);
- услуги торговых предприятий (продажа сувениров, подарков, открыток, диапозитивов);
- услуги по оформлению документации (паспорта, визы и др.).

Туристу могут быть предоставлены определенные виды услуг по его выбору либо полный комплекс услуг. Полный комплекс услуг мо-

жет предоставляться путем продажи так называемых **инклюзив-туров** (inclusive tour) или **пэкидж-туров** (package tour).

Инклюзив-тур – это набор отдельных туристических услуг: питание, размещение, экскурсионное обслуживание, транспорт и др. (по выбору).

Пэкидж-тур – это комплексная туристическая услуга, включающая размещение, питание, экскурсионное обслуживание, транспортные, бытовые, спортивно-оздоровительные, физкультурные, медицинские и прочие услуги.

На практике большей популярностью пользуется инклюзив-тур, когда турист заказывает минимальный достаточный набор основных услуг, покупая дополнительные услуги по необходимости.

Виды международного туризма классифицируются: по целям поездки, срокам, средствам передвижения, средствам размещения; стоимости поездки; возрастному составу; по сезону.

По целям поездки выделяются следующие виды туризма:

- курортный туризм с целью отдыха и лечения;
- экскурсионный туризм – знакомство с природными, историческими, культурными достопримечательностями;
- научный туризм – знакомство с достижениями науки, техники, промышленности, сельского хозяйства, участие в конгрессах, симпозиумах;

– деловой туризм – поездки для проведения деловых переговоров;

– этнический туризм – поездки для свидания с родственниками.

По методу проведения выделяют **организованный** и **неорганизованный** туризм.

Организованный туризм, осуществляемый туристскими фирмами или добровольными общественными организациями, делится на три группы: **плановый**, т.е. по заранее разработанному и согласованному с принимающей страной маршруту; **самодетельный**, означающий посещение данной страны без определенной согласованной программы, и **независимый**, предполагающий, что группа туристов самостоятельно планирует и организует свою поездку и пребывание в стране, не прибегая к услугам туристских фирм или добровольных организаций своей или принимающей страны.

По численности участников различают **индивидуальный туризм** и **групповой**.

Осуществление международных туристических операций предполагает определённые отношения между туристами – потребителями туристических услуг и туристическими фирмами – их производителями и реализаторами, а также отношения последних с различными организациями (банками, транспортными и страховыми компаниями и т.п.), обеспечивающими исполнение этого вида международных услуг. Ос-

новые операции при организации туристского обслуживания изображены на рис. 2.

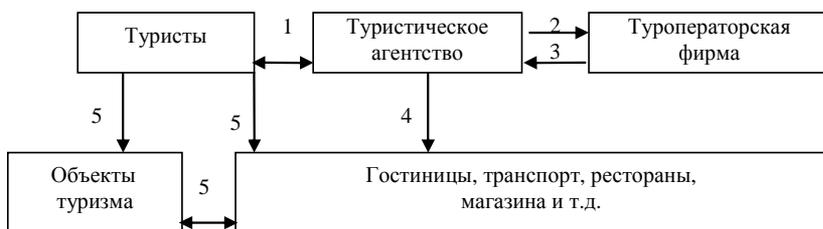


Рис. 2. Основные операции при организации туристского обслуживания:

- 1 – выяснение туристами возможностей осуществления туристических поездок и покупка тура; 2 – обращение за необходимым туром;
- 3 – направление требуемых туров в турагентство; 4 – заказ необходимого количества мест в гостиницах, транспорте, ресторанах и т.д.;
- 5 – посещение туристами объектов туризма и сферы обслуживания

Работа туристических фирм с туристами включает в себя:

- предложение туристу или группе туристов определенного набора туристическо-экскурсионных услуг;
- получение от клиента денежных средств за путёвку (*тур*),
- перечисление денежных средств определённым организациям за размещение, проживание, экскурсионное обслуживание.

Договорные отношения туриста и туристической фирмы складываются как отношения покупателя (заказчика) и продавца (исполнителя). При этом следует подчеркнуть особый характер «продукта», приобретаемого у туристической фирмы. Вступая с ней в договорные отношения, турист рассчитывает получить в конечном итоге необходимый ему набор услуг. Фирма же предоставляет ему, как правило, ещё не сами услуги, а права (*гарантии*) получения в определённое время, в определённом месте услуг, непосредственно осуществляемых другими фирмами, не имеющими прямых договорных отношений с данным туристом, но состоящими в договорных отношениях с направляющей туристической фирмой. Турист приобретает также и гарантии оказания определённых видов услуг и самой направляющей фирмой. Совокупность этих прав отображается в путёвке, которая является конечным «продуктом» деятельности туристической фирмы и соответственно предметом её реализации.

Фирмы, оказывающие туристские услуги, можно объединить в две группы: **производители услуг** (непосредственно оказывающие услуги) и **посредники**.

Производители услуг обеспечивают их основной объём (гостиницы, рестораны, круизные линии и другие рекреационные предприятия).

Основными **посредниками** являются регулярные и чартерные авиалинии, операторы туров, турагентства и турфирмы.

Туроператорская деятельность – это деятельность по формированию, продвижению и реализации туристического продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (*туроператором*).

Турагентская деятельность – деятельность по продвижению и реализации туристического продукта, осуществляемая на основании лицензии юридическим лицом или индивидуальным предпринимателем (турагентом).

Взаимоотношения между туроператором и туристом чаще всего строятся на основании агентского договора о предоставлении первым второму права на реализацию туристического продукта, сформированного туроператором.

В современных условиях получила большое распространение и другая система взаимоотношений между производителем туристских услуг и турагентством, называемая *системой франшизы*. Она во многом совпадает с системой лицензирования, однако идет дальше, привязывая франшизополучателя к методам управления и технологическим процессам франшизодателя.

