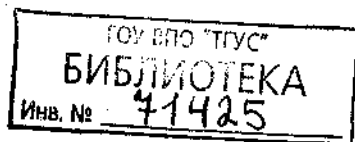


И.И. Кретов
К.В. Садченко

ВНЕШНЕТОРГОВОЕ ДЕЛО

Учебное пособие

Допущено Учебно-методическим объединением по образованию в области маркетинга в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности 080111(061500) — Маркетинг



Москва
2006

УДК 339.5(07)

ББК 65.428я7

К80

Об авторах

Игорь Иванович Кретов, профессор кафедры менеджмента и маркетинга Всероссийской Академии Внешней Торговли; работает в системе Внешней Торговли с 1960 г. Автор и соавтор нескольких монографий и учебников по внешнеторговой проблематике и маркетингу. Имеет более 70 научных и научно-практических публикаций. Является одним из основателей российской школы маркетинга. Заслуженный экономист РФ, член президиума учебно-методического объединения РГТЭУ.

Кирилл Вадимович Садченко работает в корпорации Nortel Networks, является автором опубликованных в России и зарубежом научных статей по теории эволюционной экономики, экономифизики. Автор сотрудничает с Центром Эволюционной экономики Института Экономики РАН и зарубежными научными организациями, проводящими исследования в областях эволюционной экономики, экономифизики, динамики нелинейных процессов.

Кретов, Игорь Иванович.

Внешнеторговое дело: учеб. пособие / И.И. Кретов, К.В. Садченко; Акад. внеш. торговли. — М.: Дело и Сервис, 2006. — 400 с.

ISBN 5-8018-0280-0

В книге подробно рассматриваются вопросы, связанные с подготовкой и проведением внешнеторговых операций, сделок, осуществлением валютно-финансовых операций по внешнеторговым контрактам. Приводятся практические примеры внешнеторговых контрактов; торговые термины «Инкотермс».

Пособие предназначено для руководителей, экономистов, деловых людей, сотрудников предприятий, компаний, юристов, связанных с внешне-торговой деятельностью, студентов экономических вузов, курсов по внешнеэкономической деятельности, а также для всех читателей, которые желают познать основы и историю внешнеторгового дела.

УДК 339.5(07)

ББК 65.428я7

К80

Полное или частичное воспроизведение или размножение каким-либо способом материалов, опубликованных в настоящем издании, допускается только с письменного разрешения издательства «Дело и Сервис».

ISBN 5-8018-0280-0

©Издательство «Дело и Сервис», 2006

ОТ АВТОРОВ

Книга «Внешнеторговое дело» охватывает широкий круг вопросов, связанных с подготовкой и проведением внешнеторговых операций, сделок, осуществлением валютно-финансовых операций по внешнеторговым контрактам. Основная цель книги — предоставить основанные на реальном опыте практические знания для осуществления внешнеторговой деятельности. В книге представлены знания, необходимые для ведения современной внешнеторговой деятельности, а также краткие исторические очерки по внешнеторговому делу, основанные на общепризнанных исторических научных работах, собственных исследованиях авторов на основе археологических находок, памятников и исторических документов, представленных в известных музеях, библиотеках и университетах мира.

Изложенная авторами история становления и развития внешнеторгового дела со времен древних цивилизаций позволила обобщить многочисленные и разобщенные исторические научные работы, исторические документы-первоисточники. Взгляд в прошлое помогает понять истоки преемственности во внешнеторговом деле и связь времен, дает возможность использовать знания предыдущих мировых цивилизаций, позволяет избежать исторических ошибок прошлого и найти наиболее верные пути развития внешнеэкономической деятельности. Изучение истории внешнеторгового дела, осмысление исторического опыта, духовного наследия предыдущих цивилизаций позволяет понять законы развития внешнеторгового дела, человеческого общества и выбрать наиболее истинные пути эволюции современной цивилизации.

Внешнеторговое дело — понятие, имеющее глубокие исторические корни. На Руси слово «дело» использовалось издавна в значении «работа», «труд», слова, обозначающего сущность предмета (кузнечное, литейное дело, коммерческое дело и т.д.) и имеющего ряд других значений, а также производных таких, как слово «деловой», «дельный» (см. «Толковый словарь живого великорусского языка» В.И. Даля). В название книги «Внешнеторговое дело» и заложена, в частности, идея древнерусских истоков российского внешнеторгового дела и преемственности во внешнеторговой деятельности.

Авторы не стремились «объять необъятное», охватить все стороны внешнеторгового дела, все многообразие мира внешней торговли. Поставленная и достигнутая цель книги — изложение основ внешнеторгового дела, обраще-

ние к истинно светлым человеческим истокам внешнеэкономического дела, основанным на взаимовыгодном сотрудничестве, на честности, доверии и человеческом интеллекте, позволившими донести до наших времен знания предыдущих поколений, цивилизаций и прийти к современному внешнеэкономическому делу в планетарном масштабе.

Данная книга является продолжением многолетней совместной авторской работы по систематизации знаний во внешнеэкономическом деле и представлению практических знаний для успешного ведения современной внешнеэкономической деятельности. Многие вопросы внешнеэкономического дела, и, в особенности, логистика, включая основы транспортно-экспедиторского обеспечения, всесторонне изложены в ранее изданной книге авторов «Логистика во внешнеэкономической деятельности» [37].

Данная книга может представлять интерес для экономистов, деловых людей, руководителей, сотрудников предприятий, компаний, юристов, связанных с внешнеэкономической деятельностью, студентов экономических вузов, слушателей вузов по курсам внешнеэкономической деятельности, а также для всех читателей, которые желают познать основы и историю внешнеэкономического дела.

Хотелось бы выразить искреннюю благодарность авторскому коллективу преподавателей Всероссийской академии внешней торговли (ВАВТ) за создание целой серии книг, учебно-методических пособий по внешнеэкономическому делу, некоторые материалы из которых использовались в данной книге.

Хотелось бы также выразить глубокую признательность Садченко Вадиму Кирилловичу, имеющему более чем 40-летний опыт работы во внешнеэкономической деятельности, за ценные замечания и советы.

ГЛАВА 1

КРАТКАЯ ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Эволюция цивилизаций, экономическая эволюция являются частью общего эволюционного процесса окружающей действительности. Каждая цивилизация стоит перед выбором двух основных альтернативных исторических траекторий: траектории расцвета с последующим развитием или упадка с завершением своего жизненного цикла. Выбор этих путей развития зависит от вектора эволюции, задаваемого цивилизацией, от того, учитывает или игнорирует цивилизация объективные законы эволюции. Каждая предшествующая цивилизация ставила свои задачи развития, но, в конечном итоге, сводила задачу эволюции к борьбе за свое существование, за перераспределение земных природных естественных ресурсов и ресурсов, созданных самой же цивилизацией. Дальнейшая эволюция человечества, решение современных проблем планетарного масштаба невозможны без перехода от борьбы за ресурсы, неограниченного потребления и узконаправленного технократического развития к управляемой социально ориентированной экономике, основанной на эволюционных универсальных законах, на более высоких духовных общечеловеческих задачах эволюции, на научном познании окружающей действительности. Проведение фундаментальных и прикладных научных исследований, создание и развитие новых технологий, инноваций, относительно открытых эволюционирующих систем в своей жизнедеятельности, к которой относится и внешнеторговое дело, яв-

иероглифические надписи на саркофагах, в древних египетских храмах при археологических раскопках свидетельствуют о широком распространении морской торговли в Древнем Египте. Египтяне были первыми мореплавателями, открывшими для торговли морской путь вдоль берегов Африки, в страну Пунт на восточном африканском побережье (в районе современного Сомали). Одно из первых дальних плаваний было осуществлено египтянами предположительно при фараоне Сахуре в XXVI в. до н.э. Иероглифические надписи, обнаруженные при археологических раскопках в долине Хаммамат (Египет) свидетельствуют о том историческом факте, что египетские суда около 2300 г. до н.э. [76] плавали в страну Пунт. Египтяне осуществляли дальние плавания также предположительно в XV—XIV вв до н.э., что подтверждается, например, обнаруженными при раскопках изображением египетского судна и надписями на древнеегипетских иероглифах (рис. 1.4, 1.5) на стене древнейшего храма Дейр эль-Бахри (Deir el Bahri) (рис. 1.7). Эта морская торговая экспедиция была направлена около 1470 г. до н.э. [76] в страну Пунт царицей Хатшепсут (Hatshepsut), принадлежавшей 18-й династии фараонов и единственной в истории женщиной-фараоном, правившей Египтом. Развивая тор-



Рис. 1.1. Изображение египетского судна на древнем египетском сосуде (около 4000 — 3100 г. до н.э.) (источник: www.digitalegypt.ucl.ac.uk)

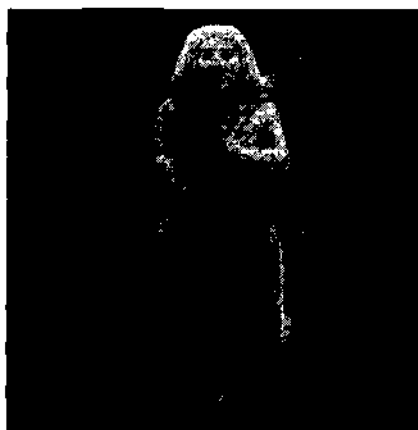


Рис. 1.2. Древнеегипетская скульптура кораблестроителя по имени Анкхва (Ankhwa), около 2686 — 2613 г. до н.э. (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)

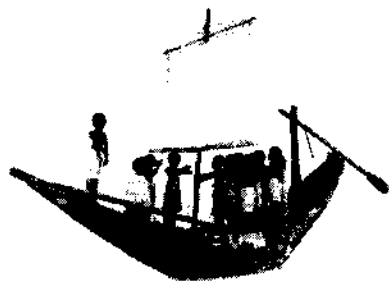


Рис. 1.3. Древний макет египетского судна из захоронения (около 2500 г. до н.э.) (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)

говлю с другими странами и обогащая Египет, царица Хатшепсут заботилась также о человеческом духовном начале, ведя грандиозное строительство храмов, один из которых, сохранившийся до наших времен, поражает воображение своей уникальностью, масштабностью и тем, насколько были развиты искусство, архитектурная мысль, математические знания (рис. 1.10, 1.11) и строительные технологии

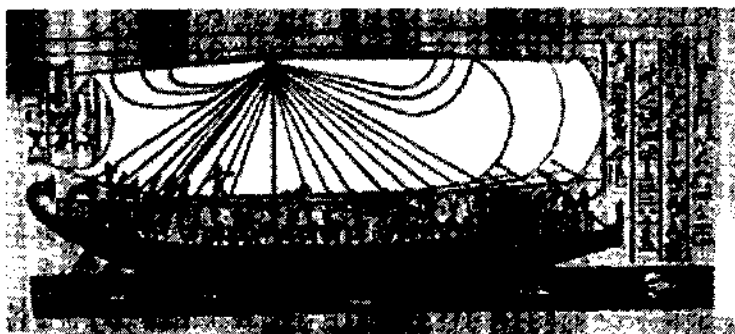


Рис. 1.4. Египетское судно, изображенное на стене древнего храма Дейр эль-Бахри, Египет (предположительно около 1473 — 1458 г. до н.э.) (источник: Canadian Museum of Civilization Corporation, www.civilization.ca)



Рис. 1.5. Египетское судно, папирус, копия изображения (см. рис. 1.4) (источник: Canadian Museum of Civilization Corporation, www.civilization.ca)

в Древнем Египте (рис. 1.7). По морскому пути вдоль африканского побережья, в установлении которого большую роль сыграла царица Хатшепсут, доставлялись в Древний Египет золото, черное дерево, ароматические смолы, слоновая кость, шкуры жирафов, леопардов и других африканских животных, страусовые перья для вееров, бабуины и иные живые дикие животные. В свою очередь, из Египта вывозились предметы художественного ремесла и искусства, создаваемые египетскими ремесленниками (рис. 1.8), драгоценные украшения, ткани из льна, папирус, зерно, хлеб (рис. 1.9), пиво, фрукты и другие товары.



Рис. 1.6. Изображение на папирусе
(источник: Canadian Museum of
Civilization Corporation,
www.civilization.ca)



Рис. 1.7. Древний храм Дейр эль-Бахри (Deir el Bahri), Египет
(источник: <http://www.touregypt.net/bahari.htm>)



Рис. 1.8. Ремесленная мастерская в Древнем Египте (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)

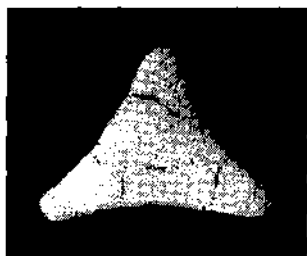


Рис. 1.9. Буханка хлеба, Египет, около 1500 г. до н.э. (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)



Рис. 1.10. Древнеегипетский папирус с математическими вычислениями (*the Rhind Mathematical Papyrus*, папирус Райнда, названный по имени своего первого владельца), Египет, около 1550 г. до н.э. (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk).

Месопотамская цивилизация была также одной из древнейших земных цивилизаций и существовавшей в Месопотамии, на территории Юго-Западной Азии, в Двуречье, между реками Тигр и Ефрат. Название «Месопотамия» имеет греческое происхождение и означает «между реками». Месопотамская цивилизация начала развиваться в IV и III тыс. до н. э. одновременно с Древним Египтом, и в I—II тыс. до н. э. представляла собой небольшие государства-города в южной Месопотамии (Юг современного Ирака): города Киш, Ларса, Лагаш, Ниппур, Сиппар, Эрида, Ур, Урук. Северная (Верхняя) Месопотамия включала в себя Ассирию. Историки и археологи относят Шумерскую ци-

визилизацию к периоду около 3000—2000 гг. до н.э., исходя из многочисленных археологических находок и клинописной письменности, созданной шумерийцами (шумерами) (источник: the British Museum, London,

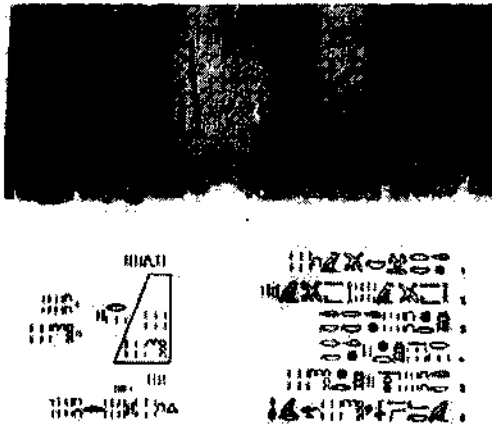


Рис. 1.11. Древнеегипетский папирус с математическими вычислениями (*the Moscow Papyrus, так называемый Московский папирус*), Египет, около 1850 г. до н.э., Государственный музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина, Москва (источник: www.bath.ac.uk/~ma2ajj/page2.html).

Комментарий : Эти математические папирусы являются важнейшим и основным источником информации о древнеегипетских математических знаниях: делении четного числа 2 на нечетные числа n от 3 до 101 в виде дробей ($2/n$); делении чисел от 1 до 9 на 10; математических задачах с четырьмя математическими операциями (сложением, вычитанием, умножением, делением); прогрессии; решении уравнений; расчете объема; использовании числа π (3.142...) и т.д.

www.british-museum.ac.uk), хотя свидетельства о существовании человеческой культуры в Месопотамии относят к более раннему историческому периоду, 5000—4500 гг. до н.э. Клинописный текст, представляющий собой, документ, отчет-исследование об 11-ти поместиях (земельных угодиях), написан на шумерском языке (рис. 1.12). На древней стеле указаны сведения об урожае на ячменных полях с упоминанием их размеров. Этот кли-

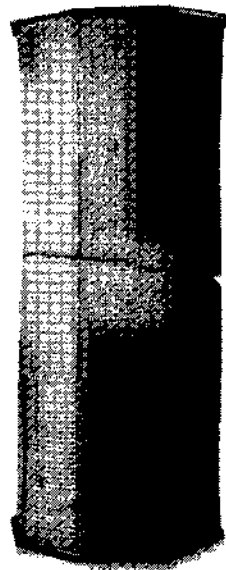


Рис. 1.12. Клинописный текст на шумерском языке на каменной стеле, Ур, Южная Месопотамия, 2046—2038 г. до н.э. (источник: [the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk](http://www.british-museum.ac.uk))



Рис. 1.13. Древнейшая таблица умножения (5 × 60; 10 × 60; 20 × 60; 3 × 60 × 60=10'800 и тд.), Шумерская цивилизация, Южная Месопотамия, около 2700 г. до н.э. (источник: The National Library of Norway, the Schoyen Collection, www.nb.no/baser/schoyen)

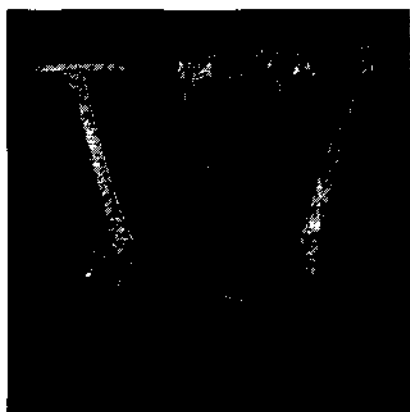


Рис. 1.14. Серебряная арфа, Ур, Южная Месопотамия, около 2600—2400 гг. до н.э. (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)

нописный текст относят к периоду царя Амар-Суэна (2046—2038 гг. до н.э.), третьего правителя в период объединения городов Месопотамии со столицей в городе Ур и следующего после царя Шулги (Shulgi, 2094—2047 гг. до н.э.), создавшего один из первых правовых документов в истории цивилизаций — древний свод законов Шулги, содержащий уголовное право, кодекс семьи, наследственное право, трудовое право, земельные и торговые тарифы. Древний свод законов (правовой кодекс) Шулги дошел до наших времен в виде отрывков текста на фрагментах стеллы (источник: The National

Library of Norway, the Schoyen Collection, www.nb.no/baser/schoyen). Свод законов Шулги был создан приблизительно за 300 лет до появления свода законов Хаммураби (the Code of Hammurabi, около 1792—1750).

В параграфе 7.1 («Краткая история страхования») приведены отрывки текста из свода законов царя Хаммураби, во времена правления

которого Вавилон стал крупнейшим культурным и торговым центром, подчинившим Месопотамию в период около XIX по VI столетие до н. э. Подобное объединение городов Месопотамии под правлением Вавилона, его правителя-царя Хаммураби способствовало значительному развитию внешнеторговых связей между Месопотамией и другими странами.

Шумерийцы так же, как и древние египтяне, обладали достаточно развитыми математическими (рис. 1.13), инженерными (ирригационные сооружения, каналы для орошения полей, изобретенное колесо и т.д.), астрономическими, географическими знаниями. Шумерийцы создали такие музыкальные инструменты как флейта, свирель, арфа (рис. 1.14), что говорит о высоком уровне музыкального искусства в древней Шумерской

цивилизации. Внутренняя торговля и внешнеэкономическое дело были также развиты шумерийцами. Этот факт подтверждают дошедшие из глубин веков древнейшие договоры, заключенные во времена Шумерской цивилизации, Вавилона, некоторые из которых приведены в параграфе 3.3. Исходя из многочисленных археологических находок (например, рис. 1.15, 1.16) следует, что для древней шумерской металлургии, производства денег, различных предметов быта, искусства, оружия в Месопотамию ввозились золото, серебро, медь из Ирана, Ассирии и Индии. В обмен на ввозимые товары шумеры продавали, вывозили предметы искусства, быта, текстильные изделия, шерсть, зерно, финики. Для перевозки товаров в пределах Месопотамии и при торговле с другими странами широко использовались перевозки по рекам Тигр и Ефрат, а также по суше караванными путями вьюком и с помощью колесниц, повозок. Месопотамия также вела торговлю с Египтом



Рис. 1.15. Золотая чаша, Ур, Южная Месопотамия, около 2600 — 2400 гг. до н.э. источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk



Рис. 1.16. Чаша из сплава золота и серебра, Ур, Южная Месопотамия, около 2600—2400 гг. до н.э.(источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)

через торговых посредников — хеттов, которые образовали самостоятельное Хеттское государство около XV в. до н.э. [21; 39; 87]. В параграфе 7.1 приводится часть текста из свода Хеттских законов (the Code of the Nesilim (Hittites), около 1650—1500 гг. до н.э.).

Имеется множество археологических находок, древних летописей, свидетельствующих о том, что Месопотамия, Вавилон вели торговлю с Индией, со странами Средиземноморья (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk). Предполагается, что Шумер, Вавилон установили культурные и внешнеторговые связи с Хараппской цивилизацией, возникшей в середине III тыс. до н.э. [57] в долине Инда (территория современных Индии и Пакистана). Существование торговых связей между этими древнейшими цивилизациями доказывает в том числе археологическая находка в виде популярной и распространенной в Древнем мире царской (королевской) игры, созданной шумерийцами (рис. 1.17).

Все эти предметы обихода, которыми пользовались люди за тысячелетия до н.э., средства передвижения, в основном, водными путями — есть неоспоримое доказательство наличия достаточно развитых древних цивилизаций и естественной основы для обмена того, что каждая из них имела в избытке, на то, в чем она испытывала недостаток. Эти факты свидетельствуют о том, что внешняя торговля, внешне-торговое дело имеют глубокие исторические корни.

Древняя Египетская, Месопотамская, Индийская, Китайская и другие цивилизации Древнего мира оказали огромное влияние на эволюцию общепланетарной человеческой цивилизации, на развитие культурных, экономических связей между странами мира, внешне-торгового дела, однако, большинство историков, археологов

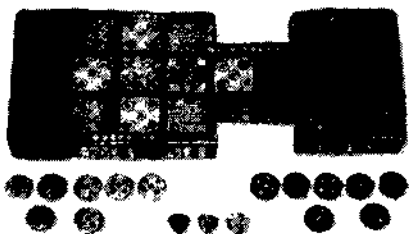


Рис. 1.17. Царская игра, популярная в древних цивилизациях, Ур, Южная Месопотамия, около 2600—2400 гг. до н.э. (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)

пришли к мнению о том, что первые значимые торговые пути, запечатленные в мировой истории, появились благодаря финикийцам, жителям Финикии, древнейшей страны на восточном побережье Средиземного моря. Финикийцы преобладали в морской торговле в течение многих веков. Финикийцы вели активную сухопутную и мор-

скую торговлю, в том числе с Египтом, Вавилонией, Грецией. Еще в III тыс. до н. э. финикийские товары вывозились в Египет [41]. Финикийцы достигли Атлантического океана, африканского побережья предположительно в XII — XI вв. до н.э. Исторические летописи говорят о том, что финикийцы торговали стеклом, технология изготовления которого приписывается им же самим, а также тканями, медью, железом, судостроительным материалом (кедром, кипарисом), предметами художественного ремесла и т.д.. Финикийцы создали алфавит, впоследствии развитый греками и римлянами. В VI веке до н.э. Финикия была завоевана персами, а в 332 г. до н.э. Александром Македонским [57].

Греки, граждане Древней Греции (Эллады), были также в числе первых мореплавателей, начавших вести регулярную внешнюю торговлю. Древние греки и римляне использовали свои торговые пути в Средиземном море. Выгодное географическое положение Греции в значительной степени способствовало развитию морской торговли Греции с другими странами Средиземноморья. Греция вывозила вино, оливковое масло, фрукты, миндаль, лен, овечью шерсть, соленую рыбу, соль, серу, драгоценные камни, металлы, оружие, медные изделия, предметы искусства, художественного ремесла. Товарами ввоза в Грецию были янтарь, олово, папирус, предметы роскоши (например, из Египта), судостроительный лес, зерно [University of Pennsylvania, Museum of Archaeology and Anthropology, www.museum.upenn.edu/Greek_World].

«С вытеснением финикийцев из греческих вод поле деятельности греческих купцов сильно расширилось. Рынки Архипелага, Черного и Ионийского морей стали принадлежать исключительно им. Вместе с этим быстро стали расти и обогащаться их главные торговые города: Милет, Эфес, Фокея, Коринф, Мегара и др. Подвижность греков способствовала интенсивной колонизации берегов Фракии, Пропонтиды (Мраморное море), Черного моря, Южной Италии, Сицилии и далее, вплоть до восточного берега Испании и Ливии...». «Торговля, которую греки вели с таким умением, приносила их крупным приморским городам большие богатства. Очень характерно для греков то обстоятельство, что, разбогатев, они тратили свои богатства на развитие наук и искусств. Уже в 590 г. до н.э. Эфес, Фокея и Самос начали постройку грандиозных храмов. К этому же времени относится начало ваения из мрамора. Тогда же Фалес Милетский сделал замечательные открытия в области математики и астрономии и выступил, как первый философ, с

рассуждением о начале вещей. Наконец, поэмы Сапфо и басни Эзопа, сохранившиеся до наших дней, относятся к той же эпохе...» [29].

Древние греки в значительной степени повлияли и на развитие международного торгового права. Родосский Морской закон (The Rhodian laws), представлявший собой устав торгового мореплавания, был отчасти заимствован из греческого права. «Время составления Морского закона может быть определено только приблизительно. Он, вероятно всего, был составлен частными лицами между 600 и 800 годами». «Несмотря на возвращение государей Македонской династии к нормам Юстинианова права, Морской закон продолжал действовать на практике и влиял на некоторых византийских юристов X—XII веков. Сохранившаяся практика Морского закона указывает на то, что византийское торговое мореплавание после VII и VIII веков не могло подняться. Завладевшие позднее торговлей Средиземного моря итальянцы имели свое собственное морское право. С падением же византийской морской торговли вышел из употребления и Морской закон, так что в юридических памятниках XIII — XIV веков о нем уже упоминаний нет» [11].

Греки оказали огромное влияние на культуру, экономику, внешнюю торговлю Древнего Кипра, находящегося на пересечении морских торговых путей, соединивших Европу с Африкой, Азией и ставшего одним из древних центров торговли в Средиземном море. Выгодное географическое положение Кипра для ведения внешнеторгового дела стало одной из основных причин, по которой Древний Кипр подвергался военному вторжению, торговой экспансии со стороны египтян, финикийцев, римлян, крестоносцев, персов, турок, ассирийцев и других народов в течение длительного исторического периода, что привело на Кипре к уникальному смешению различных мировых культур, взаимопроникновению торговых обычаев различных народов, к развитию кораблестроения. Первая модель кипрского судна, найденная при археологических раскопках, датируется 1950 г. до н.э. и свидетельствует о первых шагах кораблестроительства на Кипре. Одна из найденных при раскопках моделей торгового судна представлена на рис. 1.18. Начиная примерно с 1050 г., морское судоходство стало основой морской торговли, основным средством сообщения Кипра с остальными



Рис. 1.18. Керамическая модель торгового судна из древнего захоронения, Кипр около 600 — 500 гг. до н.э. (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)

странами, народами (по данным Британского музея, the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk). Еще ранее, в XXV — XXII вв. до н.э. существовали морские торговые пути между Ливией, Египтом и Критом. «В египетских текстах неоднократно говорится о Кефтиу - критянах. По-видимому, критские мореходы везли на юг товары не только своего царства, но и изделия соседних земель. Например, в Египте в большом числе найдены вазы, изготовленные в материковой Элладе. Многovesельные суда подданных кносского царя доставляли их и в страны Восточного Средиземноморья, прежде всего на Кипр. В этот период обмен между обоими островами усилился. Вещественные источники указывают на оживленные связи Крита и с мелкими царствами сирийского побережья. Критяне поддерживали особенно тесные связи с Угаритом и Библом и тоже обменивались не только товарами, но и идеями. Например, зодчие Угарита в XVII — XVI вв. иногда применяли характерные элементы критской архитектуры. Меновая торговля ценностями, естественно, требовала труда разнообразных профессионалов. Один лишь провоз хрупких изделий гончаров по морю мог быть успешно проведен только опытными мореходами, специалистами в своем деле». «Со второй половины III века в Средиземноморье и Южной Европе начинают отчетливо проявляться новые экономические и политические тенденции. На западе крупнейшим государством становится Рим. К середине III в. он подчинил Центральную и Южную Италию, в том числе все греческие полисы юга Апеннинского полуострова, а после победы в первой войне с Карфагеном — всю Сицилию, кроме небольшого сиракузского царства Гиерона II, сохранившего относительную независимость. Таким образом, западные греческие полисы как самостоятельные социально-политические единицы и вместе с тем как часть всей системы эллинских полисов перестали существовать, были поглощены Римом. Видимо, как следствие этого, приобрели устойчивость и регулярность торговые и дипломатические связи между Римом и государствами Восточного Средиземноморья, для которых Рим стал преемником их традиционных партнеров в сношениях с Северо-Западным Средиземноморьем» [25].

История Древнего Рима — классический исторический пример эволюции одной из величайших земных цивилизаций, прошедшей через исторические периоды роста, расцвета и упадка, так и не нашедшей вектора своего развития в соответствии с эволюционными законами и жившей по законам «разделяй и властвуй», «пришел, увидел, завоевал», сводившей задачу эволюции к борьбе за перераспределение зем-

ных природных естественных ресурсов и ресурсов, созданных самой же Римской цивилизацией и другими цивилизациями Древнего мира. Тем не менее, в пределах своих существующих представлений, знаний об окружающем мире, имевшихся степеней социально-экономической свободы [37; 68; 117], способов и средств производства, объединив многие народы, Древний Рим оказал огромное влияние на духовный мир человечества, мировую историю, культуру, технический прогресс, социально-политические отношения.

Археологические находки, памятники римской архитектуры, римская летопись, латинские надписи, международные римские договоры, книги римских, греческих историков, писателей, среди которых Гней Невий, Квинт Энний, Квинт Фабий, Корнелий Тацит, Тит Ливия, греки Дионисий Галикарнасский, Плутарх, Диодор Сицилийский [31] и многие другие, донесли до настоящего времени исторические сведения о Древнем Риме, Римской империи.

Один из наиболее известных дошедших до нас международных договоров представлен договором между римлянами и карфагенянами (около 508 г.), переданный греческим историком Полибием (III, 22) [31]: «На нижеследующих условиях быть дружбе у римлян и их союзников с карфагенянами и их союзниками. Римлянам с их союзниками не плавать далее Прекрасного мыса, разве только в том случае, если они будут туда загнаны бурей или неприятелем. Если же кто-нибудь будет занесен туда против воли, он не имеет права ничего покупать или получать, за исключением самого необходимого для починки судна или жертвоприношения. Оставаться там он не может более 5 дней. Явившиеся по торговым делам не могут совершить никакой сделки, иначе, как при посредстве глашатая или писца. За все то, что было бы продано в Ливии и Сардинии в присутствии этих должностных лиц, пусть ручается перед продавцом государство. Если кто-нибудь из римлян явится в ту часть Сицилии, которая подвластна карфагенянам, то во всем римлянам пользоваться одинаковыми правами с карфагенянами. Со своей стороны, карфагеняне не должны причинять никакого вреда народу ардеатов, анциатов, лаврентинцев, цирцейцев и таррацинцев, а также никакому другому из латинских городов, подвластных Риму. Карфагеняне обязуются не занимать какого-нибудь из этих городов и тогда, когда он отпадет от римлян, а если и займут его, то должны в целости возвратить римлянам. Карфагеняне не должны возводить никаких укреплений в Лации» (выдержка из договора между Римом и Карфагеном) [31].

Рим был основан около 754—753 гг. до н.э. и к середине III века превратился в крупное государство, Римскую империю (с 30 г. до н.э. до конца V в. [31]), подчинившую всю территорию Италии, простиравшуюся до Англии, Северной Африки, Египта, и стремившуюся к монопольному правлению над всем Средиземноморьем. Римская империя окончательно разделилась на Восточную (Византийскую) и Западную Римскую империи около 395 г., что было равносильно распаду великой Римской империи. Восточная Римская империя со столицей в городе Византия (Константинополь), крупнейшем торговом центре на Черном и Средиземном морях, включала в себя Египет, Малую Азию, Сирию, Палестину, Киренаику, Крит, Кипр, Балканский полуостров, острова Эгейского моря. В 476 г. был свергнут последний римский император Ромул Августул, и Римская Восточная империя продлила свой жизненный цикл под названием Византия на последующие приблизительно 1000 лет, оказав значительное влияние на развитие внешнеторгового дела Древней Руси, Европы [31].

Древний Рим оставил в наследство дальнейшему поколению человечества выдающиеся произведения искусства (рис. 1.20, 1.21), храмы, театры, амфитеатры, цирки, инженерные сооружения (например, мосты, систему водопроводов), систему дорог, правила ведения торговой деятельности, товарно-денежных отношений, военного дела, Римское право, лежащее в основе современного континентального права, принципы построения социально-политических институтов: двухпалатной (двухуровневой) системы власти, сената, суда присяжных, судопроизводства.

Изречение «все дороги ведут в Рим» (*Omnes viae Romam ducunt*, лат.; *all roads lead to Rome*, англ.) имеет исторические корни: все основные дороги Римской империи вели в Рим, находившийся на пересечении множества торговых путей. Система взаимосвязанных упорядоченных дорог была необходима для торговли, путешествий и перемещения Римской армии, которая участвовала не только в военных походах, но и в охране торговых путей Рима. Морские торговые пути вели к находящемуся примерно в 25 км от Рима городу Остия (Ostia) в устье Тибра, являвшегося одним из основных торговых центров Римской империи на пересечении внешнеторговых путей. Римляне создали систему товарно-денежных отношений, при которых использовались единые денежные единицы, единую систему налогообложения в пределах Римской империи.

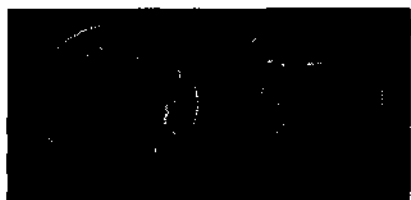


Рис. 1.19. Серебряная римская монета, около 275 — 260 гг. до н.э. (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)



Рис. 1.20. Аполлон, Бог солнца, покровитель искусств, II в., Древний Рим. (римская копия с греческого оригинала, Государственный Эрмитаж, Санкт-Петербург, www.hermitagemuseum.org)

Римляне первыми начали делать и использовать серебряные монеты около 300 г. до н.э. (рис. 1.19). Идея чеканки монет из ценных металлов перешла к Риму из греческих городов, находившихся на юге Италии, например, Неаполиса (Неаполя). На одной из сторон монеты (рис. 1.19) изображен греческий герой Геркулес (Hercules, лат.), популярный также и в Риме, а на обратной стороне — изображение братьев Рема, Ромула, основавших Рим, и волчицы, вскормившей Рема и Ромула в младенческом возрасте по древней легенде [the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk].

Предметом внешней торговли в Римской империи было великое множество товаров: произведения искусства, предметы роскоши (украшения, драгоценные камни, жемчуг и т.д.), золото, золотой песок, серебро, олово, медь, железо, мрамор, дерево, смола, воск, янтарь, красильные вещества, кожа, кожаные изделия, шерсть, шерстяные изделия, мех, шелк, ткани, ковры, страусовые перья и слоновая кость, стеклянные изделия, цветное стекло, зерно, оливковое масло, соль, парфюмерия (дорогие специи, эфирные масла,

ароматические смеси), хлеб, сыр, вино, мед, скот, лошади, дикие звери для римских цирков, амфитеатров и т.д. [17]. Все эти товары доставлялись в основном по морю и в смешанной перевозке «морем — римскими дорогами по суше». Предметом активной и выгодной международной торговли была также и работоторговля.

Огромное влияние на эволюцию научных знаний, технологий, на развитие внешнеторговых отношений, культур между древними цивилизациями Востока и Запада оказал Великий Шелковый Путь (the Great Silk Road) — караванный путь из Китая в страны Средней и Передней Азии [57], просуществовавший с XI века до н.э. до XVI века. Великий Шелковый Путь проходил через такие культурные и торговые центры — древние города, как Самарканд, Бухара, Термез, Хива, расположенные на территории современного Узбекистана. Шелк и другие товары (чай, орехи, специи, порох, бумага, бамбук и т.д.) доставлялись по Великому Шелковому Пути из Китая на Запад, в Римскую империю, в Рим. В свою очередь, с Запада шли продукты питания (виноград, оливковое масло и т.д.), шерстяные изделия, золото, серебро и т.д.

Большое влияние на развитие мировой международной торговли оказали также Крестовые походы на Ближний Восток (Сирию, Палестину, Северную Африку) осуществленные крестоносцами (западно-европейскими феодалами) в период с 1096 по 1270 гг. [57], благодаря которым были установлены долгосрочные внешнеторговые связи между Европой и Ближним Востоком.

История русских мореплавателей, «землепроходцев», русских купцов, торговавших с «заморскими» странами, имеет также древние исторические корни. В IX в. н.э. были установлены морские пути на Черном море, торговые отношения, между Русью и Византией — Восточной Римской империей (IV—XV вв.), образованной при распаде Римской империи [57], со столицей — Константинополем (в настоящем-Стамбул, Турция). После похода князя Олега на Константинополь (Царьград) в



Рис. 1.21. Статуя Гермеса, Древний Рим. I в., римская копия с греческого оригинала (Гермес — бог торговли, покровитель путников и купцов, Государственный Эрмитаж, Санкт-Петербург, www.hermitagemuseum.org)

907 г. был заключен первый договор Руси с Византией о дружественных мирных отношениях, об условиях международной торговли. В 911 г. Русь и Византия заключили новый мирный договор. Русские купцы получили право беспощадной торговли с Константинополем [27; 30; 72]. Приведем отрывок из «Курса русской истории» В.О. Ключевского (1841—1911), дающий представление о торговых отношениях между Русью и Византией [30]: «Так устроилась внутренняя политическая жизнь в Киевском княжестве IX и X вв. Легко заметить основной экономической интерес, руководивший этой жизнью, сближавший и объединявший отдаленные и разрозненные части земли: дань, шедшая киевскому князю с дружиной, питала внешнюю торговлю Руси. Этот же экономический интерес направлял и внешнюю деятельность первых киевских князей. Деятельность эта была направлена к двум главным целям: 1) к приобретению заморских рынков; 2) к расчистке и охране торговых путей, которые вели к этим рынкам. Самым видным явлением во внешней истории Руси до половины XI в. по Начальной летописи, были военные походы киевских князей на Царьград. До смерти Ярослава их можно насчитать шесть, если не считать похода Владимира на византийскую колонию Херсонес Таврический в 988 г.: Аскольдов, который приурочивали к 865 г., а теперь относят к 860 г., Олегов 907 г., два Игоревых — в 941 и 944 гг., второй болгарский поход Святослава 971 г., превратившийся в войну с греками, и, наконец, поход Ярослава, сына Владимира, 1043 г. Достаточно знать причину первого и последнего из этих походов, чтобы понять главное побуждение, которое их вызывало. При Аскольде Русь напала на Царьград, раздраженная, по словам патриарха Фотия, умерщвлением своих земляков, очевидно, русских купцов, после того как византийское правительство отказало в удовлетворении за эту обиду, расторгнув тем свой договор с Русью. В 1043 г. Ярослав послал на греков своего сына с флотом, потому что в Константинополе избили русских купцов и одного из них убили. Итак, византийские походы вызывались, большею частью, стремлением Руси поддержать или восстановить порывавшиеся торговые сношения с Византией. Вот почему они оканчивались обыкновенно торговыми трактатами. Такой торговый характер имеют все дошедшие до нас договоры Руси с греками X в. Из них дошли до нас два договора Олега, один Игорев и один краткий договор или только начало договора Святослава. Договоры составлялись на греческом языке и с надлежащими изменениями формы переводились на язык, понятный Руси. Читая эти договоры, легко

заметить, какой интерес связывал в X в. Русь с Византией. Всего подробнее и точнее определен в них порядок ежегодных торговых сношений Руси с Византией, а также порядок частных отношений русских в Константинополе к грекам: с этой стороны договоры отличаются замечательной выработкой юридических норм, особенно международного права.

