

Внешнеэкономическая деятельность предприятий

1.Сущность ВЭД и ее содержание

- **ВЭД** -это предпринимательская деятельность в области международного обмена товарами, услугами, информацией, результатами интеллектуальной деятельности, в том числе исключительными правами на них.
- **ВЭД** – это коммерческая деятельность субъектов предпринимательской деятельности, связанная с их участием в международных экономических отношениях.

1. Сущность ВЭД и ее содержание

Предпосылки возникновения и развития ВЭД:

1. *неравномерность экономического развития различных стран мира;*
2. *насыщенность национального рынка;*
3. *международное разделение труда*
4. *различие в людских, сырьевых, финансовых ресурсах;*
5. *характер политических отношений;*
6. *особенности географического положения, природных и климатических условий.*

1. Сущность ВЭД и ее содержание

ВЭД реализуется посредством организации внешнеэкономических связей.

Внешеэкономические связи- это упорядоченные взаимодействия субъектов внешнеэкономической деятельности. Связи могут иметь возмездный и безвозмездный характер.

К безвозмездным видам ВЭД относится деятельность, направленная на международную охрану окружающей среды, освоение богатств мирового океана, международную унификацию стандартов и др.

1. Сущность ВЭД и ее содержание

Основными видами ВЭД, имеющими возмездный характер, являются:

- международная торговля товарами (внешняя торговля) – обмен товарами в вещественно-материальной форме и услугами, связанными с осуществлением товарооборота;
- технико-экономическое сотрудничество – содействие в области промышленного и гражданского строительства и предоставление услуг инженерно-технического характера;
- научно-техническое сотрудничество – обмен достижениями науки и техники и совместное осуществление научно-технических работ;
- международное инвестиционное сотрудничество -вывоз капитала за рубеж с целью получения предпринимательской прибыли, а также участия в операциях на иностранных фондовых и валютных рынках.
- международные кредитные отношения

2. Объекты ВЭД

Выделяют четыре группы **объектов (предметов) ВЭД**:

- товары,
- услуги,
- информация
- интеллектуальная собственность.

2. Объекты ВЭД

Товары:

- минеральное сырье и топливо (к этой товарной группе можно отнести также электроэнергию и другие виды энергии);
- сельскохозяйственные, продовольственные и лесные товары (включая рыбные и морские продукты);
- непродовольственные потребительские товары (ткани, одежда, обувь, мебель, посуда и другие предметы домашнего обихода, лекарственные средства, парфюмерно-косметические изделия и т.д.);
- машины и оборудование (разрозненное и комплектное, причем в этой группе нередко обособляются транспортные средства, электронное оборудование, бытовая техника и некоторые другие виды машинно-технических изделий);
- другие готовые изделия и полуфабрикаты.

2. Объекты ВЭД

Услуги:

- услуги для бизнеса (деловые услуги);
- строительные услуги;
- услуги связи (почтовые, курьерские, телекоммуникационные);
- дистрибуционные услуги (услуги торговых агентов, розничная и оптовая торговля, франчайзинг);
- транспортные услуги;
- финансовые услуги;
- образовательные услуги;
- услуги здравоохранения;
- туристические услуги;
- рекреационные услуги;
- услуги по охране окружающей среды;
- услуги, в другом месте не классифицированные.

2. Объекты ВЭД

Все услуги на международном рынке услуг принято объединять в две группы:

- услуги, имеющие самостоятельный характер – основные;
- услуги, предоставляемые для обслуживания сделок по купле-продаже товаров в материально-вещественной форме, для обслуживания сделок по купле-продаже услуг, имеющих самостоятельный характер – обслуживающие.

2. Объекты ВЭД

Информация выступает:

- в качестве *самостоятельного* объекта ВЭД
 - как неотъемлемое *дополнение* к другим объектам ВЭД.
- Отождествление внешней торговли информацией с другими объектами ВТД обозначено в следующих случаях:
- если информация является составной частью реализуемых товаров, это считается внешней торговлей товарами;
 - если передача информации осуществляется как передача прав на объекты интеллектуальной собственности, это относится к внешней торговле интеллектуальной собственностью;
 - в других случаях расценивается как внешняя торговля услугами.
- Информация, необходимая для использования поставляемого товара, обычно называется *сопутствующей* информацией.