Система франшизы предполагает заключение между двумя сторонами договора франшизы. Этот договор предусматривает передачу прав и привилегий на сбыт туристских услуг, охраняемых торговой маркой либо производимых на основе технологии франшизодателя. Например, франшиза в системе гостиничного хозяйства предусматривает:

- использование франшизополучателем торговой марки франшизодателя как средства рекламы определенного типа услуг;

- применение технологии и стандарта обслуживания франшизодателя в гостинице, получившей франшизу;

- применение разработанных франшизодателем методов и систем управления гостиницей вплоть до ведения бухгалтерской отчетности;

- использование методов подготовки персонала, разработанных франшизодателем, включая стажировку на предприятиях франшизодателя;

- включение франшизополучателя в общую систему рекламы и маркетинга франшизодателя.

Ключевые слова: *международный туризм, туристская индустрия, инклюзив-тур, пэкидж-тур, производители услуг, операторы туров,*

турагентства, турфирмы, туроператорская деятельность, турагентская деятельность.

Контрольные вопросы

1. Сущность и значение международного туризма.
2. Содержание и виды международного туризма.
3. Особенности организации международного туризма.
4. Россия на внешнем рынке туристических услуг.

Задания по теме

Выберите правильные варианты ответа.

1. Туристическая фирма, отправляющая туристов за рубеж занимается:

- а) экспортом услуг;
- б) импортом услуг.

2. Туристическая фирма, принимающая туристов из-за рубежа занимается:

- а) экспортом услуг;
- б) импортом услуг.

3. Особенностью международного туризма является:

- а) оплата за услуги в иностранной валюте;
- б) оплата за услуги в национальной валюте;
- в) развитие международных связей;
- г) повышение материального, культурного развития населения

Тема 10. ЛИЗИНГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ

Лизинг – это вид предпринимательской деятельности, направленной на инвестирование временно свободных или привлеченных финансовых средств, когда по договору финансовой аренды (лизинга) арендодатель (лизингодатель) обязуется приобрести в собственность обусловленное договором имущество у определенного продавца и предоставить это имущество арендатору (лизингополучателю) **за плату во** временное пользование для предпринимательских целей («Временное положение о лизинге». Утверждено постановлением Правительства РФ от 29 июня 1995 г. № 633).

Лизинг – операция, отличающаяся довольно сложной организацией. Во многих сделках имеют место как минимум три контракта:

- между арендатором и арендодателем;
- между поставщиком и арендодателем;
- между арендодателем и его банком.

Существуют три варианта приобретения оборудования при лизинге:

- 1) арендодатель платит поставщику и передает арендатору право пользования;
- 2) арендатор может договориться о поставке оборудования и тут же продать его арендодателю (но поставщику платит арендатор);
- 3) арендодатель назначает арендатора своим агентом по заказу товара у поставщика.

По отношению к сфере рынка выделяют внутренний (все участники сделки из 1 страны) и внешний (международный) лизинг, если хотя бы одна из сторон является иностранной, или все участники принадлежат к разным странам, или кто-то имеет совместный капитал с зарубежной фирмой.

Под местом нахождения имеется в виду место нахождения юридического лица, но не его филиала или представительства, даже если оно зарегистрировано, либо аккредитовано на территории другого государства. Следовательно, если в сделке участвует филиал или представительство, то их местонахождение должно определяться местонахождением юридического лица, которое их создало.

Международный лизинг имеет несколько модификаций:

- 1) прямой экспортный;
- 2) прямой импортный;
- 3) транзитный (косвенный).

Прямой международный лизинг представляет собой сделку, где все операции совершаются между коммерческими организациями с правом юридического лица из 2 разных стран. Привлекательность его заключается в том, что лизингодатель имеет возможность получить экспортный кредит в своей стране и тем самым расширить экспортный рынок сбыта

товаров и услуг, а именно получатель обеспечивает полное финансирование, использование современных машин, оборудования и ускоренное техническое переоснащение производства.

Различие экспортного и импортного лизинга определяется страной месторасположения лизингодателя и лизингополучателя. При импортном лизинге поставщик находится за рубежом, а при экспортном зарубежным партнером является лизингополучатель.

Транзитный (косвенный) международный лизинг заключается в том, что лизингодатель одной страны берет кредит или приобретает необходимое оборудование в другой стране и поставляет его в аренду в третьей стране.

Большая часть транзитных операций контролируется транснациональными корпорациями и банками, которые имеют дочерние лизинговые фирмы с широко разветвленной сетью зарубежных филиалов и представительств, взаимодействующих с местными арендаторами.

Инвестирование в транзитный лизинг в сравнении с прямыми сделками имеет для арендатора преимущества:

- доступ к местным финансовым источникам страны арендатора;
- уменьшает риск, связанный с обменом валюты;
- снижаются налоговые барьеры на перевод лизинговых платежей за границу;
- снимаются ограничения на деятельность иностранных партнеров – лизингодателей;
- упрощается процедура регистрации имущества на имя иностранных владельцев;
- расширяются иностранные рынки сбыта производимой продукции.

Сложность международного лизинга заключается в том, что он попадает под ряд валютных, таможенных и других правил государственного регулирования не только своей страны, но и страны партнера.

Возможные трудности на пути развития международных лизинговых отношений:

- цены на зарубежную технику, как правило, в несколько раз выше отечественных образцов;
- отсутствуют ремонтные базы и регулярные поставки запасных частей;
- чрезмерно дорога транспортировка техники, что напрямую сказывается на размере лизинговых платежей;
- высокая импортная пошлина и таможенный налог на добавочную стоимость.