ДОГОВОРЫ И ТОРГОВЛЯ С ВИЗАНТИЕЙ. Ежегодно летом русские торговцы являлись в Царьград на торговый сезон, продолжавшийся 6 месяцев; по договору Игоря никто из них не имел права оставаться там на зиму. Русские купцы останавливались в предместье Константинополя у св. Мамы, где находился некогда монастырь св. Маманта. Со времени того же договора императорские чиновники отбирали у прибывших купцов княжескую грамоту с обозначением числа посланных из Киева кораблей и переписывали имена прибывших княжеских послов и простых купцов, гостей, «да увемы и мы, — прибавляют греки от себя в договоре, — оже с миром приходят»: это была предосторожность, чтобы под видом агентов киевского князя не прокрались в Царьград русские пираты. Русские послы и гости во все время своего пребывания в Константинополе пользовались от местного правительства даровым кормом и даровой баней — знак, что на эти торговые поездки Руси в Константинополе смотрели не как на частные промышленные предприятия, а как на торговые посольства союзного киевского двора. По свидетельству Льва Диакона, такое значение русских торговых экспедиций в Византию было прямо оговорено в трактате Цимисхия со Святославом, где император обязался принимать приходящих в Царьград для торговли руссов в качестве союзников, «как искони повелось» *χαυατερ αυεχουεν ευσιον ην*. Надобно заметить при этом, что Русь была платной союзницей Византии, обязывалась договорами за условленную «дань» оказывать грекам некоторые оборонительные услуги на границах империи. Так договор Игоря обязывал русского князя не пускать Черных болгар в Крым «пакостить» в стране Корсунской. Торговые послы Руси получали в Царьграде свои посольские оклады, а простые купцы месячину, месячный корм, который им раздавался в известном порядке по старшинству русских городов, сначала киевским, потом черниговским, переяславским и из прочих городов. Греки побаивались Руси, даже приходившей с законным видом: купцы входили в город со своими товарами непременно без оружия, партиями не больше 50 человек, одними воротами, с императорским приставом, который на-

блюдал за правильностью торговых сделок покупателей с продавцами; в договоре Игоря прибавлено: «Входяще же Русь в град, да не творят пакости». По договору Олега русские купцы не платили никакой пошлины. Торговля была преимущественно меновая: этим можно объяснить сравнительно малое количество византийской монеты, находимой в старинных русских кладах и курганах. Меха, мед, воск и челядь Русь меняла на паволоки (шелковые ткани), золото, вина, овощи. По истечении торгового срока, уходя домой, Русь получала из греческой казны на дорогу продовольствие и судовые снасти, якоря, канаты, паруса, все, что ей надобилось.

ИХ ЗНАЧЕНИЕ В ИСТОРИИ ПРАВА. Такой порядок торговых сношений Руси с Византией установлен был договорами Олега и Игоря. Разностороннее культурное значение их для Руси понятно само собою: достаточно припомнить, что они были главным средством, подготовившим принятие христианства Русью, и именно из Византии. Но надобно теперь же отметить в них одну сторону, которая могла возыметь свое действие еще до принятия христианства, — сторону юридическую. Правовые отношения между русскими и греками в Константинополе определялись, уголовные и гражданские правонарушения, между ними случавшиеся, разбирались «по закону греческому и по уставу и по закону русскому». Так возникали смешанные нормы, комбинированные из двух прав, которые излагались в договорах. В них иногда трудно различить составные элементы, римско-византийский и русский, притом русский двойственный, варяжский и славянский. Договоры сами по себе, как дипломатические документы, лежавшие в киевском княжеском архиве, не могли оказать прямого действия на русское право. Они имеют важное научное значение как древнейшие письменные памятники, в которых проступают черты этого права, хотя, изучая их, не всегда можно решить, имеем ли мы перед собою чистую русскую норму или разбавленную византийской примесью. Но отношения, в которые становилась Русь, имевшая дела с Константинополем, не могли остаться без влияния на юридические ее понятия и сами по себе, как непохожие на то, что было на Днепре или Волхове. В юридическое мышление этих людей иное, греко-римское понятие могло запасть также невзначай, как в некоторые статьи Олегова договора с греками проскользнула терминология греко-римского права. В Константинополе на императорской службе состояло немало Руси, и крещеной и поганой. По одной статье Олегова договора, если кто из таких русских умрет, не урядив своего

имения, не оставив завещания, а «своих не иметь», его имение передается «к малым ближикам в Русь». Свои — это римское *suū*, нисходящие, а малые ближики, или просто ближики, как читаем в некоторых древнерусских памятниках — *proxiimī oi lūxioi*, боковые. Русь, торговавшая с Византией, была у себя дома господствующим классом, который обособлялся от туземного славянства сначала иноплеменным происхождением, а потом, ослабяившись, сословными привилегиями. Древнейшие русские письменные памятники воспроизводят преимущественно право этой привилегированной Руси и только отчасти, по соприкосновению, туземный, народный правовой обычай, которого нельзя смешивать с этим правом. Мы припомним это замечание, когда будем изучать Русскую Правду¹.

В IX — XII вв. Русь, страны Северной Европы торговали с Византией, используя древний водный путь «из варяг в греки» от Балтийского моря по реке Нева через Ладожское озеро, по рекам Волхов, Ловати и другим, волоком («волоковыми путями») до Днепра и далее к Черному морю до Константинополя. Путь «из варяг в греки» проходил через такие города, как Смоленск, Великий Новгород, Вышний Волочек, Великие Луки, Псков, Киев. Великий Новгород был одним из крупнейших городов международной торговли, транзитным торговым городом между Европой и странами Востока. Из Великого Новгорода в Европу поставлялись ювелирные изделия, сделанные новгородскими ремесленниками, меха, мед, воск, лен, пенька и т.д. Из Европы поставлялись ткани, металлические изделия, оружие, вина, пиво, рыба, оливковое масло и другие товары. Благодаря своему выгодному геополитическому положению, своим талантливым ремесленникам, успешно торговавшим русским купцам Великий Новгород был известен всей Европе и по праву стал позднее одним из основных торговых партнеров Ганзейского союза северогерманских торговых городов. Первые торговые договоры Новгорода с немецкими ганзейскими городами были заключены в 1190-х годах [30]. В число городов, торговавших с ганзейскими городами, наряду с Великим Новгородом, входили также Архангельск, Белозерск, Великий Устюг, Великие Луки, Витебск, Вологда, Выборг, Вышний Волочек, Ивангород, Каргополь, Кириллов, Кола, Москва, Псков, Смоленск, Старая Ладога, Тверь, Тихвин, Тотьма,

¹ «Русская правда» — свод древне-русского права, включавший отдельные нормы «Закона русского», правду Ярослава Мудрого, правду Ярославичей, устав Владимира Мономаха и др., дошедший до наших времен в виде трех редакций, вариантов: Краткой, Пространной и Сокращенной Русской правды (XIII—XVIII вв.) [57].

Холмогоры, Ярославль, Полоцк и ряд других городов. Этот приблизительный список городов был установлен на основе исторических документов, результатов научных исследований историков, организаций, например, российской организации «Русская Ганза» [www.rus-hanse.ru].

Ганзейский союз представлял собой союз немецких городов Любека, Гамбурга, Бремена и многих других. Ганзейский союз возник как результат естественного эволюционного развития, объединения торговых товариществ немецких купцов для взаимопомощи, взаимовыгодной торговли, создания единой денежной системы, для защиты от грабителей, пиратства, защиты своих национальных и торговых интересов, в частности от Дании, господствовавшей в то время на Северном и Балтийских морях, а также в результате последующего развития взаимовыгодных отношений между немецкими городами, юридически подкрепленных отдельными договорами, наиболее известный из которых — договор Гамбурга с Любеком от 1241 г. [8], положивший начало Ганзейского союза, к которому затем присоединились многие немецкие города:

«Соглашение между Гамбургом и Любеком для защиты, 1241 г.

...Мы заключили соглашение с нашими глубокоуважаемыми друзьями-гражданами Гамбурга.

1. В случае, если грабители или другие злостные люди восстанут против наших или их граждан с того места, где река, называемая Травны, втекает в море к Гамбургу, и отсюда по Эльбе к морю, и если, они нападут на наших или их граждан независимо от того, какие затраты или расходы понесены для того, чтобы искоренить тех грабителей, мы должны разделить с ними поровну, а они с нами.

2. Если случайно какой-либо преступник жестоко убил, ранил, избил, или, не дай Бог, плохо обращался вне города с любым жителем Гамбурга или Любека, который предъявил обвинение, если какие бы то ни было затраты ни возникли для его поимки и наказания его, мы должны разделить с ними эти затраты, а они с нами, если это дополнительное обстоятельство случится с их гражданами около их города, а с нашими гражданами около нашего города, то они со своими гражданами, а мы с нашими гражданами должны назначить наказание за счет города.

3. Далее, если с каким-либо их жителем около нашего города Любек или наших жителей около города Гамбург будут плохо обращаться, то

мы должны выдать исполнителя или исполнителей за эти поступки для наказания, а они также выдадут таких людей нам за счет сообщества». (перевод с немецкого на английский осуществлен в работе [98], а с английского на русский язык сделан авторами данной книги).

В 1367 г. был созван первый съезд союза немецких городов, насчитывающий 77 городов, на котором был провозглашен Ганзейский союз (Великая немецкая ганза, от старо-готского, немецкого слова «Hanse» — «товарищество»). В течение предположительно XIV — XVI веков Ганзейский союз был практически монополистом в европейской торговле и играл одну из ключевых ролей в мировой международной торговле, что подтверждает, например, тот факт, что коммерческие представительства Ганзы были представлены во многих городах по всему миру. Однако, с середины XVI века ведущая роль европейской торговле перешла к конкурентам — Англии, Голландии, Франции, которым не требовался торговый посредник в виде Ганзейского союза и где активно развивались мануфактурное производство, обрабатывающая промышленность, торговый флот и собственное внешнеторговое дело. Необходимость в торговом посреднике, монополизировавшем европейский рынок, постепенно отошла в прошлое и для России, которая установила прямые взаимовыгодные торговые отношения с европейскими странами и впоследствии стала поставлять в Европу сырье, товары без посредников в лице Ганзейского союза.

В 1667 г. по «указу великого государя, царя и великого князя Алексея Михайловича» был издан Новоторговый устав, к которому «приложили руку» «боярин Афонасей Лаврентьевич Ордин-Нащокин, да думные дьяки Гарасим Дохтуров да Лукьян Голосов с товарищи по челобитной заручной всех московских гостей и черных слобод и розных городов лутчих и средних торговых людей». Афанасий Лаврентьевич Ордин-Нащокин (1605 — 1680), выдающийся российский дипломат и государственный деятель, был одним из создателей и вдохновителей Новоторгового устава, положившего начало системному, осмысленному и упорядоченному ведению российского внешнеторгового дела на государственном уровне, законов, определяющих правила ведения внутренней и внешней торговли России. Устав устанавливал торговые пошлины для российских купцов и повышенные пошлины, ограничения в торговле для иностранных купцов, что, на современном языке, означали протекционистские, ограничительные меры по защите отечественного производителя, внутренней и внешней торговли, для го-

сударственной цели по достижению активного положительного сальдо во внешнеторговом обороте России, для того, чтобы вывоз отечественных товаров из России преобладал над ввозом иностранных товаров в Россию. Новоторговым уставом было фактически запрещено ведение иностранными купцами розничной торговли в России, что было изложено, например, в 68-м, 71-м разделах устава. Некоторые разделы Новоторгового устава, например, 72-й и 74-й содержали в себе прообраз будущего государственного валютного регулирования: «...36. А которые иноземцы с Москвы и с Вологды и из иных городов привезут русския всякия покупныя товары к Архангельскому городу, и гостю с товарыщи у тех иноземцов взяти выписи, где они те товары покупали, и записать с выписи в книги имянно, и против тех выписей все у них товары досмотрить накрепко в бочках, и в кипах, и в бунтах, и во всяких ящиках и местах, и тот их товар перечесть и перевесить. И будет против выписей те их товары сойдутца, и им те товары отдать. А что объявитца сверх выписей в счоте каких товаров, и те лишние товары имать на великого государя... 68. На Москве и у города Архангельского, и в Новгороде, и во Пскове, и на Вологде, и в Ярославле и во всех городах всем иноземцам в домех своих и в лавках больших и никаких весов не держать, и товаров своих и русских им в домех своих и в лавках не весить, а весить им всякие заморские и русские товары в таможнях...71. А будет у коего иноземца сыщут большие весы, и за то на них имать великие пени...72. Который иноземец привезет из-за моря золотые и ефимки, и ему с того пошлин не платить. И что на золотые и на ефимки купит какова товару, и то ему вести во свою землю беспошлинно...74. А будет кто утайкою сам повезет, или с кем пошлет к Москве золотые и ефимки, а про то сыщется или хто известит, и у него золотые и ефимки вымут, и те золотые и ефимки взять на великого государя.» (*отрывки из текста Новоторгового устава от 22 апреля 1667 г.* [48]).

Многие идеи А.Л. Ордина-Нащокина, в частности, изложенные в Новоторговом уставе, были развиты и воплощены на практике в торговое дело Петром Великим. При Петре I (Петре Великом, Peter the Great, 1672—1725) был создан мощный военный флот, позволивший России встать в ряд мировых морских держав таких, как, например, Англия, Голландия. Благодаря мудрой государственной политике Петра I внешняя торговля России претерпела значительные изменения [30]: «Двигая сильной рукой обрабатывающую промышленность, Петр не меньше того думал о сбыте, о торговле внутренней и особенно внешней

морской, в которой Россия рабствовала перед западными мореплавателями...». «...Северная война дала Петру 7 балтийских портовых городов: Ригу, Пернов, Ревель, Нарву, Выборг, Кронштадт и С.-Петербург; два последних им и были построены. Эти приобретения уже в 1714 г., если не раньше, возбудили вопрос о необходимости изменить само направление торговых сношений с Западной Европой, которые шли Белым морем через Архангельск, единственную морскую гавань у Московского государства до Петра. По основании Петербурга, по мере того как Петр утверждался на балтийских берегах, он хотел перевести внешнюю торговлю с кружного беломорского пути на балтийский, направив ее к новой столице. Но этот торговый переворот затрагивал множество интересов и привычек; против него были и голландцы, давно свившие себе прочное гнездо в Архангельске, и русские купцы, привыкшие к торной северодвинской дороге. Сенаторы поддерживали тех и других, а генерал-адмирал Апраксин даже пригрозил Петру в глаза, что он своей затеей разорит купечество и возьмет себе на шею вечные, никогда не осушаемые слезы. Но Петр твердил одно, что применение принципов всегда трудно, но со временем все интересы примирятся, и устоял в борьбе, лет в 8 перегнул спор в свою сторону. Петербург одержал верх над Архангельском, стал главным портом для внешней торговли: в 1710 г. к Архангельску приходило 153 иноземных корабля, а число иностранных кораблей, пришедших к Петербургу, уже в 1722 г. дошло до 116, в 1724 г. увеличилось до 240; по всем балтийским портам, кроме Пернова и Кронштадта, в 1725 г. числилось в приходе 914 купеческих кораблей из разных стран Западной Европы. Значит, интересы скоро примирились. Из двух задач, какие Петр поставил себе в устройении внешней торговли, успешно разрешена была одна: русский вывоз получил значительное преобладание над ввозом; года через два по смерти Петра Россия вывозила на 2400 тысяч рублей, а ввозила на 1600 тысяч рублей. Но совсем не удалась другая задача — завести русский торговый флот, чтобы вырвать внешнюю торговлю из рук захвативших ее иноземцев: русских предпринимателей на это не нашлось.»

Российская императрица Екатерина II (Екатерина Великая, 1729—1796) продолжила внешнеэкономическую политику Петра I, и внешне-торговое дело успешно развивалось в период ее правления. «Закреплен был северный берег Черного моря от Днестра до Кубани. Южнорусские степи, исконный приют хищных кочевников, вошли в русский народнохозяйственный оборот, открылись для оседлой колонизации и куль-

туры. Возник ряд новых городов (Екатеринослав, Херсон, Николаев, Севастополь и др.). До первой турецкой войны, по выражению Екатерины, ни одной русской лодки не было на Черном море; договор 1774 г. открыл русским купеческим кораблям свободное плавание по тому морю, и оборот русской черноморской торговли, в 1776 г. не достигавший 400 р., к 1796 г. возрос почти до 2 млн. К экономическим выгодам прибавилась новая политическая сила: возникший с присоединением Крыма военный флот в Севастополе обеспечивал приморские владения и служил опорой русского протектората над восточными христианами.» [30].

На период правления Екатерины II приходится значительный рост товароборота через морские порты, в частности, через Одессу, которой был предоставлен статус свободной зоны торговли с налоговыми, таможенными льготами. В период правления Екатерины II активно развивалась торговля с европейскими государствами, с которыми Россия имела давние торговые, внешнеэкономические отношения. В «Наказе комиссии о составлении проекта нового Уложения», изданном Екатериной II в 1767 г. и дополненном в 1768 г. [23], были изложены мысли, воззрение императрицы, в частности, на внешнеэкономическую политику России и на правила, принципы ведения цивилизованной торговли:

«Глава I

6. Россия есть Европейская держава.

7. Доказательство сему следующее. Перемены, которые в России предпринял Петр Великий, тем удобнее успех получили, что нравы, бывшие в то время, совсем не сходствовали со климатом и принесены были к нам смешением разных народов и завоеваниями чуждых областей. Петр Первый, вводя нравы и обычаи европейские в европейском народе, нашел тогда такие удобства, каких он и сам не ожидал».

Глава XIII

317. Торговля оттуда удаляется, где ей делают притеснение, и водворяется там, где ее спокойствия не нарушают.

319. Во многих землях, где все на откуп, правление государственных сборов разоряет торговлю своим неправосудием, притеснениями и чрезмерными налогами; однако оно ее разоряет, еще не приступая к сему затруднениями, оным причиняемыми, и обрядами, от оного требуемыми.

320. В других местах, где таможи на вере, весьма отличная удобность торговать; одно слово письменное оканчивает превеликие дела. Ненадобно купцу терять напрасно времени и иметь на то особливых приставников, чтобы прекратить все затруднения, затеянные откупщиками, или чтоб покориться оным.

323. Предлог торговли есть вывоз и привоз товаров в пользу государства; предлог таможен есть известный сбор с сего ж самого вывоза и привоза товаров в пользу также государству. Для того должно государство держать точную средину между таможеню и торговлею, и делать такие распоряжения, чтоб сии две вещи одна другой не запутывали: тогда наслаждаются люди там вольностию торговли.

328. Истинное правило есть не исключать никакого народа из своей торговли без весьма важных причин.

344. Всегда, когда кто запрещает то, что естественно дозволено или необходимо нужно, ничего другого тем не сделает, как только бесчестными людьми учинить совершающих оное.

345. В областях, торговле преданных, где многие люди ничего, кроме своего искусства, не имеют, правительство часто обязано прилагать старание о вспомоществовании старым, больным и сиротам в их нуждах. Благоустроенное государство содержание таковых основывает на самых искусствах: в оном налагают на одних работу, с силами их сходственную, других обучают работать, что уже также есть работа (*отрывки из наказа Екатерины II («Наказ комиссии о составлении проекта нового Уложения»*) [23].

При Екатерине II быстрыми темпами стали развиваться промышленное производство и расти товароборот с европейскими государствами. При создании промышленных предприятий, инженерных сооружений, строительстве часто привлекались специалисты, инженеры из Англии, Голландии, Германии, Италии и других европейских стран. В 1763 г. по велению Екатерины II была создана «Комиссия о коммерции», которая должна была способствовать экспорту товаров из России, уже вывозившей такие товары, как железо, олово, лен, пенька, лес, ткани, канаты, пушнина, зерно, хлеб, сахар, промышленные изделия и т.д. Товары, импортируемые в Россию, представляли собой предметы роскоши, галантерейные товары, шерстяные, хлопчатобумажные

ткани, вина, фрукты, чай, пряности, пряжа, хлопок, листовое железо, писчая бумага, фаянсовые, фарфоровые изделия и т.д. [24].

Географические открытия русских мореплавателей, «землепроходцев», их стремление открыть новые земли стали также предпосылками для создания собственного российского внешнеторгового дела на государственном уровне. Русский «землепроходец» Семен Дежнев (прибл. 1605—1673) открыл в 1648 г. морской проход из Ледовитого океана в Тихий океан, пролив, отделяющий Америку от Азии. Российскими мореплавателями, «землепроходцами» были сделаны многие географические открытия, повлиявшие в той или иной степени на формирование морских торговых путей, на экономические, внешнеторговые отношения России с другими странами. Это, прежде всего, географические открытия, сделанные великими российскими командорами [57]:

- капитаном-командором русского флота, мореплавателем В. Берингом (Bering, Витус Ионассен, или Иваном Ивановичем, по национальности датчанином, 1681—1741), прошедшим между Чукотским полуостровом и Аляской (Беринговым проливом) и достигшим Северной Америки в ходе Первой Камчатской экспедиции (1725—1730);
- русским мореплавателем, капитаном-командором А. Чириковым (1703—1748), исследовавшим северо-западное побережье Северной Америки, открывшим ряд островов в Алеутской гряде (расположенных по дуге Алеутских островов (Aleutian islands) в Тихом океане) во время Великой Северной экспедиции (1733—1741);
- русским мореплавателем, адмиралом И. Крузенштерном (1770—1846), открывшим пролив в северной части Курильских островов (пролив Крузенштерна) и Восточный проход (проход Крузенштерна) — юго-восточный проход Корейского пролива между островами Цусима на Западе и островами Ики и Окиносима на Востоке, а также мореплавателем капитаном 1-го ранга Ю. Лисянским (1773—1837), открывшим один из Гавайских островов, названный в его честь островом Лисянского, острова в архипелаге Александра в первой русской кругосветной экспедиции (1803—1806);
- русским мореплавателем, адмиралом Ф. Беллинсгаузеном (1778—1852), открывшим в 1820 г. Антарктиду и несколько островов в Атлантическом и Тихом океанах, и русским морепла-

вателем, адмиралом М. Лазаревым (1788—1851), открывшим Антарктиду вместе с Ф. Беллинсгаузенем в первой русской антарктической экспедиции (1819—1821);

- русским гидрографом, полярным исследователем Г. Седовым, организовавшим в 1912 г. экспедицию к Северному полюсу.

Развитие международной торговли в Европе связывают также с путешествием Марко Поло (1254—1324) в Китай в 1271—1275 гг., где он прожил приблизительно 17 лет, а затем вернулся в Италию морским путем с новыми товарами (китайским шелком и специями) в 1292—1295 гг. [57].

В конце XIV — начале XV вв. торговые пути значительно расширились вследствие открытия морского пути в Новый Свет и морского пути, ставшего альтернативой сухопутным караванным путям, соединяющим Европу и Азию. В 1492—1493 г. Христофор Колумб (Christopher Columbus), а в 1497—1499 гг. Васко Да Гама (Vasco da gama) совершили великие морские открытия, путешествия, коренным образом изменившие географические знания, представления человечества об окружающем мире и приведшие к торговле в планетарном масштабе. После открытия Америки Христофором Колумбом и морского пути из Европы в Индию, Южную Азию и обратно Васко Да Гамой начался резкий рост мировой торговли в период с 1500 по 1800 годы [112]. В 15—16 вв. появились новые торговые пути через Атлантический океан при уже существовавших торговых путях в Средиземном море. Первое в истории человечества кругосветное плавание, совершенное в 1519—1522 гг. экспедицией, возглавляемой Фердинандом Магелланом (Ferdinand Magellan, ок. 1480—1521), имело также огромное значение для развития мировой торговли.

В 1600 г. в Англии была основана Ост-Индская компания (the East India Company или иначе называемая как English East India Company, 1600—1858 гг. [57]), созданная для внешней торговли с Юго-Восточной Азией и Индией и получившая от Королевы Елизаветы I (Queen Elizabeth I (1533—1603)) привилегию в виде монопольного права на ведение внешнеторгового дела в этом регионе мира. Компания была также создана отчасти для того, чтобы лишить Испанию, Португалию монополии на торговлю специями, другими товарами, поставляемыми в Европу из Юго-Восточной Азии и Индии [83]. Английская Ост-Индская компания была вынуждена также конкурировать с Голландской Ост-Индской компании, основанной в 1602 г. Английская Ост-Индская

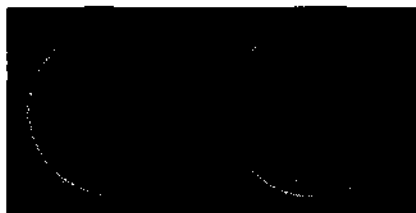


Рис. 1.22. Британская колониальная монета — серебряная рупия Ост-Индской компании, Калькутта, Индия, отчеканена Ост-Индской компанией на Калькуттском Новом Монетном дворе (the Calcutta New Mint) в 1835 г. (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)

компанией представляла интересы Британии в Юго-Восточной Азии и Индии, обладала огромными экономическими ресурсами, выпускала собственные монеты (рис. 1.22), имела свои армию и флот.

Развитие международной торговли и научных знаний, технологий, географических знаний, средств навигации, транспортных средств неотделимы друг от друга. Развитие новых средств производства, передвижения, транспортировки товаров, необходимость в поиске

новых рынков сбыта товаров и поиск новых рынков сырья для производства во время Индустриальной революции (XVIII—XIX столетий) привело к существенному росту мирового внешнеторгового оборота. Индустриальная революция привела к значительным социально-экономическим, технологическим изменениям как во внутренней, так и внешнеторговой деятельности, прежде всего, в Англии, Франции и других странах Европы. В этот исторический период был изобретен паровой двигатель шотландским инженером Д. Уаттом (James Watt, 1736—1819), появились первые промышленные машины, станки для производства других машин, механизмов, для мануфактур, массового промышленного производства, в особенности для текстильной промышленности, первые пароходы, паровозы, работавшие на основе парового двигателя, и многие другие изобретения, существенно повлиявшие на социально-экономическую эволюцию. Изобретение в 1837 г. электро-механического телеграфного аппарата американским изобретателем и художником С. Морзе (S. Morse, 1791—1872), радио российским физиком, инженером А. Поповым (1859—1906) в 1895 г., беспроводного телеграфирования итальянским инженером и предпринимателем Г. Маркони (G. Marconi, 1874—1937) в 1897 г. открыло принципиально новый и ранее немислимый по своей скорости способ передачи информации на дальние расстояния. Изобретение дуговой лампы российским ученым, инженером-изобретателем П. Яблочковым в 1876 г. и лампы накаливания американским ученым, инженером-изобретателем, предпринимателем Т. Эдисоном в 1879 г. преобразило жизненный уклад людей.

Краткая история части изобретений, оказавших значительное влияние на социально-экономическое, научно-техническое развитие, мировую торговлю в ходе Индустриальной революции, приведена в таблице 1. В эту историю включены изобретения, сделанные не только в Англии в период Индустриальной революции, но и в России, США, Франции, Италии [35; 57; 89; 90; 91; 123].

Таблица 1

Год создания	Изобретатель/страна	Изобретение
Первая Индустриальная революция (1712—1830)		
1712	Т. Ньюкомен (Newcomen), Англия	первый вариант теплового парового двигателя в виде машины для откачки воды в шахтах
1730—1733	Д. Кэй (J. Kay), Англия	крутильная машина (1730 г.) и механический (самолетный) челнок для ручного ткацкого станка
1764	Д. Харгривс (J. Hargreaves), Англия	прядельная машина, позволившая повысить производительность труда в 16 раз в текстильной промышленности
1769	Р. Акрайт (R. Arkwright), Англия	машина по производству хлопчатобумажной нити, приводящаяся в действие с помощью водяной системы (простейшей гидроэнергетической установки)
1774—1784	Д. Уатт (J. Watt), Англия	первый универсальный паровой двигатель, позволивший перейти к машинному производству
1779	С. Кромптон (S. Crompton), Англия	прядельная «мюль-машина»
1785	Э. Картрайт (E. Cartwright), Англия	ткацкий станок, оснащенный ножным приводом
1793	Э. Уитни (E. Whitney), США	хлопко-очистительная машина, фрезерный станок
1800	А. Вольт (A. Volta), Италия	первый химический источник тока
1807	Р. Фултон (R. Fulton), США	первый в мире колесный пароход
1826, 1839	Ж. Ньепс, Л. Дагер, Франция Г. Тальбот, Англия	фотография

Год создания	Изобретатель/страна	Изобретение
1830	Д. Стефенсон (G. Stephenson), Англия	первые практически пригодные модели паровозов; положил начало паровому ж.-д. транспорту; построил первый железнодорожный локомотив (24 км/час) для дороги общественного пользования «Дарлингтон–Стоктон», открытой в 1825 г., а затем усовершенствованные локомотивы (58 км/час) для железной дороги между Ливерпулем и Лондоном, открытой в 1830 г.
Распространение индустриальной революции (1830—1875)		
1836	С. Морзе (S. Morse), США	телеграфный аппарат; телеграфный код (азбука Морзе)
1840	С. Кунард (S. Cunard), США	первый в мире пароход для трансатлантических регулярных пассажирских и грузовых рейсов (Ливерпуль, Англия – Бостон, США)
1851	Б. Якоби, Россия	электродвигатель, фототелеграф (устройство для передачи изображения на расстояние, прообраз современного факсимильного аппарата-факса); гальванотехника
1856	Г. Бессемер (H. Bessemer), Англия	создал конвертерный способ передела чугуна в сталь (бессемеровский процесс)
1860	Э. Ленуар (E. Lenoir), Франция	двигатель внутреннего сгорания
1864	П. Мартен (P. Martin), Франция	способ получения литой стали в плазменной регенеративной печи (мартеновской печи)
1866	Братья Сименс (The Siemens brothers), Германия	улучшенный метод производства стали
1867	Э.В. Сименс (Siemens), Германия	электромагнитный генератор
Вторая Индустриальная революция (1875—1905)		
1876	А. Белл (A. Bell), США	Телефон

Год создания	Изобретатель/страна	Изобретение
1876	Н. Отто (N. Otto), Германия	четырёхтактный двигатель внутреннего сгорания
1876	П. Яблочков, Россия	дуговая лампа (свеча Яблочкова), положившая началу первой практически применимой системе электрического освещения
1877—1882	Т. Эдисон (T. Edison), США	фонограф (1877); лампа накаливания (1879); первая в мире электростанция общественного пользования (1882) и т.д. (автор более чем 1000 изобретений)
1880	П. Бахметьев, Россия	телефотограф, основанный на принципе последовательной передачи
1882	Н. Бенардос, Россия	способ электрической дуговой сварки металлов с помощью угольных электродов
1883	А. Байер (A. Bayer), Германия	синтез индиго, одного из красителей; цикл работ по синтезу красителей, алициклических соединений
1884	П. Нипков (P. Nipkow), Германия	механическое телевидение
1886	К. Бенц (Karl Benz), В. Даймлер (W. Daimler), Германия	автомобиль с бензиновым двигателем
1888	Доливо-Добровольский, Россия	трехфазный электродвигатель, осуществил первую электропередачу трехфазного тока в 1891 г.
1888	А. Столетов, Россия	фотоэлемент (один из основных технологических элементов, лежащих в основе будущего электронного телевидения)
1892	У. Барроуз (W. Burroughs), США	арифмометр Барроуза, самопишущая счетная машина, производившая операции по сложению, умножению и выводившая результат математической операции на бумажную ленту

Год создания	Изобретатель/страна	Изобретение
1892—1893	Г. Форд (Henry Ford), США	первый автомобиль с 4-тактным двигателем; впервые в мире применил конвейерный метод сборки
1895	А. Попов, Россия	радиосвязь, радиоприемник
1895	К. Браун (K. Braun), Германия	катодная (электронно-лучевая) осциллографическая трубка (трубка Брауна)
1897	Р. Дизель (R. Diesel), Германия	двигатель внутреннего сгорания
1897	Г. Маркони (G. Marconi), Италия	беспроводное телеграфирование, радиосвязь
1898	М. Вольфке, Россия	телектроскоп (прибор для электрической беспроводной передачи изображения, патент от 1900 г.)
1899	И. Поляков, Россия	патент на фотокамеру с автоматическим регулированием выдержки
1899	А. Полумордвинов, Россия	светораспределитель устройства для передачи изображения на расстояние
1901	Г. Холерит (H. Hollerith), США	механический компьютер; в 1896 г. основал Tabulating Machine Company, которая после преобразований, слияний впоследствии стала именоваться как International Business Machines (IBM) с 1924 г
1902	Б. Розинг *, Россия	безынерционный щелочной фотоэлемент с внешним фотоэффектом для преобразования света в сигнал при передаче изображений на приемник; усовершенствованная электронно-лучевая трубка Брауна (кинескоп)
1903	У. Райт и О. Райт, братья (the Wright Brothers), США	самолет с двигателем внутреннего сгорания; первый в мире полет продолжительностью 59 сек.

Год создания	Изобретатель/страна	Изобретение
1904	Д. Флеминг (D. Fleming), Англия	ламповый диод, одно из изобретений, положивших начало радиоэлектронике

*Примечание. В 1900 г. российским ученым К. Д. Перским, одним из первых, были сформулированы принципы построения, действия электронного телевидения, введен термин «телевидение» (научный доклад К.Д. Перского на IV Всемирном конгрессе электротехников, Париж). В 1907 г. российский ученый Б. Розинг зарегистрировал изобретение «Способ электрической передачи изображений на расстоянии». В 1908 г. российский ученый О. Адамян получил патент на двухцветную передачу изображения на расстояние. Электронное телевидение появилось позднее: в 1923 году в США русским, американским инженером, физиком В.Зворыкиным (V. Zworykin, 1889 — 1982) была изобретена конструкция передающей трубки (иконоскопа), в 1924 г. — приемная трубка (кинескоп). Заявка на патент была подана В.Зворыкиным в 1923 г., однако патент был получен позднее, только в 1938 г. В 1928 г. В.Зворыкиным был получен патент на цветное телевидение. В 1931 г. В.Зворыкиным была создана конструкция серийной электронно-лучевой трубки, положившая начало развития электронного телевидения, цветного телевидения. Финансовая поддержка научных исследований, изобретения была осуществлена американским предпринимателем Д. Сарновым, выходцем из России. Изобретателем телевидения считается также американский ученый, инженер Ф. Фарнсуорт (P. Farnsworth), получивший патент на телекамеру и телеприемник в 1927 г.

Вышеупомянутые технические изобретения и многие другие, применение экономической теории на практике позволили перейти к более высокой социально-экономической формации, к индустриальной цивилизации, от мелкотоварного производства, ручного труда к машинному, индустриальному, крупномасштабному производству, к новым средствам доставки информации, товаров, к объединению стран в мировое экономическое сообщество. Источником же возникновения индустриальных, технологических циклов, изобретений стали фундаментальные и прикладные научные исследования, открытия.

В XVII веке были установлены судоходные линии между Европой и Индией, основаны торговые порты в Бомбее, Калькутте. Независимость Соединенных Штатов в 1783 г. привела к значительным изменениям в товарообмене между Америкой и Европой. США создали собственные порты, флот, конкурирующие с европейскими, прежде всего с английским торговым флотом, преобладавшим в мировой торговле. В то же самое время бурно развивалась международная банковская система, обеспечившая взаиморасчеты между компаниями отдельных стран, предоставляющая кредиты для внешнеторговых сделок купли-продажи, страховой рынок, на котором предлагалось страхование грузов

от различных рисков во время транспортировки по внешнеторговым сделкам купли-продажи.

С начала возникновения внешней торговли всегда существовала проблема оптимального соотношения между объемами товаров по экспорту и импорту, внешнеторгового баланса между экспортом, который приводил к расширению рынков сбыта для отечественных национальных производителей, торговых фирм, и импортом, приводящего не только к положительным последствиям в виде появления новых товаров, технологий, развития производства на основе сырьевых импортных продуктов на внутреннем рынке и т.д., но и к возможным отрицательным последствиям — вытеснению аналогичных отечественных товаров с собственного рынка, к банкротству отечественных товаропроизводителей и т.д. Вполне логично с экономической точки зрения, что развитые страны, участвующие во внешней торговле, расширяя рынки сбыта своих товаров, услуг стремятся как можно больше экспортировать собственных товаров, услуг. Подобная естественная тенденция во внешнеторговой деятельности с начала ее зарождения привела в XVI—XVIII столетиях к политэкономической теории, стратегии ведения внешней торговли — к «меркантилизму» («mercantilism»), заключающемуся в создании государством системы активного торгового баланса, в стимулировании отечественных производителей, в протекционизме (защите национальной экономики от внешней иностранной конкуренции), в стремлении экспорта готовой продукции и импорта сырьевых продуктов, к появлению импортных, экспортных защитных «барьеров» в виде внешнеторгового законодательства, ограничивающего импортные и экспортные операции, к введению таможенно-тарифного регулирования, количественных ограничений импорта и экспорта. По словам В.О. Ключевского [30], Петр I «познакомился с Западной Европой, когда там в государственном и народном хозяйстве господствовала меркантильная система, основная мысль которой, как известно, состояла в том, что каждый народ для того, чтобы не беднеть, должен сам производить все, им потребляемое, не нуждаясь в помощи чужестранного труда, а чтобы богатеть, должен вывозить как можно больше и ввозить как можно меньше. Усвоив себе такой же взгляд по наблюдениям или самобытно, Петр старался завести дома всевозможные производства, не обращая внимания на то, во что обойдется их заведение. Его поклонник Посошков, кажется, верно истолковывал его мысль, говоря, что хотя в первые годы новое домашнее производство обой-

дется и дороже заморского, зато потом, упрочившись, окупится. Здесь Петр руководился двумя соображениями: 1) Россия не уступает другим странам, а превосходит их обилием разных природных богатств, еще не тронутых и даже не приведенных в известность; 2) разработку этих богатств должно вести само государство принудительными мерами. Оба эти соображения Петр не раз высказывал в своих указах. Так он писал: «Наше Российское государство пред многими иными землями преизобилует и потребными металлами и минералами благословенно есть, которые до нынешнего времени без всякого прилежания исканы». Завести новое полезное производство, шелковицу, виноградарство, отыскать нетронутую доходную статью и разработать ее, чтобы «божие благословение под землю втуне не оставалось», — это стало главным предметом народнохозяйственных забот Петра.»

Однако политика меркантилизма, протекционизма рано или поздно приводит к дисбалансу в торговом обороте между странами. Экспорт и импорт представляют собой своего рода товарные потоки в системе сообщающихся «сосудов» — системе из двух или более стран. Все страны мирового экономического сообщества так или иначе взаимосвязаны между собой в современном мире, поэтому политика открытого агрессивного меркантилизма, протекционизма уходит в прошлое, но, ввиду неравномерности развития стран мирового экономического сообщества, будет, вероятно, еще долго существовать в более скрытых, «мягких» формах, в том числе в виде прямых инвестиций, протекционистских барьеров: протекционистских законов, тарифных и нетарифных ограничений против импортируемых или экспортируемых товаров. Необходимо также учитывать то, что существует межстрановая специализация, различие в имеющихся запасах природных ресурсов, климатические, географические различия между странами. Активно развиваемый протекционизм отрицательно влияет на конкурентоспособность отечественных производителей на внутреннем и внешнем рынках, защищая низкое качество товаров, низкую производительность труда, неэффективное производство. Протекционизм способствует созданию относительно закрытых экономических систем, обреченных на деградирование в соответствии с эволюционными законами. Протекционизм может продлить жизненный цикл неэффективных компаний на небольшой период времени, давая «отсрочку» в выборе правильной социально-экономической, технической стратегии, направленной на повышение эффективности производства, повышения качества това-

ров и производительности труда. Протекционизм, в большей степени, отрицательно влияет на мировую торговлю, создавая условия для ведения торговых «войн» и углубления противоречий в торговых отношениях между странами.

