

О.О. Герасимова

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Курс лекций

Витебск
2019

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Учреждение образования
«Витебский государственный технологический университет»

О.О. Герасимова

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Курс лекций

для студентов специальности 1-27 01 01
«Экономика и организация производства»
и для слушателей ФПК и ПК
специальности 1-26 02 85 «Логистика»

Витебск
2019

УДК 339.5
ББК 65.248
Г37

Рецензенты:

директор иностранного производственно-строительного унитарного предприятия «Бризант Энерджи-Центр» Шпаков С.В.;
директор общества с ограниченной ответственностью «ТоргЭкоТранс» Санковский А.В.

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом УО «ВГТУ», протокол № 9 от 27.11.2019.

Герасимова, О. О.
Г37 Внешнеэкономическая деятельность : курс лекций / О. О. Герасимова. –
 Витебск : УО «ВГТУ», 2019. – 112 с.
 ISBN 978-985-481-628-9

Рассматриваются основные направления внешнеэкономической деятельности организаций: регулирование внешней торговли, осуществление внешнеторговых сделок, содержание внешнеторгового контракта. Приведены показатели оценки эффективности внешнеэкономической деятельности организаций.

Предназначено для студентов экономических специальностей учреждений высшего образования и слушателей ФПК и ПК.

УДК 339.5
ББК 65.248

ISBN 978-985-481-628-9

©УО «ВГТУ», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	5
Тема 1. Понятие и содержание внешнеэкономической деятельности.....	6
1.1 Эволюция содержания внешнеэкономической деятельности.....	6
1.2 Понятие и признаки внешнеэкономической деятельности.....	8
1.3 Виды внешнеэкономической деятельности	10
1.4 Классификация внешнеэкономических операций	12
Тема 2. Внешнеэкономические отношения.....	19
2.1 Виды и полномочия участников внешнеэкономической деятельности.....	19
2.2 Способы выхода на внешние рынки.....	24
Тема 3. Техника подготовки и проведения внешнеэкономических операций.....	28
3.1 Методика поиска фирмы-партнера и установления деловых отношений.....	28
3.2 Выбор страны – партнера для осуществления внешнеэкономической сделки.....	30
3.3 Основные принципы выбора фирмы-контрагента.....	32
3.4 Источники информации о фирмах – контрагентах.....	34
3.5 Досье и информационная карта фирмы.....	38
3.6 Этап подготовки к заключению внешнеторгового контракта.....	40
Тема 4. Внешнеторговый договор (контракт).....	44
4.1 Понятие, функции и виды международных договоров (контрактов).....	44
4.2 Правовое регулирование договоров международной купли-продажи товаров.....	46
4.3 Этапы заключения внешнеторгового договора	47
Тема 5. Порядок составления внешнеторгового договора (контракта).....	50
5.1 Структура внешнеторгового договора.....	50
5.2 Содержание внешнеторгового договора.....	53
Тема 6. Базисные условия поставки. INCOTERMS-2010.....	67
6.1 Сущность базисных условий поставки, цель и задачи INCOTERMS.....	67
6.2 Структура INCOTERMS-2010.....	69

Тема 7. Таможенное регулирование внешней торговли.....	72
7.1 Таможенные органы Республики Беларусь и их функции	72
7.2 Таможенные режимы Республики Беларусь и их характеристика.....	75
7.3 Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности ..	78
Тема 8. Тарифное регулирование внешней торговли.....	80
8.1 Понятие таможенного тарифа и его основные виды.....	80
8.2 Таможенная стоимость товаров и методы её определения.....	82
8.3 Виды таможенных платежей и особенности их расчёта.....	85
Тема 9. Нетарифные методы регулирования внешней торговли.....	90
9.1 Понятие и классификация основных мер нетарифного регулирования	90
9.2 Экономические меры нетарифного регулирования.....	92
9.3 Административные меры нетарифного регулирования.....	97
9.4 Технические меры нетарифного регулирования.....	100
9.5 Антидемпинговые меры.....	101
Тема 10. Оценка эффективности внешнеэкономической деятельности	102
10.1 Понятие экономической эффективности, её показатели и принципы оценки	103
10.2 Экономическая эффективность экспорта.....	104
10.3 Экономическая эффективность импорта.....	106
10.4 Экономическая эффективность экспортно-импортных операций.....	107
Приложение А. Структура кода ТН ВЭД ЕАЭС	109
Список использованных источников	110

ВВЕДЕНИЕ

В условия глобализации мировой экономики и международных экономических отношений существенно повышается значение внешнеэкономических связей как для экономики Республики Беларусь в целом, так и для отдельных организаций и предприятий. Внешнеэкономический фактор имеет для Беларуси особую значимость в силу экспортной ориентации национальной экономики, а также высокой степени её зависимости от импорта сырья и энергоносителей. По мере интеграции Республики Беларусь в мировое хозяйство внешнеэкономические связи становятся все более важным фактором устойчивого социально-экономического развития.

Республика Беларусь, имея значительный потенциал для осуществления экспортных операций, проводит активную внешнеторговую политику, стимулируя (часто административными методами) участие белорусских предприятий в международной торговле. Предприятия, в ряде случаев, импортируя необходимые сырье, материалы, экспортируют готовую продукцию, реализуют на внешних рынках товары и услуги, объекты интеллектуальной собственности. В связи с актуализацией роли внешнеэкономической деятельности в обществе возрастает интерес к ее проблемным вопросам и соответственно повышается необходимость проведения в этой сфере комплексных исследований. Важно изучать и прогнозировать не только внешние проявления и результаты внешнеторговой политики государства, но и активно воздействовать на формирование инфраструктуры международной торговли, учитывать условия развития мировой экономики в будущем. Совершенствование организации международной торговли и углубление международной региональной экономической интеграции оказывают положительное воздействие на повышение эффективности мирового и национального хозяйства.

Настоящее учебное издание ориентировано на получение студентами и слушателями комплекса теоретических знаний об организационных вопросах внешнеэкономической деятельности.

В учебном издании рассматриваются современные направления внешнеэкономической деятельности, причины участия Беларуси в международном разделении труда.

Подробно рассмотрены вопросы подготовки, заключения и исполнения внешнеэкономических сделок, содержание внешнеэкономических контрактов купли-продажи товаров.

Также описан механизм таможенного, тарифного и нетарифного регулирования внешней торговли в Таможенном союзе Беларуси, Казахстана и России.

В заключении приводятся показатели, характеризующие эффективность внешнеэкономической деятельности организаций.

ТЕМА 1. ПОНЯТИЕ И СОДЕРЖАНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- 1.1 Эволюция содержания внешнеэкономической деятельности**
- 1.2 Понятие и признаки внешнеэкономической деятельности**
- 1.3 Виды внешнеэкономической деятельности**
- 1.4 Классификация внешнеэкономических операций**

1.1 Эволюция содержания внешнеэкономической деятельности

Термин «внешнеэкономическая деятельность» в экономической, юридической литературе и в нормативных правовых актах используется достаточно давно, но его содержание в разные периоды развития экономики существенно менялось. До середины 80-х гг. XX в. в условиях господства государственной собственности и отсутствия предпринимательства внешнеэкономическая деятельность была одним из видов осуществляющей государством хозяйственной деятельности. Действия, составлявшие ее предмет: экспортные и импортные операции, заключение внешнеторговых договоров на поставку товаров, выполнение работ, оказание услуг, – хоть и имели, на первый взгляд, гражданско-правовую природу, регулировались не актами гражданского законодательства, а специальными нормативными правовыми актами – постановлениями ЦК КПСС, СМ СССР, отраслевых министерств и ведомств.

В советский период развития права характер внешнеэкономической деятельности определяли следующие факторы:

- государственная монополия;
- специализированные государственные субъекты;
- специальное правовое регулирование.

Во второй половине 80-х гг. XX в. начались коренные изменения советской системы хозяйствования, завершившиеся в начале 90-х гг. поворотом от государственной монополии к либерализации внешнеэкономической деятельности. Право непосредственно осуществлять экспортные или импортные операции было предоставлено предприятиям наравне с министерствами и ведомствами. Так, Закон СССР «О государственном предприятии (объединении)» существенно расширил самостоятельность предприятий в вопросах определения направлений своей деятельности, договорных отношений, в том числе предоставил право осуществлять внешнеэкономическую деятельность как важную составную часть всей работы предприятия, выделив экспорт продукции в качестве первоочередной задачи.

Кроме того, с начала 90-х гг. XX в. большую заинтересованность в самостоятельном проведении экспортных и импортных операций проявили возникшие в тот период организации негосударственной формы

собственности и физические лица, занимавшиеся индивидуальной предпринимательской деятельностью без образования юридического лица. В области правового регулирования акцент также постепенно стал смещаться в сторону предоставления субъектам все большего объема прав при осуществлении внешнеэкономической деятельности.

Закон Республики Беларусь «Об основах внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь», первый и в течение долгого времени основной законодательный акт белорусского государства, регулировавший данную сферу, наделил предприятия, организации, их объединения, кооперативы, иные юридические и физические лица правом самостоятельно осуществлять внешнеэкономическую деятельность, но только после соответствующей регистрации. Процедура регистрации белорусских субъектов в качестве участников внешнеэкономической деятельности осуществлялась Государственным комитетом Республики Беларусь по внешнеэкономическим связям до середины 1993 г., а формально оставалась в законодательстве до середины 2005 г.

Данный законодательный акт не давал четкого определения внешнеэкономической деятельности, но содержал перечень видов деятельности, относящихся к ней:

- 1) внешняя торговля;
- 2) экономическое, научно-техническое и культурное сотрудничество;
- 3) специализация и кооперация в области производства, науки и техники;
- 4) строительство и реконструкция объектов;
- 5) транспортные, экспедиторские, страховые операции;
- 6) расчетные, кредитные и другие банковские операции;
- 7) туризм;
- 8) иная деятельность в области международного обмена товарами, услугами и результатами творческой деятельности.

Кроме того, к внешнеэкономической деятельности было отнесено участие белорусских субъектов в совместных предприятиях, международных объединениях и организациях на территории иностранных государств и осуществление там же производственной, научно-производственной, научно-технической и иной хозяйственной деятельности.

Таким образом, внешнеэкономическая деятельность перестала быть исключительно государственной, она приобрела характер хозяйственной деятельности с иностранным элементом. Совершаемые частными субъектами внешнеэкономические сделки и операции регулировались нормами гражданского законодательства, а государство осуществляло только функции их административного ограничения и контроля.

Изменение содержания термина «внешнеэкономическая деятельность» в 90-х гг. XX в. связано с началом осуществления экономических реформ и изменением системы управления внешнеторговой сферой. Попытки дать определение понятию внешнеэкономической

деятельности заканчиваются формулировкой модельного закона «Об основах внешнеэкономической деятельности», принятого и рекомендованного для использования в национальных законодательствах Постановлением Межпарламентского комитета Республики Беларусь, Республики Казахстан, Кыргызской Республики, Российской Федерации и Республики Таджикистан:

«Внешнеэкономическая деятельность – деятельность национальных юридических и физических лиц, опосредующая внешнюю торговлю, а также иные отношения по международному экономическому сотрудничеству с иностранными государствами, их органами, международными организациями, иностранными юридическими и физическими лицами».

Оно не получило закрепления в национальных законах указанных стран. В настоящее время полноценное определение внешнеэкономической деятельности в законодательстве отсутствует. Причиной этого можно считать слишком широкую и расплывчатую сферу охватываемых отношений, включающих и частные, и публичные элементы. Выделение такой особой правовой категории, как внешнеэкономическая деятельность, характерно только для стран бывшего СССР, в правовых системах западных стран ее нет. Внешнеэкономическая деятельность как правовое явление представляет собойrudiment советского этапа развития права, поэтому постепенный отказ законодателя от этого термина можно считать вполне справедливым. Вместе с тем отсутствие легального определения внешнеэкономической деятельности негативно сказывается на практике, поскольку отнесение определенных хозяйственных операций или сделок к внешнеэкономическим имеет следствием, например, применение особого порядка их оформления, таможенных процедур, мер экспортного или валютного контроля, а несоблюдение такого порядка и процедур влечет наложение административных санкций.

1.2 Понятие и признаки внешнеэкономической деятельности

Внешнеэкономическая деятельность осуществляется на уровне частных субъектов хозяйствования, она направлена на получение прибыли, и ее правовой формой являются внешнеэкономические сделки.

В экономическом смысле внешнеэкономическая деятельность рассматривается как совокупность производственно-хозяйственных, организационно-экономических и оперативно-коммерческих функций предпринимателя или организации, осуществляемых с целью получения прибыли на зарубежных рынках.

Что касается *правового определения*, то в нем чаще отражаются хозяйствственные отношения с иностранным элементом, возникающие между

юридическими и физическими лицами (индивидуальными предпринимателями) различной государственной принадлежности.

Таким образом, экономическое определение отражает суть внутренних связей, а правовое – характер интересов субъектов, природу отношений и их направленность.

Внешнеэкономическая деятельность представляет собой совокупность хозяйственных операций, которые юридическое лицо или индивидуальный предприниматель совершает в рамках своей обычной коммерческой деятельности, но не с национальными субъектами, а с субъектами, происходящими из других государств.

Основными признаками внешнеэкономической деятельности считаются частноправовой характер и внешняя направленность.

1. Самостоятельность в выборе зарубежного рынка, иностранных партнеров, товаров и услуг, определения цены внешнеэкономической сделки и является частью их производственной и коммерческой деятельности. В основе ВЭД лежат экономические интересы и прежде всего – осуществление хозяйственной деятельности с максимальной прибыльностью. Очевидно, что хозяйственная и предпринимательская деятельность относятся к одной и той же области отношений, но хозяйственная шире, чем предпринимательская, так как включает действия, не направленные на извлечение прибыли. Таким образом, внешнеэкономической является хозяйственная (экономическая) деятельность, где предпринимательская деятельность охватывает только часть отношений. Возмездность также не всегда является характерной особенностью внешнеэкономической деятельности, в частности, это касается спонсорской помощи или финансирования программ и проектов.

2. «Внешний» характер внешнеэкономической деятельности обусловлен наличием в ее структуре иностранного признака, чаще всего иностранного субъекта. Поэтому для определения внешнеэкономической деятельности применяется критерий различной национальной принадлежности ее участников, то есть критерий резидентности.

В международном частном праве юридическое значение придается «иностранныму элементу» частноправовых отношений. Кроме того, в литературе высказываются мнения о том, что критерием отнесения деятельности к внешнеэкономической может быть местонахождение коммерческих предприятий сторон в разных государствах или участие в ней лиц, принадлежащих к различным государствам (критерий резидентности). В законодательстве также можно найти указанные признаки. Согласно части второй ст. 4 Закона о МАС в этот суд передаются гражданско-правовые споры, возникающие при осуществлении внешнеэкономических и иных видов международных экономических связей, если местонахождение или местожительство хотя бы одной из сторон располагается за границей Республики Беларусь. Критерий резидентности используется при определении внешнеэкономического договора в п. 1 Указа № 178. Как видно, законодатель делает главным признаком «внешнего» характера отношений, а,

следовательно, и внешнеэкономической деятельности, принадлежность их субъектов к разным государствам.

1.3 Виды внешнеэкономической деятельности

Традиционно выделяют следующие **виды внешнеэкономической деятельности:**

- 1) внешняя торговля;
- 2) международная производственная специализация и коопeração;
- 3) инвестиционная деятельность;
- 4) валютные и кредитно-финансовые операции;
- 5) международные перевозки;
- 6) международный туризм.

Под **внешнеторговой деятельностью** понимается деятельность по осуществлению внешней торговли товарами, и (или) услугами, и (или) объектами интеллектуальной собственности (ст. 1 Закона № 347).

Осуществление деятельности в области международной торговли предполагает:

- перемещение физических объектов через границы государств;
- перемещение этих объектов субъектами, принадлежащими к разным государствам;
- оформление возмездной гражданско-правовой сделки по правилам, установленным для внешнеторгового договора.

Основными задачами внешнеторговой деятельности являются:

- продвижение отечественной продукции на зарубежных рынках;
- развитие экспорта;
- насыщение внутреннего рынка товарами, не производимыми на территории государства;
- привлечение валютных ресурсов в страну.

Международная производственная коопeração – процесс создания конечного продукта из компонентов предприятий различных стран, производимых ими с наибольшей эффективностью. Производственное коопериование основывается на долгосрочных договорах, регулирующих не только внешнеэкономические отношения партнеров, но и сам процесс создания готового продукта. Международная производственная коопeração может носить комплексный характер – охватывать не только производство, но и проведение научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок, сбыт и послепродажное обслуживание.

Инвестиционная деятельность предполагает взаимодействие с иностранными государствами и частными субъектами по привлечению

материальных и финансовых средств на основе эффективности и взаимной выгоды.

В настоящее время в законодательстве нет определения инвестиционной деятельности. Закон об инвестициях оперирует термином «осуществление инвестиций», который обозначает следующие *действия*:

- создание коммерческой организации;
- приобретение (создание) объектов недвижимого имущества;
- приобретение прав на объекты интеллектуальной собственности;
- приобретение акций, долей в уставном фонде, паев в имуществе коммерческой организации;
- осуществление концессии;
- иные способы осуществления инвестиций, кроме запрещенных законодательными актами Республики Беларусь.

Результатами привлечения зарубежных инвестиций для государства, помимо увеличения валютного оборота, являются создание и внедрение новых производств и технологий, повышение конкурентоспособности отечественных товаров, обновление материально-технической базы производства, расширение торговых связей и производственной кооперации и т. п.

Валютные и кредитно-финансовые операции представляют собой действия отечественных и иностранных лиц, включая банки и небанковские кредитно-финансовые организации, по обеспечению финансовых обязательств, вытекающих из внешнеэкономических отношений.

Традиционно они существовали как деятельность, сопровождающая внешнеторговые сделки в виде осуществления расчетов, конверсии валюты, предоставления заемных и кредитных средств и др. Но в настоящее время международные финансовые и кредитные операции рассматриваются уже как самостоятельные виды внешнеэкономической деятельности. Изменения, вносимые в международные документы, иногда значительно меняют традиционные денежные и кредитные институты. Например, новая редакция Унифицированных правил для гарантов по первому требованию 2009 г. (URDG № 758), вступившая в силу 1 июля 2010 г., 14 изменила не только порядок оформления, но и функции банковской гарантии, сделала его самостоятельным переводным финансовым инструментом, а не просто средством обеспечения исполнения основного обязательства.

Международные перевозки отличаются от обычных внутренних транспортных услуг тем, что опосредуют перемещение пассажиров или грузов через границы, т. е. осуществляются между двумя и более государствами.

В международном коммерческом обороте транспорт занимает особое место. С одной стороны, он служит необходимым условием осуществления международного разделения труда, с другой – выступает как самостоятельный объект – транспортная услуга, являющаяся предметом экспорта или импорта.

Эволюция международной торговли способствует развитию транспорта и усовершенствованию его технических средств. В свою очередь, обновление транспортных и логистических технологий способствует расширению международного товарообмена, вовлекая в его сферу все новые рынки товаров. Пока еще подавляющее большинство внешнеигорговых сделок совершаются с использованием транспорта, так как в любом случае товар необходимо доставить от продавца к покупателю. Поэтому уровень транспортного обеспечения внешнеэкономических связей оказывает существенное влияние на эффективность внешней торговли, проявляясь в цене товара.

Международный туризм – это самостоятельный вид внешнеэкономической деятельности, которому государство в последние годы придает большое значение. Туризмом считаются временные выезды (путешествия) граждан Республики Беларусь, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране временного пребывания (ст. 1 Закона Республики Беларусь от 25 ноября 1999 г. № 326-З «О туризме»).

Иностранный туризм имеет те же цели, только связан с выездом (въездом) физических лиц, проживающих в одном государстве, на территорию другого государства, при этом услуги по организации зарубежных туристических поездок приравнены к экспортным или импортным операциям.

Туристическая деятельность является сугубо предпринимательской, государство определяет лишь туристическую политику и способствует развитию туризма, принимая соответствующие законы и регулируя макроэкономические механизмы и нормативы в пользу национального и въездного туризма.

1.4 Классификация внешнеэкономических операций

Современные внешнеигорговые операции очень разнообразны. Поэтому не представляется возможным предложить один критерий, в соответствии с которым можно дать исчерпывающую классификацию внешнеигорговых сделок. Все они должны рассматриваться с нескольких точек зрения: *по направлениям торговли; видам товаров и услуг; степени готовности товаров; применяемым методам торговли; организационным формам торговли.*

1. По направлению торговли внешнеэкономические операции могут быть подразделены на экспорт, импорт, реэкспорт и реимпорт.

Экспортование или импортирование товаров обычно является первой внешнеэкономической операцией, с которой сталкивается предприятие, ставшее участником международного бизнеса. Но экспортно-импортные операции не прекращаются и тогда, когда фирма переходит к другим

внешнеторговым сделкам. В этом случае экспортно-импортные операции ищут новые рынки либо осуществляются в комплексе с другими внешнеторговыми операциями.

Под **экспортно-импортными операциями** понимается коммерческая деятельность, связанная с куплей продажей товарной продукции (услуг) и ввозом вывозом этой продукции (услуг) за рубеж/ из за рубежа.

В практике международной торговли продавец именуется **экспортером**, а покупатель – **импортером**. Стороны любого контракта в практике международной торговли именуются **контрагентами**.

Экспорт – совокупность множества коммерческих операций по продаже и вывозу за границу товаров для передачи их в собственность иностранному контрагенту. Экспортом является также предоставление иностранным туристам и иностранным турфирмам туристских, экскурсионных и других услуг (совокупного туристского продукта). Экспортом является вывоз капитала в форме предоставления кредитов и инвестирования в иностранные фирмы.

При осуществлении экспортной операции для экспортера неважно, как будет использоваться товар импортером: последний может пустить товар в переработку, реализовать на внутреннем рынке или перепродать в третьи страны. В любом случае для продавца это будет экспортная операция.

Для осуществления экспортной операции необходимо одно определяющее условие – иметь товар, который будет пользоваться спросом на внешнем рынке.

Импорт – совокупность множества коммерческих операций по закупке и ввозу иностранных товаров для последующей их реализации на внутреннем рынке своей страны. При этом ввозимый в страну товар может быть как готовой продукцией, предназначенной для реализации, так и сырьем, полуфабрикатами, подлежащими переработке, объектами капитального строительства в виде инвестиционного капитала, лицензиями, ноу-хау и т. д.

Непременным условием осуществления импортной операции является платежеспособность импортера.

Реэкспорт – вывоз за границу ранее ввезенного товара, не подвергшегося в реэкспортирующей стране какой либо переработке (это является обязательным условием любой реэкспортной операции). Однако разрешается проведение незначительных операций (таких, как маркировка, упаковка, расфасовка) с целью, например, упрощения транспортировки товара через реэкспортную зону. Обязательным в этом случае является условие, что стоимость дополнительных операций по переработке не должна превышать половины экспортной цены контракта. В случае если это условие нарушается, товар из реэкспортного превращается в экспортный со всеми вытекающими отсюда последствиями по оплате необходимых экспортных налоговых и таможенных пошлин.

Предметом реэкспорта чаще всего выступают товары, продаваемые на международных аукционах и товарных биржах.

Реэкспорт может осуществляться и без завоза товара в свою страну. Такие

операции, по сути, не относятся к экспорту или импорту данной страны, хотя и учитываются таможенной статистикой. Они совершаются торговыми фирмами в целях получения прибыли благодаря разнице цен на один и тот же товар на разных рынках. Значительная часть реэкспортных операций осуществляется на территории так называемых свободных зон. Ввозимые на территорию этих зон товары не облагаются таможенными пошлинами и освобождаются на время пребывания там и при ввозе для реэкспорта от всяких пошлин, сборов и налогов с импорта, обращения, потребления и производства.

На складах, расположенных в свободной зоне, товары хранятся до их перемещения внутрь страны через таможенную границу или до их реэкспорта. В первом случае уплачивается соответствующая таможенная пошлина, во втором – товары вывозятся без соблюдения каких либо таможенных формальностей.

Такие свободные зоны имеются практически во всех крупных портах прибрежных государств. Государства, не имеющие выхода к морю, пользуются свободными зонами близлежащих портов на основе международных соглашений.

Реимпорт – ввоз из-за границы ранее вывезенных товаров, не подвергшихся там переработке. Ими могут быть товары, не проданные на аукционе, выставке, возвращенные с консигнационного склада, забракованные покупателем и другие, предназначавшиеся к продаже.

По существу, реимпортные товары нельзя назвать внешнеторговыми сделками, поскольку они не преследуют коммерческой цели, и их никто специально не готовит и не осуществляет. По своей сути это несостоявшиеся экспортные операции. Но таможенная статистика учитывает их отдельно – как реимпортные операции.

Обязательным при оформлении таможенных документов по режиму реимпорта является условие, что товар в стране импортера находится не более 10 лет и не подвергается никакой переработке (за исключением опять-таки переупаковки, расфасовки, маркировки и т. п.).

2. По видам товаров и услуг, служащих предметом торговли, можно выделить:

- торговлю сырьевыми товарами;
- торговлю продовольственными товарами;
- торговлю товарами широкого потребления;
- торговлю машинами и оборудованием;
- торговлю научно-техническими знаниями и объектами интеллектуальной собственности;
- торговлю услугами производственного назначения (техническое обслуживание, инжиниринг, консалтинг и т. д.); торговлю услугами для населения, включая туризм.

Торговлю машино-технической продукцией, кроме того, можно подразделить *по степени ее готовности к использованию*:

- готовая продукция;
- продукция в разобранном виде;
- комплектное оборудование.

3. Организационные формы торговли предполагают многообразие условий и возможностей проведения международных сделок, в зависимости от целевой установки внешнеэкономической политики и требований внешней среды. Среди них можно выделить:

3.1 Бартерные операции – (*barter*) понимается обмен эквивалентными по стоимости товарами (товар на товар), которые представляет собой две сделки: купли и продажи, исключающие денежные расчеты. Операции не предполагают денежных расчетов, поэтому параграф «Условие платежа» отсутствует.

Бартерный товар влияет на конкурентоспособность аналогичного местного товара. Это явление называется эффектом вытеснения внутренних продаж. Поэтому бартерные сделки контролируются государством.

3.2 Встречные закупки или операции «бай-бек». Встречные закупки (offset trade, counter trade), или «бай-бек» (bay-back) означает обязательство экспортёра закупить на определенную сумму товары в стране импортера. Эти обязательства составляют часть стоимости контракта. Встречные закупки, как и бартерные сделки, выгодны импортеру, который умело использует сложившуюся конъюнктуру экспортного товара и конкуренцию между иностранными поставщиками.

3.3 Компенсационные сделки – по сути бартерные, но предполагают обмен несколькими товарами, в отличие от бартера, где один товар меняется на другой. Второе отличие: компенсационная сделка допускает стоимостную разницу между взаимными поставками, тогда как бартер – это эквивалентный по стоимости обмен. Эта разница представляет собой «неконвертируемое сальдо», т. к. перечислить долг страны импортера стране экспортёра банковским переводом невозможно в соответствии с условиями. По этому «долговая сумма» может храниться в банке страны импортера на специальном счете страны экспортёра, и последним может использовать эту сумму только в стране импортера (только для внутренних закупок).

3.4 Операции на давальческом сырье (*commission way*) используется когда, экспортёр располагает ресурсами, но не имеет производственных мощностей для их переработки. Поэтому отправляет часть своих ресурсов из другой страны для переработки. Часть произведенного в стране импортера продукта используется для оплаты его переработки.

На давальческом сырье работают многие текстильные предприятия Беларуси, не имеющие финансовых средств для закупки сырья и организации производственного процесса. Размещение заказа на их предприятиях позволяет им решать свои экономические проблемы.

3.5 Выкуп устаревшей продукции используется, когда при продаже новых машин, оборудования из их стоимости вычитается стоимость машин,

бывших в употреблении (Б/У). При этом используются таблицы уценки Б/У машин, учитывающие их физический и моральный износ.

3.6 Промышленное сотрудничество, включая производственную и отраслевую кооперацию, создание смешанных производств и развитие такой новой формы производственной кооперации, как «продакшн шеринг», предполагающей совместное освоение природных ресурсов.

Эта форма внешнеэкономических связей развивается как форма сотрудничества на основе дальнейшего процесса специализации и кооперации производства. Она используется и в рамках государства, и в масштабе мирового хозяйства, а также на уровне предприятий.

В мировой практике известно много видов кооперации, в том числе: производственная, сбытовая, производственно-сбытова, компенсационные сделки и другие.