В мировой практике наиболее распространены четыре основные модели международных лизинговых операций.

Первая модель: лизингодатель одной страны осуществляет контакты по организации и реализации лизинговой операции с лизингополучателем, находящимся в другой стране.

Вторая модель: лизингодатель одной страны осуществляет контакты по организации и реализации лизинговой операции с лизингополучателем, находящимся в другой стране, но через расположенную в стране лизингополучателя дочернюю фирму.

Третья модель: лизингодатель одной страны осуществляет контакты по организации и реализации лизинговой операции с лизингополучателем, находящимся в другой стране, но через посредника – расположенную в стране лизингополучателя лизинговую фирму. Фирме-посреднику поручается организация и проведение переговоров, подготовка и заключение на согласованных условиях договора лизинга, а также его исполнение. Юридически отношения между двумя лизинговыми фирмами оформляются обычным агентским соглашением, а расчеты осуществляются в форме либо комиссионного вознаграждения за услуги, либо встречной сделки, либо раздела прибыли.

Четвертая модель: лизингодатель одной страны осуществляет контакты по организации и реализации лизинговой операции с лизингополучателем, находящимся в этой же стране, а исполнение заключенного лизингового договора передает посреднику – расположенной в другой стране лизинговой фирме – на указанных выше условиях агентского соглашения.

Условия каждой сделки специфичны, и, как показывает практика, обеспечить высокую степень защиты от валютных и иных рисков можно лишь при тщательном учете всех ее нюансов.

Выбор конкретной лизинговой схемы будет, безусловно, зависеть от особенностей сделки, профессионализма участников сделки, которого часто не хватает российским лизинговым компаниям.

Во всех странах мира внутренние лизинговые операции предшествовали международным. Однако вскоре, после того как лизинг стал одобренной формой финансирования оборудования, на многих внутренних рынках в 60-х гг. были заключены первые договоры международного лизинга гражданских самолетов, морских судов и др. дорогостоящих активов.

В 1970-х гг. лизинговые компании пришли к пониманию, что налоговые льготы, предоставляемые при внутренних инвестициях, могут быть доступны зарубежным пользователям. Иногда подобные льготы предоставлялись при лизинге подержанного оборудования. Структура лизинговых сделок такова, что пользователи сохраняли право на льготные нормы амортизации и другие налоговые льготы в своей стране и одновременно пользовались низкими ставками арендных платежей, по-

лученными при распространении на них налоговых льгот в стране лизингодателя.

Сделки такого типа стали применяться лизинговыми компаниями Австралии, Великобритании, США и впоследствии получили название «Double dip». В конце 80-х гг. большое число таких сделок заключили компании Японии.

Помимо гражданских самолетов и морских судов предметами сделок международного лизинга становились строительное оборудование, компьютеры, телекоммуникационное оборудование, части машин и транспортные средства различных категорий.

Международным лизинговым сделкам способствуют лизинговые клубы. Они выступают в качестве посредников. Если потенциальный лизингодатель обратился с предложением о лизинге оборудования к фирме-члену клуба, то она может переадресовать его к другой фирме, работающей в стране, из которой получено предложение. Фирма, переадресовавшая лизингодателя, получает комиссионные за посредничество, но за платежеспособность клиента ответственности не несет. В Западной Европе в качестве лизинговых клубов выступает ассоциация «Enterlease», в которую входят лизинговые фирмы Бельгии, Великобритании, Германии, Дании, Италии, Испании, Нидерландов, Норвегии, Франции, Швейцарии, Швеции, а также ассоциация «Leaseclub», объединившая лизинговые фирмы Австралии и десяти стран Западной Европы.

В последние годы при проникновении лизинговых компаний развитых стран на рынки Центральной и Восточной Европы, Азии, Африки и Южной Америки международный лизинг становится наиболее актуальным как эффективное средство инвестирования в экономику развивающихся стран, как дополнительный канал сбыта дорогостоящих передовых технологий, а также как инструмент снижения финансовых рисков.

Предметами международного лизинга в настоящее время чаще всего являются:

1. Товары потребительского назначения: автомобили, автофургоны, холодильники, телевизоры.
2. Конторское оборудование, перфорационные и сортировочные машины, средства телевизионной и дистанционной связи.
3. Средства вычислительной техники и обработки информации.
4. Транспортные средства: грузовые автомобили, самолеты, вертолеты, суда, специальные вагоны.
5. Стационарное оборудование и оборудование комплектных предприятий, полностью укомплектованных и готовых для эксплуатации.
6. Подержанное оборудование или оборудование, продаваемое «по случаю» (комплектное оборудование предприятия, которое фирма, ну-

ждающаяся в средствах, продает фирме-арендодателю, а затем берёт у нее в аренду).

Основные виды лизинга

В зависимости от условий лизингового договора различают несколько видов лизинга.

Финансовый лизинг характеризуется длительным сроком контракта (от 5 до 10 лет) и амортизацией всей или большей части стоимости оборудования.

Лизингодатель приобретает оборудование для пользователя-арендатора, возвращая понесенные расходы и прибыль путем получения арендных платежей. Особенность финансового лизинга состоит в том, что он выполняет задачи финансирования, избавляя пользователя от необходимости нести одноразовые крупные расходы на покупку оборудования. Для финансового лизинга характерно то, что срок аренды приближается, как правило, к окончанию срока службы оборудования. В соответствии с условиями договора лизинга по истечении срока аренды пользователь может приобрести оборудование в собственность, возобновить договор на более льготных условиях или вернуть оборудование лизингодателю.

Лизингодатель при покупке нового оборудования пользуется налоговой скидкой на инвестиции, что дает ему возможность снижать ставки арендных платежей.