За последние столетия произошли значительные количественные и качественные изменения в мировой торговле. Эти изменения в мировой торговле наглядно видны из статистических данных, представленных на рис. 1.23—1.26. Приведенные статистические данные отобража-

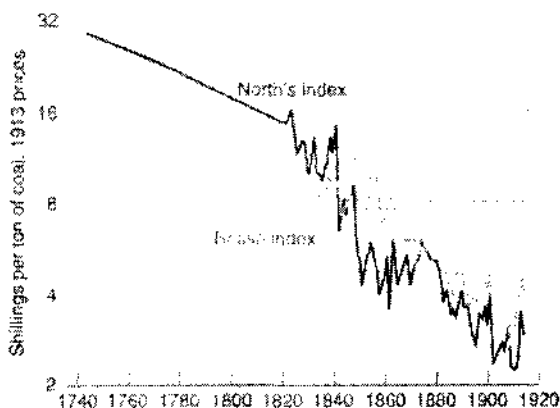


Рис. 1.23. Индексы реальных ставок фрахта в период 1740—1913 гг. (источник: Harley C. «Ocean Freight rates and Productivity 1740—1913», *Journal of Economic History* (1988), vol. 48 [108])

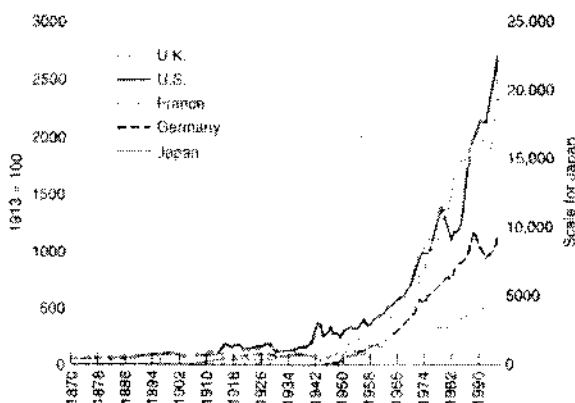


Рис. 1.24. Рост экспорта для пяти стран (Великобритании, США, Франции, Германии, Японии) в период с 1870 по 1997 гг. (источник: Maddison A. «Monitoring the World economy: 1820—1992» (Paris, OECD, 1995) [108])

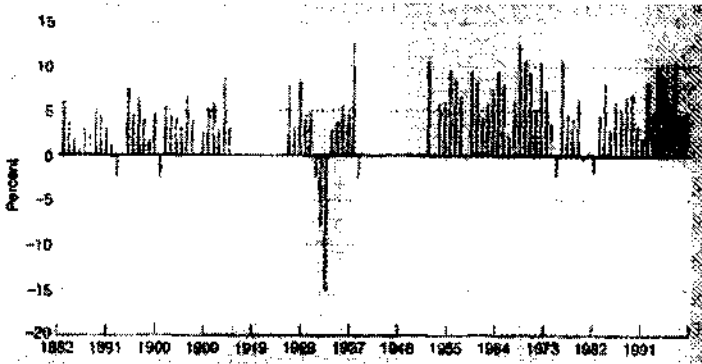


Рис. 1.25. Годовой прирост мировой торговли в период с 1882 по 1997 гг. (источник: Maddison A. «Monitoring the World economy: 1820 — 1992» (Paris, OECD, 1995) [108])

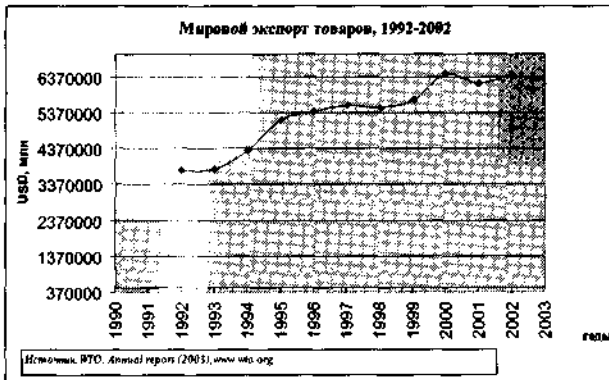


Рис. 1.26. Мировой экспорт товаров в период с 1992 по 2003 гг. (источник: Всемирная торговая организация, WTO, годовой отчет за 2003 г., www.wto.org)

ют нелинейность развития мировой торговли как одной из составных частей общей экономической деятельности существующей цивилизации, подтверждают возникающие при этом альтернативные тенденции ее поступательного развития или падения. Эволюция мировой торговли является нелинейным процессом количественных и качественных изменений, сопровождаемых возрастанием с последующим падением или возрастанием объема продаваемых-покупаемых товаров, услуг на мировом рынке. В качестве примера приведены статистические данные по годовому приросту мировой торговли на рис. 1.25. На мировую торговлю влияло и продолжает влиять множество социально-экономических факторов. Одним из таких факторов явилось снижение средними-

ровой стоимости транспортных расходов в период с 1740 по 1913 гг. (рис. 1.23), приведшей к расширению товарооборота между странами, увеличению объема мировой торговли (рис. 1.24). Другим фактором роста внешней торговли явились стремление к получению максимально возможной прибыли за счет новых рынков, расширению рынков сбыта для товаров, нахождению новых ресурсов.

Экономические траектории, отображающие статистические данные по внешней торговле (рис. 1.23—1.26), являются нелинейными, с двумя основными альтернативными тенденциями развития мировой торговли: возрастания или убывания соответствующих экономических параметров, характеризующих экспорт, импорт, изменения в мировой торговле. Нелинейность экономической эволюции проявляется в виде иерархии экономических жизненных циклов, которую можно пояснить причинно-следственной связью между жизненными циклами: жизненный цикл отдельной экономической структуры (компании, фирмы, предприятия, банка и т.д.) первичного «атомарного» уровня образует жизненный цикл совокупности экономических структур (ассоциаций, концернов, финансово-промышленных групп) на вторичном, «молекулярном» уровне, которые, в свою очередь, образуют на «многомолекулярном», «структурном» уровне макрогенерации [42; 43; 44; 45], индустриальные циклы, вносящие свой совокупный вклад в валовый внутренний продукт (ВВП) отдельной страны. ВВП отдельных стран образует мировой ВВП (ВВП мировой экономической системы в целом). Мировой ВВП (World real GDP) является современным реальным суммарным показателем, оцениваемым и используемым для прогнозирования эволюции мировой экономической системы в целом.

Прогнозирование жизненного цикла товаров, услуг, технологий, нелинейных экономических процессов, включая процессы, тенденции во внешнеторговой деятельности, является современной задачей, поставленной перед экономической наукой и имеющей большое практическое значение. К настоящему времени созданы многие экономико-математические модели, но ни одна из них не обладает универсальностью и может быть применена лишь для частных случаев. Кризис идей вызван тем, что большинство моделей являются или слишком абстрактными, вероятностными стохастическими моделями без детерминистической составляющей или лишь аппроксимирующими моделями, «подобранными» под эмпирические статистические данные. Под любую эмпирическую зависимость, экономическую траекторию всегда можно подоб-

рать соответствующую аппроксимирующую функцию, а затем сделать экстраполяцию этой функции, т.е. прогнозирование неизвестных значений функции, траектории за пределы полученных статистических данных. Подобные модели могут быть использованы, в лучшем случае, для краткосрочных прогнозов отдельных жизненных циклов в частных случаях. Одним из вариантов выхода из кризиса идей и решения задачи прогнозирования является использование моделей, учитывающих зависимость жизненных циклов от имеющихся ресурсов и основных определяющих социально-экономических факторов, применение знаний из экономифизики, эволюционной экономики, теории развивающихся систем и т.д.

На макроэкономическом феноменологическом уровне существенные количественные и качественные изменения в мировой торговле можно объяснить быстрым развитием фундаментальных и прикладных научных исследований, новейших технологий, интернационализацией производства, торговли, кредитно-финансовых систем, дальнейшим развитием международного разделения труда, ростом транснациональных компаний до уровня минигосударств, имеющих свое производство во многих странах мира, объединением отдельных стран в единое экономическое сообщество, высокой степенью открытости экономических систем, внешнеторгового дела во многих странах, либерализацией торговли, внешнеторговой деятельности, реальным переходом от индустриального к индустриально-информационному обществу и многими другими факторами. В этих условиях необходимо иметь современные знания во внешнеторговой деятельности, быть всесторонним специалистом, профессионалом в различных областях познания внешнеторгового дела. Данная книга в значительной степени соответствует этой современной задаче познания.

ГЛАВА 2

ПОНЯТИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

2.1. РЕСУРСНЫЙ ПОДХОД В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ И ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ

Экономические, финансовые ресурсы взаимосвязаны с природными ресурсами, являющимися источниками производства энергоресурсов, электроэнергии, основой материального и нематериального производства, добывающей, обрабатывающей промышленности, внешней торговли. Различия, «градиент» в интеллектуальных, трудовых, природных, экономических ресурсах, энергоресурсах, факторах производства (земля, труд, капитал), уровне фундаментальной и прикладной науки, производства, товарно-денежных отношений, степеней социально-экономической свободы между странами являются одними из основных причин в существовании международного разделения труда (страновой специализации), международной кооперации и международной торговли. На основе статистических данных (рис. 2.1.1) наблюдается реальная корреляция, взаимосвязь между динамикой потребления, производства энергоресурсов и мировым ВВП (World real GDP). ВВП отдельных стран образует мировой ВВП (ВВП мировой экономической системы в целом). Мировой ВВП является современным реальным суммарным показателем, оцениваемым и используемым для прогнозирования эволюции мировой экономической системы в целом. Годовое

изменение мирового ВВП в период с 1980 по 2002 гг. представлено на рис. 2.1.2. Многие статистические данные подтверждают существенное влияние первичных природных ресурсов, произведенных вторичных энергоресурсов на развитие производства, финансовые ресурсы, мировой внешнеторговый оборот.

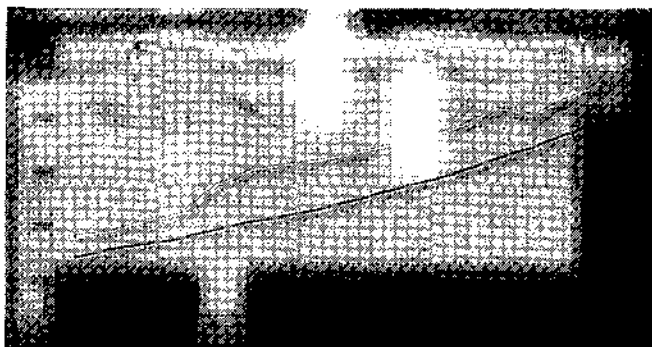


Рис. 2.1.1. Зависимость мирового ВВП (млрд долл. США) и суммарная наработываемая мощность (ГВт) энергетических установок в мире от времени (в годах) (источник: Financial Times от 10 июня 2002 г.)

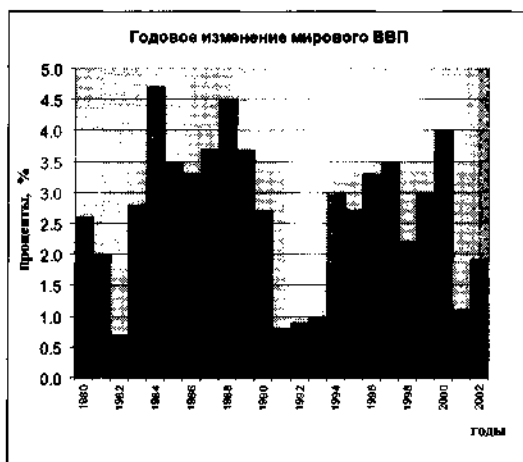


Рис. 2.1.2. Годовое изменение мирового ВВП в период с 1980 по 2002 гг. (источник: Financial Times от 30 мая 2003 г.)

Финансовые ресурсы представляют собой различного рода инвестиции, кредиты, доходы от продажи товаров, услуг на внутреннем и внешних рынках и т.д. Финансовые ресурсы существенно влияют

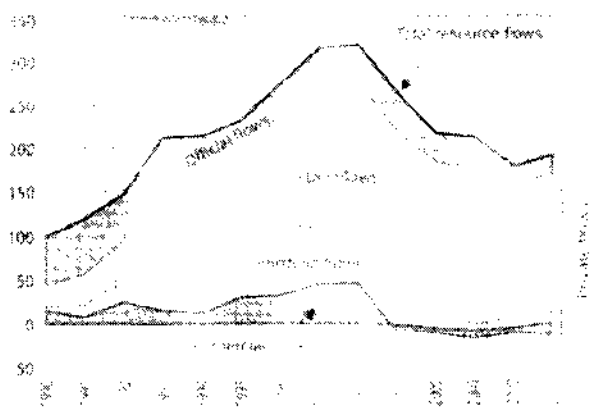


Рис. 2.1.3. Зависимость иностранных прямых инвестиций (FDI), портфельных инвестиций (portfolio flows), коммерческих банковских займов (commercial bank loans) в млрд долл. США от времени в период с 1990 по 2003 гг. в развивающихся странах [124]

на экономическую эволюцию, индустриальные циклы, именно поэтому придается столь важное значение их динамике в экономическом пространстве. В докладе о мировых инвестициях, представленном на конференции ООН по торговле и развитию UNCTAD [124], приведены многочисленные статистические данные по иностранным прямым инвестициям (Financial Direct Investment — FDI) в различных странах, группах стран. Один из примеров экономической траектории финансовых ресурсов представлен на рис. 2.1.3.

Ресурс не является единственным фактором, влияющим на траекторию роста народонаселения. Существует множество социально-экономических факторов, играющих роль ограничителя роста, например, демографический фактор. Официальная статистика Европейской Комиссии свидетельствует о том, что число людей работоспособного возраста в Европе уменьшится на 40 млн человек с 243 млн до 203 млн в период с 2000 по 2050 гг., при этом число людей в возрасте более, чем 65 лет увеличится на 60 %, до 103 млн человек [113]. Подобные демографические изменения могут привести к существенным социально-экономическим последствиям, экономическому спаду, к разрушению пенсионной системы в Европе.

Реальный и прогнозируемый (расчетный) до 2050 г. рост населения Земли отображен на рис. 2.1.4 для возможно высокого, среднего и низкого роста (темпов роста) населения. Ввиду множества социально-экономических факторов, влияющих на траекторию роста и непро-

гнозируемых в настоящем, ученые вынуждены учитывать как минимум эти три варианта роста народонаселения.

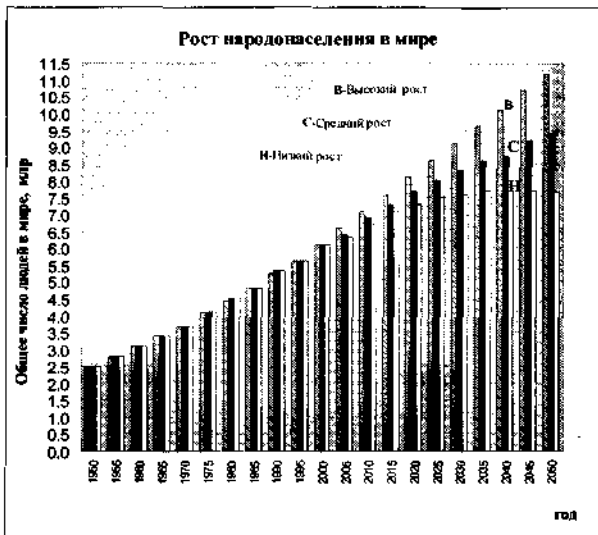


Рис. 2.1.4. Рост населения Земли до 2050 г.

Анализ роста, состава, длительности жизни народонаселения имеет важное значение для социально-экономических исследований, так как одним из главных факторов, влияющим на эволюцию экономических структур, на мировой товарооборот, является изменение экономических ресурсов, динамики потребления и производства ресурсов, а число людей, их покупательская способность определяют количество и качество потребляемых ресурсов. В конечном итоге, люди потребляют и перераспределяют между собой природные ресурсы или ресурсы, созданные человеческим трудом, определяют емкость рынка для того или иного товара и т.д.

Решение ресурсной, энергетической проблем является стратегической задачей для многих стран. Страны Европейского Сообщества, США, Россия, Япония разрабатывают свои национальные программы по развитию водородной энергетики, которые существенно повлияют на социально-экономическое развитие этих стран и мировой экономической системы в целом, а также способствуют появлению новых степеней социально-экономической свободы, позволят снизить зависимость

энергетики от невозобновляемого углеводородного топлива, использование которого, кроме прочего, ведет к отрицательному воздействию на экологию.

Данные о запасах природных ресурсов весьма пессимистичны. По данным десятой мировой энергетической конференции запасы нефти истощатся приблизительно к 2100 г., угля к 2500 г. и т.д. В настоящем основная часть потребляемой мировым сообществом энергии, примерно 86 % [58], производится за счет использования природных полезных ископаемых, органического топлива в виде угля, газа, нефти, природного газа, накопленных природой в течение миллионов лет. Со стороны внешнего наблюдателя планеты Земля, в масштабах вселенского времени интенсивное поглощение земных ресурсов в индустриальную эпоху выглядит как одно мгновение.

Помимо того, что природные ископаемые являются невозобновляемыми ресурсами, добавляется еще один существенный негативный эффект: при сжигании образуется углекислый газ, выбрасываемый в атмосферу и способный привести к парниковому эффекту на Земле. Первые очевидные признаки парникового эффекта проявились в виде интенсивного таяния ледников в Антарктиде в течение последних десятилетий, необычайно высокой температуры в Европе в 2003 г. Можно, конечно, объяснить эти явления лишь естественной флуктуацией, общими геофизическими изменениями, отклонением от средне-статистической мировой температуры, но данные факты и многие другие должны быть глубоко и комплексно исследованы мировым научным сообществом.

По оценкам экспертов, возобновляемые источники энергии в виде солнечной, ветроэнергетики, геотермальной энергии, энергии приливной волны океанов дают миру меньше, чем 1 % коммерческой энергии. Возобновляемые источники энергии (гидроэлектростанции, солнечная и ветроэнергетика) дают примерно 7,2 % электроэнергии в мире при том, что гидроэнергетика практически исчерпала свои природные водные ресурсы [58]. Основными известными альтернативными источниками энергии по-прежнему остаются лишь уже использующаяся ядерная энергетика, а также энергетика ближайшего будущего — термоядерная и водородная энергетика.

Реакция термоядерного синтеза, на которую возлагаются большие надежды, та реакция, которая происходит на Солнце, звездах — природных термоядерных реакторах, и является предполагаемым будущим источником энергии на Земле, была реализована Россией и США только в

виде термоядерных взрывов, но еще предстоит многолетний путь к созданию мирной технологии управляемой термоядерной реакции, требующей больших инвестиций и интеллектуальных усилий ученых мирового сообщества. На сегодняшний день основными источниками энергии являются тепловые и атомные электростанции. Существующие основные источники энергии не отвечают полностью требованиям современной цивилизации, экологии, условию гармонии с окружающей средой. Для поддержания темпов экономического развития, решения глобальных проблем человечества необходимы новые виды энергии, энергетики, открытие и внедрение которых возможно лишь при развитии фундаментальных и прикладных научных исследований в области энергетики.

Мировая экономика имеет различные альтернативные пути своего развития. Первый основной вариант — развитие по классическому пути от менее к более высокому уровню производительных сил и средств производства, к более свободной, относительно открытой экономике, торговле, к новым степеням социально-экономической свободы. Степени социально-экономической свободы определяют дискретность («квантование») и конечность альтернативных путей эволюции экономических структур для текущей экономической стадии [61; 116]. Эта универсальная взаимосвязь между степенями социально-экономической свободы и альтернативными путями экономической эволюции предопределила стремление человечества к свободе выбора.

Другой вариант — развитие за счет преобладающего роста финансового рынка в условиях уменьшения инвестиций в производство, построения финансовых «пирамид» в масштабе отдельных секторов экономики или государства. Подобный виртуальный «бумажный» путь непременно ведет к завершению жизненного цикла экономических структур, экономическому краху. Реальные статистические данные по капитализации компаний, приведенные в главе «Жизненные циклы компаний», подтверждают этот факт.

Выбор этих и иных путей развития мировой экономики, международной торговли зависит от задаваемого вектора эволюции, под которым понимается совокупность эволюционных законов, социально-экономических факторов, человеческой деятельности, стремления человека к свободе выбора, научных открытий, социально-экономических стратегий, государственного регулирования, социально-экономических проектов и общих экономических целей (увеличения ВВП, прибыли, объема продаж и т.д.).

Эволюция, единственной целью которой являются потребление, переработка и перераспределение ресурсов — это эволюция, приводящая к завершению жизненного цикла. Этот факт подтверждают ушедшие в прошлое древние цивилизации. Человеческая эволюция может внезапно прекратиться в любой момент из-за относительно простого во вселенских масштабах внешнего фактора, например, падения крупного астероида на Землю. Чтобы исключить этот внешний фактор или иные внешние, внутренние факторы необходимо направить имеющиеся земные, экономические и интеллектуальные ресурсы на предотвращение этой угрозы. Для этого необходимо изменить задачу эволюции мировой экономической системы и человечества в виде борьбы за ресурсы на альтернативную задачу создания возобновляемых ресурсов, перейти от использования невозобновляемых ресурсов к использованию возобновляемых.

2.2. ЦЕЛИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Экономика любой страны мира, в том числе и России, является частью пространства мировой экономической системы, а процесс интеграции стран в данную систему предопределен универсальными законами эволюции, существующим международным разделением труда, ростом производительности труда, переходом от ведения относительно замкнутой, изолированной, локальной торговли на национальных рынках к относительно открытой международной торговле. Внешнеэкономические условия, степени экономической свободы являются факторами, влияющими на развитие внешнеторговой деятельности, на экспортно-импортные потоки, на эволюцию экономик этих стран как развивающейся экономической системы.

Внешнеторговая деятельность в России регулируется Конституцией РФ, Федеральным законом от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» (вступил в силу 15 июня 2004 г.), другими правовыми актами РФ, а также общепризнанными принципами и нормами международного права и международными договорами РФ. Под *внешнеторговой деятельностью*¹ понимается деятельность в области международного обмена товарами, услугами, информацией, результатами интеллектуальной собственности. *Целью внешнеторговой политики* Российской Федерации

¹ Вместо термина «участник внешнеторговой деятельности» часто используется термин «участник внешнеэкономической деятельности (ВЭД)», а вместо термина «внешнеторговая деятельность» — «внешнеэкономическая деятельность».

является «создание благоприятных условий для российских экспортеров, импортеров, производителей и потребителей товаров и услуг» на основе «соблюдения общепризнанных принципов и норм международного права, а также обязательств, вытекающих из международных договоров Российской Федерации» (Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ). Приоритетными целями российской внешнеторговой деятельности являются расширение взаимовыгодных торговых, экономических связей с другими странами, увеличение внешнеторгового оборота, экономических ресурсов России, содействие в повышении конкурентоспособности российских товаров, услуг на международном рынке, поддержка и всесторонняя помощь отечественным производителям, компаниям в выходе на внешние рынки, создание условий для более свободной, открытой экономики, активного торгового баланса, экспорта готовых высокотехнологичных товаров, уменьшение зависимости России от импорта товаров.

Правом ведения внешнеторговой деятельности обладают любые *российские и иностранные лица*. Под *российскими лицами* понимаются юридические лица, созданные в соответствии с законодательством РФ, и физические лица, имеющие постоянное или преимущественное место жительства на территории РФ, являющиеся гражданами РФ или имеющие право постоянного проживания в РФ либо зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей в соответствии с законодательством РФ. Под *иностранным лицом* понимается «физическое лицо, юридическое лицо или не являющаяся юридическим лицом по праву иностранного государства организация, которые не являются российскими лицами» (Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ).

Для осуществления внешнеторговой деятельности необходимо ведение, развитие внешнеторгового дела как системы, совокупности внешнеэкономических, внешнеторговых и научных междисциплинарных знаний в области внешней торговли, внешнеторговых операций, сделок, права, финансов, маркетинга, логистики, страхования, информационных технологий, экономико-математических знаний. Предметом внешнеторгового дела является изучение и формализация предметной области «Знания о ведении внешнеторговой деятельности». Внешнеторговое дело как развивающаяся система знаний необходима при разработке государственной социально-экономической стратегии, при определении вектора эволюции внешнеторговой деятельнос-

ти, развития экономических структур (компаний, банков, различных организаций).

Цели внешнеторговой деятельности, развитие экономики России могут быть достигнуты при решении основных задач внешнеэкономической деятельности и ее экономики, заключающихся в более полной интеграции России в мировую экономическую систему, в систему международного разделения труда, международной торговли и научно-технического сотрудничества. Для решения этих задач необходима ясная социально-экономическая и внешнеэкономическая стратегия, позволяющая задать направление «вектора» эволюции, духовного вектора общества. Отсутствие долгосрочной экономической стратегии приводит к построению относительно замкнутой экономической системы, к преобладанию хаоса в экономике, к отдельным спонтанным хаотическим действиям во внешнеторговой деятельности на макро и микроэкономическом уровнях. Повышение народного благосостояния, ускорение экономического роста, обеспечение экономической и внешнеторговой безопасности страны, государственная поддержка отечественных компаний на международных рынках, либерализация внешнеэкономической деятельности, уменьшение тарифных и нетарифных ограничений, упрощение внешнеторговых, таможенных процедур, переход от экспорта сырьевых товаров к конкурентоспособным наукоемким высокотехнологичным товарам, отвечающим современному эволюционному этапу, на котором находится мировое сообщество, должны быть приоритетными целями и задачами государства, государственной политикой России.

ГЛАВА 3

ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫЕ ОПЕРАЦИИ

3.1. ИМПОРТ В РОССИЮ

Под импортом товара понимается ввоз товара на таможенную территорию Российской Федерации без обязательства об обратном вывозе (Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»). Для осуществления импорта товаров покупатель-импортер (резидент РФ) должен пройти следующие основные этапы:

- зарегистрироваться в качестве участника внешнеэкономической деятельности (если фирма-импортер не была ранее зарегистрирована);
- подписать контракт на импорт;
- получить необходимые лицензии, сертификаты, разрешения;
- оформить паспорт импортной сделки;
- произвести необходимые платежи по контракту;
- принять товар в согласованном с экспортером (продавцом, нерезидентом РФ) пункте или порту назначения;
- произвести таможенное оформление импортируемых грузов, нести расходы по уплате импортных таможенных пошлин, сборов, налогов (за исключением поставки на условиях DDP).

Типичные условия поставки с точки зрения логистики представлены в упрощенном варианте контракта на импорт в Россию в *Приложении (раздел 1)*.

Данный вариант контракта не содержит подробных условий платежей, технической поддержки, гарантии качества и прочих условий, и концентрирует внимание на типичных логистических данных, необходимых для обеспечения поставки по импорту. Например, контракт на импорт высокотехнологичного оборудования может содержать иные контрактные пункты такие, как «ОБЪЕМ РАБОТ», «ПРОВЕРКА И ЗАВОДСКИЕ ИСПЫТАНИЯ», «СЕРТИФИКАЦИЯ», «ШЕФ-МОНТАЖ», «ПРАВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ», «ГАРАНТИЙНЫЙ РЕМОНТ» и другие.

Данный контракт на импорт применен для общего случая, когда участвуют три стороны в контракте: продавец (нерезидент РФ), покупатель (резидент РФ) и получатель (резидент РФ). Получателем товара по «тройственному» контракту может быть любая фирма, зарегистрированная как участник ВЭД и как российская фирма (резидент) в соответствии с законодательством РФ. Получатель должен заключить с покупателем дополнительный договор, в котором фиксируются объем выполняемых работ получателем, подробные обязанности и ответственность покупателя и получателя в соответствии с «тройственным» контрактом.

Объем работ, осуществляемый получателем, может быть следующим: импортная таможенная очистка через таможенного брокера или самостоятельно; осуществление таможенных платежей за счет покупателя; получение товара (оборудования); хранение на складе; транспортировка оборудования на рабочие площадки; монтаж; пуско-наладочные работы; техническое обслуживание; гарантийный и послегарантийный ремонт оборудования.

Сертификация

Необходимость сертификации во внешнеэкономической деятельности обусловлена отличиями в системах стандартизации в разных странах, технических требованиях, различными критериями безопасности товара и защиты прав потребителей. Сертификация необходима для подтверждения того, что товар, услуга соответствуют определенным стандартам, техническим условиям, нормативно-техническим документам. Сертификация подтверждается сертификатом соответствия или знаком соответствия. Сертификат соответствия или знак соответствия является документом или защищенным в установленном порядке знаком, выданным по правилам системы сертификации и подтверждаю-

щим, что сертифицированные изделия, продукция, товар соответствуют определенным стандартам, нормативно-техническим документам. Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии (Ростехрегулирование, ранее Госстандарт РФ) является центральным органом Российской Федерации по сертификации, который принимает программы разработки национальных стандартов, утверждает национальные стандарты, проводит сертификацию соответствия и осуществляет контроль, надзор за деятельностью, осуществляемой по его поручению другими организациями: аккредитованными центрами по сертификации, лабораториями, испытательными центрами и т.д. (*постановление Правительства РФ от 17 июня 2004 г. № 294*).

Федеральный закон от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ «О техническом регулировании», вступивший в силу 1 июня 2003 г., формулирует основные принципы регулирования «отношений в области установления, применения и исполнения обязательных требований к продукции, процессам производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, а также в области установления и применения на добровольной основе требований к продукции, процессам производства, эксплуатации, хранения, перевозки, реализации и утилизации, выполнению работ или оказанию услуг и правовое регулирование отношений в области оценки соответствия». «Правительством Российской Федерации до вступления в силу соответствующих технических регламентов определяется и ежегодно дополняется перечень отдельных видов продукции, в отношении которых обязательная сертификация заменяется декларированием соответствия, осуществляемым в порядке, установленном настоящим Федеральным законом».

Сертификация товаров напрямую связана с логистикой. График поставки товаров зависит, в частности, от того, когда могут быть получены все необходимые сертификаты, разрешения, лицензии на товары. Более того, некоторые логистические фирмы в качестве дополнительной услуги от имени и по поручению клиентов содействуют получению данных документов.

В соответствии с *Федеральным законом от 27 декабря 2002 г. № 184-ФЗ* международные стандарты могут использоваться полностью или частично в качестве основы для разработки проектов технических регламентов. Однако международные сертификаты не признаются при импортной таможенной очистке в России и могут лишь быть дополнительным документом к набору документов, представ-

ляемых в таможенные органы или сертификационные центры для проведения сертификации. Исключением является международный сертификат, выданный SGS (Societe Generale de Surveillance) по форме сертификации ГОСТ Р, утвержденной Госстандартом (в настоящем — Ростехрегулированием), делегировавшим SGS право выдавать данный сертификат нерезидентам вне территории РФ. Однако в этом случае SGS может выдавать сертификаты по форме Ростехрегулирования (ранее — Госстандарта) лишь для ограниченного списка товаров, согласованного с Ростехрегулированием (Госстандартом).

При выходе на международные рынки российские компании могут сертифицировать свои товары или услуги в аккредитованных международных центрах, лабораториях, независимых авторитетных сертификационных органах по сертификации, например, в SGS, Bureau Veritas (Бюро Веритас), Lloyd (Ллойд) и иных. С позиций международного права данная сертификация носит рекомендательный характер и не является обязательной, поэтому каждая российская компания, предприятие-экспортер может сертифицировать свой товар, услугу в этих аккредитованных организациях или же не сертифицировать по своему усмотрению. Смысл данной сертификации в том, что при наличии сертификата соответствия товар, услуга могут быть более конкурентоспособными ввиду того, что покупатели предпочитают приобретать сертифицированный товар, услугу или же осуществлять покупки от компаний с известной торговой маркой (brand name). Сертификация товара или услуги дает определенную гарантию потребителям, покупателям в том, что приобретенные товары или услуги являются качественными и отвечающими общепринятым международным стандартам качества. Соблюдение международных стандартов позволяет также улучшить систему менеджмента (управления) качества производимых товаров или услуг, а также упорядочить, систематизировать, синхронизировать и оптимизировать отдельные деловые процедуры в компании. Сертификация систем менеджмента качества производимых товаров или услуг играет существенную роль, когда компания имеет цель расширить рынки сбыта своих товаров или услуг и привести их качество в соответствие с международными стандартами, требованиями как отечественных, так и зарубежных потребителей. Подобная задача ставится также и компаниями в области предоставления логистических услуг, транспортно-экспедиторского обслуживания.

Универсальными стандартами являются стандарты ISO серии 9000, применяемые к любой компании, предприятию из различных секторов экономики, сфер производства или оказания услуг. Стандарты ISO серии 9000 (ИСО 9000) приняты в России как ГОСТ 40.9001-88, 40.9002-88, 40.9003-88. Наиболее часто используемыми сертификационными стандартами на системы менеджмента являются стандарты ISO 9001. Подробную информацию об ISO стандартах можно найти на Интернет-страницах www.iso.org, www.iso9000.ru. Компании, предприятия различного вида деятельности могут быть сертифицированы также и на соответствие международным экологическим стандартам серии ИСО 14000, которым соответствуют российские стандарты ГОСТ Р ИСО 14001-98, ГОСТ Р ИСО 14004-98, ГОСТ Р ИСО 14050 и объединяющий систему менеджмента качества и экологического менеджмента ГОСТ Р ИСО 19011-2003. Стандарты серии ИСО 14000 позволяют предприятиям, компаниям, в особенности, имеющим собственное производство, выработать свою стратегию, программу, ориентированную на минимизацию вредного воздействия этого производства на окружающую среду.

Международные стандарты ISO (ИСО) разрабатываются международной организацией по стандартизации ISO (ИСО, www.iso.org), а сертификация осуществляется авторитетными компаниями по сертификации, к которым, к примеру, относится всемирно известная компания Bureau Veritas (Бюро Веритас, www.bureauveritas.ru или www.bureauveritas.com). Bureau Veritas оказывает услуги в морском, аэрокосмическом, промышленном секторах, в гражданском строительстве, в сфере сертификации на соответствие международным стандартам. Услуги по сертификации систем менеджмента, в том числе применительно к логистическим компаниям, могут быть представлены компанией BVQI (www.bvqi.ru), независимым сертификационным органом Bureau Veritas, имеющим официальное представительство в Москве.

Сертификат и декларация о происхождении товара

Сертификат происхождения (сертификат о происхождении товара) представляется в следующих случаях в соответствии с *Законом РФ от 21 мая 1993 г. № 5003-1 «О таможенном тарифе»*:

- товаров, происходящих из стран, которым РФ предоставляет преференции по таможенному тарифу;

- товаров, ввоз которых из данной страны регулируется количественными ограничениями (квотами) или иными мерами регулирования внешнеэкономической деятельности;
- если это предусмотрено международными соглашениями, участником которых является РФ, а также законодательством РФ в области охраны окружающей природной среды, здоровья населения и т.п.;
- в случаях, когда в предоставляемых для таможенного оформления документах сведения о происхождении товаров отсутствуют, либо у таможенного органа РФ есть основания полагать, что декларируются недостоверные сведения о происхождении товаров.

Таким образом, таможенные органы РФ вправе требовать предоставления сертификата о происхождении товара. Это право закреплено также в *ст. 34 Таможенного кодекса РФ от 28 мая 2003 г. № 61-ФЗ (вступил в силу с 1 января 2004 г.)*.

Документом, подтверждающим происхождение товаров, является также декларация о происхождении товара, «составленная в произвольной форме при условии, что в ней указаны сведения, позволяющие определить страну происхождения товара. В качестве такой декларации могут использоваться коммерческие или любые другие документы, имеющие отношение к товару, содержащие заявление о стране происхождения товара, сделанное изготовителем, продавцом или экспортером в связи с вывозом товаров» (*ст. 35 Таможенного кодекса РФ от 28 мая 2003 г. № 61-ФЗ*).

Сертификат или декларация о происхождении товара требуется для подтверждения страны происхождения товара и определения той или иной ставки ввозной пошлины. Сертификат или декларация о происхождении товара может потребоваться для тех товаров, страна происхождения которых вызывает сомнение и не подтверждена соответствующей заводской маркировкой, а также для высокотехнологичного оборудования, в поставке которого участвуют многие производители-субконтракторы, и отгрузки производятся из разных стран.

Существует перечень стран, в торгово-политических отношениях с которыми Российская Федерация принимает «режим наиболее благоприятствуемой нации» и базовую ставку ввозной пошлины (100 %). Ставки ввозных пошлин определены в *Таможенном тарифе РФ, вве-*

денном с 1 января 2002 г. (постановление Правительства РФ от 30 ноября 2001 г. № 830 «О Таможенном тарифе Российской Федерации и товарной номенклатуре, применяемой при осуществлении внешнеэкономической деятельности»).

В случае товаров, ввозимых из стран, торгово-политические отношения с которыми не предусматривают «режим наиболее благоприятствуемой нации», либо страна происхождения которых не установлена, применяются ставки таможенных пошлин, увеличенные в два раза (Закон РФ от 21 мая 1993 г. № 5003-1 «О таможенном тарифе»).

3.2. ЭКСПОРТ ИЗ РОССИИ

Под экспортом понимается вывоз товара с таможенной территории Российской Федерации без обязательства об обратном ввозе (Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»).

Экспорт из России можно условно разделить на следующие основные стадии:

- регистрация фирмы-экспортера как участника внешнеэкономической деятельности (если фирма-экспортер не была ранее зарегистрирована);
- переговоры по согласованию коммерческих, технических и иных условий контракта;
- предконтрактная подготовка и подписание контракта;
- получение необходимых лицензий, сертификатов, разрешений;
- подготовка товара к поставке: упаковка, маркировка, подготовка отгрузочных документов;
- оформление паспорта сделки;
- экспортная таможенная очистка;
- поставка товара на условиях, определенных в контракте в соответствии с Инкотермс;
- расчеты за поставленный товар в соответствии с условиями платежа.

В Приложении (раздел 1) приведен упрощенный вариант контракта на экспорт из России. Сертификат происхождения (сертификат формы «А») не требуется для предоставления в таможенные органы, так как при экспорте товаров таможенные органы не устанавливают и не удостоверяют страну происхождения, но сертификат происхожде-

ния может быть потребован покупателем-нерезидентом. Сертификат происхождения также необходим для товаров, подпадающих под действие тарифных преференций, предоставляемых Российской Федерации иностранными государствами или их экономическими объединениями, или под действие Общей системы преференций Европейских сообществ (ОСП). Таким образом, необходимость получения сертификата происхождения определяется в каждом конкретном случае.

В случае необходимости получение сертификата происхождения (сертификата формы «А») осуществляется через ТПП России (www.tpprf.ru) и территориальные торгово-промышленные палаты, уполномоченные ТПП России в установленном порядке. Для получения сертификата происхождения необходим акт экспертизы, выдаваемый АНО «Союзэкспертиза» (СОЭКС) при Торгово-промышленной палате РФ. Список необходимых основных документов для получения экспертизы состоит из сопроводительного письма, уставных документов экспортера, контракта на экспорт, описания технологического процесса, импортного контракта на поставку сырья, из которого сделан экспортный товар, или компонентов, частей, из которых состоит данный товар (если имеются) и т.д.

Для продукции собственного производства, поставляемой на экспорт предприятиями, в уставном фонде которых иностранные инвестиции составляют более 30 %, необходимо пройти экспертизу и получить сертификат продукции собственного производства. АНО «Союзэкспертиза» Торгово-промышленной палаты РФ удостоверяет факт отнесения продукции к собственному производству и выдает этот сертификат.

Для получения сертификата необходимо представить следующие документы:

- заявление на имя руководителя АНО «Союзэкспертиза»;
- копии учредительных документов с дополнениями и изменениями, свидетельство о государственной регистрации предприятия в качестве субъекта хозяйственной деятельности на территории РФ;
- справку Федеральной службы государственной статистики РФ (ранее — Госкомстата) о присвоении кода ОКПО;
- отчет о производственной деятельности предприятия за предыдущий год;

- акт аудиторской проверки, составленный одной из аудиторских организаций, допущенной к аудиторской проверке Министерством финансов РФ;
- технико-экономическое обоснование объема производства в текущем году, подписанное руководителем предприятия-заявителя;
- описание технологического процесса и нормативно-техническую документацию;
- подтверждение министерства и ведомства РФ, ответственного за разработку балансов по соответствующему виду продукции, и Министерства экономики РФ о принятии на учет заявленных предприятием объемов экспорта продукции собственного производства в текущем году.

АНО «Союзэкспертиза» вправе потребовать иные дополнительные документы, необходимые для определения продукции собственного производства. Кроме того, заявитель обязан обеспечить доступ представителя АНО «Союзэкспертиза» на предприятие для проведения экспертизы. По результатам экспертизы выдается сертификат или же отрицательное заключение, оформляемое соответствующим актом экспертизы.