2. Объекты ВЭД

Интеллектуальная собственность

- сделки по торговле научно-техническими знаниями, товарными знаками, промышленными образцами и другими продуктами интеллектуального труда, имеющими не только научную, но и практическую ценность;
- сделки по торговле объектами авторского права в области науки, литературы, искусства.

3.Цели и задачи ВЭД предприятия.

В сфере внешнеэкономической деятельности компании существуют две группы стратегических целей:

- использование сырьевых, инвестиционных, технологических, интеллектуальных ресурсов внешнего рынка для расширения деятельности на внутреннем рынке;
- экспансия на внешнем рынке для максимизации прибыли путем увеличения продаж.

3.Цели и задачи ВЭД предприятия

Если компания ставит в качестве основных целей внешнеэкономической деятельности использование **ресурсов внешнего рынка**, она решает следующие задачи:

- импорт сырьевых ресурсов;
- импорт оборудования;
- покупка лицензий и ноу-хау;
- размещение в других странах заказов на НИОКР и проектные работы;
- привлечение иностранных специалистов;
- привлечение капитала путем размещения на мировом финансовом рынке долевых (акций) и долговых (облигации) ценных бумаг;
- лизинг иностранного оборудования;
- франчайзинг

3.Цели и задачи ВЭД предприятия

Если компания ставит в качестве основных целей внешнеэкономической деятельности **экспансию на внешнем рынке**, она решает следующие задачи:

- производство экспортных товаров;
- открытие за рубежом сети дочерних компаний и филиалов;
- создание за рубежом сбытовой сети;
- привлечение капитала с мирового финансового рынка;
- международные слияния и поглощения в целях расширения бизнеса и роста капитализации;
- участие в международных стратегических альянсах.

4. Управленческие решения в сфере ВЭД

В сфере ВЭД принимаются следующие управленческие решения:

- субъект ВЭД принимает **решение о всестороннем изучении международной среды**, в конкретных странах, регионах, интеграционных объединениях
- субъекта ВЭД принимается **решение о целесообразности выхода на мировой рынок**
- Субъекты ВЭД должны принять решение о том, на какие конкретные мировые рынки надо выходить и с какими контрагентами сотрудничать
- Принимаются **решения субъектами ВЭД о методах выхода на конкретный мировой рынок**
- важным решением субъектов ВЭД является **определение структуры маркетинговых действий на внешнем рынке** (выбор экспортного ассортимента, цены, определении объемов и сроков поставок, продвижении продукции на международный рынок)
- субъектов ВЭД должны принять **решение о создании и структуру отделов ВЭД**

5.Цели и принципы регулирования ВЭД

Государственное регулирование ВЭД - это система мер законодательного, исполнительного и контролирующего характера, призванных совершенствовать ВЭД в интересах национальной экономики.

Основы законодательной базы:

- Федеральный закон «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 08.12.2003 № 164-ФЗ

5.Цели и принципы регулирования ВЭД

Государственное регулирование должно обеспечить:

- защиту экономических интересов отечественных производителей и субъектов ВЭД;
- создание равных возможностей для субъектов ВЭД;
- развитие всех видов ВЭД;
- привлечение иностранных инвестиций;
- поощрение конкуренции и ликвидация монополизма в сфере ВЭД.

5. Цели государственного регулирования ВЭД

- содействие повышению производительности труда и качества национальной продукции
- создание условий доступа российских предприятий на мировые рынки
- защита национальных внешнеэкономических интересов, защита внутреннего рынка
- создание и поддержание благоприятного международного режима во взаимоотношениях с различными государствами и международными организациями

Основные принципы государственного регулирования

- 1) защита государством прав и законных интересов участников внешнеторговой деятельности,
- 2) равенство и недискриминация участников внешнеторговой деятельности
- 3) обеспечение выполнения обязательств Российской Федерации по международным договорам Российской Федерации и осуществление возникающих из этих договоров прав Российской Федерации;
- 6) выбор мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности,
- 7) гласность в разработке, принятии и применении мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности;
- 8) обоснованность и объективность применения мер государственного регулирования внешнеторговой деятельности;
- 9) исключение неоправданного вмешательства государства или его органов во внешнеторговую деятельность и нанесения ущерба участникам внешнеторговой деятельности и экономике Российской Федерации;
- 10) обеспечение обороны страны и безопасности государства;
- 11) единство системы государственного регулирования внешнеторговой деятельности;
- 12) единство применения методов государственного регулирования внешнеторговой деятельности на всей территории Российской Федерации.