Разновидностью финансового лизинга является **возвратный лизинг**, который связан отношениями не трех субъектов (производителя – лизингодателя – лизингополучателя (арендатора), а только двух последних. Этот подвид лизинга характеризуется тем, что собственник оборудования продает его банку, лизинговой компании, а затем берет данное оборудование в аренду. Первоначальный собственник получает от банка полную стоимость оборудования, имеет возможность использовать денежные средства на развитие производства, произвести другие необходимые затраты. Не остается в убытке и банк, его средства находятся в обороте и возвращаются к нему в виде арендных платежей с учетом банковской ставки.

Другим видом лизинга является **оперативный лизинг**. Он подразумевает передачу в пользование имущества многократного использования на срок по времени короче его экономического срока службы. Он характеризуется небольшой продолжительностью контракта (до 3–5 лет) и неполной амортизацией оборудования за время аренды, т.е. при оперативном лизинге срок аренды значительно короче срока технически возможного использования оборудования. После истечения срока оборудование может стать объектом нового лизингового контракта или возвращается арендодателю.

телю. Обычно в оперативный лизинг сдается строительная техника (краны, экскаваторы и т.д.), транспорт, ЭВМ и т.д.

Данный вид лизинга целесообразно использовать банку либо лизинговой компании только в том случае, если не возникает трудностей с повторной сдачей оборудования в аренду иным пользователям, т.е. если этому не мешает моральное старение оборудования.

Договор оперативного лизинга предусматривает, что техническое обслуживание, ремонт и страхование являются обязанностями лизинговой компании. Это удобно для организации-арендатора и обеспечивает лизингодателю повышенные арендные платежи, четкий учет состояния оборудования и возможности его использования по окончании срока договора лизинга. Если лизингодателем является банк, то он заключает соответствующий договор на обслуживание оборудования со специализированным предприятием.

В тех случаях, когда предметом договора о лизинге является сложное специализированное оборудование (компьютеры, вычислительные машины и т.д.), заключают договор о лизинге с дополнительными условиями.

Если по договору о лизинге техническое обслуживание лежит на пользователе-лизингополучателе, то имеет место так называемый **чистый лизинг**. Он характерен для коммерческих банков, страховых лизинговых организаций, занимающихся лизинговыми операциями.

Содержание оперативного лизинга диктует еще одно его отличие от финансового лизинга. При последнем стоимость оборудования в течение срока его аренды полностью выплачивается. Таким образом, к окончанию действия договора финансового лизинга банк возвращает себе затраты на приобретение лизингового оборудования плюс расчетную прибыль.

Может иметь место так называемый **револьверный лизинг**, когда лизингополучателю технологически последовательно требуется различное оборудование. В этих случаях в соответствии с условиями договора о лизинге лизингополучатель приобретает право по истечении определенного срока обменивать арендуемое имущество на другой объект лизинга. До сих пор отмечалось, что предметом лизинга является то или иное оборудование. Однако в международной практике предметом договора лизинга нередко служат самолеты, суда, буровые вышки.

Компании по эксплуатации лизинговых предприятий получают при этом возможность для коммерческой деятельности при отсутствии начального капитала. Выкуп у лизингодателя такого предприятия осуществляется через 10 и более лет, когда необходимые денежные средства, составляющие стоимость данного предприятия, получают путем его эксплуатации.

Особенность данного вида лизинга состоит в том, что в качестве лизингодателя выступают, как правило, несколько банков, финансовых компаний и т.д. Лизингодателем может быть и одно предприятие, но тогда оно берет кредит у нескольких банков.

Содержание договора о лизинге. При рассмотрении содержания лизингового договора необходимо учитывать особенности механизма лизинговых операций, которые обычно осуществляются по следующей схеме. Будущий пользователь четко знает, какого рода оборудование ему требуется. В его интересах, чтобы оно полностью соответствовало необходимым техническим требованиям, а расходы на его изготовление были бы минимальными. Вот почему пользователь обычно сам выбирает фирму-изготовитель и согласовывает с ней все условия договора купли-продажи, который подписывает не он, а лизингодатель. Получатель договаривается о предмете данного договора, цене, сроках и месте поставки. Лизингодатель получает от будущего пользователя готовый проект договора купли-продажи.

Однако приобретатель оборудования согласится подписать этот договор только в том случае, если заключён договор лизинга.

Лизингодатель становится собственником приобретаемого оборудования, приобретает соответствующие права и обязанности, но, по сути дела, его роль ограничивается финансированием приобретения необходимого оборудования.

Основные условия лизингового договора. Сторонами в нем выступают лизингодатель и лизингополучатель. Лизингодателем в отличие от договора аренды является банк (лизинговая фирма), который приобретает у изготовителя оборудование, необходимое лизингополучателю. Пользователем может быть и не сам лизингодатель.

В этих случаях имеет место субаренда. Право на субаренду и предприятие, которое реально будет пользоваться оборудованием, должны быть предусмотрены в договоре. Очень важно подробно указать предмет договора лизинга. Как правило, обязанность выбора изготовителя лежит на лизингополучателе. Последний заинтересован получить оборудование в определенные сроки, которые находят отражение в договоре.

Одним из важнейших является раздел, определяющий права и обязанности сторон. Здесь следует отметить обязанности лизингодателя по приобретению (заказу) нужного оборудования, доставке его лизингополучателю. Последнему предоставлено право на осмотр, определение качества и комплектности оборудования. В договоре следует указать, кто (лизингодатель либо лизингополучатель) осуществляет монтаж оборудования.

В отличие от договора аренды в договоре лизинга техническое обслуживание оборудования, его капитальный ремонт могут быть по условиям договора обязанностью как одной, так и другой стороны.