Сведения о выданных или отзываемых сертификатах направляются в Министерство экономического развития и торговли РФ, орган государственного управления, отвечающего за разработку балансов по соответствующему виду продукции.

Экспорт от российского производителя

Российский производитель может быть одним из поставщиков (субподрядчиков, *subcontractor*, *vendor*), участвующим в контракте поставки между продавцом-нерезидентом и покупателем-нерезидентом. В этом случае продавец-нерезидент покупает оборудование у российского производителя и включает его в состав оборудования, технологической системы, продаваемой покупателю-нерезиденту.

Рекомендуемыми оптимальными условиями экспортной поставки товара российским производителем или субподрядчиком-резидентом покупателю-нерезиденту являются условия FOB — российский порт отгрузки, CIF — порт назначения, CIP или CPT — пункт назначения, DAF — пункт поставки на границе.

Условия *Ex Works (EXW)* нежелательны, так как в этом случае покупатель-нерезидент обязан принять товар на складе своего российского

субподрядчика, произвести экспортную таможенную очистку в России и т.д., что существенно может осложнить выполнимость контрактных обязательств для продавца-нерезидента. Данный базис поставки также непривлекателен для российского субподрядчика ввиду того, что вывоз оборудования из России должен осуществляться от его имени как производителя и резидента РФ, что означает обязательное содействие российского субподрядчика в подготовке необходимых отгрузочных документов, сопроводительных писем в таможенные органы и т.д.

Сложность вывоза для нерезидента вызывается также тем фактом, что необходимые разрешения, лицензии на вывоз из России реально могут быть получены только российским производителем или субподрядчиком (резидентами).

3.3. ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ КОНТРАКТ

Понятие соглашения, договора происходит из Древнего мира, в котором широко использовались договоры на продажу недвижимости, урожая, товаров, на предоставление ссуды. Эти договоры закладывали нормы будущего применяемого национального государственного и международного права. Подобные выводы следуют при ознакомлении, в частности, с приведенным ниже вавилонским договором на продажу пшеницы, который в современном понимании был одним из первых в истории форвардных договоров (контрактов): продажа зерна была сделана за шесть месяцев до того, как зерно было готово к поставке, т.е. на оговоренную дату в будущем. Многие письменные свидетельства прошли через тысячелетия, позволив заглянуть в мир древней торговли, цивилизаций.

Договор на продажу недвижимости, Шумер (Sumer), Месопотамия, около 2000 г. до н.э.

«Сини-иштар, сын Иль-ириби, и Эпил-илу, его брат, купили одну треть земли с построенным домом, следующим за домом Сини-иштара, и следующим за домом Минани; одна треть пахотной земли за домом Сини-иштара, который выходит на улицу, является собственностью Минани, сына Миграт-сина. Они заплатили четыре с половиной сиклей серебра, цена согласована. Никогда в дальнейшем не могут быть предъявлены какие-либо права на дом Минани. Именем своего царя они поклялись. (Имена четырнадцати свидетелей и писца приведены далее)» (перевод с английского [95] на русский выполнен авторами данной книги).

Договор на продажу урожая на корню, Вавилон, Месопотамия, около 532 г. до н.э.

«От выращенного поля, расположенного на аллее Лиу-бела, Итти-мардук-алати, сын Набу-акхи-иддина, сын Егиби, закупил урожай от Ташмитума-дамката, дочери Шузабу, сына Шигуа и Надин-аплу, сына Римата, сына Епиш-илу. Итти-мардук-алати пересчитал деньги, оплатил стоимость урожая с того поля на седьмой год Сайруса, царя Вавилона, повелителя народов наличными Ташмитум-дамкату и Надин-аплу. (Имена двух свидетелей и писца приведены далее)» *(перевод с английского 195] на русский авторами данной книги).*

Договор на продажу пшеницы, Вавилон, Месопотамия, около 487 г. до н.э.

«Шесть талантов пшеницы от Шамаш-малку (Shamash-malku), сына Набу-напшет-су-зиза (Nabu-napshat-su-ziz), для Шамаш-иддина (Shamash-iddin), сына Римата (Rimut). В месяце Siman, он поставит пшеницу, полностью шесть талантов, в Шибту (Shibtu), в дом Шамаш-иддина. Заверено: имена, поставивших подписи» *(перевод с английского 195] на русский авторами данной книги).*

Древний договор о ссуде, Египет, около 194 г. до н.э.

Договор о ссуде на древнеегипетском папирусе (рис. 3.3.1) является типичным древним египетским договором, в котором одна из сторон обязуется возвратить определенное количество зерна, взятое в качестве ссуды у другой стороны. Ссуда была взята на период около семи месяцев без процентов. Однако в случае, если ссуда не возвращалась в установленные сроки, то должник-Аменхотеп обязан был оплатить месяцем позже дополнительные пятьдесят процентов от взятой ссуды Падимину, владельцу зерна. Краткое содержание изложенного было написано наверху папируса, который затем был запечатан так, чтобы его содержание могло быть проверено, если существовало опасение того, что главный текст мог быть подделан (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk).

Древние контракты, договоры как правовые документы способствовали развитию права и стали точкой отсчета в эволюции договорного права, первичной основой совершенствования последующих контрактов купли-продажи, внешнеторговых контрактов и создания международного правового пространства. Современные договоры, внешнеторговые контракты приводятся в соответствие как с национальным, так и международным законодательством, к которому относятся междуна-

родные конвенции, межгосударственные соглашения. В основы конституционного строя Российской Федерации, российского права положены общепризнанные принципы и нормы международного права, международные договоры. Этот факт отображен в *Статье 15 Конституции Российской Федерации*: «4. Общепризнанные принципы и нормы международного права и международные договоры Российской Федерации являются составной частью ее правовой системы. Если международным договором Российской Федерации установлены иные правила, чем предусмотренные законом, то применяются правила международного договора» (*Конституция Российской Федерации, принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 г.*, www.constitution.ru, www.gov.ru).

Существуют два вида международных договоров: договоры, устанавливающие режим торговли в отношениях между двумя или более государствами (1-й вид), и договоры, содержащие гражданско-правовые правила, регулирующие имущественные отношения, возникающие из внешнеэкономических контрактов, из внешнеторговых отношений между продавцом и покупателем (2-й вид) [60]. Таким образом, договор является более общим, широким понятием в сравнении с понятием контракта, относящимся к второму виду договоров. В соответствии с существующей сложившейся международной практикой ведения внешнеторгового дела договор купли-продажи принято называть контрактом купли-продажи. Под контрактом купли-продажи понимается согласованный между сторонами (продавцом и покупателем) коммерческий документ, на основании которого продавец обязан передать товар в собственность покупателя, а покупатель обязан принять и оплатить этот товар [50].

Основные положения большинства применяемых в России экспортно-импортных контрактов соответствуют положениям Венской конвенции ООН 1980 г. о договорах купли-продажи [33; 59; 60], кото-

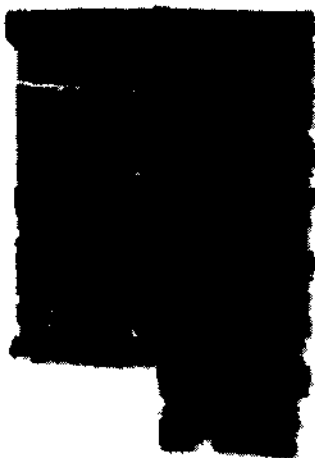


Рис. 3.3.1. Договор о суде на древнеегипетском папирусе, около 194 г. до н.э. (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)

рая является одним из основных нормативных актов, регулирующим международную куплю-продажу товаров. С 1 сентября 1991 г. Россия является участницей Венской конвенции ООН 1980 г. [60]. Венская конвенция устанавливает, в частности, тот минимум положений, условий, который необходим для заключения типового контракта купли-продажи: предмет контракта, количество и качество товара, цена и базис поставки, срок поставки, условия платежа и т.д.

Венская конвенция предусматривает практику применения так называемой *оферты (предложения) и акцепта (подтверждения)*:

«1) Предложение о заключении договора, адресованное одному или нескольким конкретным лицам, является офертой, если оно достаточно определено и выражает намерение оферента считать себя связанным в случае акцепта. Предложение является достаточно определенным, если в нем обозначен товар и прямо или косвенно устанавливаются количество и цена, либо предусматривается порядок их определения. 2) Предложение, адресованное неопределенному кругу лиц, рассматривается лишь как приглашение делать оферты, если только иное прямо не указано лицом, сделавшим такое предложение». (Статья 14.)

«1) Заявление или иное поведение адресата оферты, выражающее согласие с офертой, является акцептом. Молчание или бездействие сами по себе не являются акцептом. 2) Акцепт оферты вступает в силу в момент, когда указанное согласие получено оферентом. Акцепт не имеет силы, если оферент не получает указанного согласия в установленный им срок, а если срок не установлен, то в разумный срок, принимая при этом во внимание обстоятельства сделки, в том числе скорость использованных оферентом средств связи. Устная оферта должна быть акцептована немедленно, если из обстоятельств не следует иное. 3) Однако, если в силу оферты или в результате практики, которую стороны установили в своих взаимных отношениях, или обычая адресат оферты может, не извещая оферента, выразить согласие путем совершения какого-либо действия, в частности, действия, относящегося к отправке товара или уплате цены, акцепт вступает в силу в момент совершения такого действия, при условии, что оно совершено в пределах срока, предусмотренного в предыдущем пункте.» (Статья 18) [33; 60].

В реальной современной практике, оферта и акцепт не всегда применяются в «классической» форме, оговоренной в Венской конвенции. Во многих случаях, особенно в случае многолетних партнерских отношений между покупателем и продавцом или же в случае, когда про-

давец и покупатель по обоюдному согласию не желают брать на себя какие-либо дополнительные предварительные обязательства до заключения контракта, вместо «классической» оферты и акцепта осуществляется обмен официальными сообщениями, посылаются письма о намерении (letter of intent), гарантийное письмо (guarantee letter) или официальное коммерческое предложение (commercial offer) по электронной почте, факсу о намерении продать/купить товар и готовности обсуждать условия предполагаемого контракта. Более детальные подробности обсуждения условий контракта и основных этапов заключения внешнеторгового контракта изложены ниже.

Структура контрактов

Многие компании, имеющие опыт работы по осуществлению внешнеторговых сделок купли-продажи, как правило, имеют свои проекты («шаблоны») внешнеторговых контрактов, основанных на собственной практике обеспечения и исполнения совершенных сделок, ведения внешнеторгового дела. Однако все многообразие вариантов контрактов сводится к основным положениям, примерно одинаковой структуре контракта, к одному «ядру», определяемому реальной практикой заключения контрактов, существующими нормами права, международными конвенциями, в частности Венской конвенцией ООН 1980 г. Основное «ядро», т.е. основные общие положения контракта формируются наряду с «оболочкой» и с теми положениями, формулировками, специфической информацией, которая определяется характером сделки и необходима для данной конкретной сделки купли-продажи и учитывает более подробные по поставке товара условия, оговоренные между покупателем и продавцом. Однако при всей общности, унифицированности типовых контрактов между ними существуют различия, дифференциации, обусловленные спецификой международной торговли различными товарами. Например, продажа, поставка высокотехнологичного оборудования имеет свою специфику в сравнении со сделкой купли-продажи сырьевых товаров или же продуктов питания. Эта особенность сделок купли-продажи для различных групп товаров учитывается в контрактах в виде дополнительных условий, приложений к контракту.

Существует ряд основных традиционных («неписанных») правил изложения положений контракта: положения должны быть ясными, дающими однозначный алгоритм действий в случае возникновения

того или иного отклонения в цепи событий, этапов, сопровождающих реализацию договора купли-продажи с момента его подписания. Имеет место также негласное правило «вложенных условий», правило компромиссов, когда в контракте учитываются различные взаимосвязанные события во внешнеторговой сделке. Правило компромиссов проявляется и в правиле баланса интересов продавца и покупателя, заключающихся в необходимости обоюдной выгоды от контракта, имея в виду то, что ни одна из сторон не должна иметь свою сугубую выгоду. Подобные противоречия часто возникают при предконтрактном согласовании цен, базиса поставки, условий оплаты, штрафных санкций.

В разных контрактах могут использоваться различные идентичные, эквивалентные формулировки названий (заголовков) положений, например, «УСЛОВИЯ ОПЛАТЫ» или же «УСЛОВИЯ ПЛАТЕЖА», «ОБСТОЯТЕЛЬСТВА НЕПРЕОДОЛИМОЙ СИЛЫ» или «ФОРС-МАЖОР» и т.д. Последовательность написания некоторых положений в контракте может изменяться, однако, в целом, необходимо следовать общей логике построения, согласно общепринятой структуре контракта: преамбула ⇒ предмет контракта ⇒ цена товара ⇒ условия платежа ⇒... и т.д. Из общей логики построения структуры контракта следует, что, например, положение «ЦЕНА ТОВАРА» не может предшествовать в контракте положению «ПРЕДМЕТ КОНТРАКТА» или, к примеру, «РАЗРЕШЕНИЕ СПОРОВ» не может предшествовать положению «УСЛОВИЯ ОПЛАТЫ» и т.д.

Со структурой типовых контрактов можно ознакомиться на примере контрактов на экспорт, импорт товаров, а также лицензионного договора на передачу и использование технологии и дистрибьюторского соглашения, представленных в *Приложении 1*. Поясним суть основных положений (разделов) типового контракта, состоящих из преамбулы, предмета контракта, цены товара, условий платежа и т.д.

Преамбула

«Преамбула» (preamble) по определению означает «предисловие», «вступление», «вводная часть» (само слово «преамбула» не обозначается в тексте контракта). В *преамбуле* указываются название продавца, покупателя и имена лиц, подписывающих контракт от имени продавца и покупателя, дата и место подписания контракта, номер и форма контракта. Лица, подписывающие контракт, должны иметь так называемое *право подписи*, которым обладают, как правило, первые лица

компании (директор, президент и т.д.), главные, старшие менеджеры крупных компаний и лица, имеющие доверенность на такие действия. В случае более строгих официальных отношений между покупателем и продавцом каждая их сторон может потребовать от противоположной стороны нотариально заверенную копию доверенности на предоставляемое ей право подписи, поручительство первоклассного банка.

В этом случае в контракт вводится дополнительная формулировка-ссылка на доверенность: «...компания _____ в лице главного менеджера г-на _____, действующего на основании доверенности № _____ от (число, год), с другой стороны, заключили настоящий контракт о нижеследующем: ...».

ПРЕДМЕТ КОНТРАКТА

В этом положении (пункте) контракта необходимо предельно четко определить предмет контракта, базис поставки, указать наименование, характеристики, количество, качество, ассортимент товара. В случае сделки купли-продажи предмет контракта обычно определяется типовой фразой, например: «Продавец продал, а Покупатель купил на условиях СІР — Москва в соответствии с ИНКОТЕРМС 2000 следующие товары: ...».

Базис поставки определяет базисную цену товара по контракту с распределением и указанием в ней принятых на себя расходов между продавцом и покупателем по доставке товара, по переходу рисков от продавца к покупателю, определению возникающих в последующем основных обязанностей экспедиторов по доставке товара перед грузовладельцем, установлению конкретных условий по транспортировке товара между экспедитором и грузовладельцем, иным условиям (таможенному оформлению, хранению товара на таможенном складе временного хранения и т.д.). Базис поставки определяется в соответствии с торговыми терминами Инкотермс 2000 (см. *подробнее главу 4 и раздел 2 Приложения*). В случае необходимости в контракт вносятся уточняющие условия по распределению расходов между продавцом и покупателем, отличающихся от условий согласно базису поставки.

Подробные характеристики товара, его наименование, количество, качество, ассортимент могут указываться в отдельной спецификации в приложении к контракту, например, в случае высокотехнологичного оборудования или в случае широкого ассортимента товара. *Количество* товара может быть указано в следующих единицах измерения:

Пример группы товаров	Единица измерения
Технологическое оборудование, бытовая техника, автотранспортные средства и т.д.	штуки, шт. (piece, unit, ea)
Массовые, сырьевые товары (металлы, руды и т.п.), продукты питания и т.д.	кг (kgs); тоннах (tons)
Лесоматериалы и т.д.	метры, м (m); куб. метры, куб.м (cubic meter, m ³)
Нефтепродукты и т.д.	тонны (tons), баррели (barrels)

В случае поставок товаров навалом (металлолом и т.д.), насыпью (зерно и т.д.), наливом (нефть и т.д.) возможно отклонение от заданного, согласованного между сторонами, контракта количества товара. Это возможное отклонение от количества («марджин») заранее допускается и фиксируется в контракте в виде, например, следующей формулировки: «Количество товара: 100 000 т ± 5 %». При этом оплата товара по контракту осуществляется по фактическому отгруженному весу, указанному в коносаменте, или в течение оговоренного в контракте срока после доставки и приемки товара уполномоченными представителями покупателя, продавца и, желательнее, представителя третьей («третейской») стороны — независимой экспертной организации. При крупных импортных, экспортных поставках товаров, доставляемых навалом, насыпью, наливом рекомендуется приглашать на приемку товара по количеству и качеству представителя независимой экспертной организации, в частности, Торгово-промышленной палаты РФ, для разрешения возможных споров по количеству или качеству товаров, импортируемых в Россию или экспортируемых из России (см. «Приемка»).

Некоторые товары, поставляемые навалом, насыпью, наливом (массовые насыпные, наливные и навалочные грузы), могут быть подвержены так называемой, «естественной убыли», т.е. потере некоторого количества товара в результате усушки, утруски, утечки и т.п. во время транспортировки, хранения. Размер естественной убыли обычно отдельно оговаривается в контракте.

Понятие «марджин» (margin) существует также в условиях морского чартера при перевозке массовых насыпных, наливных и навалоч-

ных грузов. Таким образом обуславливается минимальное количество груза, которое судно обязано принять к перевозке, и максимальное, которое судовладелец имеет право требовать от фрахтователя [71]. «Марджин» используется для избежания разногласий или споров в отношении требуемого количества отгружаемого товара как между продавцом и покупателем, так и между судовладельцем (капитаном судна) и грузоотправителем.

Качество товара определяется следующими методами [50]:

по стандарту — по сертификату соответствия, выданному официальным органом по сертификации в соответствии с существующими общепризнанными стандартами (ГОСТ, ИСО и т.д.);

по спецификации к контракту — по отдельному приложению к контракту, в котором указываются технические параметры, характеристики товара или, чаще всего, например, в случае технологического оборудования, в виде более упрощенного варианта спецификации, в которой указаны заводские модели, типы отдельных частей, компонентов оборудования, однозначно их идентифицирующие. Пример спецификации приведен в Приложении 1 (раздел 1).

по техническим условиям — по техническим условиям (ТУ) завода-изготовителя, прилагаемым к контракту;

по содержанию отдельных веществ в товаре — по отдельному описанию в контракте минимального процентного содержания полезных веществ и максимально допустимых вредных примесей (в случае купли-продажи химических веществ, металлов, руд и т.п.);

по описанию — по отдельному детальному описанию в контракте характеристик товара;

по способу «тель-кель» — означает поставку товара таким, каким он есть, способ, при котором покупатель обязан принять товар в соответствии с его наименованием (видом, сортом) вне зависимости от его качества (например, в случае купли-продажи вторичного сырья, урожая «на корню»).

ЦЕНА ТОВАРА (или ЦЕНА КОНТРАКТА)

Цена товара — это та цена, по которой продавец обязуется продать товар покупателю на согласованных по контракту базисных условиях. Базис цены товара определяется базисом, базисными условиями поставки по контракту. Базисные условия определяются в соответствии с торговыми терминами Инкотермс 2000 (см. подробнее главу 4

и раздел 2 Приложения). Цена товара устанавливается в определенной свободно конвертируемой валюте (страны продавца, покупателя или какой-либо третьей страны), согласованной между сторонами, в расчете на определенную единицу измерения (шт., кг, м и т.д.). В России наиболее часто внешнеторговые контракты заключаются в долларах США (USD), Евро (EU), японских йенах (JPY) и т.д. Цены по каждой контрактной позиции товара могут быть более подробно указаны в спецификации к контракту.

При заключении внешнеторговых контрактов купли-продажи наиболее часто используется, так называемая, *твердая цена*, которая «твердо» устанавливается и не может быть изменена в течении действия контракта, т.е. до его полного исполнения. Подобный способ имеет преимущества, так как он вносит определенность, прогнозируемость в сделку купли-продажи и позволяет и продавцу, и покупателю планировать свою дальнейшую деятельность после заключения сделки купли-продажи, например, прогнозировать, в каком размере, куда и когда инвестировать прибыль от этой сделки при заданной твердой цене контракта. Отрицательная сторона этого способа в том, что контрактная цена не может быть зафиксирована на относительно длительный период времени ввиду того, что рыночные цены на товары могут значительно меняться. Понятие «длительный период» зависит от вида товаров, от множества других рыночных факторов. Одно из компромиссных оптимальных решений, позволяющих широко использовать способ твердой цены, — это заключение контракта на относительно короткие периоды времени, в течение которых возможно прогнозирование цен или разделение общей длительной поставки на отдельные, на каждую из которых можно заключить свой отдельный внешнеторговый контракт, или же заключение так называемого, рамочного контракта на общую сумму, по которому цены на товары фиксируются в отдельных спецификациях, являющихся неотъемлемой частью контракта и подписываемых продавцом и покупателем по мере необходимости поставок товара в объеме, не превышающем общую сумму контракта. Вопрос прогнозирования контрактных цен является частным в сопоставлении с более глобальной задачей прогнозирования рыночных цен, жизненного цикла товара, которая поставлена перед экономической наукой и имеет большое практическое значение, в том числе и во внешнеторговом деле.

При заключении внешнеторговых контрактов с российскими импортерами и экспортерами способ фиксирования контрактной цены

посредством *твердой цены* является основным также и по причине того, что при всей современной либерализации российской внешне-торговой деятельности российское законодательство предусматривает строгий валютный контроль внешнеторговых сделок, оформление паспорта сделки, которые подразумевают твердые цены во внешнеторговых контрактах купли-продажи.

УСЛОВИЯ ОПЛАТЫ (или УСЛОВИЯ ПЛАТЕЖА)

В этом положении контракта указываются валюта платежа, вид (способ), форма и сроки платежа (оплаты). Вид платежа подразумевает и способ оплаты по критерию того, когда будет произведена оплата товара относительно сроков поставки: посредством банковского безналичного расчета в кредит или наличными через банк или смешанными видами расчетов, при которых происходят частичное кредитование и частичная оплата наличными. Форма платежа предполагает использование следующих вариантов расчетов: банковский перевод, инкассо, аккредитив, оплата векселями и т.д. Формы платежа подробно рассмотрены в параграфе 3.4 «Международные расчеты по внешнеторговому контракту». Сроки платежа — это сроки, в пределах которых покупатель обязан произвести оплату товара продавцу. Для оплаты товара по внешнеторговому контракту необходимо предоставить в банк определенный набор документов: контракт, коммерческий инвойс (счет-фактуру), товаро-сопроводительные (отгрузочные) документы. Отгрузочные документы являются документами, подтверждающими факт отгрузки, перевозки, страхования груза. В состав основных товаро-сопроводительных (отгрузочных) документов для каждой отгрузки (партии) товара входят: отгрузочный инвойс, упаковочный лист, транспортная накладная, страховой полис (прилагается в зависимости от базиса поставки, например, на условиях СІР).

Коммерческий инвойс (счет-фактура) часто отождествляют с отгрузочным инвойсом, ввиду того что некоторые компании используют его в качестве инвойса, выставляемого продавцом покупателю на оплату по контракту, и в то же время как инвойс, входящий в состав отгрузочных документов. Другая часть компаний разделяет инвойсы на два типа: коммерческий (счет-фактуру), используемый только для выставления счета по контракту, и отгрузочный инвойс.

Коммерческий инвойс (счет-фактура) используется для выставления счета по контракту и содержит информацию о цене за единицу

товара, общую сумму выставяемого счета в соответствии с базисными условиями поставки по Инкотермс (см. подробнее главу 4 и раздел 2 Приложения), способ, форму и сроки платежа (оплаты), реквизиты банка продавца и другие сведения.

Отгрузочный инвойс совмещает краткую коммерческую и подробную логистическую информацию, что необходимо для проведения таможенных процедур в стране продавца и покупателя соответственно, сопровождения товара при поставке, транзита через третью страну, при постановке товара на баланс импортера-покупателя. Появление отдельного понятия «отгрузочный инвойс» и сосуществование коммерческого инвойса (счета-фактуры) и отгрузочного инвойса вызвано следующими причинами:

- произошло естественное разделение на два потока финансовой и логистической информации и, как результат, коммерческий инвойс не содержит избыточных логистических данных, а отгрузочный – детальных финансовых данных. В этом случае изменение логистических данных в отгрузочном инвойсе не приводит к изменению коммерческого инвойса или наоборот;
- поставка по контракту осуществляется, как правило, отдельными партиями (отгрузками), и на каждую партию, отгрузку («lot», «shipment») требуется отдельный отгрузочный инвойс в то время, как некоторые условия оплаты, например, единовременный 100 %-ый авансовый платеж, предполагают выставление неделимого коммерческого инвойса на всю сумму контракта. В этом случае возникает противоречие между условием оплаты и реальными условиями отгрузок и поставки.

УСЛОВИЯ ПОСТАВКИ

В условиях поставки оговариваются срок и дата поставки. Сроки поставки определяются согласованным между сторонами периодом, в течение которого будет осуществлена поставка товара в соответствии с базисными условиями по Инкотермс (см. подробнее главу 4 и раздел 2 Приложения), согласованным сторонами графиком поставки, изложенным в приложении к контракту. Поставка должна быть осуществлена в пределах оговоренного в контракте срока поставки. Конкретной датой поставки, как правило, считается дата отправки товара на транспортном средстве, подтверждением чему служит дата выписки (оформления) соответствующего транспортного документа. В случае поставки,

к примеру, на условиях СІР при авиа или смешанной перевозках датой поставки товара считается дата выписки авианакладной или смешанной товаро-транспортной накладной, выдаваемыми экспедитором авиaperевозчика или первым перевозчиком Продавца. В зависимости от условий, базиса поставки, вида транспортировки (авиа, морем, автотранспортом, ж/д) под датой поставки может пониматься дата выписки авианакладной, морского коносаментa, автомобильной транспортной накладной (СМR), штемпеля пограничной станции на железнодорожной накладной, дата таможенной печати на автомобильной транспортной накладной и т.п.

УПАКОВКА И МАРКИРОВКА

Данное положение контракта может быть помещено в отдельных разделах «УПАКОВКА» и «МАРКИРОВКА» в зависимости от пожеланий продавца и покупателя. Маркировка может быть произвольной, однако существуют устоявшиеся на практике варианты маркировки. Простая стандартная маркировка имеет вид:

Shipper:

Consignee:

Contract No ____

Package No ____

Gross/W: _____ kg

Net/W: _____ kg

DIM: _____ cm

Сокр. «Gross/W» означает вес брутто (Gross weight, kg), «Net/W» — вес нетто (Net weight, kg), «DIM» — размеры («Dimensions, cm). «Package No» понимается как номер грузового места. Грузовое место может представлять собой отдельную коробку/ящик, в этом случае вместо «Package No» можно указать «Case No» в маркировке. Упаковка и маркировка могут быть также согласованы между покупателем и продавцом отдельными сообщениями по электронной почте, факсу.

Существует два основных вида упаковки: внешняя упаковка в виде различных коробок, ящиков, контейнеров и т.д. и внутренняя упаковка, в которую упаковываются отдельные единицы товара или совокупность единиц товара (например, одна из внутренних картонных коробок с набором отдельных плат). Стоимость упаковки и маркировки

включается в общую стоимость контракта. Для *крупногабаритного* или *тяжеловесного* оборудования имеются ограничения по весу, габаритам грузовых мест на железнодорожном транспорте, в местах перевалки, на месте доставки, поэтому размеры упаковки, вес товара с упаковкой (вес брутто) должны быть заранее согласованы между покупателем и продавцом.

ПРИЕМКА

Приемка товара представляет собой проверку соответствия количества и качества поставленного товара согласно данным, указанным в товаро-сопроводительных документах, спецификации к контракту. Для разрешения споров по количеству или качеству товаров в контракте предусматривается следующий стандартный алгоритм действий:

1. Представители покупателя/получателя и продавца/поставщика товара (завода-изготовителя) обеспечивают совместно прием/сдачу товаров по количеству и качеству. В случае какого-либо их несоответствия в сравнении с данными, указанными в товаро-сопроводительных документах, составляется рекламационный акт о таком несоответствии количества и качества поставляемого товара.

В случае поставки высокотехнологичного оборудования используется сертификат приемки («Certificate of Provisional Acceptance» или иначе «Final Acceptance Certificate»), который является документом, подтверждающим соответствие количества и качества поставленного и установленного оборудования технической спецификации, прилагаемой к контракту. Данный документ подписывается по результатам проведения пуско-наладочных работ и приемо-сдаточных испытаний на предприятии или *рабочих площадках (job sites)* покупателя.

2. Приемка товаров по количеству и качеству может осуществляться покупателем с участием представителя независимой экспертной организации, например, Торгово-промышленной палаты РФ (ТПП). По результатам приемки составляется рекламационный акт в форме акта экспертизы ТПП или акта приемки, составленного получателем с участием представителя иной независимой экспертной организации. При невозможности проведения приемки с участием представителя независимой экспертной организации составляется акт приемки, составленный получателем с участием компетентного представителя заинтересованной организации (научно-исследовательского института и т.п.). Доказательства отказа ТПП от выполнения заявки на проведение

экспертизы товаров или обоснование невозможности вызова представителя ТПП представляются вместе с актом приемки. Порядок и сроки приемки импортных товаров подробно определены в *Инструкции о порядке и сроках приемки импортных товаров по количеству и качеству, составления и направления рекламационных актов (утверждена Госарбитражем СССР 15 октября 1990 г.)*

Продавец и покупатель обычно оговаривают в контракте порядок и сроки приемки товаров. Соответствующая формулировка в контракте может быть следующей: «Оборудование считается поставленным Продавцом и принятым Покупателем на складе Грузополучателя в отношении количества согласно товаро-сопроводительным документам и технической спецификации контракта. Приемка оборудования по качеству осуществляется на месте монтажа оборудования по результатам проведения Покупателем пуско-наладочных работ и приемо-сдаточных испытаний. Оборудование считается принятым Покупателем в отношении качества с даты выдачи сертификата приемки».

Данная формулировка в контракте может быть представлена в более краткой форме: «Товары считаются поставленными Продавцом и принятыми Покупателем в отношении количества — по количеству мест и весу, указанным в товаро-сопроводительных документах, а в отношении качества — по качеству, указанным в сертификате качества». Под сертификатом качества понимается сертификат качества от производителя товара (заводской сертификат качества) или же сертификат соответствия Госстандарта (в настоящем — Ростехрегулирования).

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН (или ШТРАФНЫЕ САНКЦИИ И ВОЗМЕЩЕНИЕ УБЫТКОВ)

Для компенсации возможных финансовых потерь, возмещения частично убытков, вызванных ненадлежащим исполнением своих обязательств одной из сторон или обеими сторонами, для повышения ответственности сторон в выполнении контрактных обязательств, в контракте предусматривается применение санкций в виде штрафов, неустоек, начисляемых пени. К ненадлежащему исполнению контрактных обязательств относят, чаще всего, нарушение сроков поставки или оплаты. Продавец оплачивает покупателю неустойку в размере определенного процента от стоимости несвоевременно отгруженной партии товара или, наоборот, покупатель оплачивает продавцу неустойку в размере определенного процента от величины суммы просроченного

им платежа за поставленный товар. В большинстве контрактов неустойка, штраф составляет от 0,01 % до 0,15 % за каждый день просрочки поставки товара или платежа в зависимости от договоренности сторон и количества дней просрочки. Однако общая сумма неустойки не должна превышать определенную, согласованную между сторонами сумму, указанную в этом же пункте контракта. Эта предельная сумма, как правило, не более 8—10 %, представляет собой определенный процент от стоимости несвоевременно отгруженной партии товара или же неоплаченной суммы за поставляемый товар, соответственно. Иногда размер штрафных санкций становится предметом длительных споров между продавцом и покупателем в ходе обсуждения проекта контракта, когда продавец и покупатель не желают идти на компромиссы, необоснованно завышают сумму возможных убытков, потерь в случае ненадлежащего исполнения своих обязательств одной из сторон или же воспринимают неустойку как один из способов получения дополнительной прибыли. В этом случае можно посоветовать следовать правилу компромиссов, заключающемуся в необходимости учета баланса интересов продавца и покупателя, обоюдной выгоды от контракта и, кроме того, напомнить, что контракт — это документ компромисса между продавцом и покупателем, в котором, в идеале, ни одна из сторон не должна иметь одностороннюю выгоду.

АРБИТРАЖ (или РАЗРЕШЕНИЕ СПОРОВ)

Большинство разногласий между покупателем и продавцом могут и должны решаться путем переговоров, поэтому в каждом контракте обычно есть фраза, напоминающая об этой мысли обеим сторонам в виде приблизительно следующей формулировки: «Все споры и разногласия, которые могут возникнуть в связи с исполнением настоящего контракта или вытекать из него, по мере возможности будут разрешаться путем переговоров между сторонами». Если же эти разногласия не удастся разрешить путем переговоров между продавцом и покупателем, достижением компромиссных решений, то в контракте предусматривается алгоритм разрешения споров: «Если стороны не придут к соглашению в течение тридцати (30) дней после выдачи письменного уведомления одной стороной другой стороне о наличии таких споров и разногласий, то дело подлежит передаче в Арбитражный Суд». Выбор страны арбитражного суда определяется по договоренности между покупателем и продавцом и указывается в контракте. По соглашению сто-

рон споры и разногласия могут быть рассмотрены в *Международном коммерческом арбитражном суде (МКАС), Морской арбитражной комиссии (МАК) при Торгово-промышленной палате РФ (www.tpprf.ru)*. Международный коммерческий арбитражный суд рассматривает споры, «возникающие при осуществлении внешнеторговых и иных видов международных экономических связей, если коммерческое предприятие хотя бы одной из сторон спора находится за границей; споры предприятий с иностранными инвестициями и международных объединений и организаций, созданных на территории Российской Федерации, между собой, споры между их участниками, а равно их споры с другими субъектами права Российской Федерации». МКАС рассматривает также «споры, подлежащие его юрисдикции в силу международных договоров Российской Федерации, в частности, договоров, предусматривающих исключительную компетенцию соответствующих арбитражных центров в стране ответчика»(www.tpprf.ru). Морская арбитражная комиссия рассматривает «практически любые гражданско-правовые споры, связанные с торговым мореплаванием. Наряду с традиционными спорами из договоров перевозки грузов, фрахтования судов, морского страхования, спасания судов, рыболовных операций, столкновения между судами, предметом разбирательства могут стать споры, вытекающие из брокерских и агентских соглашений, продажи и ремонта судов, отношений между учредителями совместных предприятий, осуществления морских промыслов и многообразных иных отношений, которые в рыночных условиях могут возникать в сфере торгового мореплавания» (www.tpprf.ru).

Практика разрешения контрактных споров подробно изложена в книге доктора юридических наук, профессора Всероссийской академии внешней торговли М.Г. Розенберга «Контракт международной купли-продажи. Современная практика заключения. Разрешение споров» [60].

ОБСТОЯТЕЛЬСТВА НЕПРЕОДОЛИМОЙ СИЛЫ (или **ФОРС-МАЖОР**)

В ходе выполнения внешнеторгового контракта могут возникнуть обстоятельства непреодолимой силы, события, которые невозможно или, по крайней мере, сложно, предсказать, такие как стихийные бедствия (тайфуны, наводнения, сильные землетрясения, извержения вулканов), войны, гражданские волнения, пожары, эпидемии, карантинные ограничения, забастовки, запрещение импорта или экспорта

или другие обстоятельства, неподконтрольные сторонам контракта. На территории Российской Федерации свидетельствование форс-мажорных обстоятельств может быть осуществлено Торгово-промышленной палатой РФ (ТПП) на основании письменного заявления одной из сторон внешнеторгового контракта и прилагаемых документов (заверенной копия контракта, копий спецификаций, справки об объемах выполненных обязательств по контракту, документов компетентных органов, подтверждающих факт форс-мажора, и возможно, других документов по требованию ТПП). При положительном освидетельствовании ТПП выдает сертификат, подтверждающий форс-мажорные обстоятельства (*постановление правления ТПП РФ «Положение о порядке свидетельствования ТПП РФ обстоятельств форс-мажора» от 30 сентября 1994 г. № 28-4*).

Основные этапы заключения внешнеторгового контракта

1. Представление предложения (оферты) и в ответ его соответствующего подтверждения (акцепта) или же, частый в современной практике, обмен официальными сообщениями по электронной почте, факсу о намерении и готовности обсуждать условия предполагаемого контракта между еще потенциальными (предполагаемыми) покупателем и продавцом.

2. Подготовка проекта контракта на основе первой версии, предоставляемой одной из сторон, участвующей в контракте: продавцом или покупателем. Как правило, это типовой унифицированный, ранее использовавшийся и проверенный временем вариант контракта.

3. Переговоры, обсуждения основных условий контракта, представленного продавцом или покупателем, обсуждение сроков поставки, технической спецификации и цены за единицу товара или за всю партию, подлежащую поставке.

4. Внесение поправок, изменений к контракту продавцом и покупателем, обмен версиями проекта контракта в виде файлов по электронной почте в целях ускорения процесса подготовки контракта.

5. Проверка условий контракта коммерческим, юридическим, техническим, логистическим отделами компании, возможные окончательные поправки, изменения к контракту, окончательное обсуждение всех положений контракта продавцом и покупателем.

6. Подписание оригиналов двухстороннего контракта в двух экземплярах (заключение контракта).

Ввиду того, что имеющие право подписи полномочные представители от продавца и покупателя часто находятся в разных странах или же в разных городах в пределах одной страны, то практикуется предварительный обмен по факсу копией контракта с подписями и печатями с обеих сторон, при этом один из оригиналов контракта передается через командированных сотрудников или же посылается экспресс-почтой (DHL, UPS) от продавца к покупателю или же наоборот, от покупателя к продавцу. Смысл факсового обмена заключается в том, продавец и покупатель, не дожидаясь получения оригиналов, могут начать предварительное исполнение своих обязательств по контракту, например, продавец может разместить заказ на заводе-изготовителе, производящем продаваемый товар. Однако следует учесть, что при оформлении паспорта сделки, проведении банковских платежей по контракту, импортных или экспортных таможенных процедур, при получении необходимых лицензий, разрешений требуется оригинал контракта, а не его копия.

Типичные условия поставки представлены в упрощенных типовых контрактах на импорт в Россию и экспорт из России в *Приложении (раздел 1)*. Данные варианты контрактов не содержат подробных условий платежей, технической поддержки, гарантии качества и прочих условий, и концентрируют внимание на типичных условиях, данных необходимых для обеспечения поставки по импорту. Например, контракт на импорт высокотехнологичного оборудования может содержать иные контрактные пункты такие, как «ОБЪЕМ РАБОТ», «ПРОВЕРКА И ЗАВОДСКИЕ ИСПЫТАНИЯ», «СЕРТИФИКАЦИЯ», «ШЕФ-МОНТАЖ», «ПРАВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ», «ГАРАНТИЙНЫЙ РЕМОНТ» и т.д..

Приведенный контракт на импорт может быть применен для более сложного случая, когда участвуют три стороны в контракте: продавец (нерезидент РФ), покупатель (резидент РФ) и получатель (резидент РФ), однако все основные положения этого контракта являются такими же, как и в случае обычного двухстороннего контракта. Получателем товара по «тройственному» контракту может быть любая фирма, зарегистрированная как участник ВЭД и как российская фирма (резидент) в соответствии с законодательством РФ. Получатель должен заключить с покупателем дополнительный договор, в котором фиксируются объем выполняемых работ получателем, подробные обязанности и ответственность покупателя и получателя в соответствии с «тройственным»

той или иной сложности на территории России и осуществляющий техническое обслуживание, ремонт оборудования.