Производственная кооперация – является одной из форм внешнеэкономических связей и характерна тем, что узлы и детали кооперируемой продукции изготавливаются по заданиям и техническим требованиям заказчиков, а внешнеторговые контракты на производство и поставку такой продукции носят подрядный характер. Подписанию контрактов может предшествовать заключение соглашений, определяющих условия долгосрочного сотрудничества. В этих соглашениях могут предусматриваться условия разработки конструкций, машин и оборудования, производства и поставки кооперируемых узлов и деталей по технической документации заказчиков или по переданным образцам. Поставщики могут изготавливать кооперированную продукцию из материалов заказчиков или своих, при этом за качество применяемых материалов, а также сроки и качество исполнения контракта несут ответственность поставщики.

Инициаторами осуществления внутри- и меж- отраслевой производственной кооперации могут выступать промышленные организации.

Сбытова кооперация представляет собой сотрудничество хозяйственно независимых производителей, вкладывающих средства в совместные мероприятия по сбыту выпускаемой ими продукции. Эти производители проводят совместные рекламные компании, готовят общие технико-коммерческие предложения, используют совместно сбытовые сети, создают совместные сбытовые организации. Развитие сбытовой кооперации взаимосвязано с углублением процесса специализации и концентрации производства. Фирмы, специализирующиеся на выпуске узкой номенклатуры товаров, стремятся к совместному сбыту с компаниями, выпускающими смежные виды изделий. Это позволяет повысить конкурентоспособность товаров и удовлетворить запросы покупателей. Сбытова кооперация широко используется среди производителей, специализирующихся на выпуске двигателей определенных мощностей или модификаций, по числу оборотов, изготовителей сельскохозяйственных машин, насосов, сложных инструментов и т. п.

Производственно-сбытовая кооперация широко используется в робототехнике, станкостроении, автомобиле- и самолетостроении, вагоностроении и других отраслях. Этот вид кооперации также является формой и торговли, и сотрудничества и осуществляется на основе соглашений, заключаемых внешнеторговыми и производственными партнерами. Эти соглашения могут предусматривать взаимные обязательства сторон по совместному производству и сбыту кооперированной продукции, подготовки коммерческих предложений, совместному участию в торгах, взаимному использованию коммерческих предложений, совместному участию в торгах, взаимному использованию сбытовых помещений партнеров. В соглашениях могут предусматриваться права на самостоятельную реализацию продукции и условия о разделе рынков, согласования цен и другие условия работы на рынке.

Торговля в составе консорциумов – это разновидность производственно-сбытовой кооперации, представляет собой временные союзы хозяйствственно обособленных компаний, то есть объединения картельного типа. Они создаются для повышения технической и коммерческой конкурентоспособности продукции компаний, участвующих в конкурентной борьбе за получение заказов на поставки крупных партий товаров и выполнение подрядных работ по сооружению промышленных и других объектов. Такие заказы консорциумы получают в результате прямых переговоров с заказчиками или через международные торги.

В консорциумы объединяются поставщики промышленного оборудования и клиринговые компании, многие из которых являются признанными международными монополиями. В торгах на крупные партии промышленного оборудования участвуют по несколько крупных консорциумов, в каждый из которых входит по несколько компаний. Участие в торгах способствует повышению конкурентоспособности продукции. За счет производственной кооперации и разделения процесса производства между участниками, имеющими наилучшие условия для производства отдельной части оборудования, этот вид торговли способствует снижению общих издержек производства и улучшению технических характеристик. В соглашениях, заключаемых членами консорциума, предусматриваются условия по взаимному согласованию цен, кредитованию, расчетам, гарантиям и обязательствам с целью повышения конкурентоспособности консорциума на торгах.

Комплектация импортных закупок – другая разновидность международной производственно-сбытовой кооперации. Этот вид сотрудничества предусматривает поставку заказчиком на полиментацию строящихся за рубежом объектов, транспортных средств, оборудования. Например, импортируемое оборудование может быть укомплектовано отечественными двигателями, приборами, деталями и узлами. Кооперация в разработке конструкций или технологических схем способствует повышению технического уровня изделий и его конкурентоспособности.

Компенсационные операции – одно из направлений международного кооперационного сотрудничества. При этом иностранные поставщики могут предоставлять заказчикам финансовые кредиты на оплату поставляемых машин, оборудования и т. п., либо поставлять эту продукцию и услуги на условиях товарных кредитов.

Соглашения по компенсационным операциям предусматривают обязательства иностранных партнеров покупать продукцию, произведенную на построенных при их содействии предприятиях, для погашения финансовых и товарных кредитов.

Этот вид сотрудничества широко использовался в бывших социалистических странах; в настоящее время используется развивающимися и слаборазвитыми странами для ускорения НТП. Мировая практика заключения и исполнения компенсационных соглашений показала, что размещение заказов на проектирование, поставки оборудования и предоставления услуг наиболее целесообразно осуществлять через международные торги. Проведение торгов способствует обострению конкуренции на рынке и снижению экспортных цен на 20–25 % к уровню цен, согласуемых в результате прямых переговоров, дает возможность получить технические и коммерческие преимущества.

4. Под методами торговли понимаются либо прямые договоры, либо посреднические операции.

При прямом методе торговли экспортер сам занимается поиском клиентов на зарубежном рынке и организацией работы с ними. Соответственно нет необходимости выплачивать комиссионные вознаграждения посредникам. Сделка не ставится в зависимость от того, насколько добросовестен и опытен посредник. Экспортер владеет полной информацией о рынке и может оперативно корректировать характеристики товара или методы его продвижения в зависимости от ситуации.

Таким образом, продается сложное промышленное оборудование, осуществляется строительство крупных объектов, закупаются большие партии сырья и сельскохозяйственной продукции на основе долгосрочных соглашений. Однако позволить себе самостоятельную экспортную деятельность могут только крупные фирмы, обладающие специальными знаниями в области международной торговли. Для компаний, только начинающих экспортную деятельность, выгоднее воспользоваться услугами *специализированных посредников*.

Проблема состоит в том, что исследования незнакомого рынка требуют больших финансовых затрат экспортера. В то время как посредники уже обладают необходимыми опытом и знаниями. Кроме того, им хорошо знакомы обычай местного рынка и его конкурентная среда. Кроме этого, посредники могут предоставлять клиентам дополнительные услуги, которые повышают шансы товара быть проданным (приспособление товара к условиям местного рынка, организация послепродажного сервисного обслуживания, разукрупнения партий товаров, продажа сопутствующих товаров,

предоставление кредитов покупателям). Поэтому более половины внешней торговли осуществляется при помощи посредников: брокеров, торговых агентов, комиссионеров, консигнаторов, дистрибуторов.

Отдельные виды товаров в международной торговле продаются с помощью конкурсных методов торговли на товарных биржах, аукционах, международных торгах.

В настоящее время активно внедряется конкурсный (тендерный) подход к экспортно-импортным поставкам.

ТЕМА 2. ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

2.1 Виды и полномочия участников внешнеэкономической деятельности

2.2 Способы выхода на внешние рынки

2.1 Виды и полномочия участников внешнеэкономической деятельности

Внешнеэкономическую деятельность могут осуществлять:

- физические лица, имеющие статус индивидуального предпринимателя;
- юридические лица, зарегистрированные для ведения предпринимательской деятельности.

Исходя из выше изложенного следует, что участники ВЭД представляют собой различные категории лиц, которых по их ролевым функциям и полномочиям можно разделить на следующие группы:

- *субъекты ВЭД* (лица, непосредственно осуществляющие внешнеэкономическую деятельность, то есть получившие статус «Добросовестный участник ВЭД»);
- *государственные и негосударственные органы*, осуществляющие регулирование ВЭД (Президент, Парламент (Национальное собрание), Совет Министров Республики Беларусь (Правительство), Министерство иностранных дел Республики Беларусь (МИД), Министерство экономики Республики Беларусь, Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь (МАРТ), Национальный банк Республики Беларусь, Государственный таможенный комитет, Торгово-промышленная палата Республики Беларусь;
- *потребители* в широком смысле (граждане, коммерческие и некоммерческие организации);

– **посредники** (лица, оказывающие субъектам ВЭД услуги организационного, консультационного и иного характера по содействию и осуществлению внешнеэкономической деятельности);

– **прочие участники.**

Субъекты хозяйствования Республики Беларусь предприятия, организации, их объединения, кооперативы, иные юридические и физические лица вправе осуществлять внешнеэкономическую деятельность **с момента их государственной регистрации.**

Чаще всего при осуществлении конкретных внешнеторговых операций контрагентами выступают фирмы.

Под *фирмой* понимается предприятие, осуществляющее хозяйственную деятельность с целью извлечения прибыли. Фирмы, выступающие на мировом рынке, различаются по виду хозяйственной деятельности и характеру совершаемых операций, по правовому положению, по характеру собственности, по принадлежности капитала и контролю, по объему операций.

По виду хозяйственной деятельности и характеру совершаемых операций фирмы-контрагенты могут быть промышленными, торговыми, транспортными, страховыми, инжиниринговыми, туристическими и др.

По правовому положению большая часть фирм является акционерными компаниями, полными товариществами, командитными товариществами или обществами с ограниченной ответственностью.

По целям объединения, степени самостоятельности и характеру хозяйственных отношений участников фирмы подразделяются на картели, тресты, концерны, промышленные холдинги, финансовые группы.

По характеру собственности различают частные, государственные и кооперативные фирмы, а по принадлежности капитала и контролю – национальные, иностранные и смешанные фирмы.

По объему операций выделяют крупные, средние и мелкие компании, причем в различных странах эти понятия не являются одинаковыми.

По принципу национальной принадлежности (в соответствии со ст. 7 Закона «О валютном регулировании и валютном контроле») определены следующие субъекты валютных операций, к которым относятся: *резиденты и нерезиденты.*

Резидентами Республики Беларусь являются:

– физические лица, имеющие постоянное место жительства на территории Республики Беларусь, в том числе временно находящиеся за ее пределами;

– юридические лица, созданные в соответствии с законодательством Республики Беларусь, с местонахождением в Республике Беларусь, в том числе

юридические лица с иностранными инвестициями (совместные и иностранные предприятия);

– предприятия и организации, не являющиеся юридическими лицами, с местонахождением в Республике Беларусь и зарегистрированные в соответствии с законодательством республики (индивидуальные предприниматели без права образования юридического лица);

– дипломатические и иные официальные представительства Республики Беларусь, находящиеся за ее пределами;

– находящиеся за пределами Республики Беларусь филиалы и представительства резидентов.

Нерезиденты – это:

– физические лица, имеющие местожительство за пределами Республики Беларусь, в том числе временно находящиеся в Республике Беларусь;

– юридические лица, созданные в соответствии с законодательством иностранных государств, с местонахождением за пределами Республики Беларусь, в том числе юридические лица с инвестициями резидентов Республики Беларусь;

– предприятия и организации, не являющиеся юридическими лицами, с местонахождением за пределами Республики Беларусь, созданные в соответствии с законодательством иностранных государств;

– находящиеся на территории Республики Беларусь иностранные дипломатические представительства, а также международные организации, их филиалы и представительства;

– находящиеся в Республике Беларусь филиалы и представительства нерезидентов.

В соответствии со ст. 17 Налогового кодекса Республики Беларусь (Общая часть) налоговыми резидентами Республики Беларусь признаются физические лица, которые фактически находились на территории Республики Беларусь в календарном году более 183 дней.

Физические лица, которые фактически находились за пределами территории Республики Беларусь 183 дня и более в календарном году, не признаются налоговыми резидентами Республики Беларусь.

До тех пор, пока нет возможности определить статус физического лица, лицо признается налоговым резидентом Республики Беларусь в текущем календарном году, если оно фактически находилось на территории Республики Беларусь более 183 дней в предыдущем календарном году.

Ко времени фактического нахождения на территории Республики Беларусь относится время непосредственного пребывания физического лица на территории Республики Беларусь, а также время, на которое это лицо выезжало за пределы территории Республики Беларусь на лечение, отдых, в командировку.

Порядок подтверждения физическим лицом времени фактического нахождения на территории Республики Беларусь и представления в налоговые

органы документов, необходимых для такого подтверждения, а также перечень таких документов устанавливаются Министерством по налогам и сборам Республики Беларусь.

Субъекты ВЭД могут напрямую выходить на зарубежные рынки, оказывать услуги за рубежом, импортировать продукцию (товары), а также могут вести ВЭД через посредников.

Иностранные государства, предприятия, организации и другие юридические лица могут учреждать свои представительства по торгово-экономическим вопросам в Республике Беларусь. Республика Беларусь, предприятия и организации могут учреждать свои представительства за рубежом на основе международных договоров между Республикой Беларусь и иностранными государствами.

На территории республики могут создаваться совместные предприятия, международные объединения и организации с участием резидентов Республики Беларусь и иностранных юридических или физических лиц.

Совместные предприятия, международные объединения и организации отвечают по своим обязательствам всем имуществом, которое им принадлежит.

Имущественные права совместных предприятий, международных объединений и организаций подлежат защите в соответствии с законодательством Республики Беларусь.

Субъекты внешнеэкономической деятельности могут принимать участие в совместных предприятиях, международных объединениях и организациях на территории иностранных государств и осуществлять производственную, научно-производственную, научно-техническую и другую хозяйственную деятельность на их территории в соответствии с законодательством Республики Беларусь и этих государств, а также международных договоров Республики Беларусь.

Государственный таможенный комитет присваивает **статус «Добросовестный участник ВЭД» (статус «ДУВЭД»)** юридическому лицу или индивидуальному предпринимателю – резидентам Республики Беларусь, если такое лицо, заинтересованное в присвоении статуса «Добросовестный участник ВЭД» (далее – заинтересованное лицо), отвечает следующим требованиям:

– осуществляет внешнеторговую деятельность не менее трех лет до дня обращения о присвоении статуса;

– в течение одного года до дня обращения заинтересованные лица не совершили административных таможенных правонарушений, повлекших конфискацию либо взыскание стоимости товаров на сумму более двухсот пятидесяти базовых величин и не привлекались к уголовной ответственности в соответствии со статьями 228–231 Уголовного кодекса Республики Беларусь в связи с осуществлением деятельности данного заинтересованного лица;

– не имеет на день обращения неисполненного в установленный законодательством срок налогового обязательства по уплате таможенных платежей, процентов, взимаемых в случаях, установленных таможенным

законодательством, а также пеней, начисленных за неисполнение налогового обязательства по уплате таможенных платежей;

– имеет удовлетворительную в соответствии с законодательством структуру бухгалтерского баланса за год, предшествующий обращению, либо имеет в собственности (хозяйственном ведении, оперативном управлении) основные средства остаточной стоимостью не менее ста тысяч базовых величин (для юридических лиц), а для индивидуальных предпринимателей, имеющих в собственности основные средства остаточной стоимостью не менее десяти тысяч базовых величин.

Решение ГТК о присвоении статуса принимается в **письменной форме**.

Статус «ДУВЭД» присваивается заинтересованному лицу на три года и прекращает свое действие по истечении указанного срока либо при принятии соответствующего решения в связи с несоответствующим поведением (наступлением одного из следующих обстоятельств):

– реорганизация или ликвидация юридического лица, прекращение деятельности индивидуального предпринимателя;

– совершение лицом, обладающим статусом «Добросовестный участник ВЭД», или должностным лицом такого лица административного таможенного правонарушения, повлекшего конфискацию либо взыскание стоимости товаров на сумму более двухсот пятидесяти базовых величин, или привлечение индивидуального предпринимателя к уголовной ответственности в соответствии со статьями 228–231 Уголовного кодекса Республики Беларусь в связи с осуществлением деятельности лица, обладающего статусом «Добросовестный участник ВЭД»;

– неисполнение лицом, обладающим статусом «Добросовестный участник ВЭД», налогового обязательства по уплате таможенных платежей в добровольном порядке, а также неуплата в добровольном порядке процентов и (или) пеней, начисленных за неисполнение налогового обязательства по уплате таможенных платежей;

– нарушение лицом, обладающим статусом «Добросовестный участник ВЭД», установленного таможенным законодательством порядка временного хранения товаров;

– установление, что статус «Добросовестный участник ВЭД» был присвоен с нарушением требований настоящего Положения либо на основании недостоверных данных, представленных заинтересованным лицом и послуживших основанием для присвоения такого статуса.

Решение о прекращении действия статуса «Добросовестный участник ВЭД» принимается Председателем Государственного таможенного комитета либо лицом, исполняющим его обязанности, в письменной форме **не позднее трех рабочих дней, следующих за днем**:

– получения информации от таможенного органа, установившего наступление одного из обстоятельств, являющихся основанием для принятия решения о прекращении действия статуса;

– инициирования такого решения структурным подразделением Государственного таможенного комитета, установившим наступление одного из обстоятельств, являющихся основанием для принятия решения о прекращении действия статуса, которое производится не позднее трех рабочих дней со дня установления наступления такого обстоятельства.

Лицо, в отношении которого принято решение о прекращении действия статуса «Добросовестный участник ВЭД», не вправе обращаться с заявлением о присвоении этого статуса **в течение одного года со дня принятия такого решения.**

2.2 Способы выхода на внешние рынки

Одним из важнейших решений компании, вступающей в международную маркетинговую деятельность, является решение о выборе способа выхода на внешний рынок.

Формы участия компаний в деятельности на внешних рынках отличаются друг от друга, что и демонстрирует таблица 2.1.

Таблица 2.1 – Основные способы выхода на внешний рынок

Основные формы	Ключевые характеристики
1	2
Экспорт	Продажа через дистрибуторов или импортеров. Минимальные требования к инвестициям и постоянным стоимостным обязательствам. Часто используется на ранних стадиях международной экспансии
Лицензирование и франчайзинг	Могут быть использованы как форма применения патентов или специализированной экспертизы. В некоторых странах только как путь проникновения на рынок. Лимитированные обязательства, но также и лимитирован контроль над лицензиями
Совместные предприятия	Совместное владение зарубежным производством с локальным партнером. Обязательны в некоторых странах. Могут сопровождаться политическим риском. Частые споры среди партнеров. Может потребоваться раскрытие сведений об имуществе

Окончание таблицы 2.1

1	2
Стратегические союзы (альянсы)	Соглашение между компаниями по кооперации в области специфических проектов. Позволяют разделить риск и затраты. Цели партнеров могут отличаться. Может потребоваться раскрытие сведений о собственности
Полностью собственные филиалы	Максимум ответственности за проникновение на рынок. Максимальный контроль за происхождением компании. Могут быть приобретены или вновь созданы

Источник: собственная разработка.

Экспорт. Естественный способ выхода на зарубежный рынок – экспорт продукции.

Экспорт по случаю – пассивный вариант участия в международной торговле, когда фирма выходит на внешний рынок время от времени, по своей инициативе или при получении зарубежного заказа.

Активный экспорт имеет место, когда фирма решает расширить поставки продукции на конкретный рынок, но в любом случае производит продукцию в своей стране, адаптируя товар к зарубежному рынку.

Экспорт продукции предполагает некоторые изменения в производственной цепочке компании, организационной структуре, инвестиционной политике и задачах.

Фирмы обычно начинают с **косвенного экспорта**, через независимых посредников:

- **отечественный посредник-экспортер** покупает продукцию у производителя и затем продает ее за границу;
- **отечественный агент-экспортер** ищет покупателей за границей и договаривается о поставках, рассчитывая на получение комиссионного вознаграждения. В эту же группу входят торговые компании;
- **кооперативная организация** осуществляет экспорт от имени нескольких производителей и частично под их административным контролем. Часто используется производителями простейших продуктов – фруктов, орехов и т. д.;
- **управляющая экспортом фирма** руководит экспортной деятельностью компаний за оговоренное вознаграждение.

Косвенный экспорт обладает двумя преимуществами:

- 1) для его осуществления не требуется значительных средств, отсутствует необходимость создания экспортного отдела, который будет заниматься продажами за рубежом или устанавливать контракты с иностранными партнерами;

2) такой экспорт менее рискован, так как посредники действуют по своей инициативе, опираясь на знание конъюнктуры зарубежных рынков, и предлагая производителю дополнительные услуги.

При принятии решения о самостоятельном экспорте продукции, необходимо учитывать, что работа на внешнем рынке связана со значительными расходами и повышением степени риска, что компенсируется экономией на оплате услуг посредника.

Способы организации *прямого экспорта*:

1) *экспортный отдел или подразделение*, в обязанности которого входят осуществление продаж за рубежом и организация собора необходимой информации о рынке. Экспортный отдел может превратиться в автономное подразделение, которое будет аккумулировать информацию и руководить всей экспортной деятельностью;

2) *зарубежный отдел продаж или дочерняя компания*. Зарубежный отдел продаж позволяет производителю воспользоваться эффектом непосредственного присутствия на рынке и осуществлять контроль за исполнением маркетинговых программ. Зарубежный отдел продаж осуществляет реализацию и распределение продукции, иногда на него возлагаются функции организации, хранения и продвижения товаров, демонстрационного и обслуживающего центра;

3) *торговые представители*. Для поиска зарубежных клиентов компания использует своих торговых представителей;

4) *иностранные дистрибутеры или агенты*. Для организации продажи продукции компания обращается к зарубежным дистрибутерам или агентам, которые могут быть наделены исключительными или ограниченными правами представлять производителя в конкретной стране.

Наилучшим способом представать продукцию компании при прямом или косвенном экспорте – участие в заграничных выставках.

Лицензирование – самый простой способ использования преимуществ международного разделения труда. Обычно лицензиар за определенную плату предоставляет иностранной компании право использования своих производственных и торговых секретов, торговой марки или патента и таким образом при минимальном риске получает доступ на зарубежный рынок. Лицензиат же получает производственные знания и опыт или известный продукт (торговую марку).

Однако компания-лицензиар не имеет возможности осуществлять строгий контроль за деятельностью лицензиата. Более того, его успешная деятельность ведет к сокращению доходов лицензиара. По окончании срока действия контракта компания может обнаружить, что «своими руками» создала конкурента. Чтобы избежать подобных метаморфоз, лицензиар практикует поставки каких-либо патентованных ингредиентов или компонентов. Лучшая стратегия лицензиара – лидерство в инновациях, которое ограничивает свободу действий лицензиата.

Существует несколько вариантов лицензионных соглашений, и в частности **управление по контракту**, когда некая компания за определенное вознаграждение управляет иностранными отелями, аэропортами, больницами и другими организациями. В этом случае она экспортирует не продукцию, а услуги по управлению. Данный вид экспорта характеризуется низкими рисками и с самого начала приносить неплохой доход.

Другим способом выхода на зарубежный рынок является **производство по контракту**, когда производство продукции компания поручает местным фирмам.

К недостаткам производства по контракту относится отсутствие у иностранной компании возможности постоянного контроля за производственным процессом. Однако данная форма позволяет компании ускорить выход на зарубежный рынок, характеризуется низким уровнем риска и облегчает создание впоследствии собственного или совместного предприятия.

Также компания может выйти на зарубежный рынок с помощью **франчайзинга** – развитой формы лицензирования. Продавец франчайзы предлагает покупателю свою торговую марку и отлаженную производственную систему.

Франчайзинг (или франшиза) – особая форма сотрудничества, при которой одна сторона, франчайзер (franchisor), предоставляет другой стороне, франчайзи (franchisee), проверенные временем бренды, товары и свой опыт, получая взамен оговоренную компенсацию в виде определенного процента от прибыли. Для франчайзера основным преимуществом является то, что риск, связанный с входением на новый рынок, инвестиционные расходы и производственные расходы сведены до минимума. Франчайзи также получает определенную выгоду от подобного сотрудничества, так как для него снижается риск, связанный с воплощением новой бизнес-идеи. Широкая экспансия компании Burger King осуществлялась именно через франшизу.

Совместные предприятия. Весьма популярен выход на зарубежные рынки с помощью создания совместных предприятий, когда компания разделяет собственность и контроль над производством с местной компанией.

Создание совместного предприятия может быть необходимым или желательным по экономическим или политическим причинам. Возможно, иностранная компания испытывает недостаток финансовых, материальных или управленческих ресурсов или образование совместного предприятия – непременное условие проникновения на рынок, поставленное правительством. Создавать совместные предприятия для выхода на закрытые рынки приходится даже корпорациям-гигантам.

У совместного предприятия есть и определенные недостатки. Партнеры могут разойтись во мнениях в отношении направления инвестиций, маркетинга, использования прибыли и т. д.

Прямые инвестиции. Последней формой выхода компании на зарубежный рынок является создание собственного сборочного или

производственного предприятия. Это может быть обусловлено следующими факторами:

- по мере приобретения компанией опыта производственной деятельности на крупном иностранном рынке она получает возможность использовать преимущества низкой стоимости рабочей силы, сырья, льгот, предоставляемых правительством;
- создание новых рабочих мест способствует формированию положительного имиджа компании в принимающей ее стране;
- поддерживая хорошие отношения с органами власти, потребителями, местными поставщиками и дистрибутерами, компания приспосабливает свою продукцию к потребностям данного рынка;
- компания полностью контролирует инвестиции и проводит производственную и маркетинговую политику, наилучшим образом отвечающую ее долгосрочным целям.

Однако основной недостаток прямого инвестирования заключается в том, что компания не застрахована от ухудшения рыночных условий; девальвации валюты или экспроприации ее собственности в случае каких-либо политических потрясений.

ТЕМА 3. ТЕХНИКА ПОДГОТОВКИ И ПРОВЕДЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ

3.1 Методика поиска фирмы-партнера и установления деловых отношений

- 3.2 Выбор страны-партнера для осуществления внешнеэкономической сделки**
- 3.3 Основные принципы выбора фирмы-контрагента**
 - 3.4 Источники информации о фирмах-контрагентах**
 - 3.5 Досье и информационная карта фирмы**
 - 3.6 Этап подготовки к заключению внешнеторгового контракта**

3.1 Методика поиска фирмы-партнера и установления деловых отношений

Внешнеэкономическая деятельность как одна из основных форм международных экономических отношений осуществляется посредством проведения коммерческих (торговых) операций, то есть определенных технических приемов по подготовке и реализации торгового сотрудничества.

В процессе подготовки и осуществления внешнеэкономических операций участники прибегают к детальному изучению как потенциального круга

возможных контрагентов, конкретных фирм и организаций, действующих контрагентов и конкурентов. Изучение деятельности контрагента – общепринятый элемент проведения внешнеторговой операции.

Существует много специфических условий, определяющих выбор торгового партнера, но есть и общие положения, которыми руководствуются коммерсанты при осуществлении внешнеторговых операций.

В целом, подобрать зарубежного партнера можно **двумя способами**.

Первый способ – когда потенциальный партнер сам выходят на белорусский рынок и выясняет, насколько возможности конкретной организации соответствуют его потребностям. В этом случае белорусская сторона, как правило, не обладает достаточной информацией о потенциальном партнере. Поэтому представляется весьма сложным определить, насколько надежным партнером станет зарубежный контрагент. С таким внешнеторговым партнером сложно сохранить устойчивые коммерческие связи после завершения первой внешнеторговой сделки, поскольку, придерживаясь подобной стратегии, он может затем обратиться и к другим поставщикам.

Второй способ означает, что инициатива будет исходить с белорусской стороны. Основным условием реализации такой схемы взаимоотношений является наличие надежной информации, на основании которой белорусский субъект хозяйствования сможет принять обоснованные и перспективные решения о выборе рынков сбыта и вступлении в деловые отношения с конкретными зарубежными партнерами.

Выбор контрагента в большой степени зависит от характера сделки (экспортная, импортная, компенсационная и т. д.), а также предмета сделки. При этом возникают 2 вопроса: в какой стране и у какого иностранного контрагента лучше купить или продать необходимый товар.

Методика поиска фирмы-партнера и установления деловых отношений включает:

- 1) выбор потенциального зарубежного рынка или рынков;
- 2) исследование структуры фирм соответствующей отрасли или рынка;
- 3) выявление ведущих фирм в отрасли;
- 4) изучение отдельных фирм и определение круга потенциальных контрагентов;
- 5) оценка деятельности контрагентов и составление рейтинговой таблицы;
- 6) окончательный выбор зарубежного партнера.

При выборе потенциального делового внешнеторгового партнера необходимо учитывать следующие **факторы**:

- 1) цель и характер внешнеэкономической сделки;
- 2) социально-экономическую и политическую ситуацию в стране заключения и исполнения сделки;
- 3) характер деятельности и возможности потенциального контрагента.

Цель и характер внешнеэкономической сделки оказывают существенное влияние на выбор потенциального зарубежного партнера. При

выходе на внешний рынок отечественные организации преследуют различные экономические интересы.

Во-первых, в условиях недостаточной емкости и обострения конкуренции на национальном рынке, предприятие стремится обеспечить реализацию произведенной продукции или оказание услуг с максимальной прибыльностью на зарубежных рынках сбыта.