Особенностью договора лизинга являются также положения об ответственности за обнаруженные дефекты в оборудовании и за несвоевременное его предоставление лизингополучателю. В указанных случаях по договору аренды такую ответственность несет арендодатель, тогда как по договору лизинга – непосредственно изготовитель.

Условия об ответственности изготовителя перед пользователем должны быть включены в договор о приобретении у изготовителя оборудования лизингодателем.

В специальном разделе договора лизинга может быть обусловлен риск случайной гибели или порчи оборудования. Российское законодательство предусматривает, что собственник несет бремя содержания принадлежащего ему имущества и риск его случайной гибели, если иное не предусмотрено законодательными актами или договором.

По договору лизинга, как правило, риск случайной гибели или порчи оборудования, составляющего предмет договора, лежит на лизингополучателе, а не на собственнике оборудования. Это положение не вызывает вопросов, если учесть, что банки-лизингодатели, будучи собственником оборудования, могут его даже не видеть. Роль коммерческих банков как лизингодателей сводится, как уже отмечалось, к финансированию сделки.

Обязательным разделом лизингового договора является раздел о форме, размерах и сроках лизинговых платежей.

Под лизинговыми платежами понимается общая сумма, выплачиваемая лизингополучателем лизингодателю за предоставленное ему право пользования имуществом.

Погашение лизинговых обязательств может происходить как в денежной, так и в компенсационной (продукцией или услугами лизингополучателя), а также в смешанной форме. Так, при лизинге в развивающихся странах часто используются элементы бартерной сделки. В счет арендных платежей идет товар, производимый арендатором (нефть, алмазы, кожа и т.д.). Но здесь нужно привлекать третью сторону, которая будет заниматься продажей этих товаров за свободно конвертируемую валюту.

При заключении договора стороны устанавливают общую сумму лизинговых платежей, форму, метод начисления, периодичность и порядок уплаты взносов.

Лизинговые платежи можно начислять по методам:

– «с фиксированной общей суммой», когда общая сумма платежей начисляется равными долями в течение всего срока договора в соответствии с согласованной сторонами периодичностью. Этот метод используется чаще всего;

– «с авансом», когда лизингополучатель при заключении договора выплачивает лизингодателю аванс в согласованном сторонами размере

(обычно 10–20% покупной стоимости оборудования), а остальная часть общей суммы лизинговых платежей (за минусом аванса) начисляется и уплачивается в течение срока действия договора, как и при начислении платежей с фиксированной общей суммой;

– «минимальных платежей», когда в общую сумму платежей включаются сумма амортизации лизингового имущества за весь срок действия договора, плата за использованные лизингодателем заемные средства, комиссионное вознаграждение и плата за дополнительные услуги лизингодателя, предусмотренные договором, а также стоимость выкупаемого лизингового имущества, если выкуп предусмотрен договором.

В договоре лизинга стороны устанавливают периодичность выплат (ежегодно, ежеквартально, ежемесячно), а также сроки внесения платы по числам месяца.

Лизинговая плата может быть установлена в форме процентов от объема реализации с учетом индексации.

Периодические платежи, осуществляемые на протяжении срока действия договора, могут быть по соглашению сторон как равными, так и увеличивающимися (уменьшающимися).

Платежи могут быть назначены не с момента подписания договора, а через какое-то время, чтобы облегчить лизингополучателю начальный период, связанный с расходами по эксплуатации оборудования.

Основными формами расчетов по лизингу является **аккредитив**, причём он имеет место чаще всего при первоначальном платеже.

Лизинговые платежи по договору осуществляются при помощи **банковского перевода**.

В договор лизинга должны быть включены условия о страховании объекта сделки. При оперативном лизинге его осуществляет, как правило, лизингодатель, что связано с коротким сроком использования оборудования лизингополучателем. Для финансового лизинга характерно возложение обязанности по страхованию оборудования на лизингополучателя. В случае, если у последнего отпала необходимость в использовании оборудования и договор расторгается на этом основании, он обязан возместить лизингодателю все убытки, причиненные отказом от своих обязанностей.

Все **Российские** лизинговые компании можно разделить на **три основные категории**:

– компании, созданные банками (Интеррослизинг – Онексимбанк, РГ-Лизинг – Сбербанк РФ);

– компании, которые поддерживаются местной администрацией (Московская лизинговая компания);

– компании, созданные при министерствах и финансируемые из федерального бюджета (Лизингуоль, Росагроснаб).

Почти все компании из перечисленных трех категорий небольшие с уставным капиталом, как правило, ниже, чем 50 тыс. долларов.

К четвертой категории отнесены лизинговые компании, финансируемые иностранными компаниями и имеющие статус юридического лица в соответствии с Российским законодательством (Capita Corporation CIS, РКМ Лизинг-Центр).

Вместе взятые эти четыре группы образуют категорию лизинговых компаний-резидентов.

Структура источников финансирования российских лизинговых компаний выглядит следующим образом: 7% приходится на собственные средства, 14% – средства банка-учредителя, 27% – сторонние банки, 26% – на кредит поставщика, 14% – на государственные средства, 7% на иностранные банки, 5% – на кредиты других предприятий.

***Ключевые слова:** лизинг, лизинговые платежи, финансовый лизинг, возвратный лизинг, оперативный лизинг, чистый лизинг, револьверный лизинг, источники финансирования лизинговых компаний.*

Контрольные вопросы

1. Раскройте содержание международного финансового лизинга.
2. Перечислите формы расчетов по договору лизинга.
3. Перечислите основные условия договора международного финансового лизинга. Дайте их характеристику.
4. Как рассчитываются лизинговые платежи?
5. Расскажите о страховании лизинговых сделок.
6. Каковы основные преимущества международного лизинга в торговле?
7. Каковы этапы заключения и реализации международной лизинговой сделки?
8. Расскажите о процессе создания лизинговых компаний.