Во внешнеторговых контрактах под пунктом (местом) назначения понимается точный географический пункт (Москва, Нижний Новгород и т.п.), а базисные условия поставки товара в соответствии с терминами Инкотермс указываются следующим образом: «(краткое название базисного условия по Инкотермс) — (пункт назначения)», например, «FOB — Yokohama», «CIP — Москва», «CIP — Москва (аэропорт Шереметьево)» (см. подробнее главу 4 и раздел 2 Приложения).

Точный подробный адрес доставки (например, «Москва, склад СВХ «Таможенный А», ул. Московская, 3, таможенный пост №»), а также маршрут транспортировки могут не указываться в контракте, но обязательно подтверждаются официальным письмом по факсу, сообщением по электронной почте заранее, до первой отгрузки ввиду того, что эти данные могут измениться в период между подписанием контракта и отгрузкой товара.

Решение внешнеторговых задач

Для решения внешнеторговой задачи необходимо сформулировать четко саму задачу, задать начальные условия задачи, алгоритм ее решения по аналогии с тем, как это делается в точных науках.

Пример решения внешнеторговой задачи.

Задача: заключить внешнеторговый контракт на поставку товара (технологического оборудования) и предоставление сопутствующих поставке услуг на территории Российской Федерации. Подобная задача на практике является не столь простой ввиду несовершенства действующего внешнеторгового законодательства и существующих противоречий между национальными законодательными актами и международными соглашениями, например, межгосударственными соглашениями о двойном налогообложении между двумя странами (Россией и Японией и т.д.).

Начальные условия задачи:

- а) продавец — иностранная компания (нерезидент), поставляющая товар и оказывающая услуги на территории РФ;
- б) покупатель — российская компания (резидент) — участник ВЭД;
- в) товар — технологическое оборудование;
- г) услуги — шеф-монтажные работы, тестирование оборудования, сдача в эксплуатацию, гарантийный ремонт.

Варианты решения задачи:

Вариант 1. Заключить внешнеторговый контракт на поставку (импорт) товара в РФ и отдельный контракт на оказание услуг на территории РФ;

Вариант 2. Заключить один единый внешнеторговый контракт на поставку оборудования с оказанием услуг покупателю продавцом;

Вариант 3. Заключить внешнеторговый контракт на поставку (импорт) товара в РФ между продавцом и покупателем, а также отдельный (рублевый) контракт на оказание услуг на территории РФ между покупателем (резидентом) и российской компанией-посредником (резидентом), представляющим интересы продавца (нерезидента) как то: дочерней компанией продавца, дистрибьютором продавца на территории РФ. Возможно также использование представительства продавца на территории РФ, однако этот вариант нежелателен, так как такое представительство по своему юридическому статусу не является российским юридическим лицом, что накладывает определенные ограничения на ведение его коммерческой деятельности (см. параграф 9.2 «Порядок и режим деятельности представительства иностранных фирм, банков и организаций на территории РФ»).

Некоторые типичные ошибки при подготовке проекта контракта или заключении контракта

Ошибка 1: Несоответствие между условиями, положениями контракта и существующими законодательными актами.

Пример: В случае авансового платежа в контракте не оговорены сроки ввоза товаров в РФ или же оговорены сроки, превышающие 180 календарных дней, установленных в соответствии с *Федеральным законом № 173-ФЗ от 10 декабря 2003 г. «О валютном регулировании и валютном контроле»*.

Метод исправления ошибки: В случае авансового платежа необходимо оговорить дополнительное условие во внешнеторговом контракте, которое может быть сформулировано приблизительно следующим образом в случае импорта: «В случае непоставки товара в течение 180 (ста восьмидесяти) дней с даты авансового платежа по настоящему контракту Продавец обязан за свой счет возратить сумму в размере авансового платежа на счет Покупателя до истечения 180-дневного периода».

Примечание: Иногда эта ошибка может быть вызвана тем, что участники ВЭД не проверяют периодически изменения в существующем валютном внешнеторговом законодательстве, в данном случае, изменения

сроков ввоза товаров (ранее этот срок составлял 90 дней). Источником получения сведений об опубликованных и действующих законах РФ могут быть справочно-правовая система «Гарант» (www.garant.ru), «Российская газета», Интернет, уполномоченный банк покупателя или продавца и т.д.

Ошибка 2: В контракте указывается одно из базисных условий по Инкотермс, а в тексте дается формулировка, противоречащая или не соответствующая этому условию.

Пример: Цена дается на условиях DDU — Москва, а в качестве даты доставки товара указывается дата выписки авианакладной (air waybill, сокр. AWB) или автогрузовой накладной (truck waybill, сокр. CMR).

Метод исправления ошибки: Датой доставки товара на условиях DDU-Москва является дата таможенного штампа на накладной, подтверждающего факт доставки и принятия на таможенный склад товара.

Ошибка 3: Условие поставки указывается на одних базисных условиях, а цена товара на других.

Пример: Условие доставки указывается на условиях СІР, а цена товара на условиях FOB.

Метод исправления ошибки: Условие доставки и цена товара должны быть указаны в контракте в соответствии только с одним единым базисным условием, в данном случае, на условиях только СІР или только FOB.

Ошибка 4: Контракт между продавцом (нерезидентом РФ) и покупателем (резидентом РФ — см. «Термины») заключается на условиях СІР/СРТ, DDU — (российский город), а грузополучателем в контракте указывается грузополучатель-нерезидент вне территории РФ.

Пример: Контракт между продавцом (нерезидентом) и покупателем (резидентом РФ) заключается на условиях СІР — Москва, а грузополучателем в контракте указывается компания-нерезидент РФ, например, грузополучатель в Финляндии.

Метод исправления ошибки: Покупатель и получатель по контракту между продавцом (нерезидентом РФ) и покупателем (РФ) должны быть резидентами РФ, поэтому грузополучатель вне территории РФ должен быть исключен из проекта контракта.

Ошибка 5: Не оговорены все документы, необходимые для экспорта, импорта товаров, проведения таможенных процедур.

Пример: В контракте в списке необходимых отгрузочных документов отсутствует страховой полис (в случае поставки на условиях СІР) или же сертификат происхождения товара (в случае требования таможенных органов).

Метод исправления ошибки: Необходимо заранее до заключения контракта проверить, изучить условия СІР по Инкотермс (см. подробнее главу 4 и раздел 2 Приложения), проверить список необходимых для экспорта или импорта документов через экспедитора, таможенного брокера, таможенные органы, свой уполномоченный банк и указать все необходимые документы в контракте, предварительно согласованные между продавцом и покупателем по контракту.

Ошибка 6: В контракте указан точный подробный адрес доставки в условиях, когда этот адрес может измениться по тем или иным причинам в период между подписанием контракта и отгрузкой товара.

Пример: В контракте указан точный подробный адрес доставки, но после подписания контракта адрес доставки изменился в силу некоторых объективных причин, к примеру, по причине того, что покупатель или его экспедитор, таможенный брокер вынуждены воспользоваться услугами иного таможенного склада по другому адресу доставки. Тогда возникнет несоответствие между адресом доставки в контракте и ином адресе в отгрузочных (товаро-сопроводительных) документах.

Метод исправления ошибки: Ввиду того, что точный адрес может измениться в период между подписанием контракта и отгрузкой товара, точный адрес доставки не нужно указывать в контракте, его можно подтвердить официальным письмом по факсу, сообщением по электронной почте после подписания контракта, но заранее, до первой отгрузки. Вместо точного адреса доставки и для указания места назначения достаточно указать в контракте пункт назначения в стране покупателя, например, DDU — Москва, СІР — С.-Петербург, СІР — Нижний Новгород. Пункт назначения должен находиться в зоне действия таможенного органа назначения Федеральной таможенной службы (ФТС), где возможно проведение таможенных процедур.

В книге доктора юридических наук М.Г. Розенберга [60] также приводятся типичные ошибки при заключении контракта:

- не учитываются различия в законодательстве в стране покупателя и продавца и соответствующее расхождение в понимании контрактных положений, обязательств и решении одних и тех вопросов;
- неточности в применении торговых терминов по Инкотермс;
- противоречия между отдельными условиями контракта, двусмысленность условий контракта;
- недостаточно четкая формулировка условия о порядке разрешения споров;
- избыточность, излишняя насыщенность контракта многочисленными дополнительными условиями;
- использование распространенных стандартных контрактов-трафаретов, не учитывающих специфику, вид товара, который может быть массовым продовольственным и промышленным товаром или же, к примеру, высокотехнологичным оборудованием.

Контракты со специфическими условиями

Характер внешнеторговой сделки может вносить специфику в контракт купли-продажи, как например, в случае *толлинга* — внешнеторговой операции с давальческим сырьем. Толлинг представляет собой внешнеэкономическую сделку, при которой компания-заказчик из одной страны поставляет давальческое сырье компании-переработчику в другой стране для переработки, а затем товар (продукт переработки) вывозится компанией-переработчиком и поставляется этой иностранной компании-заказчику или каким-либо другим иностранным компаниям, указанным во внешнеторговом контракте. В России толлинг наиболее часто применяется в алюминиевой промышленности.

В случае толлинга предметом контракта является и поставка товара, так как компания-заказчик-поставщик из одной страны экспортирует, поставляет товар в виде исходного давальческого сырья компании-переработчику в другой стране, и также поставка услуги по переработке товара, так как компания-переработчик перерабатывает товар на своем заводе, а затем вывозит переработанный товар иностранной компании-заказчику или какой-либо другой иностранной компании, оговоренной во внешнеторговом контракте.

В работе С.В. Викторова, ВАВТ [13] даются следующие практические советы для заключения толлингового контракта, в котором необходимо:

- 1) упомянуть всех участников внешнеторговой операции с давальческим сырьем: компанию-заказчика, компанию-исполнителя-переработчика, компанию-получателя переработанного давальческого сырья;
- 2) четко сформулировать требования к качеству и количеству готовой продукции в пересчете на единицу поставляемого давальческого сырья, указать сроки выполнения работ;
- 3) оговорить процедуру сдачи-приемки готовой продукции после переработки;
- 4) оговорить цену давальческого сырья, цену переработанного сырья и расходы, возмещаемые компании-переработчику;
- 5) предусмотреть возможность корректировки цен на давальческое сырье и готовую продукцию;
- 6) определить возможность использования компанией-переработчиком субподрядчиков и т.д.

3.4. МЕЖДУНАРОДНЫЕ РАСЧЕТЫ ПО ВНЕШНЕТОРГОВОМУ КОНТРАКТУ

Развитие способов, форм расчетов во внешнеторговом деле взаимосвязано с эволюцией международных валютных отношений, международного разделения труда и производственных сил в планетарном масштабе. Множество социально-экономических факторов, открытие новых материальных и экономических ресурсов, стремительное развитие производительных сил и производственных отношений в XIX—XX вв., создание новых финансовых рынков в значительной степени повлияли на появление и последующее развитие новых форм, способов международных расчетов, их современное многообразие. Начиная с 1970-х годов, существенно расширился мировой финансовый рынок, в частности, по причине того, что национальные валюты стран мирового сообщества стали предметом сделок купли-продажи на финансовых рынках и курсы валют стали определяться на торгах международных валютных бирж.

Одной из старейших форм международных расчетов являются расчеты с помощью *векселя* (англ. *bill of exchange*, нем. *wechsel*). Переводные векселя стали использоваться по мере роста банковского и внешнеторгового дела в Европе примерно с XII в. и получили широкое применение в XVII — XVIII веках в европейских странах. Банкиры и торговцы использовали векселя как средство платежа в торговле. В своей простей-

шей форме векселя были письменным указанием должника, например, торговца, своему агенту, документом, авторизирующим и разрешающим оплату определенной суммы указанному человеку или компании на указанную будущую дату. В связи с этим, векселя были удобным способом обеспечения кредита и осуществления платежа на расстоянии, когда вексель мог быть выписан в одном географическом месте, а оплачен в другом. На рис. 3.4.1 приведен пример переводного векселя, в котором Джон Эмерсон в Гамбурге дал указание Остину Гудвину, купцу в Бристоле, заплатить 380 £ Джоахиму Колдорфу через три месяца. Если Колдорфу нужны были деньги раньше, то он мог продать этот вексель четвертой стороне со скидкой. Этот покупатель затем должен был бы представить счет на оплату в Бристоле на назначенную дату (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk).

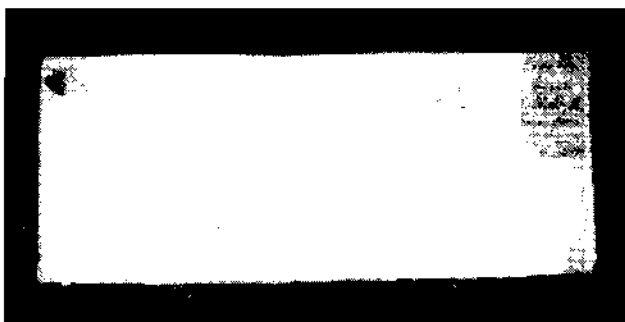


Рис. 3.4.1. Переводной вексель, Гамбург, Германия, 1724 г. (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)

Вексель как одна из форм международных расчетов был результатом эволюции товарно-денежных отношений. Появление векселя в XII—XIII вв. было вызвано достижением торговли более высокого цивилизованного уровня, необходимостью перевозки денег на расстояния, из одного места в другое между городами, торговыми ярмарками в пределах как одной страны, так и разных стран. В ходе своей эволюции, в XIX в., вексель перестал нести свою первоначальную функцию средства обмена денег, но в то же время возросла роль векселя в области кредитно-расчетных отношений. Вексель становится ценной бумагой и превращается в предмет сделок на финансовых рынках.

Современное международное вексельное право базируется на Женевских вексельных конвенциях 1930 г. в странах континентальной системы права, а также на английском законе о переводных векселях

1882 г. Россия входит в страны, следующие Женевской вексельной конвенции.

Вексель как одна из форм ценных бумаг может быть предъявительским, ордерным или именованным в зависимости от того, какое лицо может осуществить закрепленное в ценной бумаге право. В случае предъявительской ценной бумаги владелец ценной бумаги вправе осуществить закрепленное в ней право. Ордерные ценные бумаги выписываются на определенное лицо, по требованию которого определяется последующий владелец ценной бумаги. Именные ценные бумаги выписываются на определенное лицо, и право на именную ценную бумагу закреплено только за указанным в ней лицом.

Различаются два вида векселей — простой и переводной. *Простой вексель* (соло, *promissory note*) представляет собой письменный документ, содержащий простое и ничем не обусловленное обязательство векселедателя (должника) уплатить определенную сумму денег в определенный срок и в определенном месте векселедержателю по его требованию [11]. В простом векселе с самого начала участвуют два лица: векселедатель, который сам прямо и безусловно обязуется уплатить по выданному им векселю, и первый приобретатель (векселедержатель), которому принадлежит право на получение платежа по векселю.

Переводной вексель (тратта, *bill of exchange*) представляет собой письменный документ, содержащий безусловный приказ векселедателя плательщику уплатить определенную сумму денег в определенный срок и в определенном месте получателю или по его приказу. Выдать, т.е. трассировать переводной вексель — значит принять на себя обязательство гарантии акцепта и платежа по нему. Переводной вексель отличается от простого тем, что в переводном векселе участвуют не два, а три лица: *векселедатель* (*трассант*), выдающий вексель; *первый приобретатель* (*векселедержатель*), получающий вместе с векселем право требовать платеж по нему; *плательщик*, которому векселедержатель предлагает произвести платеж. В случае простого векселя с момента его выписки имеется определенный прямой должник. По переводному векселю трассант перестает быть должником с момента акцепта векселя плательщиком.

Во внешнеторговых расчетах переводные векселя выписываются (выставляются) продавцом (экспортером) на покупателя (импортера) часто в пользу своего банка, у которого он получает кредит, необходимый для финансирования данной сделки. Переводной вексель может

быть выставлен и по собственному приказу трассанта-продавца (экспортера); в этом случае трассант и ремитент (первый векселедержатель) являются одним и тем же лицом. При международных расчетах по векселю экспортер передает переводной вексель (тратту) и товаросопроводительные документы на инкассо своему банку, получающему валюту с импортера. Импортер будет владельцем данных документов против оплаты или акцепта тратты. Срок оплаты векселя при экспортных поставках в кредит определяется условиями, оговоренными между сторонами в контракте. За оплату векселя ответственность несет акцептант, в качестве которого может выступать импортер или банк.

Вексельные обязательства плательщика, векселедателя могут быть дополнительно гарантированы посредством авалья, представляющего собой вексельное поручительство, которое подписывается и принимается определенным лицом (авалистом). Аваль может обеспечивать выполнение вексельного обязательства со стороны любого лица, несущего ответственность по векселю, поэтому авалист должен указать, за кого он гарантирует. При отсутствии же такого указания считается, что аваль дан за трассанта (векселедателя). Аваль на отдельном векселе предназначен для определенного держателя и не передается по умолчанию с передачей векселя. Право требования нового держателя против авалиста может быть приобретено лишь в результате переуступки самого поручительства (авалья на документе) [7; 15; 26; 28; 51].

В современной торговле вексель стал кредитно-расчетным документом, посредством которого можно оплатить купленный товар, услуги на условиях коммерческого кредита, возратить полученную ссуду, предоставить кредит. В России создано правовое пространство для использования векселей, что является одной из предпосылок более полной интеграции российских деловых структур в мировое экономическое сообщество. Однако в современной практике ведения внешне-торгового дела вексель используется относительно редко по сравнению с другими более распространенными формами международных расчетов.

Выбор той или иной формы расчета по внешнеторговому контракту зависит от пожеланий продавца и покупателя, условий поставки, суммы платежа, определенных требований к гарантии оплаты за поставляемый товар и времени, необходимого на осуществление, получение платежа, от обычаев ведения торговли тем или иным товаром и сложившейся практики внешнеторговых расчетов в стране покупателя

и продавца. Приведем некоторые, наиболее часто используемые способы, формы международных расчетов по контракту [10; 20; 34; 50].

Авансовый платеж (advance payment)

Авансовый платеж — это денежные средства, полученные продавцом от покупателя в счет предстоящей поставки товаров (выполнения работ, оказания услуг) до момента поставки товаров (выполнения работ, оказания услуг). Авансовый платеж наиболее выгоден продавцу-экспортеру и является одной из форм кредитования продавца-экспортера. Авансовый платеж — наиболее часто используемая форма расчетов в случае, если продавец-экспортер является производителем поставляемого по контракту товара. Большинство иностранных производителей, в особенности, в области высокотехнологичного оборудования, при поставках в Россию, страны СНГ настаивают на авансовом платеже, чаще всего 100 %-ном, который дает высокую степень гарантии платежа и возможность начать производство товара с минимальными для себя рисками, которые могут быть вызваны отказом покупателя покупать товар во время или после процесса производства. Сумма авансового платежа может быть на практике в диапазоне от 5 до 100 % в зависимости от договоренности между продавцом и покупателем, суммы контракта, вида товаров, длительности производственного цикла, необходимого для производства товаров (длительности выполнения работ). При поставке высокотехнологичного оборудования нередко используется «3-х ступенчатая» схема оплаты по внешнеторговому контракту, например, 40/30/30. Это означает, что 40 % от общей суммы контракта оплачивается в виде авансового платежа (предоплаты) до даты отгрузки оборудования, 30 % оплачивается после доставки оборудования на условиях, допустим, DDU — Москва, а 30% оплачивается после ввода оборудования в эксплуатацию (после принятия сертификата приемки, *англ.* the Certificate of Provisional Acceptance или иначе the Final Acceptance certificate). «Ступенчатая» схема оплаты за поставленный товар применяется также при отгрузках массовых грузов (уголь, нефть и т.п.).

При авансовом платеже необходимо учитывать существующий порядок валютного регулирования и контроля (*Федеральный закон № 173-ФЗ от 10 декабря 2003 г. «О валютном регулировании и валютном контроле»*), так называемое «правило 180 дней», на основании которого, например, импортер обязан обеспечить ввоз в РФ товара, эк-

вивалентного по стоимости уплаченным за него денежным средствам в иностранной валюте, а в случае недопоставки товара — возврат указанных средств, ранее переведенных по импортному контракту иностранной стороне в сроки, установленные контрактом, но не позднее 180 календарных дней. В случае авансового платежа необходимо оговорить дополнительное условие во внешнеторговом контракте, к примеру, следующим образом: «В случае непоставки товара в течение 180 (ста восьмидесяти) дней с даты авансового платежа по настоящему контракту Продавец обязан возратить за свой счет сумму в размере авансового платежа на счет Покупателя до истечения 180-дневного периода».

Аккредитив (Letter of credit, сокр. L/C)

Аккредитив (Letter of Credit, сокр. L/C) — письменное поручение банку о выплате определенных денежных средств юридическому или физическому лицу в соответствии с условиями, оговоренными в аккредитивном письме (commercial letter of credit), т.е. заявлении в банк на открытие аккредитива. Существуют различные виды аккредитива.

Документарный аккредитив (documentary letter of credit) — это обязательство банка произвести по поручению импортера (покупателя) выплату денежных средств экспортеру (продавцу) против представления экспортером (продавцом) товаро-распорядительных (товаро-сопроводительных) и иных документов.

При осуществлении международных расчетов в форме документарного аккредитива банки руководствуются унифицированными правилами и обычаями Международной торговой палаты, г. Париж для документарных аккредитивов (публ. МТП No.500, ред. 1993 г., International Chamber of Commerce, Paris, France, Publication No.500). Аккредитив может открываться или в банке страны экспортера (продавца) или банке страны импортера (покупателя) в зависимости от договоренности между экспортером и импортером.

Оплата экспортного товара с использованием аккредитива осуществляется по следующей схеме: в соответствии с оговоренным с экспортером сроком импортер дает поручение (представляет заявление) своему банку (эмитенту) на открытие (выставление) аккредитива ⇒ банк-эмитент импортера направляет аккредитивное письмо в один из своих банков-корреспондентов (авизирующий банк) в стране экспортера или же при отсутствии банка-корреспондента в авизирующий банк-пос-

редник (рамбурсирующий), которые имеют корреспондентские отношения с банком-эмитентом импортера и банком экспортера (*комментарий*: банком-корреспондентом может быть банк экспортера; в этом случае участниками банковских операций по аккредитиву выступают только банк-эмитент импортера и банк экспортера, являющийся авизиующим банком для банка-эмитента) ⇒ банк-эмитент импортера поручает авизиующему банку передать аккредитив бенефициару (экспортеру), т.е. открывает аккредитив в банке страны экспортера ⇒ авизиующий банк в стране экспортера извещает экспортера об открытии аккредитива ⇒ после получения открытого в свою пользу аккредитива экспортер доставляет товар импортеру в соответствии с условиями поставки по Инкотермс 2000, указанными в контракте и соответственно в заявлении на открытие аккредитива (графе «условия поставки») ⇒ экспортер передает в авизиующий банк товаро-распорядительные и иные документы, указанные в аккредитиве ⇒ авизиующий банк пересылает товаро-распорядительные и иные документы в банк-эмитент (банк импортера) ⇒ банк импортера, открывший аккредитив, проверяет правильность оформления товаро-сопроводительных, иных присланных документов, производит оплату по аккредитиву и передает документы импортеру ⇒ зачисление авизиующим банком оплаченной суммы по аккредитиву на счет бенефициара (экспортера).

Импортер получает также от экспортера (продавца) товаро-распорядительные (товарно-сопроводительные) документы, как правило, вместе с доставленным товаром, которые использует для проведения импортных таможенных процедур, а также, если требуется импортеру, товаро-сопроводительные документы доставляются ему продавцом посредством экспресс-почты (DHL, UPS и т.п.).

В заявлении для банка на открытие аккредитива обычно указываются: тип аккредитива (type of credit: подтвержденный (confirmed), неподтвержденный (unconfirmed) и т.д.), номер и дата контракта (number and date of contract), сумма аккредитива (amount), бенефициар (beneficiary, т.е. получатель платежа), банк-эмитент (issuing bank), кем исполняется аккредитив (credit available with), каким путем исполняется (available by: путем платежа по предъявлению (payment at sight), acceptance/акцепта, рассрочки платежа на ____ (определенное количество) дней (deferred payment at) и т.д.), дата и место истечения аккредитива (date and place of expiry), возможность частичных отгрузок (partial shipments: разрешены (allowed) или не разрешены (not allowed)), усло-

вия поставки по Инкотермс 2000 (delivery terms), описание товара или услуг (description of goods or services), список товаро-распорядительных (товаро-сопроводительных) и иных документов, необходимых для получения денежных средств по аккредитиву, дополнительные условия (additional conditions), сроки предоставления этих документов в банк (как правило, документы должны быть представлены в течение срока действия аккредитива (documents to be presented within the validity of the credit), кто несет расходы иностранного банка (Аппликант (applicant) или Бенефициар (Beneficiary)), кто несет расходы банка-эмитента (Аппликант (applicant) или Бенефициар (Beneficiary)), дата и место открытия аккредитива (date and place of opening).

Во внешнеторговом деле используются различные виды аккредитивов:

отзывный аккредитив (revocable letter of credit), который может быть отозван или аннулирован банком-эмитентом, т.е. банком, выставившим этот аккредитив, или импортером через банк-эмитент в любой момент и без предварительного уведомления экспортера (продавца, бенефициара), в пользу которого открыт аккредитив. Этот вид аккредитива редко применяется, так как он не обеспечивает необходимых гарантий оплаты экспортеру, вносит неопределенность во взаимоотношения, контрактные обязательства между экспортером и импортером;

безотзывный аккредитив (irrevocable letter of credit), который не может быть отозван, изменен или аннулирован ранее указанного срока его действия без предварительного уведомления и согласия экспортера (продавца, бенефициара). Безотзывный аккредитив может быть подтвержденным и неподтвержденным;

подтвержденный безотзывный аккредитив (confirmed irrevocable letter of credit), или *подтвержденный аккредитив*, при котором банк-эмитент импортера просит и уполномочивает другой банк (банк экспортера, авизующий банк-корреспондент) подтвердить его безотзывный аккредитив, что подразумевает твердое обязательство, ответственность этого подтверждающего банка дополнительно к обязательству банка-эмитента импортера по платежу;

неподтвержденный безотзывный аккредитив (unconfirmed irrevocable letter of credit), или *неподтвержденный аккредитив*, при котором другой банк (банк экспортера, авизующий банк-корреспондент), участвующий в банковской операции по аккредитиву, не берет на себя обязательство по ее выполнению, платежу и только извещает экспор-

тера об открытии аккредитива, при этом производит платеж только в случае перечисления банком-эмитентом импортера соответствующей суммы по аккредитиву.

Аккредитивы могут быть также делимыми, неделимыми и револьверными (возобновляемыми) в зависимости от способа использования денежных средств.

Делимый аккредитив (divisible letter of credit) — аккредитив, предусматривающий выплату денежных средств экспортеру после каждой частичной поставки в сумме, покрывающей каждую из этих частичных отгрузок.

Неделимый аккредитив (indivisible letter of credit) — аккредитив, предусматривающий единовременную выплату денежных средств экспортеру после завершения всей поставки в целом (всех отдельных частичных поставок).

Револьверный (возобновляемый) аккредитив (revolving letter of credit) — аккредитив, который открывается на часть стоимости контракта, на первоначальную сумму, увеличивающуюся (пополняемую) по мере расчетов за каждую последующую частичную отгрузку товаров.

Аккредитивы могут быть переводными (трансферабельными) в зависимости от способа использования аккредитива бенефициаром (экспортером). *Трансферабельный аккредитив (transferable letter of credit)* — аккредитив, при котором экспортер может передать права на получение денежных средств третьему лицу, например, своему субподрядчику (субпоставщику).

В современной практике используются также разновидности аккредитивов: в зависимости от наличия валютного покрытия — покрытый и непокрытый; в зависимости от возможности реализации аккредитива — акцептные аккредитивы, аккредитивы с рассрочкой платежа, компенсационный аккредитив и т.д. [34].

Положительные стороны использования аккредитива:

- обеспечение экспортеру гарантии своевременной оплаты за поставленный товар;
- относительная быстрота получения платежа.

Отрицательные стороны использования аккредитива:

- высокая комиссия банка за выполнение аккредитивных операций;
- для открытия аккредитива импортер использует свои денежные средства, которые «замораживаются» и не могут быть использо-

ваны в течении срока действия аккредитива, или же импортер использует предоставляемый банковский кредит, за который необходимо платить определенный процент;

- относительная сложность самих аккредитивных операций в сравнении с другими формами платежей.

Из положительных и отрицательных сторон следует, что аккредитив является более выгодной формой расчетов по внешнеторговому контракту для экспортера (продавца), чем для импортера (покупателя), однако, несмотря на этот факт, в целом баланс интересов продавца и покупателя сохраняется: в сравнении с покупателем продавец несет большие риски по контракту, оплачивая предварительные расходы за издержки производства товара, если сам является предприятием-производителем (товаропроизводителем), или же оплачивая товар, купленный у производителя, своего субпоставщика, а также транспортные, складские расходы.

Инкассо (collection)

Документарное инкассо (documentary collection) — это поручение экспортера (продавца) своему банку получить за поставленный товар сумму платежа по контракту от импортера (покупателя) против представления товаро-сопроводительных и иных документов с последующим перечислением платежа экспортеру (зачислением выручки на счет экспортера).

При осуществлении международных расчетов в форме инкассо банки руководствуются унифицированными правилами и обычаями Международной торговой палаты, г. Париж для документарных аккредитивов (публ. МТП No. 522, ред. 1995 г., International Chamber of Commerce, Paris, France, Publication No. 522).

Схема использования инкассо при оплате экспортного товара по внешнеторговому контракту следующая: экспортер (продавец)ставляет товар импортеру (покупателю) в соответствии с контрактными условиями поставки по Инкотермс 2000 ⇒ после поставки экспортер передает своему банку товаро-сопроводительные документы с инкассовым поручением, т.е. поручением получить денежные средства от импортера ⇒ банк экспортера направляет эти товаро-сопроводительные документы своему банку-корреспонденту в стране импортера ⇒ банк импортера извещает импортера и передает ему товаро-сопроводительные документы ⇒ импортер производит платеж против предоставле-

ния товаро-сопроводительных документов \Rightarrow банк импортера переводит сумму от импортера на счет банка экспортера, который зачисляет эту сумму на счет экспортера.

Положительные стороны использования инкассо:

- импортер не отвлекает из своего оборота денежные средства до передачи ему товаро-сопроводительных документов через банк, т.е. до наступления срока платежа;
- обеспечивает экспортеру гарантию того, что товар поступает в распоряжение импортера после оплаты.
- Отрицательные стороны использования инкассо:
- не обеспечивает экспортеру гарантию оплаты на случай отказа импортера от платежа за товар по контракту вследствие тех или иных причин (отсутствие денежных средств у импортера на оплату, ухудшение финансового положения импортера, резкое снижение мировых цен на данный товар как обоснование, аргумент для отказа и т.д.);
- возникновение достаточно большого периода между доставкой товара и получением платежа, что невыгодно экспортеру.

Отрицательные стороны инкассо обычно компенсируются дополнительными предоставляемыми банковскими услугами, например:

а) посредством телеграфного инкассо, т.е. инкассо с телеграфным уведомлением, при котором банку импортеру от банка экспортера дополнительно направляется телеграмма с извещением, содержащая основные данные по инкассовому поручению и подтверждающая прием, отсылку товаро-сопроводительных документов на инкассо, на основании которой («против которой») импортер производит платеж по инкассо;

б) выдаваемой банком импортера по поручению импортера платёжной гарантией в пользу экспортера.

При обсуждении, заключении контрактов часто возникает один из наиболее острых вопросов, являющийся предметом споров, дискуссии между продавцом и покупателем, — вопрос выбора формы расчетов по внешнеторговому контракту. В большинстве случаев этот выбор зависит от множества экономических факторов и имеющихся экономических ресурсов у покупателя и продавца:

- суммы контракта, длительности поставки по контракту, наличия частичных отгрузок, условий поставки;

- текущего финансового положения, имеющихся финансовых ресурсов продавца и покупателя;
- характера деловых взаимоотношений продавца и покупателя (между продавцом и покупателем, которые заключают между собой первый контракт; продавцом-производителем и покупателем-дистрибьютором; между продавцом и покупателем как давними, проверенными временем партнерами и т.д.);
- деловой репутации продавца и покупателя;
- вида товара, ставшего предметом внешнеторговой сделки, контракта купли-продажи;
- предшествующего сложившегося опыта продавца и покупателя ведения внешнеторгового дела, заключения контрактов и использования той или иной формы расчетов по внешнеторговому контракту;
- сложившейся банковской системы в стране покупателя и продавца (наличие первоклассных банков с мировой репутацией, банков-корреспондентов и т.п.).

3.5. БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

Бухгалтерский учет внешнеторговых операций имеет свою специфику, заключающуюся в том, что необходимо составлять отдельный баланс и сводную отчетность по внешнеторговой деятельности, вести учет внешнеторговых операций в рублях и валюте, а также согласовывать бухгалтерский учет с особенностями экспортно-импортных операций, базисом поставки, условиями доставки товаров по экспортным, импортным контрактам на основе Инкотермс, различными формами международных расчетов по внешнеторговым контрактам, с существующими основными документами по импорту и экспорту товаров, международными транспортными, товаро-сопроводительными документами.

Основные документы по оформлению экспортно-импортных операций представляют собой внешнеторговый контракт, паспорт сделки (паспорт экспортной или импортной сделки), досье сделки, учетную карточку импортируемых или экспортируемых товаров, счет-фактуру (коммерческий инвойс) или отгрузочные инвойсы, грузовую таможенную декларацию (ГТД), товаро-сопроводительные документы (см. «Термины») и ряд других документов. При проведении таможенных процедур внешнеторговый контракт, товаро-сопроводительные доку-

менты, ГТД, копия паспорта сделки подаются в таможенные органы.

Покупатель-импортер ставит импортируемый товар на баланс компании, на учет в момент перехода права собственности на этот товар от продавца-экспортера к покупателю-импортеру в зависимости от базисных условий по Инкотермс. Исходя из сложившейся практики ведения внешнеторгового дела, исполнения международных договоров купли-продажи *моментом перехода права собственности на товар от продавца к покупателю является момент перехода рисков случайной утери, повреждения или гибели товара в соответствии с базисом поставки по Инкотермс.*

При импорте товаров на таможенную территорию РФ уплачиваются таможенные платежи в виде таможенной пошлины, таможенных сборов за таможенное оформление товаров, таможенное сопровождение товаров, хранение на таможенном складе. Основой для исчисления таможенной пошлины, акцизов и таможенных сборов является таможенная стоимость товаров (подробнее см. параграф 3.8 «Расчет таможенных платежей»). НДС, оплачиваемый таможенным органам, принимается к возмещению по мере оприходования импортных товаров.

В бухгалтерском учете внешнеторговых операций импортные или экспортные товары отражаются по реальной фактической стоимости, которая представляет собой цену товара по внешнеторговому контракту плюс дополнительные расходы и издержки, связанные со сделкой купли-продажи, доставкой, страхованием товаров в зависимости от базиса поставки по Инкотермс, а также другими сопутствующими расходами и издержками. К примеру, импортный товар принимается на баланс покупателя-импортера по полной стоимости, которая включает в себя цену по импортному контракту в соответствии с базисом поставки по Инкотермс, а также соответствующие накладные расходы (транспортные расходы в случае, например, условий FOB, FCA, стоимость хранения на таможенном складе, стоимость услуг таможенного брокера и т.п.).

Допустим, покупатель-импортер (резидент РФ) заключил внешне-торговый контракт с продавцом-экспортером (иностранной компанией, нерезидентом РФ) на поставку товара на условиях СІР — Москва или DDU — Москва в целях последующей продажи этого товара на российском рынке. При поставке по внешнеторговому контракту (контракту на импорт) на условиях СІР или DDU могут возникнуть следующие затраты

и издержки для продавца и покупателя: продавец выставляет счет-фактуру (коммерческий инвойс, commercial invoice) покупателю в соответствии с условиями внешнеторгового контракта ⇒ оплата счет-фактуры покупателем (стоимость товара в счет-фактуре включает в себя все расходы и издержки в соответствии с базисом поставки СІР или DDU по Инкотермс) ⇒ оплата продавцом услуг экспедитора по перевозке товара до пункта (места) отгрузки; экспортной очистке товара в стране отгрузки; международной перевозке товара из страны отгрузки в названный, согласованный между продавцом и покупателем пункт назначения в стране импорта (стране покупателя-импортера); страхование товара (в случае СІР); иные расходы (хранение на транзитном таможенном складе при транзите через третью страну и т.д.) ⇒ оплата покупателем услуг по получению сертификата соответствия, необходимого для импортной таможенной очистки и последующей продажи товара ⇒ оплата покупателем таможенных платежей (подробно в п. 3.8. «Расчет таможенных платежей») ⇒ оплата покупателем хранения на таможенном складе, услуг таможенного брокера, доставки от таможенного склада до склада покупателя ⇒ комиссия компании-импортера ⇒ оплата покупателем своих постоянных и переменных издержек (подробнее см. параграф 5.4. «Методы расчета и установления внешнеторговых цен»).

Для данной импортной схемы на условиях поставки СІР или DDU покупатель может рассчитать заранее цену ввезенного (импортированного) товара с учетом основных затрат и издержек с помощью электронных таблиц Microsoft Excel (таблица 3.5.2). Данный расчет позволяет прогнозировать минимальную цену продажи товара, покрывающую все затраты и издержки с учетом комиссии компании-импортера, при последующей продаже импортированного товара на российском рынке.

Внешнеторговые операции по импорту отображаются на счетах бухгалтерского учета проводками, которые могут быть представлены в виде записи на счетах бухгалтерского учета операций по предварительной покупке иностранной валюты для расчетов по импортному товару; по внесению аванса поставщику товара, обязательных платежей и оплате услуг транспортных организаций; по ввозу товара в страну, оприходованию товара и расчетом с бюджетом и т.д. [4]. Сама запись может быть представлена в виде таблицы 3.5.1. Детальное описание проводок при бухгалтерском учете внешнеторговых операций изложено, например, в книгах [4; 32; 47; 74].

Таблица 3.5.1

№	Название операции	Корреспондирующие счета	
		Дебет счета	Кредит счета
1	Оприходование на таможенном складе импортированного товара	15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»	60 «Расчет с поставщиками и подрядчиками»
2	Отражение НДС импортированного товара	19 «НДС по приобретенным ценностям»	76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»
3	Начисление таможенным органам за таможенное оформление товара (таможенные сборы)	15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»	76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»
4	и т.д.		

Таблица 3.5.2

Стоимость товара (по отгрузочному инвойсу), USD на условиях СІР или DDU — Москва	30 000	
		<i>затраты, USD</i>
Предварительные затраты до отгрузки		
Сертификат соответствия		500
Итого		500
Таможенные платежи		
Ставка таможенной пошлины, %	5	1 500
Таможенный сбор		193
Ставка НДС, %	18	5 670
Итого		7 363
Хранение на таможенном складе (включая НДС)		200
Оплата за услуги таможенного брокера (включая НДС)		500
Доставка от таможенного склада до склада покупателя (включая НДС)		150

	<i>затраты, USD</i>	
Итого		850
Стоимость товара с учетом вышеуказанных затрат		38 713
Комиссия компании-импортера, %	10	3 871
Постоянные и переменные (прямые) издержки		300
Итого		4 171
Расчетная цена ввезенного (импортированного) товара с учетом вышеуказанных затрат и издержек, USD		42 884
Цена реальной продажи ввезенного товара, USD		45 000
Прибыль компании-импортера		6 287
Налог на прибыль, %	24	1 509

Комментарий. Расчет может быть осуществлен также в рублях, если стоимость ввезенного товара в долл. США перевести в рубли по курсу ЦБ.