Во-вторых, организация может быть ориентирована на поиск за рубежом производителей или поставщиков более дешевых и качественных комплектующих, сырья и материалов для повышения эффективности и конкурентоспособности собственного производства.

В-третьих, целью отечественного производителя может быть перенос части производства непосредственно на зарубежный рынок сбыта для преодоления тарифных и нетарифных барьеров.

В-четвертых, белорусское предприятие может стремиться повысить технический уровень и конкурентоспособность продукции путем создания совместного производства с иностранным партнером с использованием его патентов, лицензий и ноу-хау.

У организации могут быть и другие причины в развитии внешнеэкономической деятельности, но в каждом конкретном случае целевая установка будет влиять на выбор потенциального контрагента. Так, если организация стремится создать совместное производство на более высоком технологическом уровне, чем существующее, то в орбиту поиска будут включены иностранные фирмы, занимающие лидирующие позиции в производстве данной продукции, имеющие собственную научно-исследовательскую базу, владеющие лицензиями и патентами, располагающие свободными финансовыми ресурсами. Для увеличения объема реализации произведенной продукции через иностранных посредников, белорусский субъект хозяйствования будет искать за рубежом фирмы, имеющие опыт работы с данным товаром, обладающие на зарубежных рынках разветвленной сбытовой и сервисной сетью, владеющих существенной долей рынка и т. д.

3.2 Выбор страны-партнера для осуществления внешнеэкономической сделки

Выбирая страну, наряду с экономическими соображениями учитывают, прежде всего, характер торгово-политических отношений с этой страной: предпочтение отдается тем, с которыми Республика Беларусь имеет нормальные деловые отношения, подкрепленные договорно-правовой основой и которые не допускают по отношению к нашей стране дискrimинации.

Анализ информации о стране потенциального партнера по сделке можно провести по следующим направлениям.

1. Торгово-политические отношения:

- 1) политическая стабильность;
- 2) платежный баланс (объем экспорта/импорта товаров и услуг, внешнеторговое сальдо);
- 3) наличие межправительственных соглашений в торгово-экономическом сотрудничестве, соглашений о защите инвестиций, об устранении двойного налогообложения и т. д.;
- 4) отношение к иностранным товарам и услугам;
- 5) язык общения.

2. Торговые ограничения:

- 1) торговые контакты со страной (хорошие или взаимный товарооборот незначительный);
- 2) внешнеторговый режим (наибольшего благоприятствования либо иной);
- 3) эмбарго (запрет) на ввоз/вывоз ряда товаров (либо ограничения отсутствуют);
- 4) наличие государственной монополии на внешнеторговые операции с отдельными товарами/услугами (монополистические меры отсутствуют);
- 5) технические и экологические барьеры;
- 6) валютные ограничения.

3. Условия таможенно-тарифного регулирования в стране:

- 1) размер таможенных пошлин (налогов, сборов), наличие льгот;
- 2) наличие лицензий и количественных ограничений;
- 3) требования сертификации и санитарного контроля;
- 4) требования к упаковке, маркировке;
- 5) бюрократические вопросы при прохождении таможни.

4. Условия поставки товара (транспортные, финансовые);

- 1) организация и стоимость транспортировки груза;
- 2) возможность использования услуг (банковских, страхования);
- 3) конвертируемость национальной валюты;
- 4) уровень инфляции.

5. Условия сбыта, конкуренции:

- 1) информация о стране и рынке (размер территории, численность населения, уровень образования, культура, религия, национальные традиции и т. д.);
- 2) наличие инфраструктуры сбыта (собственной, посредников);
- 3) степень конкуренции (сильная, средняя, незначительная);
- 4) эффективность действия рекламы (включая вид рекламы, ее стоимость).

6. Характеристика потенциальных покупателей:

- 1) коммерческие связи для организации сбыта (устойчивые, незначительные, отсутствуют);
- 2) расходы на заработную плату и покупательная способность;

3) требования к качеству (на уровне мировых стандартов, высокие, не очень высокие).

Информация о стране может быть систематизирована в досье «Карта на страну», должна, постоянно отслеживаться и обновляться. При выборе иностранного партнера предпочтение следует отдавать фирмам из стран настроенных к Республике Беларусь дружественно, не проводящих дискриминационную торговую политику к отечественным предприятиям.

В настоящее время Республика Беларусь подписано более 50 международных торгово-экономических соглашений, в которых установлены определенные режимы торговли.

3.3 Основные принципы выбора фирмы-контрагента

Как правило, сбором данных о контрагентах занимаются внешнеторговые или внешнеэкономические организации, фирмы, отделы, бюро и т. д. Такие структурные подразделения созданы, практически, на всех предприятиях Республики Беларусь.

Оперативно-коммерческая работа по изучению фирм во внешнеторговых организациях должна включать:

- 1) предварительный сбор данных о фирме, с которой планируется проведение переговоров и заключение сделки;
- 2) текущее наблюдение за деятельностью фирм и организаций, с которыми уже заключены контракты;
- 3) выявление и изучение новых фирм и организаций возможных контрагентов по экспорту и импорту;
- 4) систематическое изучение структуры товарных рынков по основным статьям экспорта и импорта;
- 5) наблюдение за деятельностью фирм конкурентов.

Суммируя практический опыт и общепринятые методики оценки потенциального партнеров, их надежности и выгодности, можно выделить ряд принципов, которые позволяют объективно подойти к выбору партнера-контрагента.

Прежде всего, необходимо оценить *степень солидности делового партнера*. Под *степенью солидности* фирмы подразумеваются *количественные показатели деятельности* (так называемые показатели производственно-рыночной деятельности фирмы), масштаб операций, степень платежеспособности, а также степень доверия, которую ей оказывают банки.

Показатели производственно-рыночной деятельности фирмы можно разделить на **2 группы: общие (основные) и частные**.

К общим показателям относятся:

- 1) чистая прибыль, полученная фирмой;

- 2) объем продаж или оборот;
- 3) показатели рентабельности производственно-рыночной деятельности фирмы;
- 4) темпы роста объемов ее продаж и активов;
- 5) качественный и количественный состав оборотного капитала;
- 6) наличие в нем достаточного количества платежных средств;
- 7) соотношение между собственным и заемным капиталом.

Частные показатели – это показатели платежеспособности фирмы (коэффициенты ликвидности и покрытия). Уровень кредитоспособности фирм определяется следующими данными:

- 1) точностью исполнения платежей и сроками оплаты счетов;
- 2) составом банков и других финансовых учреждений, которые ведут дела с компанией;
- 3) общим объемом финансовых средств компании;
- 4) точностью исполнения платежей и сроками оплаты счетов;
- 5) составом банков и других финансовых учреждений, которые ведут дела с компанией;
- 6) общим объемом финансовых средств компании.

Солидность фирмы оценивают и рядом других показателей, таких, как численность занятых, количество предприятий и их производственная мощность, номенклатура выпускаемой продукции и т. д.

Другим важнейшим принципом в выборе фирмы является ее непосредственная деловая характеристика – *деловое реноме*. Репутация фирмы определяется тщательностью и добросовестностью при исполнении обязательств, наличием опыта в определенной сфере бизнеса, стремлением учитывать предложения и пожелания контрагента и решать все возникающие сложные ситуации путем переговоров.

Деловая репутация фирмы не связана напрямую с показателями солидности и в основном определяется опытом, которым располагает та или иная фирма, ведущая коммерческую деятельность в течение длительного периода.

За последние 15 лет доля стоимости репутации (в общей стоимости компании) возросла с 18 % до 82 %. То есть, если компания оценивается в 40 млн долларов США, то 10 млн долларов – это цена ее материальных активов, а 30 млн долларов – стоимость репутации. Снижение индекса репутации фирмы на 1 % обуславливает падение ее рыночной стоимости сразу на 3 %.

Следующим принципом можно назвать *учет опыта прошлых сделок*. При наличии прочих равных условий коммерсанты отдают предпочтение тем фирмам, которые хорошо себя зарекомендовали в прошлом.

Определенное значение при выборе партнера может оказать его *положение на данном рынке* – является ли он посредником или самостоятельным производителем (потребителем) продукции. Коммерсанты, как правило, стремятся к устранению излишних посреднических звеньев в торговых операциях, чтобы не уступать часть прибыли посреднику. В то же

время посреднические услуги широко используются в тех случаях, когда они являются объективной необходимостью.

3.4 Источники информации о фирмах-контрагентах

В условиях неустойчивой мировой конъюнктуры наличие надежной, деловой информации о потенциальном партнере, рынках, ценах, товарах – важный этап подготовки внешнеторговой сделки, позволяет быстрее принять коммерческое решение, влияет на правильность такого решения, ведет к увеличению прибыли, сводит к минимуму для организации вероятность финансовых потерь.

При поиске и изучении потенциальных фирм-партнеров возможно использование следующих источников информации.

1. Личная информация. Она может быть получена:

- а) прямо – от представителей интересующей фирмы в процессе деловых контактов и переговоров с ними, в том числе на выставках, ярмарках и т. д.;
- б) косвенно – от представителей деловых кругов, органов власти, средств массовой информации, имевших дело с интересующей вас фирмой.

2. Использование ресурсов Интернета. Интернет – один из наиболее доступных средств поиска информации о мировых рынках, товарах и ценах. Использование Интернета имеет ряд преимуществ:

- сокращением времени и финансовых затрат, необходимых для поиска информации о товарах и услугах;
- доступностью информации 24 часа в сутки, 365 дней в году;
- гибкостью и приспособляемостью для целей поиска и проверки партнеров, маркетинга и рекламы;
- быстрым реагированием на запросы.

Сайты организаций по поддержке экспорта обеспечивают информационную поддержку экспортной деятельности, а также посредством интерактивных сервисов способствуют оперативному нахождению деловых партнеров.

В белорусском интернете среди подобных ресурсов можно выделить:

1. Белорусский деловой портал *BEL.BIZ* (www.bel.biz), который предлагает широкий спектр возможностей для экспортёров, включает:

- возможность задать и получить ответ по юридическим аспектам ведения внешнеэкономической деятельности (рубрика «Вопрос-ответ» содержит базу более чем из 500 ответов юристов известных в Беларуси правовых компаний);
- возможность разместить свое экспортное предложение в базе коммерческих предложений, как на русской, так и на англоязычной версии портала (www.belarus.bel.biz) – это предложение увидят более 80 000 деловых людей ежемесячно;

– возможность получить информацию об особенностях ведения бизнеса со странами ближнего и дальнего зарубежья, включая информацию о порядке открытия счета, о получении визы, контактную информацию министерств и ведомств этих стран;

– возможность ознакомиться с каталогом экспортёров, содержащим полезные информационные данные о компаниях-экспортёрах Беларуси.

Одна из задач портала – содействие эффективному развитию и использованию экспортных возможностей Беларуси путем предоставления отечественным предпринимателям необходимой информационной поддержки как инструмента для продвижения собственных товаров и услуг на зарубежные рынки, а также облегчению прохождения процедур, связанных с осуществлением экспортной деятельности.

Помимо этого портал содействует информированию иностранных партнеров об отечественных поставщиках товаров и услуг на мировой рынок в режиме онлайн, а международного экономического сообщества – о внешнеторговом потенциале республики.

2. Портал EXPORT.BY (www.export.by) создан Национальным центром маркетинга и конъюнктуры цен для оказания информационной поддержки белорусским экспортёрам в продвижении их продукции на внешний рынок, а также для рекламы экспортного потенциала отечественных производителей промышленной, интеллектуальной и сельскохозяйственной продукции.

Портал EXPORT.BY призван способствовать повышению конкурентоспособности отечественных товаров, работ и услуг, расширению экспортной составляющей, привлечению в республику иностранных инвестиций, установлению торговых контактов и партнерских отношений между белорусскими и иностранными предприятиями, а также более глубокой интеграции экономики Республики Беларусь в мировую экономику.

Основная функция портала заключается в предоставлении информации об отечественных и зарубежных производителях и выпускаемой ими продукции. Кроме того, на EXPORT.BY размещены данные о товаропроводящих сетях предприятий, предложения о деловом сотрудничестве, а также перечень иностранных партнеров, заинтересованных в совместной работе с субъектами хозяйствования Беларуси.

Здесь же представлена аналитическая информация о структуре белорусского экспорта, зарубежных рынках и законодательстве различных стран мира по регулированию внешнеэкономической деятельности. Кроме того, EXPORT.BY – это источник актуальных экономических новостей Беларуси и мира.

3. Информация, публикуемая самими фирмами. Большой объем информации публикуют и размещают на сайтах в Интернете сами фирмы в своих отчетах, проспектах, информационно-рекламных материалах, каталогах, предоставляемых бесплатно заинтересованным фирмам и организациям.

Наиболее полная информация содержится в годовых отчетах о деятельности фирм. Они составляются к ежегодному собранию акционеров и утверждаются Советом директоров. В годовых отчетах дается характеристика деятельности фирмы за истекший финансовый год, приводятся данные по результатам хозяйственной деятельности ее производственных отделений и анализ динамики производственных и финансовых показателей за последние 5–10 лет.

В отчетах может приводиться организационная структура фирмы, в которой наряду с руководящими органами (полный состав Правления и Совет директоров и функциональные службы) указаны все производственные отделения с номенклатурой выпускаемой ими продукции. Крупные фирмы публикуют в своих годовых отчетах итоги заграничной деятельности, осуществляющей через филиалы и дочерние компании.

Проспекты фирмы содержат краткую информацию об истории ее развития, общую характеристику деятельности фирмы с указанием места и доли на рынке, а также основные показатели финансовой и производственной деятельности фирмы за последние годы. Фирменные каталоги содержат информацию о различных видах выпускаемой продукции с указанием технических характеристик, ценах с указанием периода их действия.

4. Периодическая печать, публикующая специализированную информацию о фирмах. Многие газеты и журналы публикуют довольно обширную информацию о текущей деятельности фирм. Наиболее полный и достоверный материал содержится в периодических изданиях, принадлежащих крупным фирмам. Такие известные газеты и журналы, как «Бизнес уик», «Уоллстрит джорнал», «Барронс», постоянно публикуют сведения, касающиеся выпуска отдельных видов продукции, объема капиталовложений, состояния заказов, слияний и поглощений фирм, назначений и перемещений должностных лиц, стоимости акций, уровня деловой активности, конкурентных позиций той или иной фирмы, проводят анализ стратегии и тактики преуспевающих фирм и т. д.

Одним из наиболее авторитетных источников информации о фирмах считается американский журнал «Форчун». Этот журнал ежегодно публикует данные о 500 американских и 500 неамериканских промышленных компаниях. По каждой компании приводятся данные об оборотах, активах, чистой прибыли, акционерном капитале, стоимости акций и доходах на акцию в абсолютном выражении и в процентном отношении к предыдущему году, об изменении в объемах продаж, чистой прибыли и доходах на акцию по основным отраслям промышленности. В журнале «Бизнес уик» публикуется подборка «100 лидеров мирового бизнеса», а также сводные показатели по 1000 крупнейшим компаниям промышленности, сферы услуг и банкам из 26 стран, акции которых котируются на ведущих фондовых биржах мира.

5. Справочники по фирмам. Они издаются информационно-справочными агентствами, различными ассоциациями, торговыми палатами. Имеются справочники, охватывающие фирмы одной страны, то есть национальные

справочники, и содержащие сведения о фирмах разных стран – международные справочники. Из одних справочников можно узнать только координаты фирмы (почтовый адрес, факс, телефон), из других – сведения о характере деятельности фирмы, об экономических и финансовых показателях ее деятельности, о производственной базе, руководящем составе и т. д.

Основным достоинством справочников по фирмам по сравнению с большинством других источников информации является охват большого числа фирм. Справочники – практически единственный вид источников информации о фирмах, в которых сведения публикуются регулярно и в систематизированном виде.

Они дают возможность получить следующий набор реквизитов по фирмам: полное и сокращенное наименование; почтовый и телеграфный адрес, факс, телефон; год основания и этапы развития фирмы; сфера деятельности; основные товары производства или торговли; виды услуг; банки, через которые фирма осуществляет свои операции; владельцы фирмы или материнская компания; состав руководящих органов; число и местонахождение предприятий; дочерние и ассоциированные фирмы; число занятых в фирме; основные показатели деятельности (годовой объем продаж, прибыль, активы, собственный капитал и т. д.); связи с другими фирмами через участие в капитале; персональные связи с другими фирмами и организациями; краткие биографические сведения о руководителях.

В зависимости от содержащейся информации фирменные справочники обычно подразделяются на: адресные, товарно-фирменные, общефирменные, отраслевые, по акционерным обществам, по финансовым связям, директорские, биографические, тематические.

Среди наиболее часто используемых справочников можно отметить: ABC Europe Production (общеверопейский справочник экспортеров, издается в ФРГ); Kompass (общеверопейский справочник, издается в ФРГ).

6. Информация о фирмах, предоставляемая специализированными банками данных. Во многих странах мира функционируют банки (базы) данных, создаваемые с коммерческими целями консультативными издательскими фирмами, а также крупными компьютерными фирмами, специализирующимиися на производстве и сбыте программного продукта. Такие фирмы могут обслуживать несколько банков данных, отвечая за достоверность, своевременное и активное обновление содержащейся информации.

База данных представляет собой хранилище информации, которая записывается, индексируется и охраняется в компьютере. База данных функционирует как компьютерный справочник.

Сегодня для любого пользователя база данных становится важнейшим источником информации, позволяющим обрабатывать десятки тысяч сообщений по интересующему вопросу из сотен разных источников. Пользователь может получать информацию из баз данных путем передачи ее по модему, а также на компакт-дисках, по факсу, путем участия в информационных конференциях и форумах.

Крупнейшей в мире базой данных о фирмах располагает американская корпорация Dun and Bradstreet , специализирующаяся на сборе, обработке и предоставлении информации в области экономики, бизнеса и маркетинга. Крупной международной системой, охватывающей более 400 банков данных практически по всем областям знаний, включая информацию по фирмам, является Dialog, принадлежащий американской компании Knihg Ridderinc. Одной из наиболее известных международных систем деловой информации, объединяющей несколько банков данных, является система Dow Jones News. Retrieval , принадлежащая компании Dow Jones& Co.

7. Информация о фирмах, предоставляемая специализированными организациями. К специализированным организациям относятся кредитно-справочное бюро, консультационные фирмы, банки, союзы предпринимателей, торговые палаты, государственные организации.

Наиболее дорогостоящей и конфиденциальной является информация по фирмам, предоставляемая специализированными информационными агентствами, кредитно-справочными бюро. Данные, которыми располагают кредит-бюро, не подлежат публикации или разглашению и являются, как правило, наиболее полными и достоверными. Крупные кредит-бюро через широкую сеть своих филиалов и дочерних компаний осуществляют сбор и обработку информации и предоставляют широкий спектр информационных услуг на компьютерной основе. Информация кредит-бюро о фирмах оформляется в виде справок, периодических бюллетеней, подборок и т. д. Большое распространение получили аналитические информационные обзоры по отдельным товарным рынкам, которые содержат данные о компаниях-производителях, экспортёрах и импортерах данного товара.

В отборе источников информации следует руководствоваться **правилами:**

1. Нельзя ограничиваться одним источником информации, в независимости от объема и глубины предоставляемой им информации.
2. Как минимум один из используемых источников должен быть независимым.

3.5 Досье и информационная карта фирмы

Информация по фирме, полученная из разных источников, собирается и систематизируется в **досье на фирму**. Вопросы, по которым подбирается материал для досье, могут быть разделены на 2 группы:

- 1) вопросы общей характеристики фирмы, включая род деятельности фирмы, номенклатуру производства и торговли, размеры производства, другие вопросы, характеризующие фирму, ее роль и место на рынке данного товара;
- 2) вопросы по специальным аспектам, имеющим отношение непосредственно к заключению контрактов (кредитоспособность, финансовое

положение фирмы, загрузка заказами, заинтересованность в получении заказов от иностранных фирм, выяснение взаимоотношений с другими фирмами и государственными органами, деловая характеристика представителей фирмы, с которой предполагается проведение переговоров и т. д.).

Досье фирмы включает ряд документов, таких как:

- **информационная карта фирмы** – базовый документ, в котором собирается всесторонняя информация об интересующей фирме;
- **сведения о переговорах с фирмой**;
- **сведения о деловых отношениях**.

Карта фирмы представляет собой анкету, содержание которой сгруппировано по основным вопросам, характеризующим различные стороны деятельности изучаемой фирмы:

- страна, почтовый адрес, телефон, факс, адрес электронной почты;
- год основания;
- предметы торговли, производства (с указанием основных технических характеристик товаров и технических новинок) или характер услуг;
- производственные мощности, торговый оборот, число работников и другие данные, характеризующие производственные возможности и деятельность фирмы по годам;
- данные, характеризующие финансовое положение фирмы;
- филиалы, дочерние предприятия, участие и прочие связи фирмы (картели, финансовые, персональные и т. д.);
- важнейшие конкуренты;
- владельцы, руководители фирмы, контактные лица;
- оборот, в том числе по разным рынкам;
- отрицательные моменты, характеризующие фирму (невыполнение обязательств, рекламации, арбитражные, судебные дела и т. д.).

Важное место в досье фирмы занимают такие документы, как **«сведения о переговорах с фирмой»** и **«сведения о деловых отношениях»**. В них собирается информация, источником которой являются личные наблюдения и впечатления работников, полученные в процессе переговоров, в ходе выполнения контрактов и посещений предприятий.

Сведения о переговорах с фирмой фиксируют после каждого раунда их завершения. Основными вопросами для изучения являются:

- предмет переговоров;
- результаты переговоров;
- характеристика представителей фирмы, участвующих в переговорах, вплоть до их черт характера (сильных и слабых сторон), степени владения коммерческими и техническими вопросами;
- поведение фирмы во время переговоров;
- деловые отношения с другими партнерами по бизнесу в вашей стране.

Сведения о деловых отношениях в отличие от сведений о переговорах составляются один раз в год и отражают опыт работы с фирмой в течение года

(выполнение условий контрактов, ее заинтересованности в работе на данном рынке, деловые качества фирмы и ее представителей и т. д.).

Досье на фирмы пополняется систематически и обновляется перед началом нового финансового года или при подготовке крупных сделок. Каждая организация с учетом специфики работы на рынке и особенностей круга своих контрагентов может подготовить свой вариант досье на фирму, как на бумажных носителях, так и в электронном виде.

Всегда следует учитывать то, что положение фирм на внутреннем и внешнем рынках со временем меняется, поэтому необходимо регулярно пополнять и актуализировать информацию о состоянии потенциальных партнеров.

3.6 Основные этапы внешнеторговых сделок и особенности подготовительного этапа

Совершение (осуществление) любой внешнеторговой сделки состоит из следующих основных этапов:

- 1) подготовка к заключению договора;
- 2) заключение договора на определенных условиях;
- 3) исполнение договора: подготовка товара к поставке, поставка товара покупателю, принятие товара и расчеты за товар.

Наиболее важной частью проведения внешнеторговой сделки является **этап подготовки к заключению договора**. Этот этап включает в себя поиск и выбор подходящего партнера-контрагента, установление контактов с потенциальными продавцами или покупателями, проведение предварительных переговоров.

Определив возможных контрагентов, экспортёр или импортёр приступают к установлению контактов с ними.

В процессе подготовки внешнеторговой сделки могут быть использованы различные способы установления контактов с потенциальными контрагентами: рекламная кампания в средствах массовой информации, направление в адрес потенциальных покупателей каталогов, проспектов, коммерческих предложений и т. д.

Однако наибольшее значение в практике внешнеэкономической деятельности имеют способы установления контактов с потенциальными партнерами на основе прямых связей. Партнеры могут выбрать один из следующих вариантов:

- направить коммерческое предложение (оферту) непосредственно одному или нескольким возможным покупателям;
- принять и подтвердить заказ покупателя;

- направить покупателю коммерческое предложение в ответ на его запрос с указанием конкретных условий будущего договора;
- принять участие в торгах путем представления тендера организаторам торгов;
- направить возможному покупателю деловое письмо с информацией о намерениях вступить в переговоры по поводу заключения конкретной сделки;
- направить проформу договора уже известному покупателю как результат согласования условий договора по телефону, телетайпу, телексу, электронной почте или на основе предшествующих договоренностей.

Рассмотрим подробнее основные способы установления контактов с зарубежными партнерами.

1. Коммерческие предложения (оферты). Если инициатива заключения сделки принадлежит экспортёру, он может направить предполагаемому покупателю коммерческое предложение (оферту).

Офертой признается адресованное одному или нескольким конкретным лицам предложение, которое достаточно определено и выражает намерение лица, сделавшего предложение, считать себя заключившим договор с адресатом, которым будет принято это предложение.

Офера должна содержать всю необходимую информацию относительно **существенных условий договора**. Существенными являются условия о предмете договора, условия, которые названы в законодательстве как существенные для договоров данного вида, а также все те условия, относительно которых по заявлению одной из сторон должно быть достигнуто соглашение (ГК, статья 402).

Лицо, сделавшее оферту, именуется *оферентом*. Принятие такого предложения называется *акцептом*, а лицо, принявшее предложение, именуется *акцептантом*. Офера, которая делается на бирже или на торгах, носит название *тендер*.

В коммерческой практике оферта может быть сделка в письменной или устной форме. В случае письменной формы оферты она должна быть написана на языке адресата либо на общепринятым языке делового общения данного региона. Чаще всего оферта делается на английском языке.

Акцепт свидетельствует о принятии такого предложения (оферты). Безусловно, согласие с офертой признается акцептом, если оно получено оферентом в оговоренные предложением сроки. Ответ о согласии заключить договор на иных условиях, чем было предложено в оферте, рассматривается как новая оферта и носит название *встречная оферта*.

По некоторым признакам оферта может быть отнесена к рекламе, но она отличается от рекламного проекта содержанием конкретных условий предстоящей сделки (порядок расчетов, сроки поставки, цена за партию товара и т. д.).

Оферты могут быть оформлены как:

- деловое письмо или комплект документов, состоящих из коммерческих и технических условий предполагаемой сделки;

- типовая оферта с указанием обычных условий продажи продавца;
- проект (проформа) договора, подписанный со стороны экспортёра и содержащий все основные (существенные) условия сделки.

Умело составленное коммерческое предложение вызывает интерес у покупателя и при прочих равных условиях приведет к заключению сделки. Текст оферты должен быть предельно кратким, но вместе с тем предельно ясным и должен исключать возможность различного толкования. В коммерческих предложениях недопустимо использовать в неблаговидных целях имена и названия известных фирм. Эти нарушения преследуются по закону.

По общему правилу коммерческое предложение (оферта) должно содержать:

- точное и сокращенное наименование продавца, его торговую марку и фирменный знак (если имеются);
- наименование товара, краткую, но достаточную его характеристику;
- предлагаемый объем поставки;
- минимальное количество поставляемого товара в партии;
- сведения об упаковке;
- условия поставки (чаще по INCOTERMS);
- цену на условиях поставки за штуку и за партию;
- сроки поставки;
- порядок оплаты;
- скидки (если предусмотрены);
- реквизиты продавца.

С коммерческими предложениями обычно высылаются проспекты на продукцию, включая «референс листы», то есть список известных покупателей, которые уже используют предлагаемые товары.

В международной коммерческой практике различают **два вида оферт: твердые и свободные**.

Твердая оферта – это коммерческое предложение продавца на продажу определенной партии товара только одному возможному покупателю с указанием срока, в течение которого продавец является связанным своим предложением и не может сделать аналогичное предложение другому покупателю.

Механизм заключения сделки посредством направления твердой оферты и ее акцепта заключается в следующем: если покупатель согласен со всеми условиями твердой оферты, он высылает продавцу письменное подтверждение, содержащее безоговорочный акцепт. Если покупатель не согласен с одним или несколькими условиями оферты, он высылает продавцу ответ на предложение или контроферту с указанием своих условий и срока для ответа и т. д. пока не будет достигнута полная договоренность по всем условиям. Неполучение ответа от покупателя в течение установленного в оферте срока, равносильно

отказу покупателя от заключения сделки на предложенных условиях и освобождает продавца от сделанного им предложения.

Свободная оферта обычно делается одновременно на одну и ту же партию товара нескольким возможным покупателям без срока для ответа. Согласие покупателя с условиями оферты подтверждается твердой контрофертой. Продавец акцептует контроферту того покупателя, которую он раньше получил, или покупателя, с которым он предпочитает заключить сделку.