Задания по теме

Задание 1. Выберите правильные варианты ответа.

При субаренде действуют следующие правила:

- а) арендатор имеет право сдавать имущество в субаренду только с письменного согласия арендодателя, оформляемого в виде специального пункта арендного договора;
- б) арендатор имеет право продать имущество;
- в) при субаренде, как и при аренде, собственником объекта субаренды всегда остается первый арендодатель;
- г) досрочное прекращение договора аренды влечет за собой прекращение и договора субаренды;
- д) досрочное прекращение договора аренды не влечет за собой прекращение договора субаренды.

Задание 2. Стоимость лизинговых основных фондов составляет 2 долл. США. Срок лизинга – 10 лет. Процентная ставка (с учетом комиссионных) – 10%. Выплата платежей по лизингу производится равными долями четыре раза в год (ежеквартально).

Рассчитайте сумму платежей по внешнему лизингу оборудования. (80 000)

Задание 3. Экспортер продает машинно-техническое оборудование на сумму 15 млн долл. США на условиях финансового лизинга, срок лизингового договора – пять лет, ставка лизингового процента – 9%, полугодовая периодичность платежей.

Рассчитайте сумму лизинговых платежей. (1895,53 тыс. долл.)

Задание 4. Установите правильную последовательность видов между народной аренды в зависимости от продолжительности периода аренды по нарастающей:

- а) хайринг;
- б) рентинг;
- в) лизинг.

ГЛОССАРИЙ

Агенты – посредники, совершающие по поручению предпринимателя (принципала) юридические и иные действия, в том числе по сбыту и приобретению товаров, путем заключения договоров от своего имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала.

Аккредитив – вид банковского счета, дающий возможность контрагенту получить на условиях, указанных в аккредитивном поручении, платеж за товар, работы или услуги немедленно по исполнении обязательств.

Базисные условия поставок – совокупность основных обязанностей контрагентов по транспортировке и страхованию товаров на пути движения их от экспортера до импортера.

Валютные оговорки – условия, включаемые в контракт международной купли-продажи с целью страхования контрагентов по сделке от риска изменения курса валюты платежа между моментом заключения сделки и фактическим моментом оплаты.

Вексель – письменное долговое обязательство установленной законом формы, выдаваемой заемщиком-векселедателем кредитору-векселедержателю, предоставляющее последнему право требовать с заемщика уплаты к определенному сроку суммы, указанной в векселе.

Внешнеторговая деятельность – деятельность по осуществлению сделок в области внешней торговли товарами, услугами, информацией и интеллектуальной собственностью.

Внешнеэкономическая деятельность – внешнеторговая, инвестиционная и иная деятельность, включая производственную кооперацию, в области международного обмена товарами, информацией, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности, в том числе исключительными правами на них (интеллектуальная собственность).

Внешняя торговля интеллектуальной собственностью – передача исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности или предоставление права на использование объектов интеллектуальной собственности российским лицом иностранному лицу либо иностранному лицу российскому лицу.

Внешняя торговля информацией – внешняя торговля товарами, если информация является составной частью этих товаров, внешняя торговля интеллектуальной собственностью, если передача информации осуществляется как передача прав на объекты интеллектуальной собственности, или внешняя торговля услугами в других случаях.

Внешняя торговля товарами – импорт и (или) экспорт товаров. Перемещение товаров с одной части таможенной территории Российской Федерации на другую часть таможенной территории Российской

Федерации, если такие части не связаны между собой сухопутной территорией Российской Федерации.

Внешняя торговля услугами – оказание услуг (в том числе выполнение работ), включающее в себя производство, распределение, маркетинг и доставку услуг (работ).

Выпуск для внутреннего потребления – таможенный режим, при котором ввезенные на таможенную территорию РФ товары остаются постоянно на этой территории без обязательства об их вывозе с этой территории.

Заказ – письменно оформленное намерение покупателя купить товар с указанием его наименования, количества, качества, цены и сроков поставки, нередко – и условий изготовления.

Изобретение – техническое решение, представленное в документальной форме, в виде полезной модели или промышленного образца, обладающее существенной новизной и явной полезностью.

Инкассо – вид банковской операции, заключающейся в получении банком денег по различным документам (векселям, чекам и т.п.) от имени своих клиентов и зачислении их в установленном порядке на счет получателя средств.

Комиссионеры – посредники, содействующие по поручениям предпринимателей (комитентов) сбыту или приобретению товаров в рамках комиссионных договоров путем заключения от своего имени и за счет комитентов контрактов с третьими фирмами.

Коммерческие представители – посредники, выполняющие поручения предпринимателей (принципалов) по поиску для них коммерческих партнеров и действующие от имени принципалов при заключении ими договоров.

Коносамент – документ, выдаваемый перевозчиком, удостоверяющий принятие груза к перевозке с обязательством доставить его в порт назначения и выдать его законному держателю.

Контракт международной купли-продажи – основной коммерческий документ, оформляющий внешнеторговую сделку, в котором содержатся договоренности сторон о поставке товара.

Лизинг – вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга физическим или юридическим лицам за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях, обусловленных договором, с правом выкупа имущества лизингополучателем.

Лицензия – разрешение лицензиара (владельца технологии или прав промышленной собственности) на использование лицензиатом (лицом или организацией, приобретающими технологию или соответствующие права) изобретения.

Международное лицензионное соглашение – договор, по которому лицензиар обязан обеспечить лицензиату фактическое и правовое положение для внедрения в производство определенного технического решения, а лицензиат обязан уплатить за это соответствующее вознаграждение.