3.6. ТОВАР ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Понятие товара исходит к истокам человеческой цивилизации, ее жизнедеятельности. Товар возник благодаря первым продуктам труда, появившимся в качестве средства натурального обмена в древних цивилизациях, и стал продуктом труда, предназначенным для купли-продажи, в результате дальнейшего общественного разделения труда и появления товарного производства. В отличие от продуктов труда в натуральном хозяйстве товар как продукт труда для купли-продажи обладает стоимостью и выражается в денежных единицах измерения. С развитием международного разделения труда и производственных сил произошло расширение национальных, относительно замкнутых товарных рынков до уровня относительно открытых межнациональных, мировых рынков купли-продажи товаров. Так возник товар во внешнеторговой деятельности. Товар, как и любая структура окружающего мира, обладает своим жизненным циклом, проходящим через определенные стадии своего развития. Отдельные фазы жизненного цикла различных товаров могут отличаться друг от друга хотя бы по той причине, что скорость внедрения фундаментальных и приклад-

ных технологий в производство товаров различно в разных странах или секторах экономики, допустим, в автомобильной и электронной промышленности. Однако в целом жизненный цикл товаров универсален: каждый товар или технология, на которой основано производство товара, проходят через одни и те же основные эволюционные стадии, имеют свой жизненный цикл и предел на своем уровне жизненной иерархии. Более расширенные представления о жизненном цикле товара изложены в разделе «Нелинейный жизненный цикл товара» (глава 5).

В отличие от товаров, предназначенных для внутреннего потребления в пределах одной страны, национального рынка, каждый внешнеторговый товар, подлежащий ввозу в страну или вывозу из страны и становящийся объектом внешнеторговой сделки, имеет свои специфические особенности как товар, так и как объект, подлежащий прохождению через достаточно строго установленный режим процедур, связанный с исполнением международной сделки купли-продажи: в прохождении таможенных формальностей, в регулировании условий доставки товаров по договорам купли-продажи на основе Инкотермс и международных правил перевозки, в оформлении транспортных, товаро-сопроводительных документов, страхования, во взаимосогласованной поставке товара и международных расчетах за товар по внешне-торговому контракту и т.д. По определению, данному в Федеральном законе от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», под товаром понимается *«являющиеся предметом внешнеторговой деятельности движимое имущество, отнесенные к недвижимому имуществу воздушные, морские суда, суда внутреннего плавания и смешанного (река — море) плавания и космические объекты, а также электрическая энергия и другие виды энергии. Транспортные средства, используемые по договору о международных перевозках, не рассматриваются в качестве товара»*. Внешнеторговый товар обладает, так называемой, *таможенной стоимостью* (подробнее см. параграф 3.8 «Расчет таможенных платежей»). Таможенная стоимость декларируется таможенному органу РФ при перемещении товара через таможенную границу РФ.

Товар является объектом международного обмена, в результате которого возникают два разных относительно друг друга по направлению потока — потоков товаров на экспорт и импорт, которые можно определить количественно и качественно. Под величиной товарного потока (количественная оценка) можно понимать объем экспортиру-

емых или импортируемых товаров за определенный анализируемый период времени. Качественно товарные потоки можно определить по доле товаров определенного вида в товарных потоках, т.е. по товарной структуре.

Объемы товаров на экспорт и импорт в своей сумме составляют внешнеторговый оборот, а разница между объемами товаров на экспорт и импорт определяет внешнеторговый (торговый) баланс страны. Принято считать, что в случае превышения экспорта над импортом (объемов товаров на экспорт над объемами товаров на импорт) создается положительный, активный торговый баланс, в противном случае — отрицательный, пассивный торговый баланс страны.

Товарная структура определяется по доли тех или иных групп товаров в экспортных и импортных товарных потоках (в экспорте и импорте). В международной торговле широко используется гармонизированная система описания и кодирования товаров, основная цель которой упорядочить, систематизировать описание товаров, стандартизировать внешнеторговую документацию, упростить сбор и анализ статистических данных. Гармонизированная система была утверждена международной конвенцией о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров (Брюссель, 14 июня 1983 г). Россия присоединилась к данной конвенции с 1 января 1997 г., что закреплено соответствующим *постановлением Правительства РФ от 3 апреля 1996 г. № 372 «О присоединении Российской Федерации к Международной конвенции о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров»*. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (далее — ТН ВЭД) используется для формирования Таможенного тарифа, внешнеторговой статистики, законодательных актов в области внешней торговли РФ и прочих целей.

Во внешнеторговой деятельности РФ, при проведении внешнеторговых процедур используется Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности, основанная на ТН ВЭД СНГ, имеющая 10-значные кодовые обозначения и приведенная в соответствие с международной Гармонизированной системой описания и кодирования товаров. 10-ти значная ТН ВЭД РФ была введена совместно с новым Таможенным тарифом РФ, вступившим в силу с 1 апреля 2000 г. С 1 января 2002 г. введен в действие новый Таможенный тариф РФ совместно с ТН ВЭД, основанной на Гармонизированной системе описания и кодирования товаров (ГС), принятой 27-й сессией Комитета

Всемирной таможенной организации по ГС (Брюссель, 8—17 мая 2001 г.), и единой ТН ВЭД Содружества Независимых Государств, утвержденной Советом руководителей таможенных служб государств-участников Содружества Независимых Государств (решение от 13 сентября 2001 г. № 3/32).

Последние значащие цифры кодов ТН ВЭД могут отличаться от кодов других национальных гармонизированных систем описания и кодирования товаров. Приведем пример различий в кодировании и описании между российской и японской гармонизированными системами для одной из товарных групп (таблица 3.6.1). Из-за этих отличий в кодировании и описании товаров или различного субъективного понимания в разных странах того, к какому классификационному коду (группе или подгруппе товаров) соотнести перевозимый товар, продавец-нерезидент и покупатель-резидент РФ вынуждены согласовать коды в случае необходимости.

Коды (классификационные коды) по ТН ВЭД могут называться как «customs codes» или «harmonised commodity codes», или кратко обозначаться в международной терминологии как «HS codes», например, HS 8525101000 означает код 8525101000 по ТН ВЭД («аппаратура радиотелеграфная или радиотелефонная для гражданской авиации»). ТН ВЭД непосредственно используется для определения таможенной пошлины для конкретного импортируемого или экспортируемого товара.

В порядке хронологии используется следующая схема определения кодов ТН ВЭД и таможенных пошлин:

(1) как правило, экспедитором/таможенным брокером определяется код ТН ВЭД, исходя из вида, характера товара, его технических характеристик, технического описания (в случае, например, технологического оборудования);

(2) код ТН ВЭД вносится в таможенную декларацию, которая затем подается в таможенные органы;

(3) код ТН ВЭД проверяется, подтверждается таможенными органами или пересматривается ими в случае несоответствия между описанием товара по ТН ВЭД и фактическим товаром.

В случае разногласий, споров по поводу правильной кодировки можно направить запрос в таможенные органы, выдающие официальное решение о классификации товаров в соответствии с ТН ВЭД, т.е. решение, под каким кодом ТН ВЭД должна кодироваться данная товарная позиция.

Фрагмент из Гармонизированной системы описания и кодирования товаров РФ		Фрагмент из Гармонизированной системы описания и кодирования товаров Японии	
8525	Аппаратура передающая для радиотелефонной, радио-телеграфной связи, радиовещания или телевидения, включающая или не включающая в себя приемную, звукозаписывающую или воспроизводящую аппаратуру; телевизионные камеры; видеокамеры покадрового изображения и записывающие видеокамеры прочие:	85.25	Аппаратура передающая для радиотелефонной, радио-телеграфной связи, радиовещания или телевидения, включающая или не включающая в себя приемную, звукозаписывающую или воспроизводящую аппаратуру; телевизионные камеры; видеокамеры покадрового изображения и записывающие видеокамеры прочие:
852510	--аппаратура передающая:	8525.10	--аппаратура передающая:
8525101000	--аппаратура радиотелеграфная или радиотелефонная для гражданской авиации --прочая:	(8525.10) 100 1	--для радиовещания
		200 3	-- для телевидения
		300 5	--беспроводные микрофоны --прочие:
8525105000	--- аппаратура радиотелеграфная или радиотелефонная	920 2	--- для VHF
		990 2	--- прочие
852510800	--- прочая:		
8525108001	---- для радиовещания или телевидения		
8525108009	---- прочая		

Классификация внешнеторговых товаров по кодам ТН ВЭД необходима также для ведения государственной таможенной статистики. Статистическая стоимость товаров, каждому из которых присваивается код ТН ВЭД, определяется в долл. США по ценам контрактов, отгрузочных инвойсов, приведенных к единому базису. Источником информации о статистической стоимости ввозимых и вывозимых товаров являются сведения из грузовых таможенных деклараций (ГТД), заполняемых при таможенном оформлении то-

товаров. Стоимость товаров при импорте производится на базе цен СИФ (CIF) — российский порт или СИП (CIP) — пункт назначения на таможенной границе РФ. Стоимость товаров при экспорте производится на базе цен FOB (FOB) — российский порт или ДАФ (DAF) — граница РФ.

Понятие качества товара

Качество товара, т.е. совокупность свойств и характеристик товара, удовлетворяющая определенным потребностям, запросам конечного потребителя, имеет большое значение при продвижении товара на международные рынки с существующей острой конкуренцией среди компаний-поставщиков. Требованиям качества может отвечать только товар, который уже в момент разработки, создания ориентирован на конкретных потребителей, поэтому производителю товара необходимо заранее изучить предполагаемые рынки сбыта, провести маркетинговые исследования.

Жизненный цикл товара, названный в международном стандарте ИСО-9004 (ISO-9004) «петлей качества», представлен рядом последовательно сменяющихся этапов [36]:

- 1) маркетинг — поиск целевых рынков, выбор потребителей (сегментация рынка);
- 2) научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, разработки (НИОКР), связанные с созданием товара, включая разработку технических требований к будущему товару;
- 3) материально-техническое снабжение (закупочная логистика), которое должно обеспечить необходимый уровень качества сырья, материалов и комплектующих компонентов;
- 4) подготовка и разработка производственных процессов, т.е. разработка организационно-технологического обеспечения производства;
- 5) непосредственное производство;
- 6) контроль, испытания и обследование продукции в процессе производства и выходной контроль, базирующиеся на развитой метрологической службе и ориентированные на международную сертификацию готовой продукции и организационно-технологического обеспечения производства качественной продукции;
- 7) упаковка и хранение готовой продукции, т.е. решение проблем сохранения качества в период транспортировки, нахождения товаров на основных и промежуточных складах;

8) реализация и распределение в случае независимой системы сбыта или при прямом маркетинге;

9) монтаж и эксплуатация, т.е. передача товара потребителю в рабочем состоянии, обучении правилам эксплуатации персонала и т.п.;

10) техническая помощь в обслуживании (фирменная система сервиса, в том числе в послегарантийный период: ремонт, поставка запасных частей и т.п.);

11) утилизация товара после его полной или частичной амортизации.

Воздействие компании на различные этапы «петли качества» заключается в трех ключевых направлениях: 1) в обеспечении качества; 2) в управлении качеством; 3) в улучшении качества.

Следуя рекомендациям международных стандартов ИСО-9000 (ISO 9000), обеспечение качества продукции можно определить как совокупность планируемых и систематически проводимых мероприятий, создающих необходимые условия для выполнения каждого этапа жизненного цикла продукции таким образом, чтобы продукция удовлетворяла определенным требованиям по качеству. Наиболее целесообразно формирование целевых научно-технических программ обеспечения качества продукции, разрабатываемых для каждого товара, производимого компанией. Эти программы должны содержать задания по техническому уровню и качеству создаваемых товаров, жесткие требования к ресурсному обеспечению всех этапов «петли качества»: к технологическому оборудованию, сырью, материалам, комплектующим, метрологическому обеспечению, уровню подготовки персонала.

Управление качеством — это управление технологическими процессами, выявление различного рода несоответствий в продукции, производстве или самой системе качества и устранение не только выявленных несоответствий, но и причин их возникновения.

В методологии систем качества, которые традиционно применяются на российских предприятиях, меры по выявлению и устранению причин отклонений от заданного уровня качества продукции называют *замкнутым управленческим циклом*, который включает ряд последовательных действий: контроль, учет, оценка (анализ), принятие и реализация решения.

Улучшение качества как одна из задач в системе управления качеством представляет собой постоянную управленческую деятельность предприятия, направленную на повышение технического уровня про-

дукции, качество ее изготовления, совершенствования процесса производства и самой системы качества на предприятии. В условиях конкурентного рынка предприятие заинтересовано в получении результатов, лучших по сравнению с первоначально установленными нормами. Такие же цели преследуют предприятия, которые постоянно разрабатывают фирменные стандарты, уровень требований которых превышает требования национальных и международных стандартов. Одной из наиболее распространенных форм организации работы по улучшению качества продукции на многих предприятиях Западной Европы, Японии является создание групп или кружков качества, формирование временных творческих коллективов, стимулирование рационализаторской и новаторской деятельности.

Конкурентоспособность товара

Современные международные рынки представляют собой арену острой конкуренции между компаниями-поставщиками, борьбу за экономические ресурсы, поэтому одним из важных направлений компании является оценка положения на рынке выпускаемых товаров, исследование факторов их конкурентоспособности, изучение тенденций развития товарной структуры рынков на современном этапе научно-технической революции и выработка на этой базе принципов и основной товарной стратегии.

В условиях товарного производства продукт труда может быть предметом рыночного обмена, т.е. товаром, только в том случае, если обладает способностью удовлетворять определенные потребности, т.е. имеет *общественную потребительную стоимость*. Когда речь идет о строго определенной конкретной потребности, каждый предмет потребления характеризуется еще и тем, насколько полно он ее удовлетворяет, т.е. *степенью полезности*.

Рынок представляет собой ту сферу общественных отношений, где товары, конкурируя между собой, проходят проверку и сравнение потребителями на соответствие потребительных стоимостей общественным потребностям и где выявляются их отклонения в степени удовлетворения этих потребностей. При совершении покупки каждый потребитель выбирает необходимый ему товар, как правило, среди ряда сходных, аналогичных товаров и приобретает именно тот из них, который удовлетворяет его потребность в наибольшей степени. Конкурентоспособность может быть выявлена только в резуль-

тате сравнения товаров и является характеристикой относительной. Конкурентоспособность представляет собой характеристику товара, отражающую его отличие от товара-конкурента по степени удовлетворения конкретной общественной потребности.

Потребности каждого отдельного покупателя складываются под воздействием определенных факторов и носят индивидуальный характер. Наличие на рынке в одних и тех же экономических условий и в один и тот же промежуток времени целого ряда аналогичных, сходных товаров, имеющих в тоже время различную потребительную стоимость и пользующихся тем не менее спросом, объясняется различием носителей спроса по уровню доходов, национальными особенностями, интеллектуальными и социальными потребностями т.п. Покупатель объективно стремится достичь оптимального соотношения уровня потребительных свойств товара и своих расходов, т.е. получить максимум потребительского эффекта на единицу затрат. Уровень цены потребления при оценке конкурентоспособности необходимо сравнивать с уровнями цен потребления других товаров, предназначенных для удовлетворения той же потребности. Товар, обладающий при прочих условиях наименьшей ценой потребления, будет наиболее конкурентоспособным по сравнению с аналогами.

На основе вышеизложенного можно дать следующее определение конкурентоспособности: *«Конкурентоспособность — характеристика товара, которая отражает его отличие от товара-конкурента, с одной стороны, по степени соответствия одной и той же общественной потребности, а с другой — по уровню затрат на удовлетворение этой потребности».*

При удовлетворении потребности покупатель несет расходы как по приобретению товара, так и по его использованию. Сумма этих расходов выступает в качестве цены потребления. Уровень цены потребления представляется для покупателя фактором, определяющим конкурентоспособность товара и результата конечного выбора конкретного товара из группы аналогичных товаров.

В общем случае цена потребления может быть рассчитана как сумма ее составляющих покупной цены и совокупности издержек следующим образом:

$$C_{\text{потр}} = I_1 + I_2 + I_3 + I_4 + \dots I_i + \dots I_n = \sum_{i=1}^n I_i,$$

где I_1 — покупная цена и издержки, связанные с приобретением товара (доставка, установка, пуско-наладочные работы и т.п.); I_2 — издержки, связанные с потреблением энергоносителей (электроэнергия, горюче-смазочные материалы и т.д.); I_3 — издержки на заработную плату эксплуатационного персонала; I_4 — издержки, связанные с техническим обслуживанием и ремонтными работами; I_i — иные издержки в период с момента покупки товара до окончания срока его эксплуатации.

Если по окончании эксплуатации товар реализуется по остаточной стоимости, т.е. понесенные издержки частично компенсируются, то цена потребления рассчитывается следующим образом:

$$C_{\text{потр}} = I_1 + I_2 + I_3 + I_4 + \dots I_i \pm C_o,$$

где C_o — стоимость издержек, связанных с утилизацией товара ($+C_o$), или же выручка от продажи товара по остаточной стоимости по окончании его эксплуатации ($-C_o$). Приведем пример: за утилизацию отработавших топливных элементов ядерного реактора необходимо платить немалые деньги, т.е. появляются дополнительные издержки ($+C_o$), а оборудование после окончания срока его эксплуатации можно продать как изношенное, бывшее в эксплуатации или по цене металлолома (например, в случае отработавшего токарного станка), т.е. появляется выручка, вычитаемая из суммарных затрат ($-C_o$).

Определение уровня конкурентноспособности товара с позиций оценки реальной цены потребления со всеми ее составляющими следует рассматривать как наиболее объективный интегральный показатель конкурентноспособности.

Анализ нового товара

Важную роль в выборе товарной стратегии играет анализ нового товара по оценке его определенных характеристик, основные из которых могут быть отнесены к общим, рыночным, производственным характеристикам. К *общим* характеристикам товара относят возможную прибыль (по годам, как правило, в первые 2—3 года продаж), существующих и возможных потенциальных конкурентов, емкость рынка, уровень необходимых капиталовложений в производство, патентную защиту, степень риска (по отношению к коммерческой эффективности реализации). *Рыночные* характеристики товара представляют собой: конъюнктуру и тенденцию развития рынка на последующие годы, срав-

нительную характеристику товаров, выпускаемых компанией, и конкурирующих товаров, предполагаемую длительность жизненного цикла товара, имидж компании и товаров компании среди покупателей и его изменения в результате введения нового товара, воздействие сезонных факторов на новый товар. Под производственными характеристиками товара понимаются: материально-технические, финансовые средства и время, необходимые для начала серийного выпуска, наличие необходимых кадров инженеров, рабочих, возможности компании организовать производство по конкурентной цене, внешний вид (дизайн, упаковка) нового товара.

3.7. УСЛУГИ, ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ

Услуги, результаты интеллектуальной деятельности, будучи продуктом труда, таким же, как и товар, имеют потребительную стоимость, являются предметом купли-продажи, обмена в международной торговле. «Наличие товарной формы услуг не зависит от того, получают ли они какую-либо форму овеществления или нет. Главным в определении товарной сущности продуктов труда или самого труда является то, что в них представлено определенное количество рабочего времени и труд или его овеществленные результаты, посредством обмена удовлетворяющие существующие потребности» [20]. Данные рассуждения справедливы и для результатов интеллектуальной деятельности, полученных, например, в виде оригинальных технологий, являющихся также одной из форм товара. Технологии как результат интеллектуальной деятельности, услуги и товар в вещественной форме объединяет также та общая закономерность, что все они имеют свой жизненный цикл, проходящий через определенные стадии своего развития, имеющий предел на своем уровне жизненной иерархии. Технологии взаимосвязаны с товаром, являются неотъемлемой частью товара, производство которого основано на технологии или технологиях. Товар является овеществленной формой технологий, позволяющих произвести этот товар.

К сфере услуг относят услуги связи, услуги, предоставляемые банками, юридическими, консалтинговыми (консультационные услуги), транспортно-экспедиторскими, авиационными и страховыми компаниями, туристическими агентствами, образовательными учреждениями (университетами, бизнес-школами и т.п.), рекламными агентствами, компаниями по недвижимости, кадровыми агентствами и т.д.

Многообразие вида услуг, рост доли услуг во внешнеэкономической деятельности привели к необходимости регулирования, выработке общих универсальных правил по международной торговле услугами. Одним из основных документов, отображающих эти универсальные правила является Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС). ГАТС устанавливает основные правила, принципы ведения торговли услугами и обязательства стран-участников Всемирной торговой организации, ВТО, (World Trade Organization, WTO www.wto.org) по либерализации внешнеэкономической деятельности в области услуг, по снятию ограничений для распространения услуг среди этих стран и упрощению соответствующих внешнеэкономических процедур.

Услуги могут быть составной частью сделки международной купли-продажи какого-либо товара. При поставке технологического оборудования часто оговариваются отдельно услуги, оказываемые продавцом в виде шеф-монтажных, пуско-наладочных работ, технических консультаций, а также услуги со стороны покупателя, например, заключающиеся в обеспечении инженеров («супервайзеров») продавца местами в гостинице, профессиональными переводчиками, услугами международной связи (телефон, факс, интернет) на месте монтажа, установки оборудования. Услуги, включенные в контракт на поставку оборудования и которые должны быть выполнены на территории РФ, не облагаются таможенной пошлиной при ввозе оборудования; при прохождении таможенных формальностей уплачивается только НДС как на услуги, сопутствующие поставке оборудования и включенные в стоимость контракта купли-продажи. Однако в большинстве случаев эти услуги не включаются в контракт на поставку оборудования (контракт купли-продажи) и при этом заключается отдельный контракт (договор) на предоставление продавцом этих услуг покупателю (резиденту РФ). Если продавец (иностранная компания-нерезидент) имеет свою дочернюю компанию-резидента в России или компанию-партнера (дистрибьютора и т.п.), то можно заключить отдельный договор между этой компаний-резидентом и покупателем-резидентом на предоставление этих услуг на территории РФ.

В Федеральном законе от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеэкономической деятельности» определено, что «внешняя торговля услугами осуществляется следующими способами:

- 1) с территории Российской Федерации на территорию иностранного государства;

2) с территории иностранного государства на территорию Российской Федерации;

3) на территории Российской Федерации иностранному заказчику услуг;

4) на территории иностранного государства российскому заказчику услуг;

5) российским исполнителем услуг, не имеющим коммерческого присутствия на территории иностранного государства, путем присутствия его или уполномоченных действовать от его имени лиц на территории иностранного государства;

6) иностранным исполнителем услуг, не имеющим коммерческого присутствия на территории Российской Федерации, путем присутствия его или уполномоченных действовать от его имени иностранных лиц на территории Российской Федерации;

7) российским исполнителем услуг путем коммерческого присутствия на территории иностранного государства;

8) иностранным исполнителем услуг путем коммерческого присутствия на территории Российской Федерации.»

В соответствии со ст. 138 Гражданского кодекса РФ под интеллектуальной собственностью понимается исключительное право юридического или физического лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполненных работ или услуг (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и т.д.) Интеллектуальной собственностью являются научно-технические разработки, «ноу-хау» (know-how), изобретения, оригинальные технологии, промышленные образцы, программное обеспечение, произведения научной, художественной литературы, музыкальные произведения и т.д. «Ноу-хау» представляет собой конфиденциальную информацию, новые оригинальные знания научно-технического, экономического, коммерческого или иного характера, имеющие стоимость, оцениваемую, исходя из величины дополнительной прибыли, которая получена или может быть получена в результате использования «ноу-хау». Передача «ноу-хау» или, в общем случае, лицензии, являющаяся предметом внешнеэкономической сделки, происходит на основе лицензионного соглашения, представляющего собой одну из форм внешнеэкономического договора, на основании которого одна из участвующих сторон — лицензиар (юридическое или физическое лицо) предоставляет другому

лицу — лицензиату (юридическому или физическому лицу) права, разрешение на применение объекта (предмета) лицензии: оригинальных научно-технических знаний, определенной технологии, производство и продажу определенного товара, использование изобретения, «ноу-хау» и т.д. на определенный срок и в обусловленных соглашением пределах (условий). В общем случае лицензия представляет собой официальный документ-разрешение выдаваемое возмездно одним юридическим или физическим лицом (лицензиаром)-владельцем исключительного права другому лицу (лицензиату) на ведение определенной предпринимательской деятельности, на применение определенной технологии, производство и продажу определенного товара, использование изобретения, «ноу-хау» и т.д. на определенный срок.

Лицензионные соглашения могут содержать условия поставки отдельного оборудования, компонентов, сырья, необходимые для производства лицензируемого оборудования, однако, как правило, для их поставки заключаются отдельный внешнеторговый контракт или внешнеторговые контракты купли-продажи между лицензиаром как продавцом и лицензиатом как покупателем (см. параграф 3.3 «Внешнеторговый контракт»). *Пример лицензионного соглашения на передачу и использование технологии приведен в разделе 1 Приложения.*

За право пользования лицензией, т.е., в конечном итоге, за пользование определенной технологией, «ноу-хау» и т.д., лицензиат обязан платить лицензиару определенное лицензионное вознаграждение: 1) «роялти», т.е. лицензионный платеж (*royalty*), представляющее собой периодические денежные отчисления в виде определенного процента, как правило, от чистой продажной цены лицензируемого оборудования, произведенного лицензиатом из компонентов, поставленных лицензиаром (под чистой продажной ценой понимается продажная цена за лицензируемое оборудование за вычетом налога на добавленную стоимость (НДС)); или же 2) *паушальные платежи* в виде определенной зафиксированной в лицензионном соглашении сумме, устанавливаемой на основе оценки (подсчета) дополнительной прибыли, которая получена или может быть получена в результате использования лицензии. Паушальные платежи оплачиваются единовременно или периодически в определенный срок, согласованный между лицензиатом и лицензиаром.

На практике наиболее часто используется первый вариант лицензионного вознаграждения, так как расчет по роялти производится, как

правило, от продажной цены лицензируемого оборудования, которая может быть достаточно точно прогнозируема и в дальнейшем подтверждена для лицензиара договорами купли-продажи между лицензиатом и его покупателями лицензируемого оборудования.

Авторские права также относят к исключительным правам юридического или физического лица на результаты интеллектуальной деятельности, т.е. к одной из областей права интеллектуальной собственности. Историю авторского права обычно связывают с появлением книгопечатания, первых печатных станков, когда основатели, мастера книгопечатания получали исключительные права от правящей элиты, высших правителей на печатанье, тиражирование книг. Изобретение печатного станка немецким изобретателем Иоганном Гутенбергом (Johann Gutenberg, около 1400—1468) стало одним из величайших изобретений, позволившим обмениваться информацией принципиально новым способом, упорядочивать и систематизировать знания об окружающем мире, развивать культуру, науку, торговлю, юриспруденцию (правоведение). Одна из первых печатных книг — 42-строчная Библия была напечатана Иоганном Гутенбергом около 1450 г. (источник: электронная энциклопедия *Wikipedia*, <http://en.wikipedia.org>). Первая точно датированная русская печатная книга «Апостол» была напечатана в 1564 г. в Москве основателями книгопечатания в России и Украине И. Федоровым (около 1510—1583) и П. Мстиславцем [57]. Лицензионный закон (the Licensing Act), введенный в Англии в 1662 г., предоставлял монопольное право на контроль издательской деятельности в Англии одной компании — the Stationers' Company of London. В 1710 г. эта монополия была нарушена утвержденным английским парламентом первым в истории законом, устанавливающим авторские права — законом «Статут королевы Анны» (The Statute of Anne, рис. 3.7.1), предоставлявшим авторам исключительные права на охрану своих опубликованных произведений, запрет на их тиражирование без согласия автора [118]. В истории России первый патентный закон-манифест «О привилегиях на разные изобретения и открытия в ремеслах и художествах» от 17 июня 1812 г. был издан Александром I [55].

В XX и XXI вв. проблема охраны авторских прав, интеллектуальной собственности является по-прежнему актуальной в особенности в тех странах, где «пиратство», воровство интеллектуальной собственности принимается в целом обществом как вполне нормальное, естественное рыночное явление, где не приняты жесткие законы по защи-

те авторских прав и на практике не проводится последовательная и жесткая политика на государственном уровне по противостоянию нарушителям авторских прав. Пассивное отношение к данной проблеме приводит к тому, что нарушаются торговые, экономические связи, а обмен товарами, услугами по классической схеме «товар (результаты интеллектуальной собственности) — деньги — товар (результаты интеллектуальной собственности)» происходит в теневой экономике вместо реальной общенациональной экономики, в которой необходимо платить налоги, гонорары за авторский труд.

Интеллектуальная собственность как предмет купли-продажи является важной составной частью современной международной торговли, в которой значительную долю занимает высокотехнологичное оборудование, новейшие оригинальные технологии, программное обеспечение и т.д., поэтому современное правовое обеспечение внешнеторговых сделок купли-продажи интеллектуальной собственности имеет первостепенное значение. Международная торговля интеллектуальной собственностью регулируется рядом международных конвенций, соглашений, к которым относится и Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (Agreement on trade-related aspects of intellectual property rights (TRIPS)) применительно к торговле интеллектуальной собственностью между государствами-членами Всемирной торговой организации, ВТО (World Trade Organization, WTO). Соглашение охватывает следующие основные вопросы: 1) применяемые основные принципы международной торговли и другие соглашения по интеллектуальной собственности; 2) адекватная защита прав интеллектуальной собственности; 3) проведение в жизнь права интеллектуальной собственности на своих территориях; 4) разрешение споров по правам интеллектуальной собственности между государствами-членами ВТО; 5) специальные про-

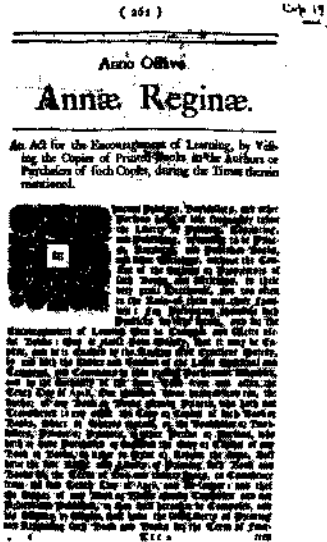


Рис. 3.7.1. Статут королевы Анны (The Statute of Anne) (первая страница монографии, источник: www.copyrighthistory.com)



Рис. 3.7.2. Международный знак «copyright»

межуточные соглашения в период до того момента, пока новая система защиты прав интеллектуальной собственности ни будет введена (источник: www.wto.org).

Одним из известных примеров защиты авторских прав на интеллектуальную собственность являются авторские исключительные права на произведение — «копирайт» («*copyright*»), фактически введенные в «Статуте королевы Анны» в английское право и впоследствии получившие международный статус. Международный знак «копирайт» («*copyright*», рис. 3.7.2), и его авторы находятся под юрисдикцией международного авторского права. Знак «копирайт» используется часто, например, издательствами, защищающими свои и авторские права на то или иное опубликованное издание. В издательском деле знак «копирайт», указываемый на одной из первых страниц книг, эквивалентен смыслу следующей фразы: «Полное или частичное воспроизведение или тиражирование каким-либо способом материалов, опубликованных в настоящем издании, допускается только с письменного разрешения издательства...». Обычно такая предупредительная фраза указывается дополнительно рядом со знаком «копирайт».

За международной торговлей интеллектуальной собственностью большое будущее потому, что новые инновации, технологии, средства производства в современном взаимосвязанном мире развиваются в большей степени благодаря международному обмену научными, техническими, экономическими знаниями, результатами интеллектуальной деятельности. Глубокое понимание этого эволюционного процесса постепенно приходит и в Россию, где уже создана правовая основа для защиты интеллектуальной собственности, авторских прав. В России государственное регулирование внешнеторговой деятельности в области внешней торговли интеллектуальной собственностью осуществляется в соответствии с Федеральным законом от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности», другими федеральными законами и международными договорами Российской Федерации. В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 9 марта 2004 г. № 314 «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти» Федеральная служба по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по контролю и над-

зору в сфере правовой охраны и использования объектов интеллектуальной собственности, включая патенты и товарные знаки. Федеральная служба по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам находится в ведении Министерства образования и науки Российской Федерации (*постановление Правительства РФ от 7 апреля 2004 г. № 178* «Вопросы Федеральной службы по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам»). С 1993 г. в России действует Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах». С 1992 г. действует Патентный закон РФ от 23.09.1992 № 3517-1, на основании которого изобретения и промышленные образцы охраняются в РФ патентами исключительного права, выдаваемыми Федеральной службой по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам (Роспатентом, www.fips.ru, *постановление Правительства РФ от 16 июня 2004 г. № 299* «Об утверждении Положения о Федеральной службе по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам»). Патентовладелец вправе передать патент любому юридическому и физическому лицу на основе лицензионного соглашения.

В России создана Всероссийская объединенная электронная биржа интеллектуальной собственности (ВЭБИС), представляющая собой «программно-аппаратный комплекс, предназначенный для решения задач коммерциализации результатов интеллектуального и творческого труда, в первую очередь граждан России, введению созданных ими объектов интеллектуальной собственности в активный хозяйственный оборот и активное общественное потребление» (www.eipuser.ru). Данная биржа может стать частью Единой европейской биржи интеллектуальной собственности.

Лизинг

Лизинговые услуги представляют собой одну из форм услуг на международных рынках. Под лизингом понимается аренда находящихся в собственности лизингодателя основных средств производства, товаров (предмет лизинга) для их использования в производственных или коммерческих целях лизингополучателем. Лизингополучатель обязан выплачивать лизингодателю так называемые *лизинговые платежи*, условия и сроки оплаты которых оговариваются в лизинговом соглашении. Существуют два основных вида лизинга: оперативный и финансовый. *Оперативный лизинг (operating leasing)* представляет собой аренду основных средств производства или товаров (как правило, оборудова-

ния) на более короткий срок, чем период их жизненного цикла, срок контракта и характеризуется неполной амортизацией оборудования за время аренды, по истечении которой оборудование может быть сдано вновь в аренду или возвращено лизингодателю. *Финансовый лизинг (financial leasing)* представляет собой долгосрочную аренду основных средств производства или товаров (оборудования и т.д.) и характеризуется амортизацией полной или большей части стоимости оборудования за время аренды, по истечении которой оборудование может быть сдано вновь в аренду при продлении лизингового соглашения, или куплено по остаточной стоимости, или возвращено лизингодателю.

В лизинге основных средств производства, товаров, в большинстве случаев дорогостоящего оборудования, участвуют три стороны: лизингодатель (собственник оборудования) лизингополучатель (пользователь оборудования), поставщик-продавец (производитель оборудования). При международном лизинге лизингодатель, лизингополучатель и поставщик оборудования могут находиться в разных странах. При проведении лизинговой операции, как правило, заключаются отдельный договор купли-продажи оборудования между лизингодателем (покупателем) и поставщиком (продавцом), лизинговое соглашение между лизингодателем, лизингополучателем и поставщиком, а также возможно другие сопутствующие договоры: договор кредитования между лизингодателем и банком о предоставлении кредита под лизинг, договор страхования на оборудование и т.д. Лизинг для лизингополучателя имеет преимущества, заключающиеся в том, что лизинговое оборудование может быть одновременно профинансировано и приобретено; затраты на приобретение оборудования распределяются на срок действия лизингового соглашения; нет необходимости привлечения дополнительных кредитов; высвобождаются финансовые средства арендатора; появляется возможность использовать дорогостоящее оборудование без значительных первоначальных финансовых затрат и т.д. [10; 20].

3.8. РАСЧЕТ ТАМОЖЕННЫХ ПЛАТЕЖЕЙ

Таможенные платежи, являясь одним из видов государственных налогов, вносят свой и нередко значительный денежный вклад в бюджет государства. Пока существуют государства с различным уровнем экономического развития и государственные, таможенные границы, будут устанавливаться и таможенные пошлины, различные таможенные сборы, которые в целом принято называть таможенными платежами.

В далеком будущем с исчезновением таможенных границ перестанут взиматься и таможенные платежи. В современном Европейском союзе (ЕС) отсутствуют таможенные границы и соответствующие таможенные пошлины между государствами сообщества благодаря созданию общего европейского экономического пространства, рынка, в котором исчезли внешнеторговые барьеры между государствами сообщества и появились новые дополнительные степени социально-экономической свободы. Вместе с тем, неравномерность экономического развития различных государств, противоречия в межгосударственных торговых отношениях, «торговые войны» приводят к необходимости введения государственных таможенных границ, пошлин, сборов и ограничительных мер во внешнеторговой деятельности.

Понятие таможенной пошлины в российской внешнеторговой истории соотносят к периоду торговых отношений между Русью и Византией в IV—XV вв. По словам В.О. Ключевского [30], по «договору Олега русские купцы не платили никакой пошлины». На Руси понятие «пошлина» вошло широко в обиход позднее, с развитием внешнеторгового дела, и одним из первых в истории российских документов, в которых упоминается понятие таможенной пошлины, было Соборное уложение 1649 г.: «55. А которые государевы проезжие грамоты даны будут ис Посольского приказу иноземцом агличеном и галанцом и вольных городов, и иных разных государств гостем и торгъовым людем, и которые иноземцы учнут бити челом государю на русских людей в торгволях о управе и по кабалам в займех и по записям, и с английских из галанских гостей, которым государева жаловальная грамота дана, печатных пошлин не имать, а с иных со всех иноземцов печатныя пошлины имати, так же как и с русских людей емлют.» (*Глава XVIII, О печатных пошлинах, фрагмент Соборного уложения 1649 г.* [73]).

В 1667 г. по «указу великого государя, царя и великого князя Алексея Михайловича» был издан Новоторговый устав, одним из создателей и вдохновителей которого был Афанасий Лаврентьевич Ордин-Нащокин (1605—1680), выдающийся российский дипломат и государственный деятель. Новоторговый устав устанавливал, в частности, торговые пошлины в России, ответственность купцов в случае несоответствия между реальным и упомянутым ими в «рописи» количеством товара, что называется на современном языке, «недостовверным декларированием»:

«14. А которые люди у города исторговався, учнут товары класть в суды, в которых им вести в Русь, и им наперед принести гостю с това-

рыщи роспись всему товару порознь и имя, в чье судно ему класти. И ту роспись гостю записывать в книги имянно, и на то той росписи подписав, и печать приложить и отдать тому купцу, хто подал. И против той росписи у него досмотреть и после досмотру вольно ему те свои товары в суды класти.

15. А будет хто не подав росписи, и подав хто роспись, а положит лишнее и отпустит в верх, и те лишние товары иметь на великого государя.»(отрывки из текста Новоторгового устава от 22 апреля 1667 г. [48]).

Российские таможенные тарифы и система описания товаров во внешнеторговой деятельности неоднократно изменялись в истории России. Таможенный тариф от 1724 г. дает наглядное представление об одном из этапов развития системы описания товаров, применяемых импортных и экспортных («отвозных») пошлинах и структуре импорта, экспорта России в XVII веке.

«Таможенный тариф», 1724 г.

Протокол соединенного присутствия коммерц-коллегии и мануфактур-коллегии 11 ноября 1723 года, по обсуждению вопроса о назначении таможенных пошлин на *привозимые и отпусные* товары. 1723 года, ноября 11 дня. Коммерц и мануфактур-коллегии имели конференцию по силе его императорского величества именного указа сего ноября 6 дня о наложении пошлины на *вывозимые* товары, которые делаются на российских мануфактурах, и при том присутствовали: Коммерц-коллегии: Президент Иван Бутурлин. Советники: Бакон, Гордон. Ассессор Соловьев. Обер-комиссар Вилирс. Мануфактур-коллегии: Президент Новосильцев. Советник Кассис. И согласно положили следующее, и в протокол обеих коллегий записать приказали:

На бахрому золотую и серебряную по силе его императорского величества именного указа 1718 года, а на мишурную, хотя оной фабрики в России нет, однако дабы не вывозили под видом тех золотых и серебряных бахром; а на шелковую для того, что она делается в России, положить 25 процентов.

На бархаты итальянские и голландские и всяких рук, положить 25 процентов для того, что делается в России.

На всякую бумагу 12 $\frac{1}{2}$ процента для того, что она делается в России, но только еще в совершенство не приходила, к тому же и материалами недовольна.

На байки по оценке до $12\frac{1}{2}$ процента для того, хотя за такую пошлиною из-за моря и вывозить будут, однако же дешевою ценою в России из лавок продавать не могут и сим образом русским товарам продажи будет способнее.

На бумазеи или тики разных рук, три доли для того, что в России делается довольно и уже отпускается за море.

На бахромы флоретовые и шерстяные и гарусные по $12\frac{1}{2}$ процента для того, хотя такие и не делаются, однако же делаются шелковые, которыми может замениться.

На бутылки всякие с оценки по $12\frac{1}{2}$ процента для того, что внутри государства во многих местах делаются, а в Санкт-Петербургском порте их мало и этою пошлиною внутрь государства не повезут.