2. Запросы (заказы). Если инициатива заключения сделки исходит от покупателя, то его обращение к продавцу с просьбой прислать предложение (оферту) называется **запросом**. Одной из главных целей запросов является получение от экспортных фирм конкурентных предложений для выбора наилучшего. В запросе обычно указывается точное наименование необходимого товара, его качество, сорт, количество. **Заказы** как способ подготовки экспортной сделки направляются постоянным контрагентам и содержат только индивидуальные условия конкретной будущей сделки, а в остальном стороны руководствуются общими условиями поставки либо условиями предыдущего заказа.

3. Участие в торгово-промышленных выставках и ярмарках имеет целью не только показать достижения фирмы по выпускаемой продукции, но и заключение коммерческих договоров (контрактов). Основной вид договоров, заключаемых на выставках и ярмарках – это сделки по выставленным образцам, а также моделям, чертежам, каталогам с последующей поставкой товара. Другой вид сделок – это продажа самих экспонатов (машин, оборудования, товаров массового потребления и т. д.).

При заключении таких сделок обычно оговаривается, что покупатель забирает купленный товар после закрытия выставки или ярмарки. Эти сделки обычно заключаются на условии франко-ярмарка. В отдельных случаях продавец (экспонент) может взять на себя доставку товара покупателю. При заключении таких сделок устанавливается, кто из сторон должен уплатить таможенную пошлину и другие таможенные сборы, если товар не реэкспортируется из данной страны.

В зависимости от общих правил, установленных на данной ярмарке или выставке, или от межправительственных соглашений, экспоненты могут завести на территорию ярмарки или выставки и продать на ней некоторое количество товаров в пределах установленных контингентов. Размер этих контингентов устанавливается в сумме, позволяющей экспоненту покрыть все его расходы в местной валюте на оплату занятой под стендами площади, по транспортным издержкам и пребывание его представителей.

Установлению договорных отношений всегда предшествует преддоговорной период, в течение которого ведутся **предварительные переговоры** о предстоящей сделке и согласовываются ее основные условия (трактация сделки). Эти переговоры могут вестись путем переписки, путем

личных встреч и по телефону, на практике эти способы сочетаются в различных комбинациях.

Проект контракта обычно составляется одной из сторон и тщательно изучается другой стороной. Согласование условий ведется до тех пор, пока не будет достигнута договоренность по всем условиям контракта.

Соглашение об основных условиях взаимных обязательств, достигнутое в ходе переговоров участниками внешнеторговой сделки оформляется обычно письменным документом – договором или контрактом.

ТЕМА 4. ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ ДОГОВОР (КОНТРАКТ)

4.1 Понятие, функции и виды внешнеторговых договоров (контрактов)

4.2 Правовое регулирование договоров международной купли-продажи товаров

4.3 Этапы заключения внешнеторгового договора

4.1 Понятие, функции и виды внешнеторговых договоров (контрактов)

Из общего числа разновидностей международных коммерческих сделок традиционными являются *делки купли-продажи товаров*, под которыми принято понимать договор о поставке товара между контрагентами, находящимися на территории разных государств, зарегистрированных и осуществляющих свою деятельность в соответствии с системой национального права. Договор купли-продажи товаров в материально-вещественной форме в международной коммерческой практике называется **контрактом**.

Внешнеторговый договор (контракт) представляет собой договор между резидентом и нерезидентом Республики Беларусь (то есть стороной, которая относится к другому государству), предусматривающий возмездную передачу товаров, охраняемой информации, исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности, выполнение работ, оказание услуг.

Основное отличие договора купли-продажи товара от всех других видов договоров (арендного, лицензионного, страхования) заключается в том, что непременным условием контракта является *переход права собственности на товар от продавца к покупателю*.

Существуют различные **виды внешнеторговых договоров (контрактов)**:

- договор купли-продажи (поставки) товаров;

- договор подряда (договор строительного подряда, договор на выполнение проектных и изыскательских работ и т. д.);
- договор на оказание услуг (договор на оказание аудиторских, консультационных, информационных услуг и т. д.);
- договор на международную перевозку грузов;
- договор комиссии, договор поручения;
- договор аренды (лизинга);
- и т. п.

В зависимости от принципов, которые кладутся в основу классификации, контракты купли-продажи можно разделить на следующие виды: разовые и с периодической поставкой; с оплатой в денежной и товарной форме (полностью или частично).

1. Контракты разовые и с периодической поставкой различаются в зависимости от характера поставки.

Контракт с разовой поставкой, обычно именуемый «разовое соглашение» или разовая сделка, предусматривает поставку одной стороной другой стороне согласованного между ними количества товара к определенной установленной в контракте дате. После выполнения сторонами взятых на себя обязательств юридические отношения между ними прекращаются. Поставки товаров по таким сделкам производятся один или несколько раз в течение установленного срока. Разовые соглашения бывают двух типов: *с короткими сроками поставки* (на сырьевые товары) и *с длительными сроками поставки* (на комплектное и сложное оборудование, суда).

В разовых контрактах с коротким периодом поставки сроки могут устанавливаться конкретно (определенная дата или период) и неопределенно (немедленно после снятия урожая, после открытия навигации). Разовые контракты с длительным сроком исполнения (3–5 и более лет) получили широкое распространение в международной торговле комплектным оборудованием, самолетами, судами, судовыми установками и др.

Контракт с периодической поставкой предусматривает регулярную периодическую поставку согласованных в нем количеств товаров на протяжении установленного срока. Этот срок может быть коротким (обычно годичным) и длительным, составляющим в среднем 5–10 лет, а иногда и 15–20 лет. Контракты с короткими сроками называются *краткосрочными* или *годичными*. Контракты с длительными сроками называются *долгосрочными*.

Долгосрочные контракты заключаются, как правило, на поставку промышленного сырья и полуфабрикатов. Чаще всего это уголь, нефть и нефтепродукты, природный газ, руды, целлюлоза, газетная бумага и другие товары.

2. Контракты с оплатой в денежной, товарной или смешанной форме. В зависимости от формы оплаты за товар различают контракты с оплатой в денежной форме и контракты с оплатой в товарной форме полностью или частично.

Контракты с оплатой в денежной форме предусматривают расчеты в определенной согласованной сторонами валюте с применением обусловленных в контракте способов платежа и формы расчета.

В контрактах с оплатой в товарной форме продажа одного или нескольких товаров одновременно увязывается с покупкой другого товара и расчеты в иностранной валюте не производятся. К таким контрактам относятся товарообменные и компенсационные соглашения.

Таким образом, контракт выполняет следующие **функции**:

- юридически закрепляет отношения между партнерами, придает им характер обязательств, выполнение которых защищено законом;
- определяет порядок, способы и последовательность совершения действий партнеров;
- предусматривает способы обеспечения выполнения обязательств.

4.2 Правовое регулирование договоров международной купли-продажи товаров

Правовое регулирование договоров международной купли-продажи товаров характеризуется высокой степенью унификации. Основополагающая роль при этом отводится Конвенции ООН о договорах международной купли-продажи товаров.

Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров – это международный документ, имеющий практическое значение при заключении и исполнении внешнеторговых контрактов. Она была разработана Комиссией ООН по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ) с целью определения единообразных норм и правил, регулирующих международные торговые договоры, и принята в Вене в 1980 году. В настоящее время в ней участвуют 74 государства, в том числе и **Республика Беларусь**. На территории республики Конвенция вступила в силу с **1 ноября 1990 года**. Присоединение к ней означает, что её положения стали частью национального права и подлежат применению к договорам международной купли-продажи товаров.

Положения Венской Конвенции обязательны для всех государств независимо от того, приняли они всю Конвенцию либо только ее часть II или часть III.

Основные вопросы, регулируемые Венской конвенцией: заключение договора, права и обязанности сторон, ответственность.

В Конвенции предусмотрено, что стороны сделки имеют право отступать от любых из её положений или изменять его действие, указав об этом в контракте. Исключением является предписание об обязательной письменной форме изменения или прекращения контракта, предусмотренное в государстве хотя бы одной из сторон сделки.

Венская конвенция не претендует на приоритетное применение в отношении других международных соглашений. Если стороны имеют свои коммерческие предприятия в государствах-участниках других международных конвенций и соглашений, то могут применяться их положения. К **числу международных договоров, регулирующих процедуру заключения и исполнения внешнеторгового контракта**, также относятся:

- Конвенция ООН об исковой давности в международной купле-продаже товаров (1974 год);
- Конвенция о праве, применимом к договорам международной купли-продажи товаров (1985 год);
- Типовой закон о международном торговом арбитраже (1985 год);
- Арбитражный регламент ЮНСИТРАЛ (1976 год);
- Согласительный регламент ЮНСИТРАЛ (1985 год);
- Согласительный и арбитражный регламент МТП (1988 год);
- Гаагская конвенция о праве, применимом к договорам международной купли-продажи товаров (1986 год).

Типовые внешнеторговые контракты разрабатываются **Европейской экономической комиссией ООН (ЕЭК ООН)**.

Основное предназначение рассмотренных правовых международных документов заключается в устранении существующих расхождений в национальных законодательствах, регулирующих операции международной купли-продажи товаров, установление правовых отношений между сторонами внешнеторговой сделки.

Основу национального правового регулирования заключения и исполнения внешнеторговых контрактов составляет Гражданский кодекс Республики Беларусь. Республика Беларусь является участницей Соглашения об **ОУП стран СНГ (1992 год)**.

4.3 Этапы заключения внешнеторгового договора

Прежде чем заключать внешнеторговый договор (контракт) с контрагентом, следует выяснить *следующие моменты*:

- 1) разрешен ли на (с) территорию(ии) соответствующего государства ввоз (вывоз) товара;
- 2) необходимо ли за этот товар уплачивать экспортную (импортную) таможенную пошлину, если да, то каков её размер;
- 3) установлены ли на экспортируемый товар предельные минимальные цены;
- 4) нужно ли для ввоза (вывоза) товара иметь лицензию, каким органом выдается лицензия, каков порядок ее получения и сколько будет стоить её получение;

- 5) нужно ли получить разрешение у соответствующих органов на вывоз (ввоз) товара;
- 6) нужно ли получение сертификата качества на товар;
- 7) требуется ли получение фитосанитарного, ветеринарного и других санитарных и экологических сертификатов;
- 8) какие имеются льготы по вывозу (ввозу) товара;
- 9) имеются ли какие-нибудь особенности в порядке осуществления платежей с предпринимателями из страны планируемого экспорта (импорта);
- 10) какие еще документы необходимы для обеспечения пропуска товара за границу.

При составлении контракта и согласовании его условий с зарубежными партнерами, прежде всего, необходимо проверить, действуют ли в отношениях между Республикой Беларусь и государством, к которому принадлежит контрагент, международные договоры, устанавливающие режим торговли в отношениях между двумя государствами или группой государств (о торгово-экономическом сотрудничестве, товарообороте и платежах, платежные соглашения). Правовой режим межгосударственной торговли непосредственно влияет на уровень таможенного обложения, налогов и сборов и, следовательно, на уровень цен. Наличие договоренности по вопросам платежей предопределяет контрактные условия о расчетах, в том числе и о валюте платежа.

Рассмотрим этапы заключения международного договора.

1 этап. Проверка контрагента. Основанием для подтверждения юридического статуса иностранного юридического лица, как правило, является выписка из торгового реестра страны происхождения иностранного юридического лица. При обзоре данного документа следует обратить внимание на срок их выдачи. Уточнить, кто руководитель и кто уполномочен на подписание внешнеторгового договора. Если внешнеторговый договор будет подписываться на основании доверенности, следует проверить объем полномочий, срок ее действия. Дополнительно можно запросить заверенную копию устава.

2 этап. Согласование условий договора. Проект внешнеторгового договора может исходить от любой из сторон. При согласовании следует учесть антимонопольное законодательство стран. Стороны в большинстве случаев указывают применимое право. В случае отсутствия в договоре условия о применимом праве, подлежит применению право страны по месту деятельности продавца. Стоит отметить, что определяется применение материального права, а не процессуального. В соответствии с п. 1 ст. 1124 Гражданского Кодекса Республики Беларусь применимое право стороны могут определить даже в процессе судебного разбирательства. Для резидента белорусское право будет лучшим вариантом в качестве применимого права.

При согласовании порядка разрешения споров между сторонами наиболее оптимальным вариантом будет включить несколько органов,

компетентных рассматривать спор, с условием обращения в них по выбору истца.

3 этап. Составление окончательного проекта международного договора. В соответствии с белорусским законодательством внешнеторговый договор заключается только в письменной форме. Язык договора должен быть понятен обеим сторонам. Договор может быть на двух языках, что необходимо для понимания его обеими сторонами.

4 этап. Решение о заключении договора. В соответствии с учредительными документами сторон, внешнеторговый договор как крупная сделка либо сделка с участием аффилированных лиц может заключаться по решению уполномоченных органов (общего собрания или совета директоров). Также устав может содержать иные ограничения на осуществление сделок.

5 этап. Подписание и регистрация договора. Договор подписывается уполномоченными лицами от обеих сторон. Договор может быть подписан с использованием факсимильной, электронной связи с последующим обменом оригиналами. **Согласно белорусскому законодательству внешнеторговая сделка подлежит регистрации, если общая стоимость товаров составляет 3000 евро и более. Сделка должна быть обязательно зарегистрирована до отгрузки/поступления товара.**

Регистрация сделки осуществляется уполномоченным работником банка, обслуживающего счет экспортёра (импортера), по заявительному принципу в день представления экспортёром (импортером) (его уполномоченным представителем) документа (документов), посредством которого оформлено заключение внешнеторгового договора, либо отдельно подписанного приложения к внешнеторговому договору в случае, предусмотренном в части первой настоящего подпункта, путем проставления на таком документе (документах) оттиска штампа банка с указанием регистрационного номера сделки и заверением его подписью уполномоченного работника банка (при электронном документообороте – указание регистрационного номера сделки и заверение его электронной цифровой подписью).

Если предметом внешнеторгового договора является интеллектуальная собственность, такой договор подлежит обязательной регистрации в Национальном центре интеллектуальной собственности. К таким договорам можно отнести: договор франчайзинга, лицензионный договор, уступки права на товарный знак.

Для завершения внешнеторговой операции установлены следующие сроки:

- при экспорте – 90 календарных дней;
- при импорте – 60 календарных дней.

Превышение данных сроков предполагает обращение в Национальный банк за получением разрешения на продление срока завершения внешнеторговой операции.

ТЕМА 5. ПОРЯДОК СОСТАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОГО (КОНТРАКТА)

5.1 Структура внешнеторгового договора

5.2 Содержание внешнеторгового договора

5.1 Структура международного договора

В международной торговой практике существуют самые разнообразные контракты, их содержание зависит от операции, которую собираются совершить контрагенты. Но, несмотря на все разнообразие видов контрактов, в основе каждого из них лежат положения классического контракта купли-продажи.

Условия контракта купли-продажи включают согласованные сторонами и зафиксированные в документе статьи, отражающие взаимные права и обязанности контрагентов. Стороны контракта самостоятельно выбирают те или иные формулировки статей контракта, руководствуясь ситуацией на рынке, торговыми обычаями и потребностями сторон. Кроме того, некоторые условия контракта могут определяться международными и другими соглашениями либо общими условиями поставки, на которые в контракте в этом случае делаются ссылки.

Условия контракта принято делить на *существенные и несущественные*.

Существенными считаются такие условия контракта, при невыполнении которых одним из партнеров другая сторона может отказаться от принятия товара, расторгнуть сделку и взыскать понесенные убытки.

Обычно к существенным условиям относят:

- наименование сторон;
- предмет контракта, включая базисные условия поставки;
- количество товара;
- качество товара;
- цена;
- условия платежа;
- штрафные санкции и возмещение убытков;
- рекламации;
- юридические адреса.

Дополнительные или несущественные условия предполагают, что при нарушении одной из сторон несущественных условий другая сторона не вправе расторгнуть сделку, а может потребовать исполнения контрактных обязательств и взыскать штрафные санкции, если это предусмотрено условиями контракта.

К несущественным (дополнительным) условиям обычно относят:

- приемка-сдача товара;
- страхование;
- извещение об отгрузке товара;
- гарантии;
- упаковка и маркировка;
- обстоятельства непреодолимой силы;
- арбитраж;
- прочие условия.

Договаривающиеся стороны решают сами в каждом конкретном случае, какие из условий будут существенными, а какие несущественными.

Структура и содержание контракта носят во многом индивидуальный характер и определяются как спецификой предмета сделки, так и степенью близости контрагентов. В целом внешнеторговые контракты обычно содержат следующие **основные статьи, располагаемые в определенной последовательности:**

1. Вводная часть (преамбула), определение сторон.
2. Предмет договора.
3. Количество товара.
4. Качество товара.
5. Срок и дата поставки.
6. Базисные условия поставки.
7. Цена и общая сумма договора.
8. Условия платежа.
9. Упаковка и маркировка.
10. Порядок отгрузки и условия сдачи-приемки.
11. Страхование.
12. Претензии (рекламации).
13. Санкции.
14. Форс-мажор.
15. Решение споров или арбитраж.
16. Другие условия договора.
17. Юридические адреса и подписи сторон.

В том случае если предметом контракта является купля-продажа машин и оборудования в него могут быть добавлены такие статьи как: технические условия, условия приемки и испытания, техническая документация, обслуживание оборудование, гарантии, порядок поставки запасных частей, командирования специалистов и др. В случае продажи результатов творческой деятельности, в частности лицензий, ноу-хау, в контракт включаются статьи о конфиденциальности, о договорной территории и ряд других статей.

Специальные вопросы контракта, прежде всего технические условия, характер упаковки и маркировки и так далее, могут быть включены в основной текст контракта, а могут также оформляться приложениями к контракту, являющимися его неотъемлемой частью.

Контракт купли-продажи считается заключенным, если:

- он должным образом подписан сторонами;
- в нем указаны юридические адреса сторон;
- он имеет индивидуальный номер;
- содержит сведения о дате и месте его заключения.

Отсутствие какого-либо из этих элементов может вести к признанию контракта недействительным.

Право большинства стран – Италии, Германии, Франции и в том числе Республики Беларусь – предполагает, что сделка считается совершенной в момент и в месте получения акцепта оферентом. В соответствии с Венской конвенцией оферта вступает в силу и тогда, когда она получена адресатом оферты (ст.15).

При составлении контракта необходимо учитывать, что отношения сторон определяются не только условиями контракта, но и нормами применяемого права. Несоответствие контракта императивным предписаниям закона может привести к признанию контракта в целом или соответствующего его условия недействительным (например, при несоблюдении формы или изменений и дополнений к нему).

В других случаях может оказаться невозможno использовать предусмотренное контрактом условие. Например, право, действующее в Великобритании и США, не допускает реализации с помощью суда или арбитража *договорного условия об уплате штрафа*. В соответствии с белорусским, 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; право же Польши и Чехии исходит из того, что договорной штраф признается исключительной неустойкой, то есть убытки, превышающие штраф, не могут быть по общему правилу взысканы. Подобные особенности применимого права желательно знать обеим сторонам до заключения сделки.

Подготовленный и подписанный сторонами внешнеторговый контракт должен быть документом, в котором оптимально сочетаются объем и содержание. Проводя работу по подготовке текста контракта, следует стремиться изложить права и обязанности сторон как можно подробнее, в этом случае стороны будут четко знать свои обязанности, и вправе требовать надлежащего исполнения обязательств от контрагента. Однако, разработка многостороннего, подробного контракта, предусматривающего значительное число дополнительных условий, может значительно усложнить переговоры по его подписанию. Внешнеторговая коммерческая практика показывает, что предусмотреть в контракте все обстоятельства, которые могут возникнуть в ходе его исполнения невозможно.

В том случае если заключенный контракт купли-продажи окажется слишком кратким белорусской стороне следует четко представлять, чем будут восполняться пробелы в тексте, при возникновении споров между сторонами в ходе исполнения контракта. Краткие контракты часто составляются по

шаблону, недостаточно учитывающему вид товара, являющегося предметом сделки и независимо от того с партнером из какой страны они заключаются.

Типичной ошибкой сторон является стремление использовать стандартный контракт для оформления конкретной сделки без внесения в него необходимых изменений или уточнений, добавлений, обусловленных спецификой экспортно-импортных операций, видом товара, транспортировки, базисом поставки, конкретных расчетов и т. д. Каждый контракт купли-продажи индивидуален.

5.2 Содержание внешнеторгового контракта

1. Первым разделом внешнеторгового контракта является «Преамбула». Текст контракта начинается со слова «контракт» в середине страницы, после которого следует номер контракта. Ниже, справа, пишется дата, а слева указывается место заключения контракта. Затем в преамбуле указывается полное юридическое наименование сторон, заключивших договор. Даётся определение сторон как контрагентов. Например «Продавец» и «Покупатель» в договоре купли-продажи. Традиционно первым указывается наименование продавца и вторым – наименование фирмы-покупателя. В договоре аренды (лизинга) стороны будут определены – «Арендодатель» (Лизингодатель) и «Арендатор» (Лизингополучатель); договоре подряда на строительство или выполнение работ – «Подрядчик» и «Заказчик»; договоре комиссии – «Комитент» и «Комиссионер» и т. д.

Существенным элементом преамбулы является наличие информации о том, что контрагенты договорились о ниже следующем, содержание этой договоренности сторон и излагается в статьях контракта.

В преамбуле указывается *место и дата заключения контракта*. *Дата заключения контракта* юридически означает момент вступления в договорные отношения, с которого возникают права и обязанности сторон по контракту (если специально не указан иной срок вступления контракта в силу).

Место заключения, при отсутствии в контракте соглашения о подлежащем применении праве, может определить применяемый к отношениям контрагентов закон места деятельности одного из них или закон совершения сделки. Гражданским кодексом Республики Беларусь предусмотрено, что при отсутствии соглашения сторон договора о подлежащем применению праве к этому договору применяется право страны, где имеет основное место деятельности стороны, являющаяся: продавцом – в договоре купли-продажи, арендодателем – в договоре аренды и т. д.

Существуют и отличные от предусмотренных Гражданским кодексом Республики Беларусь коллизионные нормы. Например, если в странах – участницах СНГ соглашением сторон не предусмотрено иное, права и обязанности сторон определяются по законодательству страны ее совершения

(Конвенция о правовой помощи и правоотношениях по гражданским, семейным и уголовным делам от 22 января 1993 года и Соглашение стран СНГ от 20 марта 1992 года «О порядке разрешения споров, связанных с осуществлением хозяйственной деятельности».)

Номер контракта присваивается в соответствии с правилами делопроизводства, установленными в организации, которая готовит и представляет для подписания на переговорах проект контракта.

2. Вторым разделом контракта является «Предмет контракта». В данном разделе следует описание предмета контракта, устанавливается его точное наименование и код в соответствии с товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД ТС). Предметом контракта могут быть продажа и поставка того или иного товара, оказание каких-либо услуг, выполнение работ, а также передача того или иного вида технологии. Поэтому в соответствующей статье контракта в краткой форме определяется вид сделки (купля-продажа, аренда, подряд), а далее указывается сам объект операции.

Если по контракту поставляется неоднородный товар, то подробный перечень всех поставляемых сортов, видов, марок указывается в отдельном документе – спецификации, которая оформляется как приложение к контракту.

Если предметом сделки выступает товар со сложными техническими характеристиками, то подробное описание предмета соглашения дается в специальных разделах, которые называются **«технические условия» или «технические спецификации»** (они также могут оформляться как приложения к контракту), а в самом разделе о предмете контракта дается краткое определение товара и делается ссылка на соответствующий раздел или приложения.

3. Третьим разделом контракта является «Количество товара». При определении количества товара в контракте стороны должны согласовать единицу измерения количества, порядок его определения, систему мер и весов. Количество товара в контракте определяется единицами веса, объема, длины, в штуках, в условных единицах, комплектах и т. д. Выбор единиц измерения зависит от характера самого товара и сложившейся практики международной торговли.

В отдельных случаях в контракте необходимо устанавливать систему мер и весов в связи с тем, что одни и те же по наименованию единицы измерения в разных странах могут иметь различное значение. Различают метрическую тонну, равную 1000 кг; английскую длинную тонну, равную 1016 кг; малую или короткую тонну – 907,2 кг. Баррель нефтепродуктов равен 159 литрам, тогда как для других жидкостей тот же баррель составляет 119 литров.

При определении количества некоторых товаров могут использоваться нестандартные единицы измерения. В этом случае во избежание возможных недоразумений необходимо уточнить вес мешка, пачки, кипы в метрической системе мер. Так, например, *кипа хлопка в Бразилии весит 180 кг, в Египте – 336,9 кг, мешок кофе в Бразилии, Венесуэле, Мексике, Колумбии весит 60 кг, в*

Эквадоре, Ямайке, Пуэрто-Рико, Кубе – 90 кг, в Японии – 77 кг, в Гватемале, Коста-Рике, Никарагуа – 70 кг. Кила мытой шерсти в Австралии составляет 100 кг, в Новой Зеландии – 145, в Уругвае – 480 кг. Ошибка в количестве может быть очень существенной, если такого уточнения веса не сделано.

В контракте необходимо уточнить включается ли тара и упаковка (по весу) в количество поставляемого товара. Если единицей измерения является вес, то в тексте контракта должно быть четко указано, по какому весу совершена купля-продажа: нетто, брутто или брутто за нетто. В последнем случае тара составляет не более 1–2 % веса товара, цена товара определяется исходя из веса брутто, вес упаковки во внимание не принимается.

Некоторые товары подвержены естественной убыли во время транспортировки от продавца к покупателю. В таких случаях в контракт следует включать условия о распределении естественной убыли (усушка, утруска, утечка и т. п.) между сторонами. В контракт может быть включена оговорка о размере естественной убыли в пути (0,5–3 % в зависимости от вида товара). Продавец, как правило, несет ответственность за недостающий товар в части превышающей установленный в контракте размер естественной убыли.

При отсутствии такого условия исходят из того, что до момента передачи товара естественная убыль лежит на продавце, а после этого момента – на покупателе.

Подлежащее поставке количество товара может быть в контракте твердо определено фиксированной цифрой или сторонами оговариваются отклонения в ту или иную сторону в установленных пределах. При поставках многих товаров обозначение количества обычно дополняется оговоркой, допускающей отклонение фактически поставляемого продавцом количества товара от количества, указанного в контракте. Это называется оговоркой «около» или *опционами* может осуществляться по предложению продавца или по выбору покупателя.

Наличие опциона помогает стороне, взявшей на себя транспортировку товара, обеспечить оптимальное использование транспорта, не оплачивать «мертвый фрахт», то есть оплату за неиспользуемую грузоподъемность транспортного средства.

Размер опциона устанавливается в процентах от основного количества товара и определяется договоренностью сторон и торговыми обычаями. Как правило, он не превышает 10 %.

Поставка товаров по контракту в пределах опциона оплачивается покупателем по фактическому количеству и не является нарушением условий контракта.

Порядок проверки количества товара в стране покупателя должен быть четко прописан в контракте, указывается, в соответствии с какими документами производится проверка фактически поставленного товара. Это могут быть транспортные документы или отгрузочная спецификация продавца.

В контракте купли-продажи должны быть четко определены действия сторон при нарушении условий договора по количеству. Общими нормами

белорусского гражданского законодательства этот порядок не регламентирован. Есть страны, например Англия и США, право которых разрешает покупателю отказаться от принятия всей партии товара, поставленного в нарушение договора в количестве меньшем или большем.

Венская конвенция (ст. 51) предоставляет покупателю, которому поставлена только часть товара, широкие права, включая, в частности, возможность расторжения контракта, если продавец не устранит допущенного нарушения. При поставке товара в большем количестве, чем предусмотрено в договоре, покупателю предоставлено право по его усмотрению либо принять поставку, либо отказаться от излишне поставленного количества. При этом он должен уплатить за излишне поставленное количество по договорной цене.

4. Следующим разделом контракта является «Качество товара». Данний раздел обязателен для каждого контракта. Согласно торговым обычаям многих стран, контракты, в которых отсутствует оговорка о качестве товара, могут быть признаны недействительными.

В этой статье стороны устанавливают качественные характеристики товара, то есть совокупность свойств, определяющих его пригодность удовлетворить определенные потребности в соответствии с назначением. Стороны контракта должны стремиться к тому, чтобы дать наиболее полную качественную характеристику товара, определить порядок его проверки и указать предоставляемые продавцом документы, подтверждающие соответствие качества поставленного товара.

В международной практике используются *различные способы определения качества товара в контрактах:*

- по стандартам;
- техническим условиям (описанию);
- спецификации;
- образцам;
- описанию;
- предварительному осмотру;
- содержанию отдельных веществ в товаре.