Международные встречные операции – экспортно-импортные операции, в которых контрагенты из разных стран принимают на себя встречные обязательства: экспортер – по закупке определенных товаров и услуг у импортера или через него в стране импортера, импортер – по поставке согласованных товаров и услуг экспортеру.

Международные перевозки – перевозки грузов, пассажиров между несколькими странами, особенностью которых является обязательное пересечение границы, как минимум, хотя бы двух смежных стран.

Международные товарные аукционы – специально организованные, периодически действующие в определенных местах рынки, на которых путем публичных торгов производится продажа предварительно осмотренных покупателями товаров, переходящих в собственность того из них, кто предложил наиболее высокую цену.

Международные торги – одна из форм внешнеэкономической деятельности, при которой покупатель (заказчик) объявляет конкурс для продавцов (поставщиков) на товар с определенными технико-экономическими характеристиками.

Международные торгово-промышленные ярмарки – регулярная демонстрация и продажа, как правило, в определенном месте значительной части выставленных для реализации видов продукции в соответствии с экспонируемыми образцами.

Международные торговые выставки – эпизодическая демонстрация в различных промышленных центрах мира наиболее представительной продукции одной или нескольких отраслей производств.

Международный инжиниринг – оказание одной стороной (консультантом) другой стороне (заказчику) комплекса или отдельных видов инженерно-технических услуг, связанных с проектированием, строительством и вводом объекта в эксплуатацию, с разработкой новых и усовершенствованием имеющихся технологических процессов на предприятии заказчика, внедрением изделия в производство, сбытом продукции.

Международный стандарт – стандарт, разработанный и рекомендованный к использованию соответствующей международной организацией по стандартизации.

Международный туризм – вид деятельности, направленный на предоставление различного рода услуг и товаров туристического спроса с целью удовлетворения широкого круга материальных, культурных и духовных потребностей иностранного туриста.

Мировая цена – выражение интернациональной стоимости поступающих на мировой рынок товаров; объективно отражающая стоимость экспортируемого товара.

Ноу-хау – техническая, организационная или коммерческая информация, имеющая конфиденциальный характер, действительную или потенциальную коммерческую ценность, к которой нет свободного доступа на законном основании.

Операции с давальческим сырьем (толлинг) – операции, в которых владелец сырья, не располагающий мощностями по его переработке, передает его зарубежному перерабатывающему предприятию, получая взамен готовую продукцию на сумму, равную стоимости поставленного сырья за минусом оплаты затрат и прибыли переработчика.

Организация ВЭО – набор определенных процедур по подготовке и осуществлению внешнеэкономических сделок, организующих, направляющих и регулирующих различные виды деятельности людей в процессе международного обмена товарами и услугами.

Оферта – предложение покупателю со стороны продавца (оферента) о продаже партии товара с указанием основных условий сделки: предмета сделки, количества, цены, качественных характеристик, сроков и способов поставки и оплаты.

Патент – официальный документ, удостоверяющий право собственности на изобретение.

Поверенные – посредники, которые по поручениям предпринимателей (доверителей) содействуют совершению коммерческих операций, в том числе по сбыту или приобретению товаров путем заключения договоров от имени и за счет доверителей.

Посредники – лица, содействующие сторонам, желающим заключить сделку.

Посредническая фирма – независимое коммерческое предприятие или организация, стоящие между производителями и потребителями товаров и содействующие реализации последних.

Промышленный образец – запатентованное, обладающее существенной новизной конструкторское или художественное решение изделия.

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

Рэкспорт – таможенный режим, при котором товары, ранее ввезенные на таможенную территорию Российской Федерации, вывозятся с этой территории без уплаты или с возвратом уплаченных сумм ввозных таможенных пошлин, налогов и без применения к товарам запретов

и ограничений экономического характера, установленных в соответствии с законодательством Российской Федерации о государственном регулировании внешнеторговой деятельности.

Сертификация – процедура подтверждения соответствия, посредством которой независимая от изготовителя и потребителя организация удостоверяет в письменной форме, что продукция соответствует установленным требованиям

Стандарт – официально признанный документ, отражающий оптимальный результат исследований или практического опыта, содержащий комплекс норм и требований к отдельным объектам или повторяющимся действиям.

Стратегия ценообразования – набор практических методов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на свою продукцию.

Таможенная стоимость товара – стоимость товара, определяемая в соответствии с Законом РФ «О таможенном тарифе» и используемая для целей: обложения товара пошлиной; внешнеэкономической и таможенной статистики; применения иных мер государственного регулирования торгово-экономических отношений, связанных со стоимостью товара, включая валютный контроль и расчеты банков по ним.

Таможенная территория Российской Федерации – территория, над которой Российская Федерация обладает исключительной юрисдикцией в отношении таможенного дела.

Таможенный режим – совокупность положений, определяющих статус товаров и транспортных средств, перемещаемых через таможенную границу Российской Федерации для таможенных целей.

Таможенный тариф Российской Федерации – свод ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, перемещаемым через таможенную границу Российской Федерации и систематизированным в соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности.

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

Товарная марка (товарный знак) – запатентованные буква, слово, эмблема или символ, используемые в качестве фирменного наименования при продаже товаров для указания на их производителя.

Товарообменные (бартерные) операции – обмен согласованного количества одних товаров (одного товара) на определенное количество других товаров (другого товара) либо обмен товарами (товаром) на определенную сумму.

Торгово-посреднические операции – операции, связанные с куплей-продажей товаров, выполняемые по поручению производителя-экспортера (покупателя-импортера) независимым от него торговым посредником на основе заключаемого между ними договора или отдельного поручения.

Туризм – временные выезды граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного местожительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране временного пребывания.