На воск и на свечи восковые $37\frac{1}{2}$ процента с оценки для того, что оно в России имеется довольно число.

На золото и серебро золоченое и пряденое по силе указа 1718 года, 25 процентов.....

Отвозные

На кожи, лосиные, и олени, и сайгачьи неделанные $37\frac{1}{2}$ для того, что потребные на российские фабрики, а на деланные 5 процентов.

На кожи воловые и коневые, на лосиное дело 2 процента.

Кожам коневым, сухим быть в той же силе.

Кожам сухим бухарам быть в прежней силе.

Кожам дубленным говяжьим в той же силе.

Кожам соленным говяжьим то же.

Кожи козлиные неделанные $37\frac{1}{2}$ для того, что оные потребны на фабрики и на мундир, а на деланные 3 процента.

Кожи телячьи сухие 5 процентов.

С кожи ирхи 3 процента.

Кожам козлиным и бараньим замшаным быть в прежней силе.

Кордевану и козлиным кожам то ж.

С кож бараньих без шерсти неделанных 5 процентов, а с деланных 2 процента.

На пряжу всякую $37\frac{1}{2}$ для того, что она употребляется в мануфактуры.»

(фрагменты из Таможенного тарифа 1724 г. [40]).

Большинство импортных пошлин на 1724 г. были достаточно высоки и отвечали российской политике меркантилизма, пришедшей

из Европы и заключавшейся в создании благоприятных экономических условий для отечественных производителей, в протекционизме, в появлении импортных, экспортных защитных «барьеров» в виде внешнеторгового законодательства, таможенно-тарифного регулирования. Из данного исторического документа можно сделать также выводы о структуре импорта и экспорта России в 17-м веке: в товарной структуре экспорта из России преобладали сырьевые товары, а в импорте в Россию — готовая продукция, сырьевые, продовольственные товары.

В современной России импортные и экспортные таможенные пошлины, акцизы, таможенный сбор, НДС и иные налоги, оплачиваемые при импорте и экспорте утверждаются постановлениями Правительства Российской Федерации, приказами Федеральной таможенной службы (ФТС) в соответствии с правительственными постановлениями.

Во внешнеторговой деятельности при проведении импортных и экспортных таможенных процедур используется такое понятие как таможенный режим, понимаемый как «таможенная процедура, определяющая совокупность требований и условий, включающих порядок применения в отношении товаров и транспортных средств таможенных пошлин, налогов и запретов и ограничений, установленных в соответствии с законодательством Российской Федерации о государственном регулировании внешнеторговой деятельности, а также статус товаров и транспортных средств для таможенных целей в зависимости от целей их перемещения через таможенную границу и использования на таможенной территории Российской Федерации либо за ее пределами» (ст.11 Таможенного кодекса РФ от 28 мая 2003 г. № 61-ФЗ).

В соответствии с новым Таможенным кодексом РФ установлены следующие таможенные режимы: «Основные таможенные режимы», «Экономические таможенные режимы», «Завершающие таможенные режимы», которые, в свою очередь, подразделяются на режимы (процедуры) со своей областью применения в отношении товаров и транспортных средств, таможенных пошлин, налогов, запретов и ограничений, установленных в соответствии с законодательством Российской Федерации.

Наиболее часто применяются «Основные таможенные режимы», которые делятся на:

Выпуск для внутреннего потребления (для свободного обращения) — таможенный режим, при котором ввезенные на таможенную

территорию Российской Федерации товары остаются на этой территории без обязательства об их вывозе с этой территории.

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

Международный таможенный транзит — таможенный режим, при котором иностранные товары перемещаются по таможенной территории Российской Федерации под таможенным контролем между местом их прибытия на таможенную территорию Российской Федерации и местом их убытия с этой территории (если это является частью их пути, который начинается и заканчивается за пределами таможенной территории Российской Федерации) без уплаты таможенных пошлин, налогов, а также без применения к товарам запретов и ограничений экономического характера, установленных в соответствии с законодательством Российской Федерации о государственном регулировании внешнеторговой деятельности.

Подробно с другими режимами можно ознакомиться в Таможенном кодексе РФ, официальных приказах, изданиях Федеральной Таможенной службы (ФТС) как в первоисточниках или же в книге «Логистика во внешнеторговой деятельности» ([37]).

Порядок определения таможенной стоимости товара

Таможенная стоимость товара необходима для определения таможенных платежей или иных таможенных целей. Порядок определения таможенной стоимости товаров, ввозимых на территорию РФ юридическими или физическими лицами, утвержден *постановлениями Правительства РФ от 5 ноября 1992 г. № 856 «Об утверждении Порядка определения таможенной стоимости товаров, ввозимых на территорию РФ» и от 7 декабря 1996 г. № 1461 «О Порядке определения таможенной стоимости товаров, вывозимых с таможенной территории РФ»*. Данный порядок определения приведен в соответствии с общими принципами системы таможенной оценки Генерального соглашения о тарифах и торговле (General Agreement on Tariff and Trade (GATT, www.gatt.org).

«8. Определение таможенной стоимости производится путем последовательного применения следующих методов оценки:

- а) по цене сделки с ввозимыми товарами (метод 1);

- б) по цене сделки с идентичными товарами (метод 2);
- в) по цене сделки с однородными товарами (метод 3);
- г) вычитания стоимости (метод 4);
- д) сложения стоимости (метод 5);
- е) резервный метод (метод 6)».

Основным методом определения таможенной стоимости является оценка по цене сделки с ввозимыми товарами (метод 1). В случае, если основной метод не может быть использован, применяется один из перечисленных в п.8 «*постановление Правительства РФ № 856*». Остановимся лишь на основном методе и приведем еще одну краткую выдержку из данного постановления только в части логистических затрат:

«III. Метод оценки по цене сделки с ввозимыми товарами (метод 1)

12. В качестве базы для определения таможенной стоимости при использовании (метод 1) принимается при соблюдении условия, указанных в п.15 настоящего Порядка, цена сделки непосредственно с ввозимыми товарами, подлежащими оценке.

13. Под ценой сделки понимается как цена, фактически уплаченная, так и цена, подлежащая уплате за ввозимые товары.

14. При использовании цены сделки для определения таможенной стоимости в нее включаются следующие расходы, если они не были ранее включены:

- а) расходы на транспортировку ввозимых товаров до места их таможенного оформления, в том числе расходы по погрузке, выгрузке, перегрузке и складированию товаров;
- расходы на страхование;
- расходы по выплате комиссионных и иных посреднических вознаграждений;

стоимость контейнеров в случаях, если в соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности они рассматриваются как единое целое с оцениваемыми товарами;

- б) стоимость упаковки, включая стоимость упаковочных материалов и работ по упаковке;» и т.д.

Упомянутый выше п. 15 ограничивает применение данного метода определения таможенной стоимости в случае, если существуют ограничения в отношении прав импортера на оцениваемый товар, если цена сделки зависит от соблюдения каких-либо условий, влияние которых не может быть учтено, и ряда других условий.

Таможенная стоимость вывозимых товаров определяется также в большинстве случаев на основе цены сделки с вывозимыми товарами. Таможенная стоимость декларируется таможенному органу РФ при перемещении товара через таможенную границу РФ.

Расчет таможенных платежей при импорте товаров в Россию

Расчет общей суммы таможенных платежей при импортной таможенной очистке при выпуске для свободного обращения производится следующим образом:

$$C = C_{\Pi} + C_{Сб} + C_A + C_{НДС}$$

где C — общая сумма таможенных платежей; C_{Π} — сумма в размере ввозной (импортной) пошлины для товаров, облагаемых ввозными таможенными пошлинами, (в долл. США); $C_{Сб}$ — таможенный сбор за таможенное оформление товаров; C_A — сумма в размере начисленного акциза для подакцизных товаров, т.е. для товаров, облагаемых акцизами, (в долл. США); $C_{НДС}$ — сумма налога на добавленную стоимость (НДС), (в долл. США).

Расчет суммы таможенных платежей и ее пересчет в долл. США производятся исходя из ставок таможенных платежей и курсов иностранных валют к доллару США, действующих на день принятия грузовой таможенной декларации. Уплата таможенных платежей производится в иностранной валюте или в валюте РФ (в руб.), исходя из курса иностранных валют на день фактической уплаты таможенных платежей.

Расчет ввозной пошлины (формула расчета для товаров, в отношении которых установлены адвалорные (в процентах) ставки пошлин):

$$C_{\Pi} = C_T (\Pi) \% \times C_{ТОВ} \text{ (в долл. США),}$$

где $C_{ТОВ}$ — таможенная стоимость ввозимого товара; $C_T (\Pi)$ — ставка ввозной пошлины в процентах от таможенной стоимости в долл. США либо в евро.

Расчет акциза (формула расчета для подакцизных товаров, в отношении которых установлены адвалорные (в процентах) ставки акциза):

$$C_A = C_T(A) \% \times C_{\text{ТОВ}} \text{ (в долл. США),}$$

где $C_{\text{ТОВ}}$ — таможенная стоимость ввозимого товара; $C_T(A)$ — ставка акциза в процентах от таможенной стоимости в долл. США либо в евро.

Порядок применения акцизов изложен в приказе ГТК (ФТС) РФ от 26 ноября 2001 г. № 1127 «Об утверждении Инструкции о порядке применения таможенными органами Российской Федерации акцизов в отношении товаров, ввозимых на таможенную территорию Российской Федерации».

Расчет НДС:

$$\begin{aligned} C_{\text{НДС}} &= C_T(\text{НДС}) \% \times (C_{\text{ТОВ}} + C_{\text{П}} + C_A) = \\ &= \frac{18 \times (C_{\text{ТОВ}} + C_{\text{П}} + C_A)}{100} \text{ (в долл. США),} \end{aligned}$$

где $C_T(\text{НДС})$ — ставка НДС, составляющая 18 % с 1 января 2004 г. В случае товаров, не облагаемых ввозными пошлинами и/или акцизами, $C_{\text{П}} = 0$ и/или $C_A = 0$.

Порядок применения НДС изложен в приказе ГТК (ФТС) РФ от 7 февраля 2001 г. № 131 «Об утверждении Инструкции о порядке применения таможенными органами Российской Федерации налога на добавленную стоимость в отношении товаров, ввозимых на территорию Российской Федерации».

При импорте товары представляют собой совокупность N -товарных позиций по ТН ВЭД, которым соответствует своя ставка таможенной пошлины, поэтому общая сумма таможенных платежей C складывается из следующей суммы:

$$C = \sum_{i=1}^N C_i = \sum_{i=1}^N C(i)_{\text{ТОВ}} \times C_T(\text{П}),$$

где C_i — сумма таможенных платежей для i -й товарной позиции (по ТН ВЭД); $C(i)_{\text{ТОВ}}$ — таможенная стоимость i — товарной позиции; $C_T(\text{П})$ — ставка ввозной пошлины.

Кроме того, необходимо оплатить таможенные сборы $C_{\text{Сб}}$, к которым относятся таможенные сборы за таможенное оформление при де-

кларировании товаров, за таможенное сопровождение при сопровождении транспортных средств, перевозящих товары в соответствии с процедурой внутреннего таможенного транзита или с таможенным режимом международного таможенного транзита, и за хранение при хранении товаров на складе временного хранения или на таможенном складе таможенного органа (*постановление Правительства РФ от 28.12.2004 г. № 863 «О ставках таможенных сборов за таможенное оформление», ст. 331 Таможенного кодекса РФ, письмо ФТС от 29.12.2004 г. № 01-06/12890 «О таможенных сборах»*). Ставки таможенных сборов за таможенное оформление установлены в соответствии со *ст. 357.10 Таможенного кодекса РФ, постановлением Правительства РФ от 28.12.2004 г. № 863 «О ставках таможенных сборов за таможенное оформление»,* вступившим в силу с 1 января 2005 г. Ставки таможенных сборов за таможенное сопровождение и таможенных сборов за хранение установлены *Федеральным законом № 139-ФЗ от 11 ноября 2004 г. «О внесении изменений в Таможенный кодекс Российской Федерации», ст. 357.10 Таможенного кодекса РФ.*

Таможенные сборы за таможенное оформление уплачиваются таможенному органу, производящему это оформление, до подачи таможенной декларации или одновременно с подачей таможенной декларации. Следует заметить, что таможенное оформление производится только после фактического поступления таможенных сборов, подлежащих оплате, на счет таможенных органов. Таможенные сборы за таможенное сопровождение должны быть уплачены до начала фактического осуществления таможенного сопровождения. Таможенные сборы за хранение должны быть уплачены до фактической выдачи товаров со склада временного хранения или с таможенного склада (*ст. 357.6 Таможенного кодекса РФ*). Плательщиками таможенных сборов являются декларанты и иные лица, на которых Таможенным кодексом РФ возложена обязанность уплачивать таможенные сборы. Любое лицо вправе уплатить таможенные сборы (*ст. 357.5 Таможенного кодекса РФ*). Оплата таможенных платежей может производиться как грузополучателем или грузоотправителем (в случае базиса поставки на DDP условиях) в зависимости от базиса поставки, так и экспедитором, таможенным брокером по поручению грузополучателя или грузоотправителя. Когда для содействия в прохождении таможни привлекается таможенный брокер, то возникают еще дополнительные затраты на оплату брокерских услуг.

Периодические платежи

При ввозе товара в режиме временного ввоза производятся периодические платежи, т.е. «за каждый полный и неполный календарный месяц нахождения товаров на таможенной территории Российской Федерации уплачивается 3 процента суммы таможенных пошлин, налогов, которые подлежали бы уплате, если бы товары были выпущены для свободного обращения» (ст. 212 Таможенного кодекса РФ). Под временным ввозом понимается таможенный режим, при котором «иностранные товары используются в течение определенного срока (срока временного ввоза) на таможенной территории Российской Федерации с полным или частичным условным освобождением от уплаты таможенных пошлин, налогов и без применения к этим товарам запретов и ограничений экономического характера, установленных в соответствии с законодательством Российской Федерации о государственном регулировании внешнеторговой деятельности» (ст. 11 Таможенного кодекса РФ). Расчет периодических таможенных платежей производится по следующей формуле:

$$S = 3 \% S_{\Pi} = S_{\Pi} \times 3/100 = \frac{(C_{\Pi} + C_{A} + C_{\text{НДС}}) \times 3}{100},$$

где S — сумма периодического таможенного платежа, подлежащего уплате за один полный или неполный календарный месяц (в долл. США); S_{Π} — сумма таможенных пошлин и налогов (таможенных платежей), которые подлежали бы уплате при выпуске товаров для свободного обращения (в долл. США), либо при экспорте.

Под таможенными платежами S_{Π} понимаются следующие платежи:

C_{Π} — сумма в размере начисленной импортной (ввозной) пошлины, которая подлежала бы уплате при выпуске товаров для свободного обращения, в долл. США (для товаров, облагаемых ввозными таможенными пошлинами); C_A — сумма в размере начисленного акциза, которая подлежала бы уплате при выпуске товаров для свободного обращения, в долл. США (для товаров, облагаемых акцизами); $C_{\text{НДС}}$ — сумма начисленного налога на добавленную стоимость (НДС), которая подлежала бы уплате при выпуске товаров для свободного обращения (в долл. США).

В случае товаров, не облагаемых ввозными пошлинами и/или акцизами, $C_{П} = 0$ и/или $C_{А} = 0$.

Периодические платежи оплачиваются в момент импортной таможенной очистки с учетом заявленного периода временного ввоза (заявленных месяцев). Периодические платежи могут оплачиваться по определенному графику оплаты, согласованному с таможенными органами, например, ежемесячно за каждый календарный месяц нахождения товаров на таможенной территории РФ в период временного ввоза. Конкретные сроки оплаты периодических платежей устанавливает таможенный орган, предоставивший разрешение на временный ввоз (вывоз). В случае относительно небольших сумм периодических платежей участники ВЭД производят оплату периодических платежей в момент импортной таможенной очистки, как правило, полностью за весь заявленный период временного ввоза, т.е. при расчете таможенных платежей сумма S периодического таможенного платежа, подлежащего уплате за один календарный месяц, умножается на число заявленных месяцев, необходимых для временного ввоза. При выпуске для свободного обращения периодические платежи зачисляются в счет суммы таможенных пошлин и налогов, подлежащих оплате. «При реэкспорте временно ввезенных товаров либо помещении их под иные таможенные режимы суммы таможенных пошлин, налогов, уплаченные при частичном условном освобождении от уплаты таможенных пошлин, налогов, возврату не подлежат» (ст. 212 Таможенного кодекса РФ).

Возможны две основные ситуации при временном ввозе:

Ситуация 1: временный ввоз в Россию с последующим вывозом из России.

В этом случае производятся следующие таможенные платежи в момент импортной таможенной очистки (в момент временного ввоза):

- периодические платежи, S ;
- таможенные сборы.

Таможенные пошлины, НДС и акцизы не оплачиваются. В момент завершения временного ввоза, при обратном вывозе производятся следующие таможенные платежи:

- периодические платежи (если еще не оплачены полностью), S ;
- таможенные сборы.

Ситуация 2: временный ввоз в Россию с последующим изменением на режим выпуска для свободного обращения (режим 31 \Leftrightarrow режим 40).

В этом случае производятся следующие таможенные платежи в момент импортной таможенной очистки (в момент временного ввоза):

- периодические платежи, S ;
- таможенные сборы.

Таможенные пошлины, НДС и акцизы не оплачиваются.

В момент завершения периода временного ввоза, при изменении режима 31 на режим 40 производятся следующие таможенные платежи:

- таможенные пошлины и налоги оплачиваются;
- оплаченные периодические платежи S зачитываются в счет суммы таможенных платежей;
- таможенные сборы.

При временном ввозе необходимо также на период временного ввоза внести денежные средства на депозит таможенного органа в размере не менее суммы таможенных пошлин, налогов, которые подлежали бы уплате, если бы товары были выпущены для свободного обращения или вывезены в соответствии с таможенным режимом экспорта (ст. 69 Таможенного кодекса РФ, приказ ГТК (ФТС) РФ от 08.10.2002 №1067 «Об утверждении Положения о таможенном режиме временного ввоза (вывоза) товаров»).

Следует оговорить, что «временный ввоз допускается при условии, что товары могут быть идентифицированы таможенным органом при их обратном вывозе (реэкспорте), за исключением случаев, когда в соответствии с международными договорами Российской Федерации допускается замена временно ввезенных товаров товарами того же типа». «Под таможенный режим временного ввоза могут помещаться иностранные товары, ранее помещенные под иные таможенные режимы, при соблюдении требований и условий, предусмотренных настоящим Кодексом» (ст. 210 Таможенного кодекса РФ).

Услуги

Услуги, включенные в контракт на поставку оборудования и выполненные в России (произведенные продавцом шеф-монтажные работы, техническая поддержка и т.п.) не облагаются таможенной пошлиной, и при ввозе оборудования, при прохождении таможенных формальностей уплачивается только НДС. Однако, как правило, эти услуги не включаются в контракт на поставку оборудования (контракт купли-продажи), поскольку заключается отдельный контракт (дого-

вор) на предоставление продавцом этих услуг покупателю (резиденту РФ). Если продавец (иностранная компания-нерезидент) имеет свою дочернюю компанию-резидента в России или компанию-партнера (дистрибьютора и т.п.), то может быть заключен отдельный договор между этой компаний-резидентом и покупателем-резидентом на предоставление этих услуг на территории РФ.

Программное обеспечение

Ставка пошлины на программное обеспечение определяется ставкой ввозной пошлины, начисляемой на носитель данной информации (на дискету (floppy disk), лазерный диск (CD-Rom) и т.д.). Данный метод заложен в самой структуре ТН ВЭД, в которой присутствуют группа 8523 «Носители готовые, незаписанные, для записи звука или аналогичной записи других явлений, кроме изделий группы 37» и группа 8524 «Грампластинки, ленты и другие носители для записи звука или аналогичных записей, записанные, включая матрицы и формы для изготовления грампластинок, кроме изделий группы 37». Согласно ТН ВЭД программное обеспечение относят к группе 8524 и соответственно пошлина начисляется в зависимости от носителя программного обеспечения: дискеты, лазерного диска, магнитной ленты.

Расчет таможенных платежей математически прост, тем не менее данный расчет усложняется на практике и проходит через следующие этапы:

1-й этап. Определяется код ТН ВЭД, соответствующий товарной позиции, указанной в отгрузочном инвойсе, или, по требованию таможенных органов, производится более детальное кодирование по упаковочному листу, содержащему в сравнении с инвойсом более детальную разбивку товарных позиций. Окончательно коды ТН ВЭД могут быть подтверждены при прохождении таможенных формальностей.

Примечание: Кодирование товара, сделанное декларантом импортера или таможенного брокера, может быть пересмотрено на нижеуказанном 3-м этапе и изменено таможенными органами. В случае разногласий в кодировке можно направить запрос в таможенные органы, выдающие официальное решение о классификации товаров в соответствии с ТН ВЭД, т.е. решение, под каким кодом ТН ВЭД должна кодироваться данная товарная позиция.

2-й этап. Декларант импортера или таможенного брокера рассчитывает таможенные платежи с помощью одной из существующих компью-

терных программ на основе таможенной электронной базы данных нормативно-справочной информации Федеральной Таможенной службы.

3-й этап. Таможенная декларация с внесенными кодами ТН ВЭД подается в таможенные органы.

4-й этап. Производится окончательный расчет платежей на день подачи декларации.

Предварительный точный расчет таможенных платежей затруднен из-за того, что коды ТН ВЭД и соответственно сумма ввозной пошлины могут быть окончательно подтверждены таможенными органами только в момент подачи таможенной декларации. Кроме того, могут возникнуть вышеупомянутые разногласия в кодировке, нередко возникающие, например, при ввозе технологического оборудования, имеющего в своем составе множество различных отдельных компонентов (электронных блоков, стоек с электронными разъемами и т.д.), аксессуаров (кабелей различных типов, крепежных элементов, инструмента и т.д.) и сопутствующего оборудования (кондиционеров, сверхточных сварочных аппаратов для оптоволоконного кабеля, блоков питания и т.п.)

Расчет таможенных платежей при экспорте товаров из России

Расчет общей суммы таможенных платежей при экспорте товаров производится следующим образом:

$$C = C_{\Pi} + C_{C6} + C_A,$$

где C — общая сумма платежей; C_{Π} — сумма в размере вывозной (экспортной) пошлины для товаров, облагаемых вывозными таможенными пошлинами, (в долл. США); C_{C6} — таможенный сбор за таможенное оформление товаров; C_A — сумма в размере начисленного акциза для товаров, облагаемых акцизами, (в долл. США).

Расчет вывозной пошлины (формула расчета для товаров, в отношении которых установлены адвалорные (в процентах) ставки пошлин):

$$C_{\Pi} = C_T (\Pi) \% \times C_{\text{Тов}},$$

где $C_{\text{Тов}}$ — таможенная стоимость вывозимого товара (в долл. США); $C_T (\Pi)$ — ставка вывозной пошлины в процентах от таможенной стоимости в долл. США либо в евро.

Расчет акциза (формула расчета для подакцизных товаров, в отношении которых установлены адвалорные (в процентах) ставки акциза):

$$C_A = C_T (A) \% \times C_{\text{ТОВ}},$$

где $C_{\text{ТОВ}}$ — таможенная стоимость вывозимого товара (в долл. США); $C_T (A)$ — ставка акциза в процентах от таможенной стоимости. При экспорте так же, как и при импорте, необходимо оплатить таможенные сборы.

3.9. ТРАНСПОРТНО-ЭКСПЕДИТОРСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ КОНТРАКТОВ

Решение задач логистических услуг, транспортно-экспедиторское обеспечение внешнеторговых контрактов осуществляется транспортно-экспедиторскими и экспедиторскими компаниями. Полному и своевременному обеспечению транспортно-экспедиторских услуг способствует специализация этих компаний, позволяющая снижать издержки, надлежащее знание применяемых условий во внешнеторговых контрактах купли-продажи, торговых терминов Инкотермс, существующих требованиях и обычаях, подлежащих исполнению экспедитором/грузовладельцем при осуществлении транспортно-экспедиторского обслуживания перевозок в странах отправления, транзита и назначения. Задачей эволюции логистических систем является уменьшение времени и снижение затрат на доставку товара, обеспечение сохранности товара при транспортировке, что способствует увеличению жизненного цикла товара и логистических услуг. Дополнительным фактором эволюции логистических компаний может быть стремление производителя логистической услуги так же, как и производителя товара, к продлению жизненного цикла товара за счет минимизации времени и затрат на логистическую услугу для данного товара, так как при этом производитель логистической услуги получает гарантированные долгосрочные заказы на логистические услуги (например, на доставку товара) от производителя товара.

Транспортно-экспедиторское обеспечение, логистику можно понимать как инструмент, обеспечивающий подготовку, проведение и завершение коммерческих, внешнеторговых операций, сделок купли-продажи. Сама сделка купли-продажи является отправным пунктом, после которого выстраиваются все отношения с управлением произ-

водством, закупочно-снабженческой деятельностью (закупочной логистикой), включающей в себя обеспечение производства необходимыми материально-техническими ресурсами, складированием элементов материально-технического снабжения, управлением запасами и оптимальной по времени выдачей всего, что необходимо производству для обеспечения его ритмичности и качественного изготовления готовой товарной продукции. Логистика, оптимизируя товарные потоки, создает значительные предпосылки для снижения издержек, связанных с организацией производственно-хозяйственной деятельности предприятия. *Логистика — это управление товарными потоками и взаимосвязанными с ними информационными и финансовыми потоками от первичного источника до конечного потребителя.*

Под *товарными потоками* понимаются товарные потоки, возникающие в результате купли-продажи товаров между покупателями и продавцами, обмена товарами. К товарным потокам относятся также, так называемые некоммерческие грузы, так как любой некоммерческий груз прежде, чем стать таковым, до этого обретает форму товара в конце производственного цикла, ибо в его стоимость входят все издержки и прибыль предприятия-производителя (товаропроизводителя). В случае благотворительных акций благотворитель покупает товар, оплачивая предприятию стоимость товара по ценам, назначенным товаропроизводителем. Безвозмездная материальная помощь со стороны государства, направляемая, к примеру, для поддержки населения и восстановления инфраструктуры районов стихийных бедствий и других катаклизмов, оплачивается из государственного бюджета. Военные грузы имеют также стоимость, так как прежде, чем стать таковыми, до этого приобретают форму товара, стоимость которого оплачивается из бюджета Министерства обороны РФ. При страховании некоммерческих грузов во время их перевозки стоимость груза оговаривается в договоре страхования между страхователем и страховщиком, что также подтверждает, что некоммерческие грузы имеют реальную стоимость. Имеется также много других доказательств того, что некоммерческие грузы в своей основе имеют товарную форму.

Под *финансовыми потоками* понимаются финансовые потоки в условиях товарно-денежных (рыночных) отношений, возникающих в результате коммерческой операции купли-продажи.

Логистика во внешнеторговой деятельности имеет свою специфику в относящихся к ней экспортно-импортным операциям, например, в

регулировании условий доставки товаров по договорам купли-продажи на основе Инкотермс (см. подробнее главу 4 и раздел 2 Приложения) и международных правил перевозки, в оформлении транспортных, товаро-сопроводительных документов, страхования, в прохождении таможенных формальностей. Транспортно-экспедиторское обеспечение внешнеторговых контрактов всесторонне и подробно изложено в книге «Логистика во внешнеторговой деятельности» [37]. В данном разделе затронута лишь небольшая часть вопросов, связанных с транспортно-экспедиторским обеспечением внешнеторговых сделок.

Одним из важных вопросов, возникающих при осуществлении внешнеторговых контрактов, транспортно-экспедиторском обслуживании, является оформление и использование необходимых транспортных, товаро-сопроводительных документов. Одним из старейших транспортных документов, одновременно выполняющим роль товаро-сопроводительного документа, является морская *коносамент*, выдаваемый перевозчиком владельцу груза, отправляемого морем, в удостоверение факта его принятия к перевозке и обязательства передать в порту назначения грузополучателю. Морской коносамент широко использовался уже в XIII столетии. Морской коносамент совмещал в себе также функции переводного векселя как одной из форм международных кредитных расчетов, например, при торговле экзотическими специями. Как правило, фрахт (плата за перевозку грузов морем) указывался в морском коносаменте [84]. Один из первых морских коносаментов представлял собой документ со следующим содержанием:

«Коносамент, 1248 г.

Мы, Юстас Казал и Питер Амил, перевозчики, признаем и подтверждаем Вам, Фалкону и Джону Конфоргансу, что мы уже имеем и получили от Вас двенадцать полных партий грузов бразильской древесины и девяти партий из перца и семнадцати с половиной партий имбиря в целях принятия их от Тулузы до Провансаля на ярмарки Провансаля, которые будут проводиться в наступающем мае, по цене или счету в размере четырех фунтов и пятнадцати солиди в Венской валюте для каждого из упомянутых партий грузов. И мы признаем, что мы уже получили это от Вас в деньгах, без претензий и т.д. И мы обещаем в соответствии с этим соглашением перевозить и следить за сохранностью указанных грузов вместе с нашими животными, без телег, и вернуть их Вам до открытия этих ярмарок, и дожидаться вас, и делать все то, что обязаны делать перевозчики для торговцев. Заверяем

все наши товары. Свидетели.» (перевод с английского [84] на русский авторами данной книги).

Отгрузочные документы являются документами, подтверждающими факт отгрузки, перевозки, страхования товара. Заметим, что по сложившейся традиции в терминологии транспортно-экспедиторских компаний, перевозчиков вместо термина «товар» может использоваться термин «груз(ы)». В состав основных отгрузочных документов для каждой отгрузки (партии) товара входят:

- инвойс;
- упаковочный лист;
- транспортная накладная;
- страховой полис (прилагается в зависимости от базиса поставки, например, в случае СІР).

Транспортная накладная (waybill) подразумевает авианакладную (airwaybill, сокр. АWВ) при авиационных перевозках, коносамент (Bill of Lading, сокр. В/L) – при морских, автомобильную транспортную накладную (truck waybill, сокр. СМR) – при автогрузовых и железнодорожную накладную (railway bill, сокр. RWB) – при железнодорожных перевозках.

Транспортная накладная является документом, выдаваемым перевозчиком грузоотправителю в удостоверение факта принятия груза к перевозке и обязательства передать его грузополучателю в пункте назначения. Накладная несет функции расписки о принятии груза перевозчиком к транспортировке по указанному в накладной маршруту перевозки, количеству и весу; ответственность перевозчика за принятый к перевозке груз.

Коносамент является товаро-распорядительным документом, выдаваемым перевозчиком владельцу груза, отправляемого морем, в удостоверение факта его принятия к перевозке и обязательства передать в порту назначения грузополучателю. Коносамент несет следующие функции: 1) документа, подтверждающего факт принятия груза к перевозке; 2) товаро-распорядительную (право переуступки товара); 3) документа (расписки), подтверждающего принятие груза капитаном судна (судовладельцем) в указанных в коносаменте количестве и упаковке.

Отгрузочный инвойс часто отождествляют с коммерческим инвойсом (счетом-фактурой) по причине того, что часть компаний использует коммерческий инвойс на оплату по контракту в качестве и

отгрузочного инвойса в составе отгрузочных документов. Другая часть компаний разделяет инвойсы на два типа: коммерческий (счет-фактуру), используемый только для выставления счета по контракту, и отгрузочный инвойс, прилагаемый к грузу. Отгрузочный инвойс совмещает краткую коммерческую и подробную логистическую информации, что необходимо для экспортной и импортной таможенной очистки товара в стране продавца и покупателя соответственно, сопровождения товара при поставке, транзита через третью страну, при постановке товара на баланс импортера-покупателя. Основные причины этого разделения инвойсов на два вида изложены в параграфе 3.3 «Внешнеторговый контракт».

Существуют две основные концепции взаимодействия между компанией-клиентом, представляющей собой продавца или покупателя, и транспортно-экспедиторской (логистической) компанией. Первая концепция заключается в том, компания-клиент использует различные логистические компании, выбирая наилучшую для конкретной поставки товара, или же останавливает свой выбор на двух-трех постоянных логистических компаниях, или создает партнерский союз с логистической компанией в виде специального отдела в этой логистической компании, работающего только по постоянным заказам компании-клиента, или же устанавливает более тесный деловой союз в виде совместных компаний, состоящих из независимых компаний «производитель-дистрибьютор-транспортно-экспедиторская компания», таких, как, например, структура Alcatel Business Systems — Walkyries (дистрибьютор Alcatel)-UPS Logistics Group Europe для обеспечения доставки «door-to-door» в области e-коммерции (e-commerce service) при продажах мобильных телефонов и аксессуаров к ним через Интернет для корпорации Alcatel. При данной первой концепции достигаются высокий уровень открытости логистической системы, исключение монополии одного экспедитора. Первая концепция получила наибольшее распространение как философия универсальных относительно открытых систем.

Вторая концепция характерна для транснациональных корпораций и заключается в использовании ими «домашних» экспедиторов. Эта концепция менее распространена, но достаточно известна, поэтому остановимся на ней. Некоторые транснациональные корпорации используют своих «домашних» экспедиторов, обеспечивающих систему доставки «just-in-time» («точно-в-срок»), управление товарными запасами и оптимальные логистические решения только для своей ТНК.

Данные экспедиторы выполняют функции, аналогичные функциям технологических компаний — системных интеграторов, обеспечивающих высококонкурентные технические решения по интеграции оборудования в единую систему и позволяющих оптимально объединить различных субподрядчиков-производителей с наилучшим оборудованием под один проект, контракт. «Домашние» экспедиторы позволяют снизить логистические издержки, найти наиболее оптимальные схемы и маршруты по доставке, обеспечивают интермодальные перевозки, для чего используют различных перевозчиков, экспедиторов, создавая таким образом единую логистическую систему. Такие экспедиторы имеют возможность максимального вовлечения во внешнеэкономические операции ТНК, содействия в экспорте, импорте, в обеспечении закупочной, производственной, распределительной, информационной логистики. «Домашние» экспедиторы не всегда имеют возможность открывать представительства в каждой из стран, куда экспортируется товар, производимый ТНК, а потому в качестве альтернативного решения используют партнерские транспортно-экспедиторские фирмы. В этом случае цепочка взаимодействий может быть следующей:

продавец или покупатель \Leftrightarrow «домашний» экспедитор \Leftrightarrow экспедитор \Leftrightarrow перевозчик.

Можно привести некоторые реальные примеры «домашних» экспедиторов: NEC Corporation \Leftrightarrow NEC Logistics Ltd; SONY \Leftrightarrow SONY Logistics Europe; Mitsubishi \Leftrightarrow Mitsubishi Warehouse and Transportation Co., Ltd и т.д. Логистическая цепочка, создаваемая «домашним» экспедитором для внешнеторговой деятельности, может быть представлена в простом варианте в следующем виде (рис. 3.9.1):

«Домашний» экспедитор может обеспечивать доставку, используя как напрямую экспедитора и перевозчика, так и через свое представительство или дочернюю компанию в стране покупателя или стране транзита. Данная система может быть более сложной при использовании нескольких экспедиторов и перевозчиков. Использование партнерских транспортно-экспедиторских фирм характерно для смешанных (интермодальных, мультимодальных) перевозок, доставки «от двери-до двери».

Симбиоз в виде экономической структуры «ведущий — ведомый» (ТНК-логистическая компания) имеет свои преимущества и недостатки. Преимущества заключаются в том, что подобное содружество тесно взаимосвязанных компаний позволяет осуществлять общую стратегию

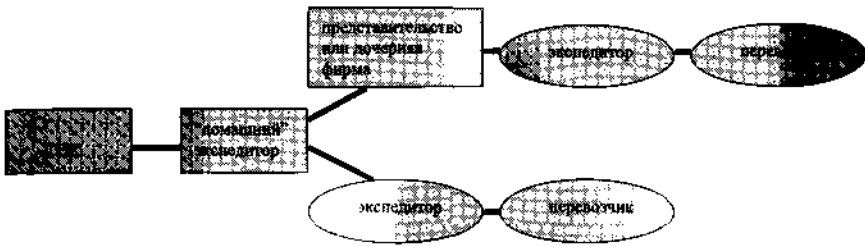


Рис. 3.9.1. Логистическая цепочка «домашнего» экспедитора для внешнеэкономической деятельности ТНК

своего развития, своевременно совместно реагировать на постоянно изменяющиеся социально-экономические условия на мировом рынке и иметь относительно более стабильное обочудное экономическое положение: «домашний» экспедитор получает относительно гарантированные заказы на логистические услуги от учредившей его компании, а сама компания — надежного, подконтрольного экспедитора, гарантирующего доставку «от двери-до двери» в том числе по системе «just-in-time». Недостатки «домашних» экспедиторов заключаются в том, что они искусственно ограничены в своем экономическом развитии по сравнению с «недомашними» экспедиторами, так как, как правило, не имеют права предоставлять логистические услуги для других ТНК или других компаний, за исключением деловых партнеров ТНК (торговых компаний), участвующих во внешнеторговых контрактах «ТНК (производитель) — Торговая компания — Покупатель».

Относительно гарантированная стабильность логистических заказов со стороны ТНК не позволяет избежать естественной реальной конкуренции за эти заказы с логистическими компаниями деловых партнеров ТНК, когда заключается прямой внешнеторговый контракт не между ТНК (производителем-продавцом) и покупателем, а контракт между торговой компанией-партнером ТНК и покупателем. В этом случае, в более сложной внешнеторговой контрактной схеме «ТНК-производитель ⇔ торговая компания (партнер ТНК) — продавец ⇔ покупатель» «домашний» экспедитор вынужден конкурировать с логистическими структурами торговой компании. Реальная жизнь такова, что преобладающих «тепличных» условий для «домашнего» экспедитора не существует в экономическом пространстве. Всегда также существует косвенная конкуренция между экспедитором продавца, например, «домашним» экспедитором, и экспедитором покупателя. Дело в том, что

до заключения внешнеторгового контракта обязательно обсуждаются условия поставки. Товар может быть поставлен по внешнеторговому контракту, например, на условиях FOB, FCA или же на CIP, DDU в соответствии с Инкотермс, и в зависимости от этих условий используется или экспедитор покупателя или продавца соответственно. Выбор базиса поставки определяется не только коммерческими условиями, но и возможностями экспедитора продавца и покупателя обеспечить своевременный график поставок по определенному маршруту, что подразумевает косвенную конкуренцию между ними.

Покупатель может запросить у продавца цену товара на условиях, например, одновременно FOB, FCA и на CIP, DDU в соответствии с Инкотермс, с той целью, чтобы, учитывая разницу между ценами на разных базисах поставки, оценить стоимость доставки, которая может быть обеспечена экспедитором продавца, а затем сравнить со стоимостью доставки своего экспедитора при выборе наиболее выгодных условий поставки. Однако, следует заметить, что более низкая стоимость доставки не является единственным фактором, преобладающим при выборе базиса поставки по контракту, выборе экспедиторов продавца и покупателя. Часто более важными факторами являются своевременная, «точно-в-срок» («just-in-time») доставка, сохранность груза, которые могут обеспечить только «домашние» экспедиторы, узко специализирующиеся на обеспечении логистических услуг, например, для высокотехнологичного оборудования, для системы «точно-в-срок», которая может быть отлажена только в течение многолетней совместной деловой деятельности ТНК и «домашнего» экспедитора.

В конечном итоге выбор базиса поставки (FOB, FCA, CIP и т.п.) продавцом или покупателем определяется как коммерческими условиями, так и возможностями независимых транспортно-экспедиторских компаний, экспедиторов продавца и покупателя обеспечить своевременный график поставок с наименьшим временем доставки товаров и минимальными затратами при транспортировке, а также их сохранность. В этом заключается главная роль экспедиторов, их основные функции посредников между перевозчиком и грузоотправителем.

Таможенные перевозчики

Транспортно-экспедиторская компания или перевозчик могут обладать статусом таможенного перевозчика, что расширяет возможности по оказанию логистических услуг для клиентов. Для перевозки

внешнеторговых грузов в РФ могут использоваться таможенные перевозчики (перевозчик, транспортно-экспедиторская компания или иное российское юридическое лицо), созданные в соответствии с законодательством РФ, обладающие правами юридического лица и включенные в Реестр таможенных перевозчиков (ст. 93–98 Таможенного кодекса РФ).