При поставке товара *по стандартам* стороны могут выбрать и зафиксировать как национальный стандарт продавца, так и международный стандарт, а в некоторых случаях и стандарт фирмы-покупателя (применяется относительно редко). Этот способ предполагает точное соответствие поставляемого товара определенному стандарту.

При определении качества путем ссылки на стандарт следует обращать внимание на то, что в одном и том же стандарте может предусматриваться несколько сортов, марок или видов одного и того же товара, вследствие чего одного только указания стандарта будет недостаточно.

По техническим условиям (описанию) продаются и покупаются главным образом машины и оборудование, а также другие товары, на которые

отсутствуют стандарты или к которым предъявляются специальные требования по качеству. Такие условия обычно предъявляются покупателем. Технические условия содержат подробную техническую характеристику товара, описание материалов, из которых он должен изготавляться, правила и методы проверки и испытаний. По техническим условиям обычно определяют качество товаров, исполняемых на основе индивидуальных заказов, уникального оборудования, сложного промышленного оборудования и аппаратуры, судов. Технические условия приводятся или в самом тексте контракта или в приложении к нему.

Определение качества **по спецификации**, которая является приложением к договору, предполагает подробное указание технических параметров, характеризующих товар. Спецификации составляются в основном экспортёрами-производителями, так как характеризуют индивидуальный товар, но могут составляться и импортёрами, различными ассоциациями и другими организациями, как национальными, так и международными. В контракте в этом случае обязательно указывается организация, составившая спецификацию, и приводятся основные показатели этой спецификации.

Определение качества товара **по образцам** предполагает предоставление продавцом покупателю образцов товара и подтверждение их покупателем, после чего они становятся эталоном. Этот способ распространен в основном в торговле потребительскими товарами, а также некоторыми видами машин и оборудования индивидуального изготовления и зачастую используется при заключении контрактов на выставках и ярмарках.

В контракт включают условия о количестве отобранных образцов, порядке сличения поставленного товара с образцом. Обычно в контракте указываются три организации, хранящие образцы: покупатель, продавец и какая-либо нейтральная организация (например, торговая палата, экспертная фирма и т. п.).

При поставке товара по образцу часто встречаются недоразумениями являются нечеткие формулировки в контракте, определяющие порядок отбора и сличения поставленного товара с образцом: не указываются, например, условия, при которых товар может отклоняться по качеству от образца, а также сроки хранения сторонами образцов.

Для определения качества товаров **с индивидуальными признаками**, например, фруктов, используется способ установления качества по описанию. В таком случае в контракте подробно описываются все свойства товара.

В торговле отдельными товарами могут существовать специальные способы установления качества. Так, установление качества по предварительному осмотру применяется при продаже и покупке аукционных товаров, на выставке, со склада производителя или продавца.

Установление качества по содержанию отдельных веществ в товаре – при продаже некоторых товаров, руды, металлов, химических веществ.

Макулатура, стеклобой, металлом и другие виды вторичного сырья, а также продажа урожая цитрусовых, зерновых «на корню» (не снятого) осуществляются с использованием **способы «тель-кель» (такой, какой есть)**.

В статье «Качество товара» стороны могут также предусмотреть метод проверки качества продавцом, а также перечень документов, подтверждающих соответствие качества поставленного товара контрактным требованиям. Основным документом, подтверждающим качество товара, является *сертификат качества*, выдаваемый либо фирмой-изготовителем, либо независимой организацией, осуществляющей проверку качества товара.

Качество товара в контракте часто определяется применением двух или нескольких вышеперечисленных способов.

Если же в контракте не указан способ определения качества, обычно считается, что качество поставляемого товара должно соответствовать среднему качеству, являющемуся в стране продавца или в стране происхождения товара обычным для данного вида товара.

5. В разделе «Цена и общая стоимость контракта», как правило, отражаются:

- цена единицы товара;
- валюта цены;
- базисные условия поставки товара;
- способ фиксации цены;
- общая сумма контракта.

Цена в контракте может быть установлена:

- за *определенную количественную единицу* (или за определенное число единиц) товара, обычно применяемых в торговле данным товаром (вес, длина, площадь, объем, штуки, комплекты и т. д.) или в счетных единицах (сотня, дюжина);
 - *весовую единицу, исходя из базисного содержания основного вещества в товаре* (для таких товаров, как руды, концентраты, химикалии и др.);
 - *весовую единицу в зависимости от колебаний натурного веса, содержания посторонних примесей и влажности*;
 - *единицу товара каждого вида, сорта, марки в отдельности* при поставке товара разного качества и ассортимента цена устанавливается;
- при поставке по одному контракту большого числа разных по качественным характеристикам товаров цены на них, как правило, указываются в спецификации, составляющей неотъемлемую часть контракта;
- по позициям на каждую частичную поставку или на отдельные комплектующие части при поставках комплектного оборудования. Цены обычно указываются в приложении к контракту.

Если в основе цены – весовая единица, то необходимо определить характер веса (брутто, нетто, брутто за нетто) или оговорить, включает ли цена стоимость тары и упаковки. Это указание необходимо также в случаях, когда цена устанавливается за штуку и за комплект.

При фиксации в контракте цены товара большое значение имеет определение базиса поставки.

По согласованию сторон цены в контракте устанавливаются в валюте одной из стран-контрагентов либо в валюте третьей страны. На массовые товары при выборе валюты цены оказывают влияние торговые обычай. Так, например, в контрактах на каучук, цветные металлы принято указывать цены в фунтах стерлингов, в контрактах на нефтепродукты, пушнину – в американских долларах.

В международной торговле практикуется несколько **способов фиксации цен в контракте:**

- 1) определение цены в момент подписания контракта;
- 2) установление цены в процессе исполнения контракта (с последующей фиксацией).

Цена, зафиксированная в момент подписания контракта, может быть одной из трех видов: *твердая, подвижная и скользящая*.

Твердая цена устанавливается в момент подписания контракта и не подлежит изменению в течение срока его действия. Чаще применяется в сделках с немедленной поставкой и с поставкой в течение короткого срока. В сделках, предусматривающих длительные сроки поставки, обычно делается оговорка: «Цена твердая, изменению не подлежит».

Подвижная цена, зафиксированная при заключении контракта, может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится. При установлении подвижной цены в контракт вносится оговорка, предусматривающая, что, если к моменту исполнения сделки цена на рынке повысится или понизится, соответственно должна измениться и цена, зафиксированная в контракте. Это оговорка о повышении и понижении цены.

Обычно в контракте оговаривается допустимый минимум отклонения рыночной цены от контрактной (2–5 %), в пределах которого пересмотр зафиксированной цены не производится. При установлении подвижной цены в контракте обязательно должен быть указан источник, по которому следует судить об изменении рыночной цены. Подвижные цены чаще всего устанавливаются на промышленные, сырьевые и продовольственные товары, поставляемые по долгосрочным контрактам.

Скользящая цена исчисляется в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, произошедших в период исполнения контракта.

Если контрактом предусматриваются частичные поставки, скользящая цена рассчитывается отдельно на каждую поставку.

Скользящие цены применяются в контрактах на товары, требующие длительного срока изготовления. Чаще всего это крупное промышленное оборудование, суда и др. При подписании контракта в этом случае фиксируется так называемая базисная цена и оговаривается ее структура, то есть доля в процентах постоянных расходов, расходов на сырье и материалы, на заработную плату, а также приводится метод (формула) расчета скользящей цены, которым стороны будут пользоваться.

Чаще всего на практике используется метод расчета скользящей цены, предложенный Европейской экономической комиссией ООН. Этот метод предусматривает применение для расчета скользящей цены следующую формулу скольжения:

$$\Pi_{\text{скольз.}} = \Pi_{\text{баз.}} \times \left(A \frac{a_1}{a_0} + B \frac{b_1}{b_0} + C \right),$$

где $\Pi_{\text{скольз.}}$ – цена к моменту исполнения сделки, руб.; $\Pi_{\text{баз.}}$ – цена на момент подписания договора, руб.; A – доля в базисной цене материальных затрат; B – доля в базисной цене расходов на заработную плату (A и B представляют собой скользящую часть цены); C – неизменная часть цены, $C = 1 - (A + B)$; a_1 – цена материалов на период скольжения, руб.; a_0 – базисная цена материалов, руб.; b_1 – ставки заработной платы на период скольжения, руб.; b_0 – базисные ставки заработной платы, руб.

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.

В случае установления цен с последующей фиксацией в контракте оговариваются условия фиксации и принцип определения уровня цены.

Цена может устанавливаться по договоренности сторон перед поставкой каждой предусмотренной контрактом партии товара, а при долгосрочных поставках – перед началом каждого календарного года.

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.

6. В условии «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 качества (но в согласованных пределах) называется *рефакцией*, наценка на товар более высокого качества – *бонификацией*.

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

7. Раздел «Базисные условия поставки». Этот раздел договора купли – продажи подробно будет рассмотрен в следующей теме.

8. Раздел «Условия платежа». При определении условий платежа в контракте обычно устанавливаются:

- *валюта платежа;*
- *срок платежа;*
- *способ платежа;*
- *форма расчетов;*
- *оговорки по уменьшению или устраниению валютного риска.*

При заключении договора купли-продажи устанавливается, в какой валюте будет произведена оплата товара (валюта страны экспортера, импортера или третьей страны). Валюта, в которой производится платеж за товар, называется **валютой платежа**. Она может совпадать с валютой цены товара, а может и не совпадать. В последнем случае в контракте устанавливается процедура пересчета валюты цены в валюту платежа. В частности, курс какого денежного рынка (страны экспортера, импортера или третьей страны), вида платежных средств (телеграфного или почтового перевода), курс продавца, покупателя или средний между ними будет использован для расчетов между контрагентами. Обычно перевод валюты цены в валюту платежа осуществляется по курсу, действующему в стране, где производится платеж. При выборе курса валюты учитывается не только его выгодность при переводе в валюту контрагента, но также и степень обратимости валюты, то есть ее обмена на валюту контрагента.

Стороны обычно устанавливают в контракте конкретные **сроки платежа**. Если сроки не установлены прямо или косвенно, то в силу вступают торговые обычаи, принятые в практике международных расчетов. Например, платеж обычно производится через определенное число дней после уведомления продавцом покупателя о том, что товар предоставлен в его распоряжение; при других условиях поставки – через определенное число дней после уведомления продавцом покупателя об отправке товара.

Способ платежа определяет, когда производится оплата товара по отношению к его фактической поставке. Основные способы платежа: *наличный платеж, платеж с авансом и платеж в кредит*.

Наличный платеж производится через банк до или после передачи экспортером товарораспорядительных документов или самого товара в распоряжение покупателя. Наличный платеж предусматривает оплату товара в полной стоимости в период от его готовности для экспорта до перехода в распоряжение покупателя. Он может осуществляться единовременно и по частям.

Платеж с авансом предусматривает выплату покупателем-импортером поставщику-экспортеру согласованных в контракте сумм в счет причитающихся по договору платежей до передачи товара в его распоряжение, а чаще всего до начала исполнения заказа.

Платеж в кредит предусматривает осуществление расчета по сделке на основе предоставленного экспортером импортеру фирменного (коммерческого) кредита.

Формы расчетов, применяемые в торговле с зарубежными партнерами, весьма разнообразны и связаны с использованием различных видов банковских и кредитных средств платежа. Наличные денежные знаки в международных коммерческих сделках обычно не применяются.

Основными формами расчетов являются: *инкассовая, аккредитивная, по открытому счету, путем телеграфных и почтовых переводов, чековая, весельная*. Подавляющая часть расчетов по международным коммерческим сделкам осуществляется в инкассовой и аккредитивной формах.

Оговорки по уменьшению или устраниению валютного риска – фиксация цены экспортного товара в более стабильной валюте с последующим платежом в более «мягкой»; мультивалютная оговорка, предусматривающая корректировку цены при изменении курса; индексная оговорка и оговорка о скользящих ценах; заключение форвардных сделок банком по просьбе заявителя.

9. Раздел «Упаковка и маркировка». В тех случаях, когда по роду товара необходима упаковка, в договор вносится условие, содержащее указание относительно вида и характера упаковки, ее качества, размеров, способа оплаты, а также нанесения на упаковку каждого места маркировки.

Определение вида упаковки зависит от особенностей товара. Упаковка может составлять от нескольких процентов до 50 % стоимости товара. Основные требования к упаковке – обеспечение физической сохранности товара при поставке на базисных условиях и экологической безопасности. Экспортеры всегда несут ответственность за повреждение товаров, если они произошли из-за несоответствия упаковки базисным условиям поставки.

Различают **внешнюю упаковку** – тару (ящики, картонные коробки, бочки, контейнеры и др.) и **внутреннюю упаковку**, неотделимую от товара. Качество как внешней, так и внутренней упаковки чаще всего устанавливается перечислением требований, которым она должна соответствовать. При наличии установленных стандартов или технических условий на упаковку ее качество может определяться ссылкой на соответствующие стандарты и технические условия.

В большинстве случаев не только внутренняя упаковка, но и внешняя (тара) переходит в собственность покупателя одновременно с товаром. Исключение составляют случаи, когда в контракте предусмотрена либо отгрузка товара в таре, заранее предоставленной покупателем, либо возврат тары покупателем продавцу (при поставках химических товаров и минеральных масел в металлических барабанах, стеклянных бутылях и т. д.). При переходе упаковки в собственность покупателя он уплачивает ее цену продавцу. Способы оплаты упаковки устанавливаются сторонами в договоре и могут предусматривать: включение цены упаковки в цену товара; определение цены упаковки в процентах от цены товара.

Маркировка также является обязательным элементом технологии осуществления внешнеторговых операций. Она выполняется в соответствии с

общепринятыми международными нормами и специальными требованиями покупателей, которые зафиксированы в договоре. Различают *опознавательную* и *предупредительную* маркировку. **Опознавательная маркировка**, если иное не оговорено в договоре, должна содержать следующие реквизиты:

- определение импортера (наименование грузополучателя и пункта назначения);
- номер договора;
- определение экспортера (наименование грузоотправителя и пункта отправления);
- вес и габариты мест;
- количество мест в партии.

Предупредительная маркировка, состоящая из условных обозначений (знаки и надписи), характеризующие естественные свойства товаров и указывающие на способ обращения с товаром при погрузке/выгрузке, транспортировке и хранении, должна быть нанесена на упаковку каждого места. Нанесение предупредительной маркировки признается обязанностью продавца независимо от указаний об этом в договоре.

10. Раздел «Страхование». Все договоры купли-продажи сопровождаются страхованием. В зависимости от условий договора эта обязанность лежит либо на продавце, либо на покупателе. Если эта обязанность не оговорена, то сторона, на которой лежит риск случайной гибели или повреждения товара в период транспортировки, сама должна быть заинтересована в страховании.

В статье договора стороны должны предусмотреть:

- какой груз подлежит страхованию;
- от каких рисков;
- какая из сторон осуществляет страхование;
- в чью пользу оно производится.

В основном в договоре осуществляется страхование от транспортных рисков. Обычно груз страхуется в пользу покупателя или получателя товара на 110 % его стоимости (цена CIF+10 %). Если в договоре риски не перечислены, то по международным обычаям страхование осуществляется экспортером на условиях с ответственностью за все риски, но это не включает потери вследствие умышленных действий или неосторожности, а также от повреждений из-за внутренних свойств товара или военных действий.

Условия договора по страхованию должны включать обязательства экспортёров предоставлять покупателям страховые полисы или сертификаты в том случае, когда в обязанности продавца входит страхование товара.

Ответственность по договору страхования начинается с момента, когда груз взят со склада в пункте отправления для перевозки и продолжается в течение всей перевозки (включая перегрузку и перевалку) до тех пор, пока груз не будет доставлен на склад грузополучателя или другой склад, но не более 60 дней после выгрузки товара в пункте грузополучателя.

11. Раздел «Претензии (рекламации)». Претензии, предъявляемые покупателем к продавцу в связи с несоответствием качества и количества поставленного товара условиям договора, называются **рекламациями**.

Рекламации могут предъявляться покупателем только по таким вопросам, которые не являлись предметом приемки товара, произведенной в соответствии с условиями договора, а также в тех случаях, когда обнаружено, что представленные продавцом документы не соответствуют фактическим данным, характеризующим выполнение поставки товара.

Стороны в контракте устанавливают: порядок предъявления рекламации; сроки, в течение которых рекламация может быть заявлена; права и обязанности сторон в связи с предъявлением рекламации; способы урегулирования рекламации.

Рекламация предъявляется в письменной форме и содержит следующие данные: наименование зарекламированного товара, его количество и местонахождение; основание для рекламации с указанием, по каким именно недостаткам она может быть предъявлена; конкретные требования покупателя по урегулированию рекламации.

12. Раздел «Санкции». Этот раздел содержит гарантии для защиты интересов контрагентов на случай нарушения условий договора одной из сторон. Они представляют собой различного рода санкции в виде пени, неустойки, штрафов, уплачиваемых стороной, не выполнившей своих обязательств в отношении одного из договорных условий. Наиболее распространенным видом санкций является неустойка – конвенциональный штраф за нарушение сроков поставки товара, не извещение об отгрузке, некомплектные поставки, просроченные платежи. Законодательство зарубежных стран в отношении неустойки различно. Так, например, по законам Англии и США неустойка (англ. – penalty) не признается, а признается возмещение убытков (англ. – liquidated damages), причем, практика допускает установление в договоре возможных в будущем убытков в размере «разумно» и заранее определенного процента от стоимости товара. Предельная величина штрафных санкций, как правило, составляет 8–10 % от общей суммы договора.

13. Раздел «Форс-мажор» или обстоятельства непреодолимой силы. Почти все внешнеторговые договоры содержат условие, которое разрешает переносить срок исполнения договора либо вообще освобождает стороны от полного или частичного выполнения обязательств по нему в случае наступления после заключения контракта не зависящих от сторон обстоятельств, которые препятствуют исполнению договора. Эти обстоятельства принято называть «непредвиденными», «форс-мажорными» или «обстоятельствами непреодолимой силы». Их можно разделить на 2 категории: длительные и кратковременные.

К длительным обстоятельствам обычно относятся: запрещение экспорта и импорта; война; блокада; валютные ограничения или другие

мероприятия правительства и правительственные органы. К краткосрочным обстоятельствам можно отнести: пожар, наводнение, землетрясение и другие стихийные бедствия, закрытие морских проливов и т. д.

В контракте необходимо заранее точно определить форс-мажорные обстоятельства, иначе эти обстоятельства могут истолковываться в соответствии с торговыми обычаями страны исполнения договора. Обычно продавец стремится включить в форс-мажорную оговорку как можно больше обстоятельств.

При наступлении обстоятельств непреодолимой силы срок исполнения договора отодвигается соразмерно времени действия обстоятельств или их последствий. Если такие обстоятельства будут продолжаться дольше согласованного в контракте срока, то каждая из сторон имеет право отказаться от дальнейшего исполнения своих обязательств по контракту, и в этом случае ни одна из сторон не будет иметь права на возмещение другой стороной возможных убытков.

Длительность срока действия обстоятельств непреодолимой силы определяется с учетом срока исполнения договора, характера товара, торговых обычаев (например, в контрактах на скоропортящиеся товары такой срок составляет обычно не более 15–30 дней, на оборудование – от 3 до 6 месяцев). Сторона, для которой создалась невозможность исполнения обязательств по договору вследствие форс-мажорных обстоятельств, должна немедленно в письменной форме уведомить другую сторону об их наступлении, а также прекращении их действия. В контракте стороны указывают название организации (обычно торговой палаты), свидетельствующей о наступлении и продолжительности действия непредвиденных обстоятельств путем выдачи справки.

14. Раздел «Решение споров или арбитраж». В этом разделе договора устанавливается порядок разрешения споров, которые могут возникнуть между сторонами и не могут быть урегулированы путем переговоров. В большинстве контрактов предусматривается разрешение спора в порядке третейского суда или так называемого *арбитража*. Под ***третейским (арбитражным) судом*** понимается суд, выбранный сторонами для разрешения спора между ними. В отличие от общего (государственного) суда обращение к третейскому суду происходит на основании соглашения сторон.

Арбитражная оговорка – это арбитражное соглашение (компромисс) по поводу возникшего спора или арбитражное соглашение относительно споров, которые могут возникнуть в будущем. Арбитражная оговорка должна включать: определение круга споров, которые подлежат рассмотрению в органах международного коммерческого арбитража, указание на компетентный орган международного коммерческого арбитража для решения спора, порядок разрешения спора. Стороны могут предусмотреть в контракте рассмотрение возможных споров в арбитражном суде при Международной торговой палате (МТП) либо любом другом арбитраже.

15. Раздел «Другие условия договора». В этом разделе содержатся все те условия, которые стороны не урегулировали в предыдущих статьях договора. Как правило, эти условия:

- порядок изменения или аннулирования договора. В этих условиях обычно оговаривается, что на внесение изменений в договор и на его аннулирование необходимо письменное согласие обеих сторон, оформленное с соблюдением всех правил о порядке подписания внешнеторговых сделок;
- юридическую силу договора на разных языках;
- вступление договора в силу;
- что ни одна из сторон не вправе передавать свои права по контракту третьей стороне без письменного согласия другой стороны;
- что после заключения контракта вся предшествующая переписка и переговоры по контракту теряют свою силу и т. д.

ТЕМА 6. БАЗИСНЫЕ УСЛОВИЯ ПОСТАВКИ. INCOTERMS-2010

6.1 Сущность базисных условий поставки, цель и задачи INCOTERMS

6.2 Структура INCOTERMS-2010

6.1 Сущность базисных условий поставки, цель и задачи INCOTERMS

Внешнеторговый договор купли-продажи, как правило, предполагает перемещение товара на довольно значительное расстояние. При заключении данного договора всегда необходимо тщательно регламентировать вопросы доставки товара от продавца к покупателю, его погрузки, страхования и т. д.

В практике внешнеэкономической деятельности сложился ряд общепринятых обычаев, регулирующих указанные вопросы. Данные обычаи представляют собой базисные условия внешнеторгового контракта купли-продажи.

Базисными условиями поставки в контракте купли-продажи называют специальные условия, которые определяют обязанности продавца и покупателя по доставке товара и устанавливают момент перехода риска случайной гибели или повреждения товара с продавца на покупателя.

Таким образом, базисные условия определяют, кто несет расходы, связанные с доставкой товара от продавца-экспортера к покупателю-импортеру. Эти расходы весьма разнообразны и составляют иногда 40–50 % цены товара. Они могут включать:

- расходы по подготовке товара к отгрузке (проверка качества и количества, отбор проб, упаковка);
- оплату погрузки товара на перевозочные средства внутреннего перевозчика (водным, железнодорожным, автомобильным, воздушным 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 и других видах перевозок;
- 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 пересечении таможенной границы.

Расходы по доставке товара, которые несет продавец, включаются в цену товара. Эти условия называются базисными потому, что они устанавливают базис цены товара и оказывают влияние на уровень цены.

Базисные условия вырабатываются международной торговой практикой. Их применение упрощает составление-согласование контракта и разрешение разногласий.

Содержание этих условий не является общепринятым в международной торговле, а определяется, как правило, торговыми обычаями, сложившимися в коммерческой практике отдельных стран, портов, отраслей торговли. В силу разнообразия торговых обычаев толкование одних и тех же терминов в разных странах различно (например, термины FOB, CIF по Единообразному Торговому Кодексу США и их понимание в Европе). Появление новых видов транспортировки товаров также обусловило необходимость выработки единых правил толкования соответствующих терминов.

Для упорядочения разногласий толкования терминов и с целью унификации правил международной торговли Международная торговая палата в 1936 году разработала и опубликовала сборник международных правил по толкованию коммерческих терминов под названием «Международные коммерческие термины – International Commercial Terms – INCOTERMS 1936».

Цель создания INCOTERMS – составление международных правил для разъяснения наиболее часто используемых условий поставки во внешней торговле, что позволяет свести до минимума различия в интерпретации этих терминов в различных странах.

Задачи INCOTERMS:

1. Определить контрактную цену товара в зависимости от того, какие расходы продавца она в себя включает (страхование, перевозку и т. д.).

2. Определить момент исполнения продавцом обязанности по передаче товара покупателю и по переходу в этой связи риска случайной гибели или повреждения товара.

3. Определить обязательства и расходы продавца и покупателя, связанные с доставкой товара.

В связи с изменениями в практике международной торговли в сборник вносились дополнения и корректизы в 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000 годах. В настоящее время с 01.01.2011 года действуют INCOTERMS редакции 2010 года.

Главные причины пересмотра INCOTERMS в 2010 году следующие:

- адаптация к современной коммерческой практике;
- стремление приспособить термины к увеличивающемуся объему обмена данными электронным способом;
- изменение технологии транспортировки грузов.

В последнем издании принимается во внимание расширяющееся использование мультимодальных (смешанных, комбинированных) перевозок, предусматривается передача товаров от продавца покупателю в любом пункте транспортной цепи, вместо установления критической точки перехода рисков при пересечении поручней судна, как в предыдущей редакции INCOTERMS. Большое преимущество нового издания сборника состоит в том, что в нем четко определены обязательства и продавца, и покупателя по загрузке и разгрузке товара. При использовании в контракте купли-продажи одного из терминов INCOTERMS следует обязательно указывать оговоренный географический пункт и даже конкретное место перехода рисков.

6.2 Структура INCOTERMS-2010

Каждый термин Инкотермс 2010 (Incoterms 2010) представляет собой аббревиатуру из трех букв. В структуре «Инкотермс-2010» представлены 4 группы:

1) «E» (EXW): обязательства продавца минимальны и ограничиваются предоставлением товара в распоряжение покупателя;

2) «F» (FOB, FAS, FCA): обязательства продавца ограничиваются отправкой товара, основная перевозка им не оплачена;

3) «C» (CFR, CIF, CPT, CIP): продавец организует и оплачивает перевозку без принятия на себя связанных с ней рисков;

4) «D» (DAT, DAP, DDP): расходы и риски продавца максимальны, так как он обязан предоставить товары в распоряжение покупателя в оговоренном месте назначения (обеспечить прибытие).

В Инкотермс-2010 определены 11 терминов, 7 из них применимы к любому виду транспорта основной перевозки, 4 термина, применимые исключительно к морскому транспорту и транспорту территориальных вод: FOB, FAS, CFR и CIF.

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

Далее в таблице 6.1 рассмотрено основное содержание базисных условий поставки.

Таблица 6.1 – Основное содержание базисных условий поставки

Наименование базиса поставки	Краткое содержание сущности данного базиса поставки
1	2
EXB (EXW)....Named Place С завода, склада (... в обозначенном месте)	Продавец выполняет свои обязательства по поставке, когда он передает товар в распоряжение покупателя у себя на заводе, складе. Товар при этом должен быть полностью готов к отгрузке. Покупатель подает транспортное средство к погрузке и организует погрузку товара за свой счет. Несет все риски за организацию перевозки до места назначения. На нем лежит таможенная очистка и получение экспортной лицензии
FCA – Free Carrier (...Named Place) Свободно у перевозчика (...в обозначенном месте)	Продавец считается выполнившим свои обязательства по поставке товара, прошедшего таможенную очистку, с момента его передачи в распоряжение перевозчика в указанном пункте (ж/д станция, автостанция, аэропорт). У продавца есть возможность выбора: он может поставить товар на своем предприятии, где имеется ж/д колея, и тогда он отвечает за погрузку товара на транспортное средство перевозчика; или доставить за свой счет товар на терминал магистрального транспорта, где перевозчик за счет покупателя разгружает товар, прибывший на транспортном средстве продавца. Данный базис предполагает участие в перевозке любых видов транспорта, включая смешанные перевозки
FAS – Free Alongside Ship (...Named Port of Shipment) Свободно вдоль борта судна (... в обозначенном порту отгрузки)	Продавец считается выполнившим свои обязательства по поставке, когда товар размещен вдоль борта судна на причале в согласованном порту отгрузки. На нем лежит таможенная очистка и получение экспортной лицензии. С этого момента покупатель должен нести все расходы и риски гибели и повреждения товара. Данный базис применяется к морским и речным перевозкам

Продолжение таблицы 6.1

1	2
FOB – Free on Board (...Named Port of Shipment) Свободно на борту судна в поименном порту отгрузки	Продавец считается выполнившим свои обязательства по поставке с момента перехода товара через поручни судна в порту отгрузки. С этого момента покупатель несет все расходы и риски гибели или повреждения товара. На продавца возлагаются обязанности по таможенной очистке товаров. Данный базис применяется к морским и речным перевозкам
CFR – Cost & Freight (...Named Port of Destination) Стоимость и фрахт в поименованном порту назначения	При данном базисе поставки продавец обязан оплатить расходы и фрахт, необходимые для поставки товаров в порт назначения. Риски утраты, порчи или повреждения товара переходят с продавца на покупателя в момент перехода товара через поручни судна в порту отправления. На продавца лежит обязанность таможенной очистки товара. Данный базис поставки применяется для морских и речных перевозок
CIF – Cost, Insurance, Freight... Named Port of Shipment Стоимость, страхование, фрахт в поименованном порту отгрузки	Продавец несет те же расходы, что и при базисе CFR, но он также должен обеспечить страхование груза от рисков в пользу получателя. Данный базис применяется только при водных перевозках
CPT – Carriage Paid to (...Named Place of Destination) Провозная плата оплачена до поименного пункта назначения	Продавец оплачивает доставку товара до указанного пункта в стране назначения. Риск утраты, порчи, хищения и т. д. переходит с продавца на покупателя в пункте отправления, обеспечивает за свой счет таможенную очистку. Данный базис применяется при перевозках любым видом транспорта, в том числе и смешанных сообщениях
CIP – Carriage and Insurance Paid to (... Named Place of Destination) Провозная плата и страхование оплачены до поименованного пункта назначения	Продавец несет все те же обязанности, что и по базису CPT, но с тем дополнением, что продавец должен обеспечить страхование товаров от рисков во время транспортировки. Продавец заключает договор страхования и оплачивает страховую премию, осуществляет таможенную очистку. Данный базис является эквивалентом базиса CIF, но для наземных перевозок
DAP – delivered at place. Поставка до пункта	Поставка в место назначения, указанное в договоре, импортные пошлины и местные налоги оплачиваются покупателем
DAT – delivered at terminal – поставка до терминала	Поставка до указанного в договоре импортного таможенного терминала оплачена, то есть экспортные платежи и основную перевозку, включая страховку, оплачивает продавец, таможенная очистка по импорту осуществляется покупателем

Окончание таблицы 6.1

1	2
DDP – Delivered Duty Paid (... Named Place of Destination) Поставлено с оплатой пошлины в обозначенном месте назначения	Продавец считается выполнившим свои обязанности с момента предоставления товара в согласованном пункте назначения. Продавец несет все риски, связанные с доставкой товара. Продавец оплачивает все сборы по доставке товара, включая импортную таможенную пошлину. Оплата разгрузки лежит на покупателе

Таким образом, в то время как термин EXW возлагает на продавца минимальные обязанности, термин DDP предполагает максимальные обязанности продавца.