Меры государственного регулирования

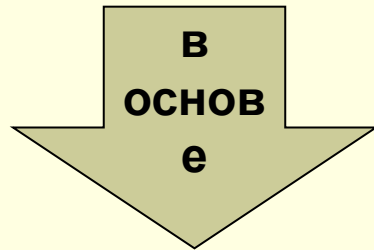
- 1) протекционистские меры- направлены на защиту внутреннего рынка от иностранной конкуренции;
- 2) меры либерализации- направлены на снятие, снижение, ограничений во внешней торговли.

6. Методы государственного регулирования

- международные торговые договоры;
- тарифное регулирование;
- нетарифные методы регулирования;
- экономические методы государственного стимулирования экспортного производства

Основные методы регулирования ВЭД:

■ Таможенно-тарифное регулирование

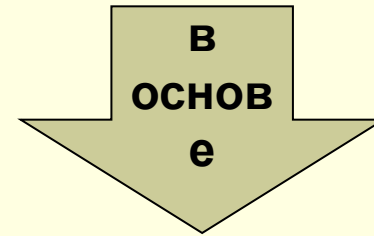


механизм применения
ввозных и вывозных
таможенных
пошлин



регламентируется таможенным
законодательством данной страны

■ Нетарифное регулирование



использование мер
административного
характера



регламентируется административными
нормами

Таможенно-тарифное регулирование

- Цели применения:

регулирования внешней торговли товарами;

для защиты внутреннего рынка РФ;

стимулирование прогрессивных структурных изменений в экономике

- Устанавливаются
ввозные и вывозные
таможенные
пошлины

Нетарифное регулирование:

метод государственного регулирования внешней торговли товарами, осуществляемый путем введения количественных ограничений и иных запретов и ограничений экономического характера

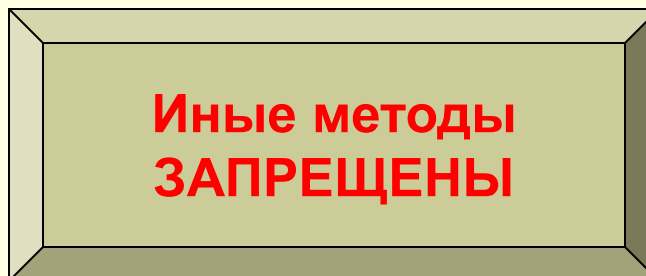
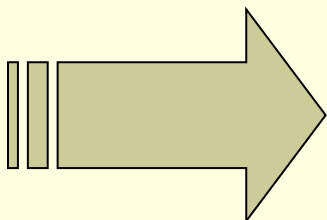
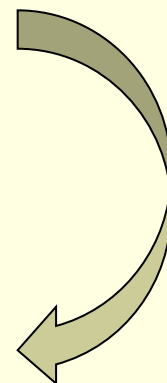
Некоторые случаи применения нетарифных методов:

- различия между внутренними и мировыми ценами и несоответствие их структуры по ряду основных товаров российского экспорта;
- дефицит сырьевых и иных товаров на внутреннем рынке;
- защита общественной морали, правопорядка, охрана жизни и здоровья граждан, окружающей среды, животных и растений;
- обеспечение обороны страны и безопасности государства;
- необходимость выполнения международных обязательств, принятых на себя Российской Федерацией

Экономические методы государственного стимулирования экспортного производства и развития экспортного потенциала

Нацелено на обеспечение благоприятных условий для внешнеторговой деятельности. Включает:

- прямое государственное финансирование экспортеров
- Государственное финансирование НИОКР;
- Косвенное финансирование экспортеров;
- Снижение налогов с экспортеров;
- Кредитование экспортеров;
- Страхование экспорта



3.Тарифные инструменты регулирования ВЭД

Таможенный тариф – это свод ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, перемещаемым через границу, систематизированный в соответствии с товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности.

Таможенные тарифы строятся на основе товарных классификаторов, содержащих перечень товаров, распределяемых по соответствующей схеме.

3.Тарифные инструменты регулирования ВЭД

Таможенная пошлина - особый вид платежа в форме косвенного налога, взимаемого государством при ввозе товара на таможенную территорию страны или вывозе с таможенной территории страны.

3.Тарифные инструменты регулирования ВЭД

Виды пошлин:

По объекту обложения выделяют:

импортные – пошлины, которые накладываются на импортные товары при выпуске их для свободного обращения на внутреннем рынке страны.