Фирменное наименование – запатентованное название товара, под которым оно известно потребителю.

Чек – вид ценной бумаги, денежный документ строго установленной формы, содержащий приказ владельца счета в кредитном учреждении о выплате определенному лицу или предъявителю чека указанной суммы из имеющихся средств или перечислении этой суммы на счет последнего.

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

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник для студ. вузов / под ред. Л.Е. Стровского. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 799 с.

Герчигова, И.Н. Международное коммерческое дело / И.Н. Герчигова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2011. – 501 с.

Джабиев, А.П. Основы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности в России: учебник / А.П. Джабиев. – М.: Экономика, 2012. – 479 с.

Ерохин, В.Л. Международное предпринимательство: учеб. пособие для студ. вузов по экон. спец. / В.Л. Ерохин. – М.; Ставрополь: Финансы и статистика: АГРУС, 2008. – 392 с.

Кретов, И.И. Внешнеторговое дело: учеб. пособие / И.И. Кретов, К.В. Садченко; Всерос. академия внешней торговли. – М.: Дело и Сервис, 2006. – 400 с.

Международные правила толкования торговых терминов «ИНКОТЕРМС-2010».

Розенберг, М.Г. Контракт международной купли-продажи. Современная практика заключения. Разрешение споров / М.Г. Розенберг. – М.: Книжный Мир, 2005.

Сберегаев, Н.А. Практикум по внешнеэкономической деятельности предприятий / Н.А. Сберегаев. – 5-е изд., доп. и перераб. – М.: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2012. – 268 с.

Федеральный Закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности № 164-ФЗ от 8 декабря 2003 г.

Дополнительная

Баринов, В.А. Внешнеэкономическая деятельность: учебник / В.А. Баринов. – 2-е изд., испр. – М.: ФОРУМ, 2013. – 192 с.

Внешнеэкономическая деятельность в Приморском крае: статистический сборник / Примкрайкомстат; [пред. редкол. В.Ф. Шаповалов]. – Владивосток: РОССТАТ, 2008. – 28 с.

Дегтярева, О.И., Внешнеэкономическая деятельность: учеб. пособие / О.И. Дегтярева, Т.Н. Полянова, С.В.Саркисов. – М.: Дело, 2012. – 450 с.

Иванов, М.Ю. Внешнеэкономическая деятельность: учеб. пособие для студ. вузов / М.Ю. Иванов, М.Б. Иванова. – 3-е изд. – М.: РИОР, 2008. – 122 с.

Международная торговля: финансовые операции, страхование и другие услуги [пер. с англ.] / под ред. М.А. Гольцберга, А.В. Вороновой. – Киев: Торгово-издательское бюро ВНУ, 1994.

Покровская, В.В. Организация и регулирование внешнеэкономической деятельности: учеб. пособие / В.В. Покровская. – М.: Юристъ, 2010. – 315 с.

Родыгина, Н.Ю. Организация и техника внешнеторговых операций: учеб. пособие для студ. вузов / Н.Ю. Родыгина. – М.: Высш. образование, 2008. – 372 с.

Технологии внешнеторговых сделок: учебник / под ред. К.В. Холопова, Ю.А. Савинова // Модульная серия «Экономист – международник». – М.: ВАВТ, 2010.

Халеви́нская, Е.Д. Международные торговые соглашения и международные торговые организации / Е.Д. Халеви́нская. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 208 с.

Полнотекстовые базы данных

<http://www.book.ru> – Электронно-библиотечная система BOOK.ru
<http://rucont.ru> – Электронно-библиотечная система РУКОНТ
<http://znanium.com> – ЭБС издательства «ИНФРА-М»
<http://grebennikon.ru/> – Электронная библиотека Издательского дома Гребенников

<http://www.biblioclub.ru> – Университетская библиотека on-line
<http://diss.rsl.ru/> – Электронная библиотека диссертаций
<http://elibrary.ru/> – Научная электронная библиотека
Информационный бизнес-портал: <http://market-pages.ru/>
Мониторинг экономических показателей: <http://www.budgetrf.ru/>
Официальные сайты органов власти, регулирующих внешнюю торговлю: <http://www.duma.gov.ru/>, <http://kremlin.ru/>, <http://www.fstrf.ru/>, <http://www.customs.ru/>

Поисковые системы: <http://yandex.ru>, <http://google.ru/>, <http://rambler.ru/>

Справочно-правовая система Консультант Плюс <http://www.consultant.ru/>

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение	3
Тема 1. Виды внешнеторговых операций, их классификация. Порядок проведения внешнеторговой операции	4
Тема 2. Классификация субъектов внешнеторговых операций.....	20
Тема 3. Содержание внешнеторгового контракта купли-продажи	31
Тема 4. Сырьевые товары. Сущность, формы и особенности торговли сырьевой продукцией	63
Тема 5. Международная товарообменная торговля.....	74
Тема 6. Международные операции по торговле лицензиями, «ноу-хау» и товарными знаками	88
Тема 7. Франчайзинг	102
Тема 8. Международная торговля услугами	116
Тема 9. Операции по международному туризму	125
Тема 10. Лизинговые операции	131
Глоссарий	142
Рекомендуемая литература	148

Учебное издание

Сидоров Виктор Петрович

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА
ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ**

Учебное пособие

Редактор С.Г. Масленникова
Компьютерная верстка М.А. Портновой

Подписано в печать 27.10.14. Формат 60×84/16.
Бумага писчая. Печать офсетная. Усл. печ. л. 8,9.
Уч.-изд. л. 11,2. Тираж 100 экз. Заказ

Издательство Владивостокского государственного университета
экономики и сервиса

690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41

Отпечатано во множительном участке Издательства ВГУЭС
690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41