В заключении следует отметить, что по общему правилу Инкотермс:

- носят рекомендательный характер. Обязательными для сторон они становятся только *в случае прямого указания в договоре*;
- распространяются на права и обязанности сторон по договору купли-продажи в части поставки товаров (условия поставки товаров). Стороны могут менять условия поставки в договоре;
- могут применяться как к международным договорам, так и к договорам между резидентами;
- не регламентируют переход права собственности.

ТЕМА 7. ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

7.1 Таможенные органы Республики Беларусь и их функции

7.2 Таможенные режимы Республики Беларусь и их характеристика

7.3 Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности

7.1 Таможенные органы Республики Беларусь и их функции

Ни одна страна в мире не позволяет провозить через свои границы нерегулируемый поток товаров и услуг. Условия равновесия внешней торговли – это соотношение объемов импорта и экспорта одной страны, показывающее, сколько импортной продукции она может приобрести в обмен на конкретный объем экспорта. Достижение равновесия во внешней торговле является достаточно важной причиной ограничения импорта для стран, экспортирующих в большей степени сырье и сельскохозяйственную продукцию. Это обусловлено тем, что цены на эту продукцию повышаются

не так быстро, как цены на готовую продукцию, и со временем требуется экспортировать больше сырья для приобретения продукции более глубокой переработки. Этот факт дает право на защиту развития импортозамещающих производств.

Среди других важных причин ограничения импорта достаточно важным является стимулирование притока иностранных инвестиций, так как, если ограничения на импорт будут препятствовать ввозу продукции зарубежных производителей, особенно готовой, то они могут пойти на вложение инвестиций в развитие производства в регионе ее сбыта. Приход иностранных инвестиций может способствовать экономическому росту путем увеличения основных производственных фондов и технологической оснащенности, а также занятости населения.

Таможенное регулирование внешнеэкономической деятельности осуществляется при помощи *таможенной политики*, которая определяет порядок и условия перемещения через таможенную территорию страны товаров и транспортных средств, размеры взимаемых таможенных платежей, таможенное оформление и таможенный контроль.

Сухопутная территория Республики Беларусь, внутренние воды и воздушное пространство над ними составляет *таможенную территорию Республики Беларусь*. На территории Республики Беларусь могут находиться *свободные таможенные зоны и свободные склады*. Территории свободных таможенных зон и свободных складов рассматриваются как находящиеся вне таможенной территории Республики Беларусь. *Таможенной границей* Республики Беларусь являются пределы ее таможенной территории, а также períметры свободных таможенных зон и свободных складов.

Осуществление таможенной деятельности связано с понятием «товар». Согласно Таможенному кодексу Республики Беларусь, *товар* – это любое движимое имущество, в том числе валюта, валютные ценности, электрическая, тепловая, иные виды энергии и транспортные средства, за исключением транспортных средств, предназначенных для международных перевозок пассажиров и товаров.

Таможенными органами Республики Беларусь являются государственные органы, непосредственно осуществляющие таможенное дело. В единую систему таможенных органов входят Государственный таможенный комитет Республики Беларусь (ГКТ) и таможни.

Государственный таможенный комитет осуществляет непосредственное руководство таможенным делом, а также координационные и контрольные функции в этой сфере, издает нормативные акты по таможенному делу, обязательные для исполнения.

Государственный таможенный комитет Республики Беларусь обеспечивает реализацию в таможенных целях задач в сфере таможенного дела и единообразие применения таможенного законодательства Таможенного союза и законодательства Республики Беларусь о таможенном

регулировании всеми таможенными органами на территории Республики Беларусь.

Республика Беларусь участвует в международном сотрудничестве в области таможенного регулирования в целях гармонизации и унификации законодательства Республики Беларусь о таможенном регулировании с нормами международного права и общепринятой международной практикой.

Законодательство Республики Беларусь о таможенном регулировании представляет собой систему принятых (изданных) на основании и в соответствии с Конституцией Республики Беларусь нормативных правовых актов, которая включает:

- Закон Республики Беларусь 10 января 2014 г. № 129-З «О таможенном регулировании в Республике Беларусь». Принят Палатой Представителей 16 декабря 2013 года Одобрен Советом Республики 19 декабря 2013 года;

- акты Президента Республики Беларусь по вопросам таможенного регулирования;

- постановления Правительства Республики Беларусь по вопросам таможенного регулирования, принимаемые на основании и во исполнение настоящего Закона, актов Президента Республики Беларусь по вопросам таможенного регулирования;

- нормативные правовые акты Государственного таможенного комитета Республики Беларусь по вопросам таможенного регулирования, принимаемые в случаях и пределах, предусмотренных таможенным законодательством Таможенного союза, настоящим Законом, актами Президента Республики Беларусь и постановлениями Правительства Республики Беларусь по вопросам таможенного регулирования;

- Договор о Евразийском экономическом союзе (вступил в силу с 01.01.2015 года).

Основные *функции таможни* заключаются в следующем:

- претворении в жизнь на подведомственной территории правового, экономического и организационного механизмов реализации таможенной политики Республики Беларусь;

- осуществлении таможенного контроля и таможенного оформления, обеспечения правильного применения таможенных режимов при перемещении товаров через таможенную границу;

- начислении таможенных платежей, контроле уплаты таможенных платежей, взыскании таможенных платежей;

- осуществлении дознания по таможенным преступлениям, ведении оперативно-розыскной деятельности, проведении расследования по делам об административных таможенных правонарушениях.

Однако применение экспортных пошлин может осуществляться государством и как средство ограничения вывоза отдельных групп товаров, что в настоящее время характерно для большинства стран бывшего СССР.

Экспортный тариф на отдельные товарные группы в Республике Беларусь введен с 2000 года.

Действующие у нас в стране в настоящее время ставки импортных пошлин утверждены указом Президента Республики Беларусь от 31.12.2007 г. № 699 «Об установлении ставок ввозных таможенных пошлин» с последующими изменениями и дополнениями. Данный указ также содержит перечни стран, в торгово-экономических отношениях с которыми применяется режим свободной торговли и режим наибольшего благоприятствования. Режим свободной торговли применяется к таким странам как: Азербайджанская Республика, Кыргызстан, Республика Армения, Республика Грузия, Республика Казахстан, Республика Молдова, Республика Таджикистан, Республика Узбекистан, Российская Федерация, Туркменистан, Украина.

7.2 Таможенные режимы Республики Беларусь и их характеристика

При перемещении товаров через таможенную границу проводится таможенное оформление грузов. **Таможенное оформление** – это установленная процедура перемещения товаров под определенный *таможенный режим* до завершения действия этого режима.

Таможенный режим – это совокупность правовых положений, предусмотренных таможенным кодексом и определяющих статус товаров и транспортных средств, перемещаемых через таможенную границу.

Установление таможенных процедур имеет большое практическое значение, так как регламентирует применение видов ставок тарифов, определяет меры экономического регулирования экспорта-импорта товаров, характер владения, пользования и распоряжения им.

В Республике Беларусь таможенные режимы установлены Таможенным кодексом ТС и таможенными нормативно-правовыми документами.

Таможенный кодекс таможенного союза – одна из составляющих частей формируемой в настоящее время нормативной правовой базы, на основании которой функционирует таможенный союз Беларуси, России и Казахстана в рамках Евразийского экономического сообщества.

Решением Межгоссовета ЕврАзЭС (высшего органа таможенного союза) на уровне глав государств от 5 июля 2010 года № 48 «О ходе реализации второго этапа формирования таможенного союза в рамках ЕврАзЭС» определена дата вступления в силу Договора о Таможенном кодексе таможенного союза от 27 ноября 2009 года – с 6 июля 2010 года.

Таможенный кодекс таможенного союза (далее – ТК ТС) разработан с учетом стандартов Киотской конвенции по гармонизации и упрощению таможенных процедур. Членами этой Конвенции являются практически все

ведущие государства мира, а также Европейское сообщество (в целом более 60 государств). Республика Казахстан присоединилась к Конвенции в 2009 году. В Республике Беларусь и Российской Федерации ведется подготовка к присоединению к этой конвенции. Использование Киотской конвенции, как основы при его подготовке, нашло отражение в структуре ТК ТС, его терминологии и содержании таможенных операций и таможенных процедур.

ТК ТС по структуре и терминологии существенно отличается от Таможенного кодекса Республики Беларусь и состоит из Общей и Особенной частей, включающих 8 разделов, 50 глав, 372 статей, определяющих все основные сферы таможенного регулирования. (Таможенный кодекс Республики Беларусь состоит из 9 разделов, 36 глав, 350 статей).

ТК ТС предусмотрено **17 таможенных процедур** (статья 202), из них:

- 14 таможенные процедуры определены непосредственно в кодексе;
- 2 таможенные процедуры (*свободная таможенная зона, свободный склад*) должны быть установлены международными договорами государств-членов таможенного союза;
- 1 таможенная процедура (*специальная таможенная процедура*) при необходимости может быть установлена национальным законодательством государств-членов таможенного союза в отношении категорий товаров, определенных решением Комиссии таможенного союза (товаров перемещаемых дипломатическими представительствами, консульствами; воинскими формированиями, расположенными за пределами государств-участников таможенного союза и т. п.).

В целях таможенного регулирования устанавливаются следующие *виды таможенных режимов* (табл. 7.1).

Таблица 7.1 – Виды таможенных режимов

Категория таможенного режима	Виды таможенных режимов	
	1	2
1 Режимы, предусматривающие размещение товаров на таможенной территории Республики Беларусь	Режимы, в которых товары <i>снимаются</i> с таможенного контроля: <ul style="list-style-type: none">– с передачей заявителю (<i>выпуск для свободного обращения, реимпорт</i>);– без передачи заявителю (<i>отказ в пользу государства, уничтожение</i>)	
	Режимы, в которых товары <i>не снимаются</i> с таможенного контроля: <ul style="list-style-type: none">– с передачей заявителю (<i>временный ввоз, переработка на таможенной территории, переработка под таможенным контролем, свободная таможенная зона, свободный склад, магазин беспошлинной торговли</i>);– с передачей иному лицу, имеющему специальное разрешение (<i>таможенный склад</i>)	

Окончание таблицы 7.1

1	2
2 Режимы, предусматривающие размещение товаров вне таможенной территории Республики Беларусь	Режимы, в которых товары <i>снимаются</i> с таможенного контроля после вывоза (<i>экспорт, реэкспорт</i>)
3 Транзит	Режимы, в которых товары <i>не снимаются</i> с таможенного контроля после вывоза (<i>временный вывоз, переработка вне таможенной территории</i>)
3 Транзит	Транзит

Источник: составлено автором.

Дадим более подробную характеристику некоторым из них.

Таможенный режим «Выпуск для свободного обращения» может быть установлен в отношении вещей при их ввозе в Республику Беларусь, а также при их временном размещении в Республике Беларусь в течение срока действия данного режима.

Таможенный режим «Транзит» устанавливается, когда товары перемещаются под таможенным контролем между двумя таможенными органами Республики Беларусь без взимания таможенных пошлин, налогов, а также без применения к товарам мер экономической политики.

Режим «Таможенный склад» позволяет заинтересованным лицам, как резидентам, так и нерезидентам Республики Беларусь, ввозить на таможенную территорию вещи и временно хранить их под таможенным надзором без права потребления и вовлечения в экономических оборот. Таможенные пошлины при этом не уплачиваются.

Таможенный режим «Переработка на таможенной территории» предполагает использование иностранных товаров для переработки на территории Республики Беларусь без применения мер экономической политики, и с возвратом сумм ввозных пошлин и налогов при условии вывоза продуктов переработки за пределы республики.

Таможенный режим «Переработка под таможенным контролем» предполагает использование иностранных товаров на территории Республики Беларусь без взимания таможенных пошлин, налогов, без применения мер экономической политики для переработки под таможенным контролем с последующим выпуском для свободного обращения или помещения продуктов переработки под иной таможенный режим.

Таможенный режим «Временное пользование (ввоз, вывоз)» дает возможность резидентам и нерезидентам Республики Беларусь временно пользоваться вещами, ввозимыми в страну либо вывозимыми за ее пределы, без уплаты таможенной пошлины. Предельный срок действия данного режима – один год. При этом вещи не могут быть подвергнуты промышленной переработке и должны быть вывезены за границу либо возвращены на территорию республики в неизменном состоянии (кроме изменений вследствие естественного износа).

«Свободная таможенная зона» и «свободный склад» – это таможенные режимы, при которых иностранные товары размещаются и используются в определенных территориальных границах или помещениях без взимания таможенных пошлин, налогов и сборов.

Таможенный режим «Переработка товаров вне таможенной территории» предполагает вывоз отечественных товаров без применения к ним мер экономической политики с целью использования их вне таможенной территории Республики Беларусь для переработки и последующего выпуска продуктов переработки в свободное обращение в Республике Беларусь с полным или частичным освобождением от таможенных пошлин и налогов.

7.3 Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности

Осуществление таможенной деятельности связано с понятием «товар». Согласно Таможенному кодексу Республики Беларусь, *товар* – это любое движимое имущество, в том числе валюта, валютные ценности, электрическая, тепловая, иные виды энергии и транспортные средства, за исключением транспортных средств, предназначенных для международных перевозок пассажиров и товаров.

Постоянный рост мирового товарооборота, расширение ассортимента товаров, поставляемых на мировой рынок, необходимость сопоставления национальных уровней таможенного обложения импорта при двусторонних и многосторонних межправительственных переговорах вызвали объективную необходимость разработки единой международной классификации и кодирования товаров.

Основным классификатором товаров в Республике Беларусь является *Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности*.

В связи с введением 6-го издания Гармонизированной системы описания и кодирования товаров с 1 января 2017 г. вступила в силу новая редакция *Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (ТН ВЭД ЕАЭС)*. Основой ТН ВЭД ЕАЭС служит международная Конвенция о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров (ГС), администрируемая Всемирной таможенной организацией (ВТАмО).

Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза (ТН ВЭД ЕАЭС) – классификатор товаров, применяемый таможенными органами и участниками внешнеэкономической деятельности в целях проведения таможенных операций.

В ТН ВЭД представлена система классификации товаров, предназначенная для их кодирования и идентификации при таможенной обработке, что позволяет:

– производить таможенные экономические операции (взимать таможенные платежи, определять таможенную стоимость, вести отчётность, планирование и т. д.);

– изучать товарную структуру внешней торговли.

ТН ВЭД ЕАЭС состоит из 21 раздела и 99 групп (77, 98 и 99 группа ТН ВЭД в настоящее время зарезервирована и не используется) и включает 1241 товарную позицию и 5013 субпозиций.

В соответствии с ТН ВЭД ЕАЭС каждому товару присваивается 10-значный код (для ряда товаров применяется 14-значный код), который в дальнейшем используется при совершении таможенных операций, таких как декларирование или взимание таможенных пошлин. Такое кодирование применяется в целях обеспечения однозначной идентификации товаров, перемещаемых через таможенную границу таможенного союза, а также для упрощения автоматизированной обработки таможенных деклараций и иных сведений, предоставляемых таможенным органам при осуществлении внешней торговли её участниками.

В Таможенном союзе классификатор разработан на основании международных требований, и считается одним из наиболее полных и эффективных в применении. Наборы цифр из 10-значного кода обозначают следующее:

- 2 цифры от начала – обозначение товарной группы по классификатору;
- 4 цифры от начала – наименование товарной позиции;
- 6 цифр от начала – наименование уточненной товарной субпозиции;
- 10 цифр – обозначение подсубпозиции товара, это же – полный код продукции, используемый при таможенном оформлении.

На рисунке 7.1 представлен пример классификации товара.

Определение кода перемещаемого товара возложено на декларанта, однако его правильность контролируется таможенными органами.

Основные критерии, которые используют для классификации:

- материал, из которого товар выполнен;
- функции, которые товар выполняет;
- степень обработки (изготовления).

Основная единица измерения товаров по ТН ВЭД – масса в кг.

СТРУКТУРА КОДА ТН ВЭД ЕАЭС



Рисунок 7.1 – Структура кода ТН ВЭД ЕАЭС

ТЕМА 8. ТАРИФНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ

- 8.1 Понятие таможенного тарифа и его основные виды
- 8.2 Таможенная стоимость товаров и методы её определения
- 8.3 Виды таможенных платежей и особенности их расчёта

8.1 Понятие таможенного тарифа и его основные виды

Таможенный тариф представляет собой систематизированный свод ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам при перемещении их через таможенную границу.

Единый таможенный тариф Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации (ЕТТ ТС) – свод ставок ввозных таможенных пошлин, применяемых к товарам, ввозимым на единую таможенную территорию Таможенного союза из третьих стран, систематизированных в соответствии с единой Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности Таможенного союза (ТН ВЭД ТС).

Основными целями использования таможенного тарифа являются:

- рационализация структуры ввозимых в страну товаров;
- поддержание рационального соотношения вывоза и ввоза товаров, валютных доходов и расходов на территории государства;

- защита национальных производителей от нежелательной иностранной конкуренции;
- создание условий для прогрессивных изменений в структуре производства и потребления товаров;
- пополнение доходов государства;
- обеспечение условий для облегчения доступа национальным экспортерам на рынки других стран.

Таможенные тарифы классифицируются по различным признакам:

1. *По характеру происхождения* таможенные пошлины подразделяются на *конвенциональные, автономные, особые*. Особые пошлины подразделяются на *специальные, антидемпинговые и компенсационные*.

Конвенциональные пошлины применяются к товарам, происходящим из стран и их союзов, пользующихся в данном государстве режимом наибольшего благоприятствования в торговле. Их размеры устанавливаются в соответствии с международными договорами и являются минимальными.

Автономные таможенные пошлины, напротив, применяются к товарам, которые происходят из стран и их союзов, не пользующихся в стране режимом наибольшего благоприятствования. Они выступают одним из основных инструментов защиты национальной экономики от негативного воздействия внешних экономических факторов и по размеру максимальны.

Особые таможенные пошлины используются временно, в целях защиты экономических интересов страны в отношении импортных товаров. К ним относятся специальные, антидемпинговые и компенсационные пошлины.

Специальные пошлины отличаются повышенными размерами ставок и применяются в качестве:

- защитной меры, если товары зарубежных конкурирующих фирм;
- ввозятся в количествах и на условиях, наносящих (или угрожающих нанести) ущерб отечественным производителям;
- ответной меры на дискриминационные действия со стороны других стран или союзов.

По инициативе конкурирующих с импортными товарами фирм в случае доказательства факта демпинга может быть установлена *антидемпинговая пошлина*.

Антидемпинговая пошлина применяется в случае ввоза товаров по цене более низкой, чем нормальная стоимость в стране вывоза, если они наносят (или угрожают нанести) материальный ущерб отечественным производителям подобных товаров либо препятствуют организации и расширению производства конкурирующих импортных товаров.

Применение антидемпингового тарифа предусмотрено международным антидемпинговым законодательством – Антидемпинговым соглашением ВТО. Величина дополнительной импортной пошлины устанавливается в размере не выше демпинговой маржи.

Компенсационные пошлины применяются в случаях ввоза товаров, при производстве или доставке которых прямо или косвенно использовались субсидии, если такой ввоз наносит (или угрожает нанести) материальный ущерб отечественным производителям данных товаров либо препятствует организации или расширению производства подобных отечественных товаров.

2. *По направлению применения* таможенные пошлины классифицируются как *импортные и экспортные*.

3. *По методу исчисления:* *адвалорные* – таможенный тариф взимается в процентах от стоимости товара; *специфические* – таможенный тариф устанавливается в стоимостном выражении за определенную единицу товара, чаще всего за единицу веса, объема или количества; *комбинированные* таможенные пошлины сочетают оба этих способа.

4. *По времени действия:* *генеральные* считаются постоянно действующими, *временные* вводятся на определенный период времени (например, на период применения экономических санкций), *сезонные* используются для регулирования ввоза и вывоза товаров в определенное время года сроком, как правило, не более четырех месяцев.

Несмотря на специфику применения таможенных тарифов в разных странах, они имеют ряд общих черт, характеризующих их экономическое значение и применение.

8.2 Таможенная стоимость товаров и методы её определения

Для начисления таможенных платежей, применения санкций за таможенные правонарушения и других целей определяется *таможенная стоимость товаров*. Принципы её определения были включены в текст ГАТТ в 1947 году (ст. 7 «Оценка в таможенных целях») и уточнены в ходе Токийского и Уругвайского раундов переговоров.

Таможенная стоимость используется в качестве расчетной основы для обложения товара пошлиной. Ее *определение* производится следующим образом:

- 1) по цене сделки с ввозимыми товарами (метод 1);
- 2) по цене сделки с идентичными товарами (метод 2);
- 3) по цене сделки с однородными товарами (метод 3);
- 4) на основе вычитания стоимости (метод 4);
- 5) на основе сложения стоимости (метод 5);
- 6) резервным методом (метод 6).

Основным методом является первый, но если он не может быть использован, то применяется последовательно каждый из перечисленных выше методов (каждый последующий применяется, если не может быть использован предыдущий) Методы вычитания и сложения могут применяться в любой последовательности по заявлению декларанта.

Первый метод. Определение таможенной стоимости по цене сделки с ввозимыми товарами. Под **ценой сделки** понимается как фактически уплаченная цена, так и цена, подлежащая уплате за ввозимые товары.

При определении таможенной стоимости товара к цене сделки, если ранее в нее не были включены, должны быть добавлены:

а) следующие **расходы** в размере, в котором они осуществлены или подлежат осуществлению покупателем, но не включены в цену, фактически уплаченную или подлежащую уплате за ввозимые товары:

- вознаграждение посредникам (агентам) и вознаграждение брокерам, за исключением вознаграждения за закупку, уплачиваемого покупателем своему агенту (посреднику) за оказание услуг по его представлению за рубежом, связанных с покупкой ввозимых товаров;

- расходы на тару, по упаковке;

б) соответствующим образом распределенная *стоимость следующих товаров и услуг, прямо или косвенно предоставленных покупателем продавцу бесплатно или по сниженной цене для использования в связи с производством и продажей для вывоза товаров на таможенную территорию Таможенного союза, в размере, не включенном в цену, фактически уплаченную или подлежащую уплате за ввозимые товары:*

- сырье, материалы, детали, полуфабрикаты и тому подобные предметы, из которых состоят ввозимые товары;

- инструменты, штампы, формы и другие подобные предметы, использованные при производстве ввозимых товаров;

- проектирование, разработка, инженерная, конструкторская работа, художественное оформление, дизайн, эскизы и чертежи, выполненные вне таможенной территории Таможенного союза и необходимые для производства ввозимых товаров;

в) часть полученного в результате последующей продажи, распоряжения иным способом или использования ввозимых товаров *дохода (выручки), которая прямо или косвенно причитается продавцу;*

г) *расходы по перевозке (транспортировке) товаров до аэропорта, морского порта или иного места прибытия товаров на таможенную территорию Таможенного союза;*

д) *расходы по погрузке, разгрузке или перегрузке товаров и проведению иных операций, связанных с их перевозкой (транспортировкой) до аэропорта, морского порта или иного места прибытия товаров на таможенную территорию Таможенного союза;*

е) *расходы на страхование в связи с операциями, указанными в подпунктах «г» и «д»;*

ж) *лицензионные и иные подобные платежи за использование объектов интеллектуальной собственности (включая платежи за патенты, товарные знаки, авторские права), которые относятся к ввозимым товарам и которые прямо или косвенно произвел или должен произвести покупатель в качестве*

условия продажи ввозимых товаров, в размере, не включенном в цену, фактически уплаченную или подлежащую уплате за эти товары.

Добавления к цене сделки производятся на основе достоверной, документально подтвержденной и количественно определимой информации.

Метод по цене сделки с ввозимыми товарами **не может применяться** для определения таможенной стоимости товара, если:

– ввозимые товары не являются предметом купли-продажи (**по безвозмездным договорам**, в частности по договорам дарения, **безвозмездной поставки** (например, договор безвозмездной поставки рекламных, выставочных образцов); **по договорам аренды**; **по посредническим договорам**, в частности по договору комиссии, договору консигнации, агентскому договору, не содержащим цену, по которой товары продаются для вывоза на таможенную территорию Таможенного союза; **по договорам займа, товарного кредита**, по которым товары или эквивалентные им товары подлежат возврату собственнику; **для проведения экспертизы**, оценки (подтверждения) соответствия (в том числе исследований, испытаний, проверок, экспериментов и показа свойств и характеристик); **в качестве вклада в уставный капитал** (фонд));

– имеются ограничения в отношении прав покупателя на пользование и распоряжение ввозимыми товарами (исключения составляют, если такие ограничения: установлены совместным решением органов Таможенного союза; ограничивают географический регион, в котором товары могут быть перепроданы; существенно не влияют на стоимость товаров); сделка купли-продажи предусматривает условие, которое влияет на продажу или цену ввозимых товаров, но при этом определить и документально подтвердить его количественное (то есть в стоимостном выражении) влияние на цену этих товаров не представляется возможным; часть дохода или выручки от последующей продажи, распоряжения иным способом либо использования товаров покупателем не причитается прямо или косвенно продавцу;

– участники сделки являются взаимосвязанными лицами (один из участников сделки является работником или руководителем другого участника сделки; участники сделки совместно осуществляют предпринимательскую деятельность и распределяют прибыли и убытки в порядке, установленном законодательством и (или) заключенным ими соглашением; участники сделки связаны трудовыми отношениями и т. п.).

Второй метод. В качестве базы для определения таможенной стоимости товара принимается *цена сделки с идентичными товарами*.

Под **идентичными** понимают товары, одинаковые во всех отношениях с оцениваемыми товарами по следующим параметрам:

- назначение и характеристики;
- качество, наличие товарного знака и репутация на рынке;
- страна происхождения;
- производитель.

Этот метод используется при условии, что товар продается в одну и ту же страну, ввозится одновременно или почти одновременно с оцениваемым товаром, на тех же коммерческих условиях и в тех же количествах. Если идентичные товары ввозятся в ином количестве или на других коммерческих условиях, то цены корректируются с учетом этих различий и таможенным органам документарно подтверждается их обоснованность.

Третий метод. По цене сделки с однородными товарами. Этот метод аналогичен второму, но в качестве базы принимается однородный товар.

Под **однородными** понимают товары, которые не являются одинаковыми во всех отношениях, но имеют сходные характеристики и состоят из схожих компонентов, что позволяет им выполнять те же функции, что и оцениваемые товары, быть коммерчески взаимозаменяемыми.