экспортные – налог, взимаемый с экспортных товаров при выпуске их за пределы таможенной территории государства.

транзитные пошлины, которые взимаются с товаров, пересекающих национальную территорию транзитом.

По способу установления пошлины бывают:

адвалорные – наиболее распространенные, устанавливаются в процентах от цены товара. Оценка стоимости импортных товаров производится в соответствии с Соглашением об оценке товаров в таможенных целях, заключенным в рамках ГАТТ. Средний уровень ставок адвалорных пошлин относительно невысокий (около 6%).

специфические – устанавливаются в абсолютном выражении от единицы измерения;

комбинированные (смешанные) – устанавливаются двумя способами, отмеченными выше.

3.Тарифные инструменты регулирования ВЭД

В зависимости от страны происхождения товара ставки

Минимальная ставка таможенной пошлины (базовые или предельные), применяется при ввозе товаров, происходящих из стран, которым данная страна в торгово-политическом отношении предоставляет режим наибольшего благоприятствования.

Максимальная ставка таможенной пошлины (генеральные или общие) применяется при ввозе товаров, происходящих из стран, которым данная страна не предоставила режим наиболее благоприятствуемой нации, либо страна происхождения товара неизвестна.

Преференциальная ставка таможенной пошлины применяется при ввозе товаров, которые происходят из стран, относящихся к развивающимся странам.

3.Тарифные инструменты регулирования ВЭД

В зависимости от их происхождения

автономные пошлины - пошлины, которые устанавливает страна самостоятельно. В одностороннем порядке страна фиксирует тариф и может его изменить по собственной инициативе. .

конвенционные (договорные) пошлины - устанавливаются на базе двустороннего или многостороннего соглашения.

В зависимости от характера их действия и целей применения (особые виды пошлин)

антидемпинговые- устанавливаются с целью противодействия демпингу, для выравнивания цен до уровня, считающегося нормальным.

компенсационные- являются реакцией на субсидии экспортерам в других странах и устанавливаются с целью выравнивания условий торговли.

ответные- являются реакцией на определенные действия партнера.

сезонные- применяются для оперативного регулирования международной торговли продукцией сезонного характера

7.Нетарифные методы регулирования

Мерами нетарифного регулирования называются административные меры регулирования ВЭД, к которым относятся:

- запрещение;
- ограничение.

8.Субъекты и контрагенты ВЭД

Субъекты (участники) внешнеэкономической деятельности — это любые российские лица и иностранные лица, а также публичные образования (Российская Федерация, ее субъекты, муниципальные образования), осуществляющие в установленном законом порядке внешнеэкономическую деятельность.

Субъектами ВЭД являются:

- государство и государственные органы, осуществляющие ее регулирование,
- организации, содействующие ВЭД,
- международные экономические организации системы ООН
- -юридические и физические лица, которые занимаются предпринимательской деятельностью и могут осуществлять ВЭД (хозяйственные организации)

8.Субъекты и контрагенты ВЭД

На уровне государственных органов деятельность направлена на установление межгосударственных основ сотрудничества, создание правовых и торгово-политических механизмов, стимулирующих развитие и повышение эффективности экономических связей.

8.Субъекты и контрагенты ВЭД

***Организации, содействующие развитию
предпринимательской деятельности в
области ВЭД :***

- торгово-промышленная палата;
- ассоциации, союзы, лиги предпринимателей
- научно-исследовательские и редакционно-издательские учреждения, учебные заведения, а также информационно-консультационные службы соответствующего профиля.

8.Субъекты и контрагенты ВЭД

Организации, содействующие развитию предпринимательской деятельности в области ВЭД имеют своей целью не получение прибыли, а представление групп бизнесменов в правительственных органах и оказание содействия частным предпринимателям в расширении их экспорта.

8.Субъекты и контрагенты ВЭД

Международные экономические организации системы ООН выступают на мировом рынке как крупные покупатели товаров и услуг. Среди них крупнейшими организациями по купле-продаже товаров и услуг на мировом рынке являются ПРООН (Программа развития ООН) и ЮНИДО (Программа ООН по промышленному развитию).