При определении однородности товаров учитываются их следующие признаки:

- качество, наличие товарного знака и репутация на рынке;
- страна происхождения;
- производитель.

Четвертый метод основан на вычитании стоимости. Он используется при возникновении у экспортёра расходов на территории импортера и включении этих расходов в контрактную цену. Из цены единицы товара вычитываются (если они могут быть выделены) расходы на выплату комиссионных вознаграждений, транспортировку, страхование, погрузочно-разгрузочные работы, производимые на территории страны ввоза товаров, суммы импортных таможенных пошлин, налогов, сборов, подлежащих уплате в стране импортера.

Пятый метод основан на сложении стоимости. В качестве базы цены используется цена, рассчитанная путем сложения издержек производства, общих затрат, которые связаны с доставкой товара до места таможенного оформления, прибыли, обычно получаемой экспортёром в результате поставки таких товаров в данную страну.

Шестой метод – резервный. Используется, если таможенную стоимость нельзя определить декларантом в результате последовательного применения первых пяти методов. В этом случае учитывается мировая таможенная практика и статья 7 ГАТТ «Оценка в таможенных целях». При этом могут использоваться цены CIF и FOB. Так, США при таможенной оценке применяют цены FOB, тогда как большинство других стран – цены CIF.

8.3 Виды и порядок уплаты таможенных платежей и сборов

При перемещении через таможенную границу Республики Беларусь и в других случаях, установленных Таможенным кодексом Таможенного союза, уплачиваются следующие таможенные платежи:

- ввозная таможенная пошлина;
- вывозная таможенная пошлина;
- налог на добавленную стоимость, взимаемый при ввозе товаров на таможенную территорию таможенного союза;
- акциз (акцизы) взимаемый (взимаемые) при ввозе товаров на таможенную территорию таможенного союза;
- таможенные сборы.

Названные платежи имеют различную природу и, как следствие, существенные особенности правового регулирования. Таможенные платежи подлежат уплате до принятия или одновременно с принятием таможней таможенной декларации.

Основным платежом, взимаемом при таможенном оформлении товаров, является таможенная пошлина.

Таможенная пошлина, представляя собой обязательный платеж, взимаемый таможенными органами в связи с перемещением товаров через таможенную границу (пп. 25 п.1 ст. 4 ТК ТС), является инструментом тарифного регулирования внешнеторговой деятельности. В условиях функционирования ЕАЭС устанавливается и применяется Единый таможенный тариф ЕАЭС и единые меры регулирования внешней торговли с третьими странами (Договор о ЕАЭС от 01 января 2015 г.).

Правовые аспекты установления и исчисления ввозных таможенных пошлин, а также определения и применения тарифных льгот регулируются Договором о ЕАЭС от 01 января 2015 г., которым установлены порядок формирования Единого таможенного тарифа, виды ставок ввозных таможенных пошлин, применение тарифных льгот (в виде освобождения или снижения ставки), случаи освобождения от уплаты ввозных таможенных пошлин, порядок применения ставок пошлин в зависимости от страны происхождения товаров.

Единый таможенный тариф представляет собой свод ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, ввозимым на единую таможенную территорию из третьих стран, систематизированный в соответствии с Единой товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности ЕАЭС (ТН ВЭД ЕАЭС).

Ставки ввозных таможенных пошлин устанавливаются Комиссией. В настоящее время применяются ставки ввозных таможенных пошлин, утвержденные Решением Совета Евразийской экономической комиссии от 16 июля 2012 г. № 54.

В Едином таможенном тарифе применяются следующие виды ставок ввозных таможенных пошлин:

- адвалорные, начисляемые в процентах к таможенной стоимости облагаемых товаров;
- специфические, начисляемые в установленном размере за единицу облагаемых товаров;

– комбинированные, сочетающие оба названных вида таможенного обложения.

Сумма таможенных пошлин по товарам, в отношении которых установлены *адвалорные ставки*, определяется по формуле

$$TП = TC \times CTTП_{адвал},$$

где $TП$ – сумма таможенной пошлины; TC – таможенная стоимость; $CTTП_{адвал}$ – адвалорная ставка таможенной пошлины.

Сумма таможенных пошлин по товарам, в отношении которых установлены *специфические ставки*, определяется по формуле

$$TП = K_m \times CTTП_{специф},$$

где $TП$ – сумма таможенной пошлины; K_m – количество товара в единицах измерения, в которых установлена ставка таможенной пошлины; $CTTП_{специф}$ – специфическая ставка таможенной пошлины.

Как показывает практика, комбинированную пошлину часто используют при торговле сельскохозяйственной продукцией и продовольствием. Обычно специфические и комбинированные пошлины формируют так называемые пиковые ставки тарифов – наиболее высокие таможенные барьеры для импорта. По отдельным видам сельскохозяйственных товаров величина пиковых тарифов, например в рамках Евросоюза, иногда достигает 75%-ной отметки.

Вывозные таможенные пошлины

Установление ставок вывозных таможенных пошлин отнесено к уровню национального законодательства государств – членов Таможенного союза. Порядок исчисления и уплаты вывозных таможенных пошлин регулируется Таможенным кодексом Таможенного союза, а в части, не урегулированной таможенным законодательством Таможенного союза – национальным законодательством государств – членов Таможенного союза. В отношении нефти сырой и отдельных категорий товаров, выработанных из нефти, вывозимых с территории Республики Беларусь установлен особый порядок уплаты и зачисления вывозных таможенных пошлин.

Таможенные пошлины уплачиваются при заявлении следующих таможенных режимов: *выпуск для свободного обращения, переработка на таможенной территории, временный ввоз*.

Акцизы, налог на добавленную стоимость

Установление, введение и применение акцизов и НДС регулируются нормами законодательства государств – членов Таможенного союза. Актами законодательства государств – членов Таможенного союза устанавливаются

ставки налогов, порядок определения налоговой базы для исчисления налогов, налоговые льготы, порядок определения суммы налогов, подлежащей уплате.

Вместе с тем особенности применения налогов в соответствии с заявленной таможенной процедурой регулируются Таможенным кодексом Таможенного союза.

Сумма акцизов по подакцизным товарам, ввозимым на таможенную территорию Беларуси, на которой установлены *адвалорные ставки*, определяется

$$A = B_a \times CTA_{\text{адвал}},$$

где A – исчисленная сумма акцизов; B_a – налоговая база по товарам, подлежащим обложению акцизами; $CTA_{\text{адвал}}$ – адвалорная налоговая ставка акцизов.

При этом налоговая база по товарам, подлежащим обложению акцизами, исчисляется по следующей формуле

$$B_a = TC + TП,$$

где TC – таможенная стоимость ввозимого товара; $TП$ – подлежащая уплате сумма ввозной таможенной пошлины.

При исчислении **акцизов по твердым ставкам** от объема продукции в натуральном выражении сумма акциза определяется по следующей формуле:

$$A = K_m \times CTA_{\text{специф}},$$

где A – сумма акцизов; K_m – количество товара в единицах измерения, в которых установлена ставка акцизов; $CTA_{\text{специф}}$ – установленная ставка акцизов в евро за единицу товара.

Подакцизными товарами признаются:

- 1) спирт;
- 2) алкогольная продукция;
- 3) вина плодовые крепленые марочные, улучшенного качества и специальной технологии пиво, пивной коктейль;
- 4) вина фруктово-ягодные натуральные, сидры фруктово-ягодные;
- 5) вина натуральные, в том числе игристые, шампанские, газированные и шипучие;
- 6) слабоалкогольные напитки с объемной долей этилового спирта более 1,2 процента и менее 7 процентов (слабоалкогольные натуральные напитки, иные слабоалкогольные напитки), вина с объемной долей этилового спирта от 1,2 процента до 7 процентов;
- 7) пиво, пивной коктейль;

- 8) спиртосодержащие растворы;
- 9) табачные изделия;
- 10) автомобильный бензин;
- 11) дизельное и биодизельное топливо;
- 12) судовое топливо;
- 13) газ углеводородный сжиженный и газ природный топливный компримированный, используемые в качестве автомобильного топлива;
- 14) масло для дизельных и (или) карбюраторных (инжекторных) двигателей.

Сумма налога на добавленную стоимость при ввозе товаров на таможенную территорию РБ **исчисляется** по формуле

$$НДС = Б_{НДС} \times СТ_{НДС},$$

где $НДС$ – исчисленная сумма налога на добавленную стоимость; $Б_{НДС}$ – налоговая база по товарам, подлежащим обложению налогом на добавленную стоимость; $СТ_{НДС}$ – ставка налога на добавленную стоимость в процентах (0 %, 10 %, 20 %).

При этом **налоговая база по товарам**, подлежащим обложению налогом на добавленную стоимость, рассчитывается так:

$$Б_{НДС} = ТС + ТП + А,$$

где $ТС$ – таможенная стоимость ввозимого товара; $ТП$ – подлежащая уплате сумма ввозной таможенной пошлины; $А$ – подлежащая уплате сумма акцизов.

Акцизы и налог на добавленную стоимость уплачиваются при заявлении следующих таможенных режимов: *выпуск для свободного обращения, переработка на таможенной территории, временный ввоз*.

Таможенные сборы. Таможенными сборами являются обязательные платежи, взимаемые таможенными органами за совершение ими действий, связанных с выпуском товаров, таможенным сопровождением товаров, а также за совершение иных действий, установленных настоящим Кодексом и (или) законодательством государств – членов Таможенного союза.

Размер таможенных сборов не может превышать примерной стоимости затрат таможенных органов за совершение действий, в связи с которыми установлен таможенный сбор.

Исчисление таможенных сборов осуществляется в белорусских рублях, если иное не установлено законодательными актами Республики Беларусь.

Таможенными органами взимаются таможенные сборы за:

- совершение таможенных операций;
- таможенное сопровождение товаров, осуществляемое должностными лицами таможенных органов;

- выдачу квалификационного аттестата специалиста по таможенному декларированию;
- принятие таможенными органами предварительного решения;
- включение в реестр банков и небанковских кредитно-финансовых организаций, признанных таможенными органами гарантами уплаты таможенных платежей.

Ставки таможенных сборов устанавливаются Президентом Республики Беларусь. **Сбор за таможенное оформление составляет:**

- в отношении транспортных средств для личного пользования – 120 руб. (ранее – 50 евро);
- в отношении иных товаров для личного пользования – 10 бел. руб. (ранее – 5 евро);
- за выдачу квалификационного аттестата специалиста по таможенному декларированию – 250 бел. руб. (ранее – 100 евро) и др.

Таможенные сборы за таможенное оформление должны быть уплачены при заявлении товаров в следующих таможенных режимах: *выпуск для свободного обращения, магазин беспошлинной торговли, реимпорт, таможенный склад, переработка на таможенной территории, переработка под таможенным контролем, временный ввоз, свободная таможенная зона, свободный склад, реэкспорт, уничтожение.*

ТЕМА 9. НЕТАРИФНЫЕ МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

- 9.1 Понятие и классификация основных мер нетарифного регулирования**
- 9.2 Экономические меры нетарифного регулирования**
- 9.3 Административные меры нетарифного регулирования**
- 9.4 Технические меры нетарифного регулирования**
- 9.5 Антидемпинговые меры**

9.1 Понятие и классификация основных мер нетарифного регулирования

Нетарифное регулирование – государственное регулирование, включающее экономические (кроме таможенного тарифа), административные и технические условия и заключающееся во введении количественных и иных ограничений, с помощью которых государство оказывает непосредственное воздействие на субъектов внешнеэкономической деятельности, определяет структуру внутреннего рынка, ограждая его как от импортных поставок, так и

от возможностей дефицита отечественных товаров на данном рынке.

Единой международной классификации нетарифных барьеров пока еще не выработано. Свои варианты классификации предлагают разные международные организации, а также экономисты – исследователи в области мировой экономики. Классификационная схема, разработанная Секретариатом ГАТТ в начале 70-х гг. прошлого столетия, к настоящему времени насчитывает более 800 конкретных видов нетарифных мер и объединяет их **в пять основных категорий**:

1) субсидии и дотации экспортерам или импортозамещающим отраслям, предпочтительная система размещения государственных заказов, использование местных полуфабрикатов и узлов на определенных условиях; меры, дискриминирующие перевозку иностранных товаров и иностранных перевозчиков;

2) таможенные и иные административные импортные и экспортные формальности, например усложненная процедура таможенного оформления, а также методы оценки таможенной стоимости и страны происхождения товара; завышенные требования к необходимой для оформления документации;

3) технические барьеры в торговле: стандарты и требования, связанные с экологическими, санитарными, ветеринарными нормами, упаковкой и маркировкой товара, правила и порядок сертификации продукции;

4) количественные и сходные с ними административные меры, в частности импортные квоты, экспортные ограничения, лицензирование, добровольные ограничения при экспорте, запреты, а также валютные ограничения;

5) ограничения, основанные на принципах обеспечения платежей: налоги, сборы, импортные депозиты, скользящие налоги, антидемпинговые и компенсационные пошлины, пограничное налогообложение.

Данная классификация нетарифных ограничений и составленный на ее основе каталог нашли широкое применение в ходе международных торговых переговоров и послужили теоретической базой для формирования классификационных схем нетарифных мер другими международными организациями.

В настоящее время ЮНКТАД классифицирует нетарифные ограничения внешней торговли общего характера и классифицирует их по таким категориям, как *паратарифные меры контроля над ценами, финансовые меры автоматического лицензирования, меры количественного контроля, монополистические меры, технические меры*.

В экономической литературе меры нетарифного регулирования по механизму воздействия делятся на нижеследующие категории:

- экономические;
- административные;
- технические.

По степени воздействия на внешнеэкономическую деятельность нетарифные ограничения можно разделить на *четыре группы: жесткие*

средства (hard care measures) – все барьеры, характерные для таможенных войн (эмбарго, таможенная блокада); **умеренные средства** (mild measures) – лицензирование, квотирование, сертификация, меры нетарифного регулирования экономического характера; **надоедливые средства** (nuisance measures) – завышенные требования к документам, бюрократические проволочки на границе при соблюдении таможенных формальностей (таможенное оформление, таможенный контроль, лицензирование в сфере таможенного дела); **средства, степень воздействия которых установить невозможно**, – ограничения, которые установлены новым законодательством, но на практике не применяются или механизм использования которых не регламентирован (предотгружочная инспекция).

9.2 Экономические меры нетарифного регулирования

Экономические меры оказывают влияние на внешнеторговый оборот через механизм ценообразования и стоимостное воздействие. В экономическую категорию мер нетарифного регулирования можно включить:

- 1) оценку и контроль таможенной стоимости;
- 2) валютное регулирование и валютный контроль;
- 3) финансовую государственную поддержку;
- 4) меры по обеспечению платежей;
- 5) защитные, налоговые меры;
- 6) дополнительные таможенные обложения;
- 7) ценовые депозиты и прочие.

Применение таких мер в той или иной степени увеличивает стоимость импортных товаров, снижает их конкурентоспособность.

1. В международной торговой практике использование **различных национальных методик определения таможенной стоимости** рассматривается как нетарифный барьер. Это дает государству реальную возможность для усиления протекционистской направленности таможенных пошлин и налогов. С 1981 г. действует Кодекс таможенной стоимости, разработанный в ходе переговоров «Токио-раунда» и действующий ныне на уровне ВТО. Кодекс разрешает применение различных методов при таможенной оценке товаров. За основу принимается цена сделки, то есть цена, реально уплаченная за импортируемый товар. Допускается включение в нее целого ряда дополнительных расходов покупателя (комиссионные, брокерские расходы, стоимость упаковки и т. д.). Если цену сделки определить невозможно, могут последовательно использоваться другие разрешенные методы. На усмотрение стран, присоединившихся к Кодексу, оставлен вопрос о включении в таможенную стоимость товара стоимости фрахта и страхования. Это позволяет странам в рамках национального регулирования влиять на таможенную стоимость товара.

2. Ограничения, заложенные в механизме платежей, внешне применяются как *инструменты валютно-финансовой политики страны*, на практике же часто преследуют торгово-политические цели.

Во всех странах мира, в том числе и в Беларуси, валютный рынок находится под регулирующим воздействием со стороны государства. В нашей стране действует Закон № 226-З «О валютном регулировании и валютном контроле» от 22 июля 2003 г. (с учетом изменений от 05.01.2016). Кроме того, отдельные вопросы валютного регулирования и валютного контроля отражены в ряде других нормативных актов, Указах Президента Республики Беларусь, постановлениях, инструкциях и положениях Национального банка Республики Беларусь, Комитета государственного контроля и Государственного таможенного комитета Республики Беларусь.

Основная цель валютной политики нашей страны направлена на поддержание стабильности национальной валюты, обеспечение конвертируемости валюты, повышение ее престижа на мировом рынке. Падение курса национальной валюты приводит к увеличению национального экспорта, ибо в этом случае валютная выручка экспортёров увеличивается в объеме. Рост курса национальной валюты выгоден импортерам, поскольку издержки на покупку импортных товаров соответственно уменьшаются.

Важным моментом системы регулирования валютных операций при экспорте товаров является требование обязательной продажи части валютной выручки государству. Обязательная продажа иностранной валюты на внутреннем валютном рынке Республики Беларусь осуществляется юридическими лицами-резидентами и индивидуальными предпринимателями-резидентами. Случай и размер обязательной продажи иностранной валюты, а также случаи полного или частичного освобождения от обязательной продажи иностранной валюты устанавливаются Президентом Республики Беларусь, Советом Министров Республики Беларусь и Национальным банком по согласованию с Президентом Республики Беларусь. Порядок обязательной продажи иностранной валюты устанавливается Президентом Республики Беларусь, а в определенных им случаях также и другими государственными органами.

3. Меры финансовой поддержки принимаются государством во внешнеторговых мероприятиях. Они могут осуществляться в двух направлениях: косвенная дискредитация импорта за счет поддержки отечественных производителей и создание преимуществ для экспорта и экспортопроизводящих отраслей. Если правительство считает необходимым стимулировать экспорт национальных производителей, то оно может в той или иной форме предоставлять им *субсидии из бюджета* или оказывать всяческую поддержку.

Субсидия – денежная выплата, направленная на поддержку национальных производителей и косвенную дискриминацию импорта. По характеру выплат субсидии делятся следующим образом:

- прямые – непосредственные выплаты экспортёру после совершения им

экспортной операции на сумму разницы его издержек и полученного им дохода. Прямые субсидии представляют собой дотации производителю при его выходе на внешний рынок. Предметом прямого субсидирования с начала 60-х гг. ХХ в. являлись дорогостоящие товары промышленного экспорта развитых стран – суда, авиационная техника и пр. Однако прямые субсидии запрещены правилами ВТО, и их применение слишком очевидно для торговых партнеров, которые могут использовать ответные меры;

– косвенные – скрытое дотирование экспортёров через предоставление льгот по уплате налогов, льготные условия страхования, займов по ставке ниже рыночной, льготное экспортное кредитование, возврат импортных пошлин и пр.

Субсидии могут предоставляться как производителям товаров, конкурирующих с импортом, так и производителям товаров, которые продаются на экспорт. Для производителей в обоих случаях субсидия является негативным налогом, поскольку он выплачивается им правительством, а не вычитается из их прибыли. По направлению действия субсидии бывают *внутренние и экспортные*.

Внутренняя субсидия – наиболее замаскированный финансовый метод торговой политики и дискриминации против импорта, предусматривающий бюджетное финансирование производства внутри страны товаров, конкурирующих с импортом.

Нередко правительства не только субсидируют отрасли, конкурирующие с импортом, но и предоставляют субсидии экспортёрам. *Экспортная субсидия* – финансовый нетарифный метод торговой политики, предусматривающий бюджетные выплаты национальным экспортёрам, что позволяет продавать товар иностранным покупателям по более низкой цене, чем на внутреннем рынке, и форсировать тем самым экспорт.

В последнее время изменились формы стимулирования экспорта. Они в значительной мере перенесены в область производства. Вместо прямых дотаций при реализации помочь предоставляется путем финансирования государством научно-исследовательских и конструкторских разработок, опосредованного влияния на снижение себестоимости производства экспиртоориентированной продукции, предоставления разного рода налоговых льгот и дотаций за счет бюджета или государственных фондов. Ассигнования правительства на стимулирование экспорта в большинстве стран, в том числе и экономически развитых, превратились в постоянную статью бюджетных расходов. С проблемой субсидирования внешнеэкономической экспансии тесно связана проблема демпинговой торговли. Подобная торговля может стать возможной чаще всего в случае, если государство компенсирует понесенные производителем или экспортёром потери. С другой стороны, антидемпинговые меры (выдвижение обвинения в демпинге, доказательства, введение и применение антидемпинговой пошлины) как способ защиты могут применяться только государством.

4. К особым мерам обеспечения платежей в рамках нетарифного

регулирования относят *антидемпинговые, компенсационные и специальные пошлины*. Общим условием для применения особых видов пошлин является то, что они могут применяться только тогда, когда ввоз товаров наносит или может нанести ущерб отечественным производителям подобных товаров либо может препятствовать организации или расширению производства таких товаров. Для введения этих видов пошлин требуются предварительные специальные расследования.

Антидемпинговые пошлины вошли в практику мировой торговли на рубеже XX в. как реакция на способность формирующихся монополий преодолевать таможенные барьеры путем снижения цен. Эти пошлины следует рассматривать в качестве орудия дискретного действия – их применяют в размере 50–100 % по большей части к импорту иностранной продукции по ценам, которые могут быть признаны демпинговыми, а само расширение импорта – дезорганизующим местный рынок. В международной торговой практике долгое время не было четкого общепризнанного определения демпинга, что открывало путь произволу таможенных властей, особенно в периоды экономических затруднений. Статья VIII ВТО и принятый Антидемпинговый кодекс ВТО в определенной степени кодифицировали обстоятельства, при которых импорт может трактоваться как демпинговый. Антидемпинговые пошлины устанавливаются с целью противодействия демпингу для выравнивания цен до уровня, считающегося нормальным.

Компенсационная пошлина устанавливается в случаях ввоза на таможенную территорию страны товаров, при производстве или вывозе которых прямо или косвенно использовались субсидии, если такой ввоз наносит ущерб отечественным производителям подобных товаров. Компенсационные пошлины исторически являются реакцией на возросший уровень субсидирования экспорта. Они призваны ликвидировать преимущества такого экспорта путем дополнительного обложения, как правило, в размере, близком к величине субсидии, и применяются в тех случаях, когда уровень импортных цен не дает оснований для антидемпинговых акций, но является излишне конкурентоспособным по сравнению с уровнем внутренних цен.

Специальная пошлина применяется в качестве защитной меры, если товары ввозятся на таможенную территорию страны в количествах и на условиях, наносящих или способных нанести ущерб отечественным производителям подобных товаров.

Введение экономических защитных мер – процесс кропотливый и длительный, требующий определенных исследований.

5. Основной задачей *налоговой политики* является мобилизация государством финансовых ресурсов. Одновременно налоги, воздействующие на цены, прибыль и доходы, широко применяются государством в качестве эффективного средства регулирования экономики, в том числе и внешней торговли.

Дифференцированные методы взимания внутренних налогов, различия в их величине и структуре превратили налоговую систему в своеобразный

барьер, дополняющий и усиливающий таможенную систему, тесно переплетающейся с другими нетарифными барьерами.

По своему торгово-политическому воздействию на стоимость товара налоги аналогичны таможенным пошлинам. Однако в связи с тем, что в последние годы наблюдается тенденция существенного снижения уровня таможенного обложения, роль налогов как регулятора цен возрастает.

Взимаемые на границе налоги и сборы можно разделить на две группы:

1) *уравнительные налоги и сборы*, эквивалентные косвенным налогам и сборам, взимаемым с отечественных товаров в стране-импортере;

2) *специальные импортные налоги и сборы*. Специальным налогом облагаются только иностранные товары, что по существу представляет собой замаскированное повышение таможенных пошлин. Однако они рассматриваются как внутренние платежи и, как правило, не регулируются международными соглашениями. Их применение определяется нормами национального права. Чаще всего они тем выше, чем ниже величина таможенных пошлин.

В основу налогообложения товаров при их импорте и экспорте положен один из двух принципов: товары облагаются налогом либо в стране происхождения, либо в стране назначения. При экспорте товаров, как правило, уплаченные налоги возвращаются экспортёру полностью или частично. В целях избежания двойного налогообложения государства заключают специальные договоры, в которых предусматривается взимание налогов в одной из стран, как правило, в стране потребления.

6. К налогам и сборам, связанным с оформлением грузов на таможне, относятся: налог на таможенную очистку товара, статистические, гербовые, фрахтовые, портовые сборы и др. Они уплачиваются лицом, подписывающим таможенную декларацию, в момент импорта. Их величина не превышает 1–2 % от стоимости товара.

7. Ценовое воздействие на импорт оказывает система *импортных депозитов*. Импортный депозит – беспроцентный предварительный залог, который вносится импортерам в свой банк перед закупкой импортного товара. Его можно рассматривать как своеобразную импортную пошлину, размер которой зависит от части стоимости импорта СИФ, подлежащей депонированию, периода, на который выставляется депозит, и сложившегося валютного курса. Импортный депозит имеет двойное значение. С одной стороны, изъятие из оборота и замораживание части средств импортера порождают эффект упущенной выгоды, увеличивают издержки по совершающей операции и повышают цены на импортный товар, с другой стороны – предполагают предоставление беспроцентного кредита банку на срок действия депозита.

9.3 Административные меры нетарифного регулирования

Административная категория нетарифных мер предполагает прямое и непосредственное воздействие на внешнеторговый оборот, определяя номенклатуру и количество (объем) товаров, разрешенных к экспорту или импорту.

Применяются они, когда экономические инструменты оказываются недостаточно эффективными.

Административная категория в сфере мер нетарифного регулирования включает:

- 1) запреты (эмбарго);
- 2) квотирование (контингентирование);
- 3) лицензирование;
- 4) разрешительный порядок ввоза и вывоза.

1. Запреты (эмбарго) – наиболее жесткая торгово-политическая мера нетарифного характера, признанная международной практикой. Запреты могут применяться как отдельными, так и несколькими государствами на основе международных согласований и решений, как правило, в рамках ООН.

Запреты можно разделить на две формы – *открытые и завуалированные*.

Открытая форма – это, прежде всего, полное запрещение торговли, основанное обычно на решениях ООН. Разновидностью запретов выступают также частичные запреты безусловного характера (эмбарго) на импорт конкретных товаров, способных причинить ущерб различным сферам жизнедеятельности государства, или на экспорт, например, драгоценных металлов и ценных бумаг.

К условным запретам прибегают в случае несоблюдения поставщиком импортной продукции установленных национальных правил и норм. Помимо постоянно действующих используются также *сезонные и временные запрещения на ввоз*.

К завуалированным запретам можно отнести ограничения по заходу иностранных судов во внутренние воды или по продаже отдельных товаров в розничной торговой сети страны.

В соответствии с установленным ГАТТ правилом, запрещения по ввозу и вывозу товаров устанавливаются при наличии дефицита или, наоборот – при необходимости предотвращения его на внутреннем рынке, а также в связи с применением стандартов или систем классификации, сортировки или реализации продукции в международной торговле.

Для этого во многих странах определены специальные требования для товаров, подлежащих запрещению, и приняты соответствующие законы, предусматривающие защиту потребителей, и санкции к поставщикам за их нарушение.

На территории Республики Беларусь могут применяться особые виды

запретов и ограничений. К запрещенным к ввозу или вывозу товарам относятся, в первую очередь, сильнодействующие, отравляющие, взрывчатые, радиоактивные вещества, различные отходы производства и потребления, наркотические вещества, а также предметы, представляющие историческую или художественную ценность. Меры государственного регулирования перемещения таких товаров введены в целях обеспечения государственной безопасности, защиты и соблюдения общественной морали или правопорядка, охраны жизни или здоровья человека, защиты художественного и исторического достояния, выполнения международных обязательств и т. п. Эта система базируется на международных обязательствах Республики Беларусь и законодательных актах. В основе лежит разрешительный принцип перемещения указанной категории товаров через таможенную границу Республики Беларусь.

2. Квотирование (контингетирование) представляет собой ограничение государственной властью ввоза (вывоза) товаров в определённом количестве или сумме за конкретный период посредством импортных или экспортных квот (контингентов).

Квоты подразделяются на *двусторонние и общие (глобальные)*.

Двусторонние квоты устанавливаются при наличии между двумя странами договорённости и распространяются только на конкретную страну.

Глобальная квота, на долю которой приходится 2/3 всех случаев, устанавливает ограничение объема импорта в стоимостных или натуральных показателях на определенный период для всех государств.