8.Субъекты и контрагенты ВЭД

На уровне **хозяйственных организаций** деятельность направлена на заключение и исполнение контрактов и иных договоров в пределах гражданского права

8.Субъекты и контрагенты ВЭД

Структура предприятий, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность:

1. Предприятия-товаропроизводители
2. Внешнеторговое подразделение, в составе производственного или научно-производственного объединения, предприятия, организации или кооператива
3. Организации, фирмы, коммерческие структуры-посредники.
4. Организации, фирмы, обслуживающие ВЭД:

8.Субъекты и контрагенты ВЭД

Контрагенты в сфере ВЭД

Контрагенты ВЭД - стороны, состоящие в договорных отношениях по купле-продаже товаров и/или оказанию различного рода услуг, функционирующие в разных странах.

8.Субъекты и контрагенты ВЭД

Критерии классификации фирм:

- 1) по виду хозяйственной деятельности и характеру совершаемых операций;
- 2) по правовому положению;
- 3) по характеру собственности;
- 4) по принадлежности капитала и контролю;
- 5) по объему операций;
- 5) по характеру хозяйственных отношений и целям объединения

9. Выбор иностранного контрагента

При выборе фирмы исключительно важно изучить различные **аспекты деятельности потенциальных партнеров**, а именно:

- > технологический - изучение технического уровня продукции фирмы, ее технологической базы и производственных возможностей;
- > научно-технический - сведения об организации научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и затратах на них;
- > организационный - изучение организации управления фирмы;
- > правовой - изучение норм и правил, действующих в стране потенциального партнера и имеющее прямое или косвенное отношение к сотрудничеству.

9. Выбор иностранного контрагента

Основные критерии выбора контрагента:

1. Степень солидности потенциального партнера.
2. Деловая характеристика
3. Опыт прошлых сделок

10. Способы установления контактов при экспортных сделках

В процессе подготовки коммерческой сделки на основе прямых связей между контрагентами продавец может использовать различные способы установления контактов с потенциальными покупателями, а именно:

- направить предложение (оферту) непосредственно одному (твердую) или нескольким возможным иностранным покупателям;
- принять и подтвердить заказ покупателя;
- направить покупателю предложение в ответ на его запрос с указанием конкретных условий будущего контракта или проформой контракта;
- принять участие в торгах путем представления тендера организаторам торгов;
- направить возможному покупателю коммерческое письмо с информацией о намерениях вступить в переговоры по поводу заключения конкретной сделки;
- направить проформу контракта уже известному покупателю как результат согласования условий контракта по телефону, телетайпу или телексу или на основе предшествующих договоренностей;
- поместить рекламные объявления в средствах информации.

Основные документы

1. **Оферта.** Под офертой в коммерческой практике понимается письменное предложение продавца, направленное возможному покупателю, о продаже партии товара на определенных продавцом условиях.

Оферта содержит все основные условия предстоящей сделки: наименование товара, количество, качество, цену, условия поставки, срок поставки, условия платежа, характер тары и упаковки. Текст оферты должен быть кратким, четким и ясным.

Образец (форма) оферты

Оферта.)

(предложение заключить договор)

(должность адресата – кому предназначена оферта)

(наименование организации)

« » _____ 20__ г. № _____

О заключении договора

Предлагаем Вам заключить договор о

на следующих условиях:

- 1) _____;
- 2) _____;
- 3) _____.

Ждем Вашего ответа до “ ____ ” _____ 20__ г.

С уважением,

должность адресанта
наименование организации

подпись адресанта
М.П.

ФИО адресанта

Основные документы

Различают два вида оферты: твердая и свободная.

- Твердая оферта (firm offer) – это документ, в котором дается письменное предложение на продажу определенной партии товара, посланное продавцом одному возможному покупателю, с указанием срока, в течение которого продавец является связанным своим предложением.
- Свободная оферта (free offer) – это документ, который может быть выдан на одну и ту же партию товара нескольким возможным покупателям. Он не связывает продавца своим предложением, не устанавливает срок для ответа.

Основные документы

2. **Подтверждение заказа.** Подтверждение заказа – это коммерческий документ, представляющий собой сообщение экспортера о принятии условий заказа покупателя без оговорок

Подтверждение заказа

"Подтверждаем получение Вашего заказа № _____ на поставку _____ (наименование товара) и принимаем его к исполнению. Ваш заказ будет выполнен нами со всей тщательностью и в договорные сроки".

Основные документы

3. **Контракт купли-продажи.** Договор купли-продажи товаров в материально-вещественной форме в международной коммерческой практике называется контрактом.

11. Способы установления контактов при импортных сделках

- направить потенциальному или уже известному продавцу заказ;
- направить запрос производителю интересующих покупателя (импортера) товаров;
- объявить торги с приглашением к участию фирм, которые могут принять и выполнить условия организаторов торгов (машины и оборудование);
- направить возможному производителю коммерческое письмо о намерениях в ответ на его рекламу или информацию;
- направить потенциальному экспортеру коммерческое письмо о намерениях вступить с ним в переговоры в ответ на его предложение;
- направить экспортеру безоговорочный акцепт его предложения;
- рассмотреть предложения экспортеров на товары, представленные на ярмарках и выставках, и провести переговоры о их закупке.

Основные документы

1. **Заказ** – это коммерческий документ, в котором покупатель подробно указывает все необходимые условия для изготовления или подготовки заказываемого товара, а также все существенные элементы, необходимые для заключения внешнеторговой сделки.

Покупатель может в качестве приложения к заказу направить экспортеру:

- спецификацию с уточнением условий поставки;
- инструкциями по упаковке и маркировке,
- информации по поставке и распределению документов.

Основные документы

2. **Запрос** – это документ, выдаваемый стороной, заинтересованной в покупке указанных в нем товаров, уточняющий некоторые желательные условия, касающиеся поставки, адресуемый будущему поставщику с целью получения предложения.

В запросе обычно указывается точное наименование нужного товара, его качество, сорт, количество и запрашивается как можно более подробная информация о товаре, условия доставки и платежа.

Запрос рассылается нескольким фирмам с целью получения конкурентных предложений.

Запрос: пример

(наименование фирмы, куда посылается запрос)

Запрос

Уважаемые господа,

Из Интернета мы узнали, что Ваша фирма является одним из ведущих производителей лесозаготовительной техники.

Наша компания заинтересована в приобретении _____ (наименование товара), поэтому просим Вас выслать Ваше коммерческое предложение на поставку _____ (количество).

Условия поставки – желательно "доставка оплачена до _____".

Нас устроит оплата аккредитивом.

Учитывая, что запрашиваемая партия довольно большая, мы рассчитываем на предоставление нам оптовой скидки.

Надеемся, что между нами возникнет длительное и плодотворное сотрудничество.

Директор

Основные документы

3. **Заявка на инструкции по поставке** – документ, выдаваемый поставщиком с просьбой к покупателю сообщать инструкции в отношении поставки заказанных товаров.
4. **Письмо о намерениях** – документ, при помощи которого покупатель информирует продавца о принятии в принципе его предложения и намерении начать переговоры по заключению контракта. Это приглашение к переговорам.

Основные документы

5. **Тендерная документация** – определяет требование заказчика в отношении содержания ожидаемых предложений на торгах и включает тендерные условия, проформу тендера, условия проведения торгов, технико-экономическую документацию, перечисление видов и объемов работ.

Тендерные условия содержат конкретные требования заказчика к участнику торгов: наименование и количество товара, его технико-экономические характеристики, основные коммерческие и технические условия, включая срок поставки, условия платежа, цены условия арбитража, штрафов, гарантий.

11.Способы выхода на внешний рынок

Направление экспортной деятельности	Описание направления экспортной деятельности
Прямой экспорт	Компания продает свой товар на внешний рынок путем заключения прямых контрактов с дилерами и торговыми посредниками внешнего рынка. В этом случае всю операционную деятельность по работе, по поиску посредников, документации и сертификации продуктов компания берет на себя.
Косвенный экспорт	Компания находит на внутреннем рынке торгового посредника, который осуществляет продажу товаров на внешние рынки. Такой посредник часто знает все тонкости работы на целевом внешнем рынке и имеет устоявшуюся сеть дилеров для продажи товаров.
Совместный экспорт	Компания кооперируется с другими компаниями на внутреннем рынке с целью организации прямых поставок на целевой внешний рынок. Данный способ подходит для небольших компаний, не имеющих достаточных ресурсов и масштаба производства для выхода на зарубежные рынки. Кооперация позволяет им восполнить недостающий пробел в ресурсах.

Экспорт — вывоз товара (услуг, капитала) за границу для реализации на внешних рынках



12.Формы выхода на внешний рынок

Сборочное производство в зарубежных филиалах

- Характеризуется трансфертом капитала, средств производства, персонала и ноу-хау в зарубежную страну с целью создания и эксплуатации собственного производства (монтажа конечного продукта из узлов и деталей).
- С технологической точки зрения - организация производственного процесса на его последней фазе.

Контракты на производство.