По срокам действия квоты бывают *постоянными*, то есть действующими в течение всего периода времени, на который они определены, и *сезонными*, устанавливаемыми в зависимости от периода года (ограничение размеров импорта сельхозтоваров на определенное время года).

По направлению – *импортные*, основная цель которых защита национальных производителей (предпочтительнее, чем тарифы (регламентируются международными соглашениями), квоты устанавливаются органами государственной власти государства); *экспортные* квоты устанавливаются, прежде всего, на дефицитные на местном рынке товары.

Контингентирование реализуется через систему лицензирования.

3. Лицензирование в международной торговле отличается большим разнообразием и представляет собой разрешение, выдаваемое государственными органами и дающее право на импорт определенного количества товаров в страну (импортная лицензия) или экспорт товаров из страны (экспортная лицензия).

Лицензирование внешнеторговых операций является необходимостью рационального использования иностранной валюты. Тем самым достигается выравнивание внешнеторгового и платежного баланса. В случае отсутствия таможенных пошлин или их неэффективного воздействия прибегают к лицензированию с целью защиты внутреннего рынка, а также для выторговывания встречных уступок и, наконец, в качестве дискриминационных

действий.

Основными видами лицензий, применяемых в современной зарубежной практике, выступают *генеральная и индивидуальная*.

Генеральная лицензия – постоянно действующее разрешение фирме на право импорта (экспорта) определенных товаров из перечисленных в ней государств без ограничения объема и стоимости.

Индивидуальная лицензия выдается как разовое разрешение на одну торговую операцию с конкретным видом товара (иногда двумя-тремя видами, но одной и той же товарной группы). В ней указываются также сведения о ее получателе, количестве, стоимости и стране происхождения товара. Она является именной, не может передаваться другому импортеру и имеет ограниченный срок действия (как правило, до 1 года).

В Республике Беларусь на *экспорт* лицензии выдаются:

– в объеме ежегодно устанавливаемых квот (минеральные удобрения, лом и отходы черных и цветных металлов);

– без количественных ограничений отдельных сырьевых товаров, дефицитных на внутреннем рынке республики, необеспеченность которыми отечественных товаропроизводителей приводит к их нерентабельной работе и отрицательно сказывается на объемах выпуска продукции (нефтепродукты, кожевенное сырье и кожа, зерновые, льноволокно), а также отдельных валютоемких товаров (драгоценные и редкоземельные металлы, драгоценные камни в любом виде и состоянии).

На *импорт* в Беларусь лицензии выдаются в объеме установленных квот либо без ограничений (табачная продукция, алкогольные изделия, непищевой спирт и спиртосодержащая продукция, средства химической защиты растений).

Также в Республике Беларусь выдаются следующие виды лицензий: *разовые* – на осуществление внешнеторгового контракта по лицензионному товару; *генеральные* – на право экспорта или импорта в количественных пределах, установленных в лицензии; специальные (образца Европейского союза) – на экспорт текстильных изделий в страны Европейского союза и Турцию в соответствии с Соглашением между Республикой Беларусь и ЕС о торговле текстильными изделиями.

4. Добровольное самоограничение поставок представляет собой неофициальную договоренность (под угрозой применения со стороны импортера более жестких мер) между экспортером и импортером об ограничении ввоза отдельных товаров на рынок импортера в виде сокращения объемов, ежегодного прироста или снижения цен путем навязывания партнеру своих коммерческих условий с целью получения прибыли за счет нанесения ущерба интересам контрагента.

Подобные действия со стороны отдельных стран именуются мерами «серой зоны» и противоречат положениям ГАТТ. К середине 90-х гг. в международной торговле действовало 75 мер «серой зоны»; они касались экспорта спортивных товаров, электрооборудования, обуви, телеаппаратуры, станков.

9.4 Технические меры нетарифного регулирования

Под техническими мерами (барьерами) следует понимать такие нетарифные ограничения, которые основаны на соблюдении национальных требований к техническим характеристикам товаров, специальных требований к качеству товаров, их соответствия санитарным, фитосанитарным и ветеринарным требованиям, системам сертификации и условиям их документарного сопровождения.

В рамках ВТО действует Соглашение по техническим барьерам в торговле. Цель его – не допустить положения, при котором технические условия и стандарты, а также процедуры испытаний и сертификации создавали бы препятствия для международной торговли. Однако данное Соглашение признает, что государства вправе устанавливать защиту, например, жизни людей, животных и растений или окружающей среды на национальном уровне, который они сочтут необходимым, то есть законодательные меры, принятые в разных государствах, могут различаться.

Технические барьеры являются скрытыми методами торговой политики, возникающими в силу того, что национальные технические, административные и иные нормы и правила построены так, чтобы препятствовать ввозу товаров из-за рубежа. К наиболее распространенным барьерам технического характера относятся требования о:

- соблюдении национальных стандартов;
- получении сертификатов качества импортной продукции, специфической упаковке и маркировке товаров;
- соблюдении усложненных таможенных формальностей и требований законов о защите потребителей и многие другие.

Данные ограничения могут действовать как на границе, так и внутри страны назначения. Они могут или вообще закрыть доступ иностранного товара на внутренний рынок, или существенно поднять его цену из-за необходимости доработки и даже переработки. Это возможно в силу сложившихся различий между национальными промышленными стандартами, системами измерения и проверки качества товаров, требований техники безопасности, санитарно-ветеринарными нормами, правилами маркировки и упаковки товаров и др.

В отличие от других средств торговой политики барьеры данной группы в значительной части возникают не как торгово-политические инструменты, а как объективная необходимость, вызванная потребностями массового производства, потребления или здравоохранения. И лишь затем в условиях конкурентной борьбы за рынки сбыта эти нормы превращаются в инструмент внешнеторговой политики и наполняются протекционистским содержанием. Особенно сильное влияние эти барьеры оказывают на торговлю продукцией машиностроения, химическими и продовольственными товарами.

В ходе проведения многосторонних торговых переговоров обсуждаются

компромиссы в данной области, прежде всего это выработка международных стандартов. Вопросами унификации стандартов активно занимаются такие международные организации, как Международная организация стандартов (МОС), Международная электротехническая комиссия (МЭК), Международная организация мер и весов (МОМВ), Международная организация законодателей метрологии (МОЗМ) и др.

Применение технических барьеров предполагает усложненную процедуру таможенного оформления. В современной международной торговле применяется более 600 типов различных документов. Это товаросопроводительные, транспортные и платежные документы, характеризующие товар, содержащие данные о его происхождении, цене, качестве, количестве и т. п. Требования к документам, сопровождающим экспортный товар, во многих странах построены таким образом, что образуют на их пути своеобразный протекционистский барьер. Это выражается в отсутствии единых требований к товаросопроводительной документации; увеличении денежных расходов экспортера на осуществление торговой операции за счет подготовки дополнительных документов; необходимости предоставления консульской фактуры в некоторых странах, что требует дополнительного времени и расходов.

9.5 Антидемпинговые меры

При осуществлении внешней торговли наиболее часто применяется такой специфический вид конкуренции, как **демпинг** – недобросовестная ценовая конкуренция на внешнем рынке, при которой товары одной страны поступают на рынок другой страны по цене ниже, чем они продаются на внутреннем рынке экспортера или производителя.

Таким образом, конкурентная борьба на мировом рынке породила специфические меры нетарифного ограничения – антидемпинговые.

Виды демпинга:

- постоянный, связанный с проблемой поддержки загрузки производственных мощностей или развития крупносерийного производства без снижения внутренних цен;
- эпизодический, используемый при необходимости избавления от случайного избытка продукции;
- непреднамеренный – поставщик не обладает достаточной ценовой информацией на рынке импорта;
- разбойничий – вытеснение конкурентов с данного рынка.

При установлении факта демпинга определяется нормальная стоимость товара, и анализируются *2 критерия*:

- 1) ценовой, или стоимостной;
- 2) критерий экономического ущерба.

Нормальная стоимость определяется, как правило, путём сравнения фактических цен ввезённых товаров с ценами внутреннего рынка в стране экспорта (согласно определению комиссии ЕС). При невозможности, определяется по цене экспорта в третью страну или рассчитывается специально с учётом возникших затрат при выполнении производственных и сбытовых операций и нормы прибыли. Таким образом, величина демпинга определяется как разница между экспортной ценой и ценой, принятой за базу сравнения.

Демпинговая маржа лежит в основе исчисления верхней границы антидемпинговой пошлины (это 1-й критерий).

Под 2-м критерием демпинга – экономическим ущербом – в мировой антидемпинговой практике понимается значительный убыток, который может быть нанесён импортом демпингового товара производству в стране ввоза.

При определении величины экономического ущерба учитываются 3 группы показателей:

- 1) динамика импорта и доля рынка, занимаемого поставщиками товара, относимого к категории демпингового;
- 2) соотношение импортных цен на демпинговый товар и внутренних цен на аналогичный товар;
- 3) влияние импорта демпингового товара на экономические показатели национальных предприятий.

В рамках ВТО функционирует специально созданный Комитет по антидемпинговой практике, состоящий из представителей всех стран участниц. Комитет рассматривает соответствие национальных антидемпинговых законодательств правилам ВТО.

Демпинговые санкции могут быть различными: демпинговый товар облагается антидемпинговой пошлиной или экспортёру снижается квота поставки товара на данный рынок, предлагается добровольно повысить цену или уменьшить объём поставки.

ТЕМА 10. ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

10.1 Понятие экономической эффективности, её показатели и принципы оценки

10.2 Экономическая эффективность экспорта

10.3 Экономическая эффективность импорта

10.4 Экономическая эффективность экспортно-импортных операций

10.1 Понятие экономической эффективности, её показатели и принципы оценки

Под *экономической эффективностью* понимается результативность хозяйственной деятельности, определяемая как отношение эффекта (результата) к затратам (расходам), обусловившим его получение.

Оценка эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия в условиях хозяйственной самостоятельности и независимости должна быть направлена на обоснование принимаемых управленческих решений.

Экономическое обоснование принимаемых решений по управлению внешнеэкономической деятельностью предприятий производится путем расчета *показателей экономической эффективности*.

Систему показателей экономической эффективности ВЭД можно разделить на две группы.

1. Показатели эффекта, определяемые как абсолютные величины, выражаются в соответствующих денежных единицах как разница между результатами и затратами.

2. Показатели эффективности, определяемые на основе отношения результатов к затратам, как правило, относительны и выражаются в относительных единицах (%), руб./руб., долях единицы и другие).

Под *результатами* следует понимать денежную, стоимостную оценку полученной выгоды для предприятия: денежные средства за поставленную продукцию, выполненные работы и услуги, стоимость полученного товара, работ, услуг и т. д.

Под *затратами* следует понимать денежную, стоимостную оценку привлекаемых производственных ресурсов: стоимость сырья, материалов, энергии, трудовых ресурсов, услуг сторонних организаций, обязательные отчисления в различные государственные фонды и другие затраты, без которых сделка, операция бы не осуществлена.

При расчете показателей важно соблюдать следующие принципиальные методологические положения.

1. Принцип наиболее полного учета всех составляющих затрат и результата. Неполный учет затрат и полученных результатов может исказить выводы об оценке эффективности того или иного мероприятия, решения.

2. Принцип сравнения с базовым вариантом. Всё познается в сравнении, в том числе и эффективность. За базовый вариант может быть принято положение дел до принятия решения, один из вариантов принятия решения или состояние дел на рынке, у конкурента. Неправильный выбор базы сравнения также может привести к искажению оценок.

3. Принцип приведения затрат и результатов в сопоставимый вид. Сравниваемые показатели должны быть сопоставимы. Например, следует приводить их в сопоставимый вид по объему, качеству, периоду времени и другим параметрам.

4. Принцип приведения разновременных затрат и результатов к одному моменту времени. Соблюдение данного принципа — одно из важнейших положений «Теории оценки эффективности». Методы приведения разновременных затрат к одному моменту времени достаточно хорошо разработаны в экономике. Конкретный расчет показателей эффективности будет в значительной степени зависеть от вида операции на внешнем рынке, ее целей, условий и других особенностей конкретной сделки. Рассмотрим общие положения и примеры расчета показателей эффективности применительно к различным видам операций на внешнем рынке.

10.2 Экономическая эффективность экспорта

Система критериев оценки эффективности экспорта включает:

1. Динамику изменений объема экспорта:

- изменение объема экспорта в целом, в том числе по подразделениям и товарным группам в абсолютном выражении;
- изменение объема экспорта, выраженное в процентах.

2. Конкурентоспособность экспортного товара:

- динамику доли мирового (европейского и др.) рынка;
- предпочтение покупателями торговой марки фирмы.

3. Инновационность экспортного товара:

- объем экспорта новых товаров;
- долю новых товаров в экспорте, появившихся на рынке за последние пять лет;
- долю снижения затрат, полученного за счет использования новых технологий.

4. Прибыльность экспорта:

- долю прибыли в общем объеме экспорта;
- долю прибыли в экспорте отдельных товарных групп;
- прибыльность внешних инвестиций и т. д.

На практике самым простым способом оценки эффективности внешнеэкономической деятельности является расчет различных показателей на основе соизмерения достигаемых экономических результатов с затратами ресурсов на их достижение.

При экспорте товаров издержки предприятия (*экспортные затраты*) включают:

- себестоимость экспортируемого товара – затраты на производство экспортного товара предприятием;
- транспортно-экспедиторские расходы – расходы на транспортировку товаров, которые несет предприятие-экспортер;

— *прочие расходы* — заключение сделки, страхование товара, платежно-расчетные операции, таможенные пошлины и сборы при перевозке товара через таможенную границу и др.

Экспортный доход — это валютная выручка-нетто, поступившая на расчетный счет организации в рублевом эквиваленте.

В качестве основных количественных показателей оценки результативности экспорта, следует использовать следующие.

1. Показатель экономического эффекта от экспорта товаров, продукции, работ или услуг (ЭЭ_{экс}) определяется по формуле (10.1)

$$\mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{экс}} = O_{\text{вф}} + B_p - Z_{\text{экс}}, \quad (10.1)$$

где $O_{\text{вф}}$ — рублевый эквивалент отчислений в валютный фонд организации, рассчитываемый путём пересчета валютной выручки в рубли по курсу на дату поступления валюты, руб.; B_p — рублевая выручка от обязательной продажи части валюты государству, руб.; $Z_{\text{экс}}$ — полные затраты организации на экспорт, руб.

По экономическому содержанию показатель эффекта соответствует понятию прибыли.

2. Показатель экономической эффективности экспорта (Э_{экс}) определяется по формуле (10.2)

$$\mathcal{E}_{\text{экс}} = \frac{O_{\text{вф}} + B_p}{Z_{\text{экс}}} \quad (10.2)$$

Экономический смысл показателя эффективности состоит в том, что он показывает, какое количество выгоды, результата имеется на каждый рубль затрат. **Необходимым условием эффективности экспорта является то, чтобы этот показатель был больше единицы.** В этом случае предприятие должно искать возможности наращивания экспорта товаров (работ, услуг).

Для принятия более обоснованного решения по экспорту продукции показатель эффективности экспорта $\mathcal{E}_{\text{экс}}$ сравнивается с показателем эффективности производства и реализации продукции на внутреннем рынке $\mathcal{E}_{\text{вн}}$ (формула 10.3)

$$\mathcal{E}_{\text{вн}} = \frac{O_{\text{экс}}}{Z_{\text{экс}} + Z_{\text{вн}}}, \quad (10.3)$$

где $\mathcal{E}_{\text{вн}}$ — показатель эффективности производства и реализации продукции на внутреннем рынке; $O_{\text{экс}}$ — объем экспорта во внутренних ценах, руб.; $Z_{\text{вн}}$ — затраты на реализацию экспортной продукции внутри страны, руб.

Необходимым условием эффективности экспорта является выполнение соотношения:

$$\mathcal{E}_{\text{экс}} > \mathcal{E}_{\text{вн}} > 1.$$

Однако следует учитывать, что экспорт может быть целесообразным даже в том случае, когда эффективность реализации продукции на внутреннем рынке выше. Это может быть вызвано необходимостью получения иностранной валюты, а также недостаточной емкостью внутреннего рынка или существующим механизмом ценообразования.

10.3 Экономическая эффективность импорта

Экономическая эффективность импорта рассчитывается по-разному в зависимости от целей осуществления импорта: для собственного потребления товаров производственного назначения (сырья, материалов, оборудования, транспорта) или для реализации на внутреннем рынке с целью получения прибыли.

Экономический эффект импорта для внутреннего потребления (использования) импортируемой продукции, то есть самим покупателем, может быть рассчитан следующим образом (формула 10.4):

$$\mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{имп}} = Z_{\text{отеч}} - \mathcal{C}_{\text{имп}}, \quad (10.4)$$

где $\mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{имп}}$ – показатель экономического эффекта от импорта продукции для собственного использования, руб.; $Z_{\text{отеч}}$ – полные затраты на приобретение (изготовление) и пользование продукцией, альтернативной импортной, руб.;

$\mathcal{C}_{\text{имп}}$ – цена потребления импортного товара (продукции), то есть все затраты за весь период службы импортного товара, продукции, руб.

Экономический смысл показателя экономического эффекта $\mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{имп}}$ в том, что он показывает, какую прибыль будет иметь импортер, если приобретет импортную продукцию вместо приобретения (изготовления) продукции, альтернативной импортной.

Если $Z_{\text{имп}} > \mathcal{C}_{\text{имп}}$, то абсолютное значение этого показателя говорит о той прибыли, которую может иметь потенциальный импортер, если он вместо импортной продукции приобретет (изготовит) продукцию, альтернативную импортной; или, что то же самое, абсолютное значение этого показателя говорит о размере убытка, который будет иметь импортер, если он все же приобретет импортную продукцию вместо приобретения (изготовления) продукции, аналогичной импортной.

Показатель экономической эффективности импорта продукции для собственного использования рассчитывается следующим образом (формула 10.5):

$$\mathcal{E}_{\text{имп}} = \frac{Z_{\text{отеч}}}{\mathcal{C}_{\text{имп}}}. \quad (10.5)$$

Необходимым условием эффективного импорта в этом случае является $\mathcal{E}_{имп} > 1$.

Экономический смысл данного показателя в том, что он показывает, во сколько раз импортная продукция (товар) эффективнее продукции, альтернативной импортной.

Экономическая эффективность импорта с целью продажи импортируемого товара на внутреннем рынке может быть рассчитана следующим образом (формула 10.6).

$$\mathcal{E}\mathcal{E}_{имп} = \mathcal{Ц}_р_{имп} - \mathcal{Ц}_п_{имп} - P_p, \quad (10.6)$$

где $\mathcal{E}\mathcal{E}_{имп}$ – показатель экономического эффекта импорта, руб.; $\mathcal{Ц}_р_{имп}$ – цена реализации импортных товаров на внутреннем рынке, руб.; $\mathcal{Ц}_п_{имп}$ – цена покупки (приобретения) импортных товаров, включающая все расходы, связанные с их приобретением (цена контракта, пошлины, транспорт, страховка, оплата услуг посредников и другие), руб.; P_p – расходы, связанные с реализацией импортных товаров на внутреннем рынке (реклама, маркетинг, транспорт, хранение и другие), руб.

Экономический смысл показателя эффекта от импорта товаров $\mathcal{E}\mathcal{E}_{имп}$ в том, что он показывает, какую прибыль будет иметь импортер от закупки и реализации на внутреннем рынке импортных товаров.

Показатель экономической эффективности импорта товаров для перепродажи на внутреннем рынке рассчитывается по формуле (10.7)

$$\mathcal{E}_{имп} = \frac{\mathcal{E}\mathcal{E}_{имп}}{\mathcal{Ц}_п_{имп}} + P_p. \quad (10.7)$$

Экономический смысл показателя эффективности импорта $\mathcal{E}_{имп}$ в том, что он показывает, сколько рублей выручки получает импортер на каждый рубль затрат, связанных с импортом.

Необходимым условием эффективного импорта является соотношение: $\mathcal{E}_{имп} > 1$.

10.4 Экономическая эффективность экспортно-импортных операций

Если предприятие занимается экспортом и импортом одновременно, то для оценки его работы на внешнем рынке за определенный период могут быть рассчитаны интегральные показатели эффективности внешнеторговой деятельности.

Показатель интегрального экономического эффекта от экспортно-импортной деятельности $\mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{екс-имп}}$ может быть рассчитан следующим образом (формула 10.8)

$$\mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{екс-имп}} = \mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{екс}} + \mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{имп}}, \quad (10.8)$$

где $\mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{екс}}$ – суммарный экономический эффект от всех экспортных сделок, совершенных за соответствующий период времени, руб.; $\mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{имп}}$ – суммарный экономический эффект от всех экспортных сделок, совершенных за соответствующий период времени, руб.

Экономический смысл показателя интегрального экономического эффекта $\mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{екс-имп}}$ в том, что он показывает прибыль, которую имел участник внешнеэкономической деятельности за соответствующий период времени по всей совокупности экспортно-импортных операций.

Интегральный показатель эффективности экспортно-импортной деятельности ($\mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{екс-имп}}$) предприятия за соответствующий период времени рассчитывается по формуле (10.9).

$$\mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{екс-имп}} = \frac{\mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{екс-имп}}}{Z_{\text{екс}} + Z_{\text{имп}}}. \quad (10.9)$$

Экономический смысл интегрального показателя эффективности экспортно-импортной деятельности $\mathcal{E}\mathcal{E}_{\text{екс-имп}}$ в том, что он показывает, сколько рублей прибыли имеет предприятие на каждый рубль затрат, связанных с экспортно-импортными операциями, или какова рентабельность (в процентах) экспортно-импортных операций в целом.

На основе анализа всех показателей в дальнейшем определяют и разрабатывают конкретные мероприятия повышения эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия. Перечень таких мероприятий включает:

- определение новых высокодоходных рынков сбыта товаров (работ, услуг);
- совершенствование номенклатуры экспортируемой (импортируемой) продукции, увеличение во внешнеэкономическом обороте предприятия доли товаров, приносящих более высокий доход;
- снижение затрат на проведение экспортно-импортных операций, в том числе за счёт выбора оптимальных методов торговли и наиболее рациональных транспортных маршрутов, сокращения расходов на хранение и перевалку грузов.

Приложение А

СТРУКТУРА КОДА ТН ВЭД ЕАЭС

Товарная номенклатура ЕАЭС									
Комбинированная номенклатура ЕС									
Гармонизированная система									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Группа									97
Товарная позиция									более 1200
Субпозиция									более 5000
Подсубпозиции различных уровней									
									более 9000

Например:

РАЗДЕЛ II Продукты растительного происхождения

09 Кофе, чай, мате или паргвайский чай, пряности

0901 Кофе, жареный или нежареный, с кофеином или без кофеина; кофейная шелуха и оболочки зерен кофе; содержащие кофе в любой пропорции

0901 11 кофе нежареный

0901 11 000 с кофеином

0901 11 000 1 арабика



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Нормативные документы

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь : с комм. и доп. по состоянию на 1 января 2018 г. – Официальное издание. – Минск : НЦПИ Беларуси, 2003. – 301 с.
2. О государственном регулировании внешнеторговой деятельности : Закон Республики Беларусь от 25 ноября 2004 года № 347-З // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 15 декабря 2004 г., № 193, 2/1096.
3. Об экспортном контроле : Закон Республики Беларусь от 11 мая 2016 года № 363-З // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь от 17 мая 2016 года, 2/2361.
4. О валютном регулировании и валютном контроле : Закон Республики Беларусь от 22 июля 2003 года, № 226-З : в ред. Закона Республики Беларусь от 05.01.2016 № 355-З г. // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь от 14.01.2016, 2/2353.
5. О некоторых вопросах порядка перемещения отдельных видов товаров через таможенную границу Республики Беларусь: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26 февраля 2009 г. № 1397 // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2009 г., № 66, 5/29385.
6. Решение Межгосударственного Совета ЕврАзЭС от 27 ноября 2009 г. № 18 «О едином таможенно-тарифном регулировании таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации».
7. Решение Межгосударственного совета ЕврАзЭС от 27 ноября 2009 г. № 19 «О едином нетарифном регулировании Таможенного союза Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации» (в ред. решений Высшего Евразийского экономического совета от 19 декабря 2011 г. № 17 и от 19 декабря 2012 г. № 24).

Основная и дополнительная литература

1. Александрович, А. В. Управление внешнеэкономической деятельностью Республики Беларусь : практик. пособие / А. В. Александрович. – Минск : Амалфея, 2005. – 416 с.
2. Бутеня, В. Е. Беларусь в системе мирохозяйственных связей : учеб. пособие для студентов / В. Е. Бутеня. – Минск : БГУ, 2003. – 94 с.
3. Величковская, Л. В. Международная торговля: организация и техника : учебное пособие / Л. В. Величковская, А. И. Войтovich. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2003. – 125 с.
4. Войтovich, А. И. Международная торговля : курс лекций / А. И. Войтovich. – 2-е изд., испр. и доп. – Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2008. – 184 с.

5. Геврасёва, А. П. Экономика и управление внешнеэкономической деятельностью : практ. рук-во / А. П. Геврасёва. – М-во образования РБ, Гомельский гос. ун-т им. Ф. Скорины. – Гомель : ГГУ им. Ф. Скорины, 2013. – 48 с.
6. Геврасёва, А. П. Нетарифные методы регулирования и их влияние на развитие взаимной торговли в условиях Евразийского экономического союза // труды Белорусского государственного технологического университета. Серия экономика и управление : научный журнал. – 2016. – № 7. – С. 44–48
7. Герасимова, О. О. Международная торговля : курс лекций / О. О. Герасимова. – Витебск : УО «ВГТУ», 2019. – 94 с.
8. Жудро, М. К. Внешнеэкономическая деятельность. Практикум : учеб. пособие / М. К. Жудро. – Минск : изд-во Гревцова, 2010. – 164 с.
9. Кизима, С. А. Внешняя политика Республики Беларусь : курс лекций / С. А. Кизима. – Минск : Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2008. – 168 с.
10. Кокушкина, И. В. Международная торговля и мировые рынки : учебное пособие / И. В. Кокушкина. – СПб.: Техническая книга, 2007. – 592 с.
11. Колесников, А. А. Внешнеэкономическая деятельность : учебное пособие / А. А. Колесников. – Минск : РИПО, 2012. – 283 с.
12. Кузнецова, Г. В. Международная торговля товарами и услугами : учебник / Г. В. Кузнецова, Г. В. Подбиралина. – Люберцы: Юрайт, 2016. – 433 с.
13. Лизакова, Л. А. Внешнеэкономическая деятельность : курс лекций / Л. А. Лизакова. – Гомель : ГГТУ им. О. П. Сухого, 2009. – 144 с.
14. Руднева, А. О. Международная торговля : учебное пособие / А. О. Руднева. – Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 234 с.
15. Сухинина, В. В. Внешнеэкономическая деятельность промышленного предприятия : учеб. пособие / В. В. Сухинина, В. Д. Чичкина. – Самара : СГУ, 2011. – 189 с.
16. Тарелко, Н. А. Международные экономические отношения : ответы на экзаменац. вопр. / Н. А. Тарелко, Л. М. Короткевич. – 3-е изд. – Минск : ТетраСистемс, 2012. – 112 с.
17. Толочко, О. Н. Внешнеэкономические сделки : учеб. пособие / О. Н. Толочко. – Гродно : ГрГУ, 2002. – 126 с.
18. Трухачев, В. Международная торговля : учебное пособие / В. Трухачев. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 416 с.
19. Турбан, Г. В. Экономика и управление внешнеэкономической деятельностью : учебное пособие / Г. В. Турбан. Минск : БГЭУ, 2007. – 319 с.
20. Юрик, В. В. Управление ВЭД : курс лекций и материалов для самостоятельного изучения / В. В. Юрик. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2005. – 292 с.
21. Шелег, Н. С. Международная торговля : учеб. пособие / Н. С. Шелег, Ю.И. Енин. – Минск : Вышэйшая школа, 2014. – 511 с.

Учебное издание

Герасимова Ольга Олеговна

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Курс лекций

Редактор *T.A. Осипова*

Корректор *A.B. Пухальская*

Компьютерная верстка *O.O. Герасимова*

Подписано к печати 10.12.2019. Формат 60x90 1/16. Усл. печ. листов 7,0.
Уч.-изд. листов 8,9. Тираж 40 экз. Заказ № 363.

Учреждение образования «Витебский государственный технологический университет»
210038, Витебск, Московский пр-т, 72.

Отпечатано на ризографе учреждения образования

«Витебский государственный технологический университет».

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 1/172 от 12 февраля 2014 г.

Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,
распространителя печатных изданий № 3/1497 от 30 мая 2017 г