Изделия производятся за границей местным изготовителем, действующим по контракту с фирмой, осуществляющей контроль за маркетингом и коммерческими вопросами через свой зарубежный торговый филиал. Такая договорная форма позволяет фирме обойтись без инвестиций в производство и без расходов на транспорт и таможенную пошлину, в то же время используя местную рабочую силу.

Управление по контракту

- Некая фирма за определенное вознаграждение управляет собственностью компании, находящейся на территории иностранного государства.
- Управляющая компания экспортирует на зарубежный рынок **управленческие услуги**.

Лицензионное соглашение

Собственник изобретения представляет другой стороне разрешение на использование в определенных пределах своих прав на технологию

Иностранная фирма (лицензиар) передает местной патент, марку, наименование, и оказывает техническую помощь. Преимуществом лицензионного производства является то, что фирма за рубежом не вывозят никаких материальных ценностей, кроме ноу-хау. При этом нет необходимости проявлять собственную активность.

ФРАНЧАЙЗИНГ

- Деятельность по оказанию фирмой, имеющей широкую известность на рынке (франчайзером), помощи неизвестным потребителям фирмы (франчайзи) в становлении и развитии бизнеса под маркой франчайзера.

СУБФРАНЧАЙЗИНГ – право франчайзи на предоставление франшизы третьим лицам.

РОЯЛТИ – ежемесячный платеж по договору франчайзинга (от 1,5 до 15% суммы годовой реализации).

■ ВЫГОДЫ ФРАНЧАЙЗИНГА:

- Возможность стать самостоятельным владельцем бизнеса
 - Право вести бизнес под признанным товарным знаком
 - Совместное проведение кампаний по продвижению
 - Обучение и консультирование франчайзером
- Экономические соображения, в т.ч. возможность кредитования франчайзером

Совместные предприятия

Выгоды иностранного партнера:

- Ознакомление с ситуацией на внешнем рынке
- Получение налоговых и прочих льгот
- Распределение риска между своей и местной компанией
- Возможность установления необходимых связей с государственными структурами
- Доступ к более дешевым источникам сырья и рабочей силы.

Основные причины распада:

- Столкновение двух культур
- Отсутствие консенсуса
- Отсутствие квалифицированного местного персонала

Прямое инвестирование

Система решений:

1. О первоначальных вложениях
2. О выборе страны размещения предприятия
3. О полноте производственного цикла
4. О строительстве или приобретении предприятия
5. О размере рентабельности инвестиций

Анализ внешней среды включает исследования:

- политики в отношении иностранных инвестиций
- Возможности ведения валютных операций
- Условия местного кредитования
- Трудовое законодательство
- Возможности страхования иностранных инвестиций

Выбор способа и формы выхода на зарубежный рынок

Привлекательность рынка

Затраты на выход на зарубежный рынок

Высокая Средняя Низкая

Высокие

Собственное
предприятие
за рубежом

Сборочное
предприятие

Франчайзинг

Средние

Совместное
предприятие

Производстве
н-
ная
кооперация

Лицензиро-
вание

Низкие

Экспорт
через
собственное
представи-
тельство

Управление
по контракту

Экспорт
через
агентов или
импортеров

13.Понятие ВТО. Характерные черты ВТО

Внеэкономические или внешнеторговые операции можно охарактеризовать как комплекс методов и форм по обмену товарами и услугами между контрагентами из разных стран.

Внешнеторговые операций являются частью международных экономических отношений и реализуются в виде **сделок**.

13.Понятие ВТО. Характерные черты ВТО

Основными характерными чертами ВТО являются:

- аккредитация сторон как резидентов различных стран, где физически находятся их предприятия;
- осуществление платежа по сделке в иностранной валюте;
- пересечение товаром границы страны экспортера
- использование международных коммерческих терминов (ИНКОТЕРМС)

14.Классификация ВТО

Классификацию внешнеторговых операций можно также осуществлять на основании следующих признаков:

■ В зависимости от направлений торговли:

- ☐ экспортные операции
- реэкспортные операции
- ☐ импортные операции
- реимпортные операции.

■ 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

14.Классификация ВТО

- **По группам товаров:**

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

- **По степени готовности товаров к конечному использованию:**

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

- **По методу торговли (по количеству участников процесса обмена):**

- прямые (двусторонние и многосторонние);
- косвенные (через посредников);

- **По принципу заключения сделок:**

- сделки согласовательного ;
- сделки состязательного характера

- **По форме расчетов:**

- денежная форма;
- товарная форма

Самостоятельно:

- 15. Особенности реализации экспортно-импортных операций
- 16. Товарообменные операции
- 17. Посреднические операции во внешнеторговой деятельности

18. Правовые аспекты внешнеторгового контракта

Внешнеторговый контракт (договор купли-продажи) – это основной коммерческий документ, определяющий права и обязанности участников внешнеторговой операции, в котором изложен комплекс действий по совершению торгового обмена

Документы, регулирующие составление международного торгового контракта

Документы Российской Федерации	Международные документы
1. Гражданский Кодекс РФ 2. Закон «О валютном регулировании и валютном контроле» от 10.12.2003 № 173-ФЗ 3. Таможенный кодекс РФ от 28.05.2003 № 61-ФЗ	1. Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров (Венская конвенция 1980) 2. Принципы международных коммерческих договоров (Принципы УНИДРУА) 3. Международные правила толкования торговых терминов «Инкотермс» 2010 г. 4. Типовой закон о закупках товаров (работ) и услуг, разработанный Комиссией ООН по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ), Нью-Йорк, 1994 г.

18. Правовые аспекты внешнеторгового контракта

- *Протокол о намерениях* – документ, подтверждающий намерения сторон заниматься определенным проектом и принятие ими некоторых обязательств.
- *Рамочное соглашение* – документ, определяющий принципиальную договоренность сторон о формах и условиях сотрудничества, которые после уточнений и дополнений найдут свое отражение в контракте

До заключения контракта необходимо установить:

- разрешен ли ввоз (вывоз) товара на территорию страны;
 - облагается ли товар экспортной (импортной) пошлиной;
 - подпадает ли товар под режим лицензирования или квотирования, каким органом выдается лицензия, каков порядок ее получения, сколько будет стоить получение лицензии;
 - необходимо ли получение специальных разрешений на вывоз (ввоз) товара;
 - требуется ли получение фитосанитарного, ветеринарного и других санитарных и экологических сертификатов;
 - какие имеются льготы по вывозу (ввозу) товара (освобождение от пошлин, налогов, сборов);
 - имеются ли какие-нибудь особенности в порядке осуществления платежей с предпринимателями из страны планируемого экспорта (импорта);
 - какие еще документы необходимы для обеспечения пропуска товара за границу.
- действуют ли в отношениях между контрагентами международные договоры, устанавливающие режим торговли в отношениях между двумя государствами или группой государств

19. Структура внешнеторгового контракта.

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

19. Структура внешнеторгового контракта. Торговые обычаи

Все условия можно классифицировать следующим образом:

- 1) с точки зрения их обязательности для продавца и покупателя;
- 2) с точки зрения их универсальности.

19. Структура внешнеторгового контракта.

К обязательным условиям относят:

- наименования сторон - участников сделки;
- предмет контракта;
- количество и качество;
- базисные условия поставки;
- цена;
- условия платежа;
- санкции и рекламации;
- юридические адреса сторон и подписи сторон

В случае ***невыполнения обязательных условий*** одной из сторон, другая сторона ***вправе прекратить*** выполнение своих обязательств по контракту, расторгнуть контракт и требовать возмещения убытков

19. Структура внешнеторгового контракта.

К дополнительным условиям относятся:

- сдача-приемка товара
- страховка;
- отгрузочные документы;
- гарантии;
- упаковка и маркировка;
- форс-мажорные обстоятельства;
- арбитраж;
- прочие условия.

При нарушении одной из сторон дополнительных (несущественных) условий другая сторона **не вправе расторгнуть сделку**, а может потребовать исполнения контрактных обязательств и **взыскать штрафные санкции**, если это предусмотрено условиями контракта.

С точки зрения универсальности, условия контракта делятся на индивидуальные и универсальные.

Индивидуальные

- наименование сторон в преамбуле;
- предмет контракта;
- качество товара;
- количество товара;
- цена;
- сроки поставки;
- юридические адреса и подписи сторон.

Универсальные

- сдача-приемка товара;
- базисные условия поставки;
- условия платежа;
- упаковка и маркировка;
- гарантии;
- санкции и рекламации;
- форс-мажорные обстоятельства;
- арбитраж.

Самостоятельно

20. Сроки поставки товаров.

21. Базисные условия поставки
(самостоятельно)

22. Качество товара

23. Цена и общая сумма контракта

24. Условия платежа