Решение о необходимости перевозки товаров таможенным перевозчиком принимается таможенными органами. Такое решение принимается таможенными органами, как правило, при доставке товаров, находящихся под таможенным контролем, подлежащих контролю других государственных органов.

Таможенные перевозчики используются, например, при следующих схемах доставки под таможенным контролем на территории РФ:

- при смешанных внешнеторговых перевозках по территории РФ, например, при схеме доставки «аэропорт-страна экспортера ⇨ транзит через российский аэропорт ⇨ доставка автогрузовым транспортом под таможенным контролем ⇨ таможенный склад на территории РФ по адресу доставки получателя»;
- при перевозках с одного таможенного склада на другой на территории РФ (внутритаможенный транзит) и т.д.

Правила перевозки грузов таможенными перевозчиками на территории РФ закреплены в Таможенном кодексе РФ.

ГЛАВА 4

МЕЖДУНАРОДНЫЕ И РОССИЙСКИЕ ПРАВИЛА ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ограничения в экспорте и импорте в странах приводят к тому, что экономическая система как динамичная развивающаяся система теряет те степени экономической свободы, которые могли бы положительно влиять на ее эволюцию и взаимодействие с мировой экономической системой. Такая экономическая система может стать относительно закрытой и изолированной от внешнего рынка. Тем не менее различные ограничения в экспорте и импорте в странах являются объективной реальностью в условиях современной мировой экономической системы. Это обуславливается необходимостью обеспечения государством своих национальных интересов и экономической безопасности, что приводит к необходимости поиска компромисса между протекционистскими и либеральными мерами, между вынужденными ограничениями, влияющими на степени экономической свободы, и методами государственного регулирования внешнеторговой деятельности с учетом эволюционных законов.

Внешнеторговая деятельность России регулируется *Конституцией РФ, Федеральным законом от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» (вступил в силу 15 июня 2004 г.)*, другими правовыми актами РФ, а также общепризнанными принципами и нормами международного права и международными договорами Российской Федерации со странами мирового сообщества. Методы государственной внешнеторговой политики РФ основываются, в частности, на международном экономическом праве,

т.е. на международных правовых нормах, регулирующих международные экономические, торговые, финансовые отношения между странами мирового сообщества, физическими и юридическими лицами разных стран. В пределах международного экономического права отдельно выделяют внешнеторговое право или, иначе, международное торговое право, которое имеет общие области действия с международным морским, воздушным правом, в которых определяются, например, правила перевозки, а также другими областями международного права. В качестве примера, можно привести Гамбургские правила 1978 г. (конвенция ООН о морской перевозке грузов), Гаагско-Висбийские правила, которые являются основными соглашениями в *международных морских соглашениях*. Россия следует Гаагско-Висбийским правилам, регулирующим взаимоотношения участников морской перевозки и поддерживаемым большинством стран. Перевозки *международным воздушным транспортом* осуществляются Россией в соответствии с Варшавской конвенцией о договоре перевозки воздушным транспортом с изменениями и дополнениями, определяемыми Гаагским протоколом от 1955 г., Гватемальским протоколом от 1971 г. и Монреальским протоколом от 1975 г. Другим примером являются положения Венской конвенции ООН 1980 г. о договорах купли-продажи, которые определяют основные положения экспортно-импортных внешнеторговых контрактов.

Предметом межгосударственных правоотношений в области международных экономических отношений являются правовые режимы в части экспортно-импортных операций, товарообмена, обмена интеллектуальной собственностью, мер по либерализации или, наоборот, по протекционизму, использования тарифных и нетарифных мер регулирования внешнеторговой деятельности, регулирования правил международных перевозок, правового статуса юридических и физических лиц, участвующих во внешнеэкономической деятельности, валютного регулирования и т.д.

4.1. ГОСУДАРСТВЕННЫЙ КОНТРОЛЬ ЗА ЭКСПОРТОМ И ИМПОРТОМ

Государственный контроль за внешнеторговым делом исходит от времени действия «Русской правды» — свода древне-русского права, дошедшего до наших времен в виде Краткой, Пространной и Сокращенной Русской правды, а также ко времени Соборного Уложения от 1649 г.: «51. Аже кто многимъ долженъ будетъ, а пришедь господь (а)изъ иного города или чужеземець, а не ведая запустить за нь товаръ, а опять начнетъ не

дати гости кунъ, а первии должебити начнуть ему запинати, не дадуче ему кунъ, то вести и на торгъ, продати же и отдати же первое гостины коуны, а домашнимъ, что ся останеть кунъ, тем же ся поделять; паки ли будутъ княжи куны, то княжи куны первое взяти, а прокъ в дель; аже кто много реза ималь, не имати тому». (О долзе, Правда Русьская, Судъ Ярославль Володимеричъ, Пространная Русская правда (по Троицкому списку второй половины XIV в., источник: виртуальная библиотека Исторического факультета МГУ, www.hist.msu.ru/ER/Text/RP/index.html).

«1. А будет кому случится ехать из Московского государства для торгового промыслу или иного для какого своего дела в иное государство, которое государство с Московским государством мирно, и тому на Москве бити челом государю, а в городех воеводам о проезжей грамоте, а без проезжей грамоты ему не ездити. А в городех воеводам давати им проезжие грамоты безо всякого задержания... 3. А будет кто поедет в которое государство без проезжия грамоты, и быв в ином государстве приедет в Московское государство, а иной кто учнет на него извещати, что он ездил бес проезжие грамоты самовольством для измены, или для иного какова дурна, и по тому извету про того, кто ездил в иное государство без государевы проезжие грамоты, сыскивати всякими сыски накрепко. Да будет про него в сыску скажут, что он впрям ездил в иное государство бес проезжие грамоты для измены, или для иного какова лихого дела, и того по сыску за измену казнити смертию» (О проезжих грамотах в и(ы)ные государства, Глава VI, Соборное Уложение 1649 г.) [73].

Суровость некоторых первых древне-русских законов сильно ограничивала действия, свободу российских купцов в ведении внешне-торгового дела, и, в результате, привела к тому, что российские купцы не могли составить конкуренцию голландским, английским, датским, итальянским, испанским, немецким, французским и другим купцам, доминировавшим в мировой и европейской торговле. Сейчас, издавека, сквозь прошедшие века, непросто понять причины столь суровых древне-русских законов. Возможно, эти законы были оправданы и отвечали духу того времени, существовавшим понятиям социально-экономической свободы, тем средствам защиты от смуты, хаоса, которые могли произойти на бескрайних просторах России. Но дальнейший прогресс, расширение российского внешне-торгового дела были бы невозможны без смягчения внешне-торговых законов, или на современном языке, либерализации внешне-торгового дела, относительной открытости России по отношению к другим странам.

Новоторговый устав стал новой и более высокой ступенью развития российского права, относительно либеральным сводом законов в сравнении с Русской Правдой или Соборным уложением, уже не содержащим столь суровых ограничений и наказаний для российских купцов, но устанавливавшим протекционистские, ограничительные меры по отношению к иностранным купцам:

«41. А которые иноземцы, утаясь, меж себя учнут рускими товары у города торговать без записки тайно с своею братьею безпошлинно, а про то сыщется, и те товары имать на великого государя...51. А вина и разных иных питей перед прежним гораздо много привозят, и оного много не нужно надобно, потому что на государевых кружечных дворах чинятца от того убытки и недоборы большие. И великий государь указал: с вин и сыных разных питей с иноземцев взять больши пошлин, как с сыных товаров у Архангельского города, с беремянных бочек алкана, бастры, мальмазеи, мушкатели по 66 ефимков с бочки, с романеи с беремянной бочки по сороку ефимков, с полуберемянных бочек ренского по 20 ефимков з бочки. Вина церковного возить доброго без подмеса для церковных потреб, учотом бочек, и пошлины имать по прежнему с анкера горелого французского вина по шти ефимков з бочки, с погребца с вотки по шти ефимков, на сахар головной на пуд по рублю, на красной леденец по сороку алтын, на белой и на иной деланной на пуд по полтора рубли(часть текста из Новоторгового устава от 22 апреля 1667 г. [48]).

На современном этапе государственная внешнеторговая политика РФ осуществляется посредством таможенно-тарифного регулирования (импортных и экспортных таможенных тарифов), нетарифного регулирования (например, лицензированием) внешнеторговой деятельности, «мер экономического и административного характера, способствующих развитию внешнеторговой деятельности» и предусмотренных Федеральным законом №164-ФЗ, другими правовыми актами РФ.

Таможенно-тарифное регулирование осуществляется посредством установления импортных и экспортных таможенных пошлин, утверждаемых постановлениями Правительства РФ. С 1 апреля 2000 г. вступил в силу новый Таможенный тариф, утвержденный постановлением Правительства РФ от 22 февраля 2000 г. № 148 и введенный совместно с 10-и значной ТН ВЭД РФ с 1 апреля 2000 г.

В соответствии с Федеральным законом № 164-ФЗ экспорт из РФ и импорт в РФ осуществляются без количественных ограничений. Количественные ограничения экспорта и импорта как метод нета-

рифного регулирования могут вводиться в исключительных случаях Правительством РФ в целях:

- обеспечения национальной безопасности РФ;
- выполнения международных обязательств РФ с учетом состояния на внутреннем товарном рынке;
- защиты внутреннего рынка РФ.

Существует также государственная монополия на экспорт и импорт отдельных видов товаров на основе лицензирования деятельности по экспорту и импорту товаров. Порядок лицензирования в сфере внешней торговли товарами утвержден постановлением Правительства РФ от 9 июня 2005 г. № 364 «Об утверждении положений о лицензировании в сфере внешней торговли товарами и о формировании и ведении федерального банка выданных лицензий».

В 2005 г. правительством Российской Федерации был введен определенный порядок наблюдения над отдельными видами товаров. Перечень отдельных видов товаров, в отношении которых вводится наблюдение, а также сроки наблюдения устанавливаются Правительством Российской Федерации по представлению Министерства экономического развития и торговли Российской Федерации. Наблюдение осуществляется посредством выдачи Министерством экономического развития и торговли Российской Федерации через свои территориальные органы разрешения на экспорт и (или) импорт отдельных видов товаров без ограничений любому участнику внешнеторговой деятельности (постановление Правительства РФ от 9 июня 2005 г. № 363 «Об утверждении Положения о наблюдении за экспортом и (или) импортом отдельных видов товаров»).

Контроль за импортом в РФ

В Федеральном законе от 8 декабря 2003 г. № 165-ФЗ «О специальных защитных, антидемпинговых и компенсационных мерах при импорте товаров», вступившим в силу 16 декабря 2003 г., определен порядок введения, применения, пересмотра и отмены специальных антидемпинговых и компенсационных мер для защиты экономических интересов, защиты внутреннего рынка РФ в соответствии с Генеральным соглашением о тарифах и торговле (ГААТ, General Agreement on Tariffs and Trade (GATT)), соглашениями Всемирной торговой организации (ВТО).

Ввоз товаров (услуг) двойного применения и продукции военного назначения подлежит дополнительному контролю в соответствии с

постановлением Совета Министров (СМ) РФ от 11 октября 1993 г. № 1030 «О контроле за выполнением обязательств по гарантиям использования импортируемых и экспортируемых товаров (услуг) двойного применения в заявленных целях», Указом Президента РФ от 1 декабря 2000 г. № 1953 «Вопросы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами».

При импорте товаров (услуг) двойного применения в РФ их номенклатура определяется контрольными списками страны-экспортера (постановление Совета Министров РФ от 11 октября 1993 г. № 1030). Ввоз в РФ продукции военного назначения при осуществлении военно-технического сотрудничества производится в соответствии с решениями Президента РФ, Правительства РФ, решениями Комитета РФ по военно-техническому сотрудничеству с иностранными государствами (КВТС России). Во всех случаях ввоза продукции военного назначения при осуществлении военно-технического сотрудничества оформляются лицензии (приказ Комитета РФ по военно-техническому сотрудничеству с иностранными государствами от 19 января 2001 г. № 3 «О введении в действие Порядка предоставления документов для получения лицензий на ввоз (вывоз) продукции военного назначения» (с изменениями от 2 июля 2002 г.).

Для получения лицензии может потребоваться заключение Министерства Обороны об отнесении ввозимой продукции, работ, услуг соответственно к продукции, работам и услугам военного назначения. Подготовка заключений Министерства обороны РФ возложена на Направление экспертизы поставок вооружения и военной техники Министерства обороны РФ.

Ввоз отдельных товаров, средств, изделий и услуг также особо контролируется. К ним относятся озоноразрушающие средства, товары с содержанием драгоценных металлов, камней и янтаря, этиловый спирт, спиртосодержащая и алкогольная продукция, лекарства, фармацевтические субстанции, наркотики, яды, оружие, взрывчатые средства, опасные отходы, радиоактивные вещества и изделия на их основе, а также некоторые другие товары и услуги. Ввоз лекарственных средств на территорию РФ осуществляется на основании лицензии на внешнеторговую деятельность с лекарственными средствами (Федеральный закон от 22 июня 1998 г. № 86-ФЗ «О лекарственных средствах», Положение о ввозе в Российскую Федерацию и вывозе из нее лекарственных средств и фармацевтических субстанций, утвержденное постановлением Правительства РФ от 25 декабря 1998 г. № 1539.

Законодательные акты РФ о порядке ввоза вышеперечисленных контролируемых товаров, продукции и услуг можно найти в широко распространенной справочно-правовой системе (базе данных) «Гарант» (www.garant.ru).

Финансовые потоки, связанные с товарными потоками во внешне-торговой деятельности, также подлежат контролю. Порядок валютного регулирования и контроля определен в *Федеральном законе № 173-ФЗ от 10 декабря 2003 г. «О валютном регулировании и валютном контроле»*. Импортер обязан обеспечить ввоз в РФ товара, эквивалентного по стоимости уплаченным за него денежным средствам в иностранной валюте, а в случае недопоставки товара — возврат указанных средств, ранее переведенных по импортному контракту иностранной стороне в сроки, установленные контрактом, но не позднее 180 календарных дней. «Расчеты, переводы между резидентами и нерезидентами на условиях предоставления резидентами нерезидентам отсрочки платежа на срок более 180 календарных дней в связи с осуществлением внешне-торговой деятельности, за исключением случаев, предусмотренных частями 1 и 2 настоящей статьи, осуществляются в порядке, который устанавливается Правительством Российской Федерации и предусматривает только установление требования о резервировании резидентом на срок до исполнения нерезидентом обязательств, но не более двух лет, суммы, не превышающей в эквиваленте 50 процентов определенной на день резервирования суммы, на которую предоставлена отсрочка платежа». (*Федеральный закон № 173-ФЗ*). Как уже упоминалось ранее, в случае авансового платежа необходимо оговорить дополнительное условие во внешне-торговом контракте, которое может быть сформулировано приблизительно следующим образом: «В случае непоставки товара в течение 180 (ста восьмидесяти) дней с даты авансового платежа по настоящему контракту Продавец обязан за свой счет возвратить сумму в размере авансового платежа на счет Покупателя до истечения 180-дневного периода».

Контроль за экспортом из РФ

Права, обязанности, ответственность участников внешнеэкономической деятельности, принципы осуществления государственной политики в области экспортного контроля регулируются *Федеральным законом от 18 июля 1999 г. № 183-ФЗ «Об экспортном контроле»*. Целями экспортного контроля являются национальные интересы России, реализация требований международных договоров РФ в области нерас-

пространения оружия массового поражения, средств его доставки, продукции военного и двойного назначения.

Правительство РФ осуществляет контроль за экспортом из РФ товаров военного назначения, товаров и услуг двойного назначения в целях обеспечения выполнения международных обязательств РФ в соответствии с Вассенаарскими договоренностями. Вывоз товаров (услуг) двойного применения и продукции военного назначения подлежит дополнительному экспортному контролю (Федеральный закон № 183-ФЗ «Об экспортном контроле»; Указ Президента РФ от 26 августа 1996 г. № 1268 «О контроле за экспортом из Российской Федерации товаров и технологий двойного назначения»; постановление Совета Министров РФ от 11 октября 1993 г. № 1030 «О контроле за выполнением обязательств по гарантиям использования импортируемых и экспортируемых товаров (услуг) двойного применения в заявленных целях»; Указ Президента РФ от 1 декабря 2000 г. № 1953 «Вопросы военно-технического сотрудничества Российской Федерации с иностранными государствами»; приказ Комитета РФ по военно-техническому сотрудничеству с иностранными государствами от 19 января 2001 г. № 3 «О введении в действие Порядка предоставления документов для получения лицензий на ввоз (вывоз) продукции военного назначения»).

Под товарами (услугами) двойного применения понимаются «оборудование, материалы, сырье, технологии и научно-техническая информация, которые используются в гражданских целях, но могут быть применены для производства вооружений и военной техники, в том числе оружия массового уничтожения (химического, бактериологического, ядерного) и ракетных средств его доставки». Как указано в постановлении Совета Министров РФ от 11 октября 1993 г. № 1030 при импорте товаров (услуг) двойного применения в РФ их номенклатура определяется контрольными списками страны-экспортера, а при их экспорте из РФ — соответствующими перечнями и списками, утверждаемыми в соответствии с Федеральным законом № 183-ФЗ «Об экспортном контроле».

Вывоз из РФ продукции военного назначения при осуществлении военно-технического сотрудничества с иностранными государствами производится в соответствии с решениями Президента РФ, Правительства РФ, решениями Комитета РФ по военно-техническому сотрудничеству с этими государствами (КВТС России) по лицензиям, выдаваемым эти Комитетом, подотчетным Министерству обороны РФ. Для получения лицензии может потребоваться заключение

Министерства обороны РФ об отнесении или либо неотнесении вывозимой продукции, работ, услуг соответственно к продукции, работам и услугам военного назначения. Подготовка заключений Министерства обороны РФ возложена на *Направление экспертизы поставок вооружения и военной техники* Министерства обороны Российской Федерации (письмо Минобороны РФ от 18.02.2005 г. № 236/102).

На основе нетарифных мер регулирования внешней торговли в рамках Европейского союза Правительство РФ разработало порядок квотирования и лицензирования поставок товаров на экспорт (*«Порядок квотирования и лицензирования поставок товаров на экспорт, осуществляемых в соответствии с международными обязательствами Российской Федерации»* (утв. МВЭС РФ, Минэкономикой РФ, ГТК (ФТС) РФ, Роскомметаллургией и Роскомхимнефтепромом от 3, 15 марта 1995 г., 19, 21 декабря 1994 г. № 01-20/3124).

Данный порядок применяется для озоноразрушающих веществ и продукции, список которых утвержден в *постановлении Правительства РФ от 8 мая 1996 г. № 563 «О регулировании ввоза в Российскую Федерацию и вывоза из Российской Федерации озоноразрушающих веществ и содержащей их продукции»*, ввоз и вывоз которых в/из РФ осуществляется на основании лицензии в соответствии с Венской конвенцией об охране озонового слоя и Монреальского протокола по веществам, разрушающим озоновый слой.

Подробный перечень товаров с кодами ТН ВЭД, экспорт (вывоз) которых осуществляется в связи с международными обязательствами РФ, а также товаров, по которым сохраняется особый порядок экспорта, утвержден *постановлением Правительства от 1 июля 1994 г. № 758 «О мерах по совершенствованию государственного регулирования экспорта товаров и услуг»*.

Экспорт отдельных товаров, средств, изделий и услуг имеет свои особенности и также подлежит государственному контролю. К ним относятся стратегически важные сырьевые товары (например, сырье цветных металлов, содержащее драгоценные металлы и т.д.), энергоносители, поставки для государственных нужд, продукция собственного производства совместных предприятий, ресурсы растительного и животного происхождения, оружие и взрывчатые вещества, опасные отходы, радиоактивные вещества и изделия на их основе, спиртосодержащая и алкогольная продукция, лекарства, фармацевтические субстанции, наркотики, яды и ряд других товаров, услуг.

Законодательные акты РФ о порядке вывоза контролируемых государственными органами товаров, продукции и услуг можно найти в справочно-правовой базе данных «Гарант» (www.garant.ru).

4.2. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРАВИЛА ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

История международных правил внешнеторговой деятельности происходит из правил, обычаев ведения внешнеторгового дела в древних цивилизациях, некоторые из которых упомянуты в первой главе книги. Эти древние правила и обычаи представляли собой первоначальные внешнеторговые правила, обычаи, позволившие в более поздние времена сформировать целостные представления, систему ведения внешнеторгового дела и положившие основу современным международным правилам внешнеторговой деятельности. В ряде стран, например, во Франции *обычай* («*coutume*» — фран., «*custom*» или «*usage*» — англ.) считается одним из источников права [12]. Под *торговым обычаем* понимается совокупность определенных правил, традиций ведения торговой деятельности, правил взаимоотношений между участниками торговли, сложившихся в результате их продолжительного, неоднократного, постоянного применения на практике и непротиворечащих правовым нормам, морали, сложившимся и принятым в определенной общности людей, стране, месте ведения торговли, определенном виде торговой деятельности. Торговые обычаи, правила формировались в торговых центрах, к которым относились крупные торговые города, порты, ярмарки. Особую роль в развитии правил, обычаев ведения внешнеторгового дела играли морские, речные порты, через которые проходили основные древние и средневековые торговые пути.

В двенадцатом столетии речной порт Арль (Arles, территория современной Франции) был процветающим торговым портом, в котором возникли многие внешнеторговые, портовые обычаи. В порту Арль был введен обычай регистрации прибывающих в порт судов, грузов и суммы оплаченных таможенных пошлин в специальной книге учета (книге общины, *the book of the Commune*). В соответствии с Кодексом судоходства (Морским Кодексом) от 1150 г. (The Navigation Code, 1150) в этом порту было введено обязательное правило, по которому моряки, знающие условия местного плавания вблизи Арля, должны были принять на себя обязательство по безопасному сопровождению прибывавшего судна на небольших шлюпках: «С.144. Мы также устанавливаем, что, если какое-либо судно находится в реке и стоит на якоре или стоит в Ле Грес из-за

встречного ветра, то помощники капитанов тех судов должны быть готовы послать свои небольшие шлюпки с моряками, чтобы помочь любому судну, которое пожелает войти в реку. И в случае отказа моряков идти в команде этих помощников будет налагаться штраф в размере двадцати солиди за каждое нарушение; и мы устанавливаем, что это должно быть законом для всех морских портов в пределах территории Арля.» (перевод с английского [84] на русский авторами данной книги).

К середине тринадцатого столетия в Барселоне (Barcelona), Тортосе (Tortosa) в Испании и Марселе (Marseilles) во Франции широко использовался Морской кодекс Барселоны от 1258 г. помимо того, что подобные морские кодексы существовали в Европе в виде Олеронских морских правил (The Rules of Oleron, около 1266 г.) и морских законов Висби (Wisby (Wisbuy) laws) [82]. Морские законы регулировали взаимоотношения между капитанами, командами морских судов и торговцами, купцами, между капитаном и его командой (матросами), устанавливали правила погрузки и разгрузки морских грузов, фрахт, портовые сборы, размер компенсации за повреждение грузов, штрафные санкции за нарушение этих правил и т.д. [84; 85]. Важным документом, регулирующим и упорядочивающим правила торговли, был также Торговый устав (*Statuta de Mercatoribus, Statutes of Merchants* [102]) от 1283 и 1285 гг., положения которого легли в основу многих законодательных актов англосаксонского права в середине четырнадцатого столетия.

Большое влияние на ведение мирового внешнеторгового дела оказали законы Ганзы-союза Ганзейских городов. Ганзейские законы представляли собой свод морских законов, которые были впервые опубликованы в немецком городе Любеке в 1597 г., а затем пересмотрены и расширены на съезде Ганзейского союза 23 мая 1614 г. [82]. Приведем фрагмент из Законов Ганзейских городов от 1597 г.: «Статья XI. Капитан обязан отправиться в плавание спустя два или три дня после того, как его судно будет загружено, в случае благоприятного ветра под страхом штрафа в 200 ливров; и в случае, если какой-либо из владельцев не заплатил свою часть расходов до момента отправки судна, то он должен быть оштрафован на столько же; и капитан имеет возможность, кроме того, взять бодмерейный заем¹ в размере недостающей части расходов,

¹ Бодмерея (bottomry, от голл. bodemerij) или бодмерейный заем — морской заем, морской залог, взятый капитаном под залог судна и груза за счет владельцев грузов в случаях крайней необходимости в денежных средствах для завершения рейса. В настоящем бодмерея практически не применяется [57].

неоплаченных владельцем. Торговцы обязаны загрузить судно к предустановленному времени, в противном случае под страхом платежа всего фрахта судно продолжит свое плавание недогруженным или только в балласте (*The Laws of the Hanse Towns, 1597, источник: Federal Cases 1197—1201, www.admiraltylawguide.com/documents/hanse.html, перевод с английского на русский авторами данной книги*)

Считается, что одним из основателей современного международного права был голландский юрист, писатель и государственный деятель Гроций Гуго (Grotius de Groot, 1583 — 1645) [8]. Одна из его классических работ «О праве войны и мира» (*De Jure Belli ac Pacis, 1625 г.*) заложила первоосновы теории международного права, юриспруденции, выдвинув идею о том, что человечество как правовое сообщество подчиняется единому праву народов на общих принципах, на общем для всех народов международном праве.

Международное право эволюционировало в течение многих столетий от относительного хаоса к относительному упорядочению, от относительно хаотических невзаимосвязанных законов, действующих в пределах различных стран, к относительно упорядоченным универсальным, унифицированным нормам международного торгового права в форме международных конвенций, международных соглашений, общего законодательства, действующего в пределах международных экономико-политических сообществ, например, Европейского экономического сообщества (ЕС) или иных экономических союзов. Правовое пространство современной внешнеторговой деятельности определяется межгосударственными конвенциями, соглашениями, национальными законодательствами стран-участниц внешнеэкономической деятельности.

Международно-правовой режим международных экономических отношений основывается на «договорных, обычно-правовых и рекомендательных нормах, содержащихся, в частности, в Уставе ООН (девятой главе «Международное экономическое и социальное сотрудничество»), Соглашении по торговым аспектам инвестиционных мер (ТРИМ), Уставе ВТО, Уставе МВФ, Римском договоре о создании ЕЭС, в соглашениях государств-членов СНГ, конвенции ООН о договорах международной купли-продажи товаров, в конвенциях МОТ, в решениях ВТО, МВФ, ОПЕК, в резолюциях международных организаций, в «Принципах, определяющих международные торговые отношения и торговую политику, способствующих развитию» ЮНКТАД,

в резолюциях ГА ООН «Хартия экономических прав и обязанностей государств», «Комплекс согласованных на многосторонней основе справедливых принципов и правил для контроля за ограничительной деловой практикой», «О протекционизме», «О мерах укрепления доверия в МЭО», «О международной экономической безопасности»; в торговых, платежных, кредитных, налоговых международных соглашениях, соглашениях о защите инвестиций, об экономическом, научно-техническом сотрудничестве и других источниках права.» (Источник: Шумилов В.М. *Международное публичное экономическое право. учебное пособие.* — М.: НИМП, ВАВТ, 2001).

Важное значение в международном правовом регулировании имеют многосторонние соглашения Всемирной торговой организации (ВТО, www.wto.ru, www.wto.com), например, Генеральное соглашение по тарифам и торговле, определяющее основы режима торговли товарами, права и обязательства членов ВТО в этой сфере, Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС), в котором изложены основы режима торговли услугами, права и обязательства членов ВТО в этой области; Соглашение по торговым аспектам прав на интеллектуальную собственность (ТРИП), определяющее права и обязательства членов ВТО в области защиты интеллектуальной собственности. К международным правилам относятся и правила толкования торговых терминов «Инкотермс», которые играют важную роль в регулировании международных сделок купли-продажи, при заключении контрактов, при перевозке внешнеторговых грузов, о чем подробно изложено в параграфе 4.3.

4.3. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРАВИЛА ТОЛКОВАНИЯ ТОРГОВЫХ ТЕРМИНОВ «ИНКОТЕРМС»

Международная практика в области внешнеторговой деятельности предопределила взаимные обязательства участников ВЭД по выполнению работ и услуг, выполняемых каждым из участников, по принятию ими рисков и расходов. Предшествующее состояние относительного хаоса в терминологии торговых терминов сменилось на упорядоченную разработанную систему Международных правил толкования торговых терминов, наиболее часто встречающихся во внешней торговле — Инкотермс [110; 111]. Положения Инкотермс носят рекомендательный характер, однако они являются обязательными для исполнения, если указаны в контракте (договоре) между:

народной купли-продажи, внешнеторговом контракте. В современной внешнеторговой деятельности Инкотермс также обязательно используется при предконтрактном обсуждении условий поставки, цен на товары, являющиеся предметом международной купли-продажи. Таможенные органы, международные арбитражи, суды принимают во внимание положения Инкотермс. Следует обратить особое внимание на то, что Инкотермс применяется только в случае международной купли-продажи, например, между резидентом-российской компанией и нерезидентом-иностранной компанией, а не для договоров купли-продажи между двумя резидентами одной страны, например, между продавцом-российской компанией и покупателем-российской компанией внутри Российской Федерации.

С 1936 г., момента первой публикации Инкотермс пересматривался в 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000 гг. В настоящем во внешнеторговой деятельности действует Инкотермс 2000 (публикация № 560 Международной торговой палаты), вступивший в силу с 1 января 2000 г. По утверждению Международной торговой палаты, редакция Инкотермс 2000 не претерпела существенных изменений по сравнению с 1990 г. Значительные изменения были сделаны, в основном, для условий FAS, DEQ касательно таможенной очистки, обязательств по оплате и для FCA в обязательствах по погрузке, выгрузке [110;111].

Торговые термины «Инкотермс 2000» (в публикации Международной торговой палаты № 560) и основные обязательства экспедиторов, назначенных продавцом и покупателем, в зависимости от условий поставки (базиса поставки) в соответствии с Инкотермс 2000 представлены в Приложении (раздел 2). Базис поставки определяет базис цены товара по контракту с распределением и указанием в нем принятых расходов между продавцом и покупателем по доставке товара; переход рисков от продавца к покупателю и возникающих в последующем в этой связи основных обязанностей экспедиторов по доставке товара перед грузовладельцем; установление конкретных условий по транспортировке между экспедитором и грузовладельцем, других условий (например, таможенное оформление, хранение экспедитором товара на таможенном складе временного хранения и т.д.). Обязанности продавца минимальны, а покупателя максимальны при условии EXW по Инкотермс, и, наоборот, обязанности продавца максимальны, а покупателя минимальны при DDP (рис. 4.3.1).

В некоторых странах, портах имеются свои сложившиеся обычаи и толкование применяемых терминов Инкотермс, при распределении

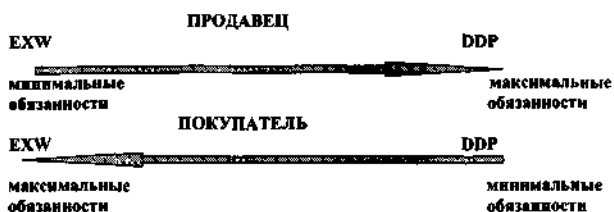


Рис. 4.3.1. Максимальные и минимальные обязанности продавца и покупателя по Инкотермс

расходов по погрузке/выгрузке, например, в Канаде «CIF» понимается как «CIF landed», т.е. продавец принимает на себя дополнительно расходы по выгрузке товара до склада временного хранения (СВХ) в порту назначения. В таких случаях продавец и покупатель уточняют в контракте перечень работ, услуг, сборов, налогов, включаемых в цену товара, например, на условиях CIF, FOB и т.д.

Под пунктом (местом) назначения понимается точный географический пункт (Москва, Нижний Новгород и т.п.), а базисные условия поставки товара в соответствии с терминами Инкотермс указываются следующим образом: «(краткое название базисного условия по Инкотермс) — (пункт назначения)», например, «FOB-Уокоһата», «СIP — Москва», «СIP — Москва (аэропорт Шереметьево)» (см. подробнее главу 4 и раздел 2 Приложения).

Правила перевозки импортных, экспортных товаров имеют специфические особенности в России. Пункты (места) доставки импортных, отправки экспортных товаров в Российской Федерации должны находиться в зоне деятельности таможенного органа, их контроля. Такими зонами в России являются морские порты, международные аэропорты, железнодорожные пограничные станции, склады временного хранения (СВХ), таможенные склады и иные места, являющиеся зонами таможенного контроля.

Примеры применения терминов Инкотермс приведены в экспортном и импортном контрактах в Приложении (раздел 1). Более подробное толкование торговых терминов можно найти в разделе 2 Приложения и в официальных публикациях Инкотермс 2000 или 1990 [110; 111].

ГЛАВА 5

МАРКЕТИНГ ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

5.1. СУЩНОСТЬ, ПРИНЦИПЫ, ФУНКЦИИ МАРКЕТИНГА

Современная концепция маркетинга прошла достаточно долгую эволюцию и сформировалась как коммерческая концепция, как особый подход к управлению производством в начале XX века, когда появилось крупномасштабное производство, расширилась номенклатура и повысилось качество товаров, резко обострилась конкуренция. Эти факторы способствовали поиску и разработке новых коммерческих, торговых концепций, научных подходов к управлению рыночной деятельностью компаний, способов стимулирования спроса на производимую продукцию, организации сбыта товаров [37].

В США маркетинг выделился в самостоятельную учебную дисциплину в начале XX века в ведущих университетах таких, как Мичиганском, Иллинойском, Гарвардском и других. На этом этапе своего развития маркетинг предоставлял знания по вопросам организации сбыта, торговли и рекламы, однако в дальнейшем маркетинг приобрел более всесторонний характер, охватывая различные стороны функционирования фирм, превратившись в один из важнейших элементов их деятельности по разработке и продвижению товарной продукции до потребителей, созданию условий для увеличения спроса. В 1908 г. была создана первая коммерческая маркетинговая организация. В 1926 г. в США была организована Национальная ассоциация марке-

тинга и рекламы, на основе которой было создано Американское общество маркетинга, переименованное в 1973 г. в Американскую ассоциацию маркетинга (АМА).

Одна из первых формулировок современной концепции маркетинга была сделана на заседании АМА в 1957 г. Д. МакКиттериком (General Electric). Д. МакКиттерик понимал под маркетингом интегрированную деятельность, ориентированную на потребителя и прибыль. По определению Международного торгового центра ЮНКТАД/ГАТТ: «Маркетинг — это система действий по взаимному приспособлению товара и рынка с целью достижения устойчивого коммерческого успеха на избранном (целевом) рынке» [14]. В начале 60-х годов Т. Левитт, профессор Гарвардской школы делового администрирования, окончательно сформулировал концепцию современного маркетинга как новую деловую философию в научно-публицистической статье под символическим названием «Близорукость маркетинга», в которой, в частности, указывалось, что наиболее надежным и эффективным способом достижения стратегических целей предприятия являются определение нужд и желаний выбранных групп потребителей (сегментов целевых рынков) и обеспечение их потребностей более эффективными, чем у конкурентов, способами. Несколько позже подобные ассоциации и организации появились и в странах Западной Европы и Японии. Стали возникать международные маркетинговые организации: Европейское общество исследования маркетинга и общественного мнения, Европейская академия маркетинга и т.д..

С 1960-х годов наступил качественно новый период в развитии маркетинга, который был связан прежде всего со вторым этапом научно-технической революции и усилением интернационализации производства, торговли, кредитно-финансовых систем. Определилась современная сущность маркетинга, заключающаяся в том, чтобы производить только то, что будет безусловно продано и соответствовать требованиям, пожеланиям покупателей, а не пытаться навязать, продать то, что удалось произвести.

С началом современного реформирования российской экономики возросла практическая значимость маркетинга, на многих предприятиях, компаниях были созданы отделы маркетинга, начала развиваться система делового образования, были приняты законы, определяющие институциональные рамки делового поведения агентов рынка («О защите прав потребителей», «О рекламе», антимонопольное законо-

дательство и т.д.). Исследования, проведенные учеными РЭА им. Г.В. Плеханова под руководством профессора Б.А. Соловьева, показали, что 87 % опрошенных предприятий в разных сферах российской экономики нуждались в специалистах по маркетингу.

Маркетинг — неотъемлемый и обязательный элемент подготовки экономистов, юристов и специалистов по управлению. Маркетинг тесно связан с внутрифирменным планированием и управлением, его эволюция серьезно меняет систему управления, практику внутрикорпоративного планирования и т.д. В настоящем маркетинг становится одной из важнейших концепций управления. Он используется для повышения эффективности управленческой системы, позволяет разрабатывать более реальные программы производства и реализации, быстрее реагировать на изменения, происходящие на рынках, и создает существенные преимущества в конкурентной борьбе. Последовательная реализация положений маркетинга в управлении обеспечивает устойчивый спрос на продукцию компании, предприятия не только пассивным приспособлением ее деятельности к соответствующим потребностям, но и целенаправленным использованием рекламы, различных средств формирования и стимулирования сбыта и продаж, созданием новых для рынка видов товаров. Содержание маркетинга как экономической категории достаточно емкое, а именно [36]:

1. Маркетинг — это любая деятельность в сфере рынка, направленная на продвижение товаров (услуг, работ) от того, кто их производит, к тому, кто в них нуждается, посредством обмена.

2. Маркетинг — эта новая предпринимательская философия, система взглядов на современное общество и производство, в основу которого положены социально-этические и моральные нормы делового общения, международные кодексы и правила добросовестной коммерческой деятельности, интересы потребителей и общества в целом.

3. Маркетинг — это научная дисциплина, система теоретических, методологических и практических знаний, разрабатываемая в основном на микроэкономическом уровне и преподаваемая в рамках общего курса коммерческого дела в различных высших, средних и специальных учебных заведениях. Предметом этой научной дисциплины выступают процессы рыночного обмена как факт признания потребителем полезности товара или услуги, а целью — создание наиболее благоприятных для участников рыночного обмена условий и подчинение всех других фаз воспроизводственного процесса интересам потребителей.

4. Маркетинг — это хозяйственная концепция управления деятельностью предприятия и реализацией товаров (услуг, работ), ориентированных на производство, массовый сбыт, рынок или потребителя в зависимости от состояния рынка и коммерческих целей, которые ставит перед предприятием его руководство, с учетом установленного реального платежеспособного спроса.

5. Маркетинг — это концепция разработки на уровне предприятия комплексных программ по созданию, организации производства и реализации на выбранных сегментах рынка конкретных товаров.

Принципы маркетинга вытекают из его сущности: нацеленность на конечный, практический результат производственно-сбытовой деятельности предприятия; ориентация на долговременные результаты рыночной активности и, как следствие, — повышенное внимание к исследованиям и прогнозам, разработке новых товаров, услуг, идей и концепций, постоянное стремление к совершенству, что обеспечивает высокоэффективную деятельность и повышение конкурентоспособности; применение во взаимосвязи и единстве стратегии и тактики активного приспособления общественного продукта и результатов производства к требованиям потенциальных потребителей в сочетании с целенаправленным и активным воздействием на них.

Основными же функциями маркетинга являются аналитическая (исследовательская), производственная (творческая, созидательная), сбытовая (функция продаж), организационная (функция управления и контроля). Управление маркетингом на предприятии путем последовательного и комбинированного исполнения его функций является наиболее плодотворным подходом к решению проблем выживания и процветания в конкурентной среде любого хозяйствующего субъекта рынка.

Функциональные направления маркетинга могут варьироваться в зависимости от размера предприятия, номенклатуры выпускаемых товаров, особенностей рынка, на которых предприятие реализует свои товары и услуги. Управляющий (директор) по маркетингу и руководимая им служба маркетинга:

- обеспечивают выработку рекомендаций по выбору наиболее выгодных для предприятия внутреннего и внешних рынков в соответствии с имеющимися ресурсами и возможностями;
- постоянно наблюдают за динамикой внешней среды, рыночной ситуации и информируют администрацию о возможных изме-

- нениях с тем, чтобы предприятие заранее было к ним готово;
- организуют деятельность по изучению рынков и внешней среды, анализирует внешнюю информацию для принятия управляющих решений;
 - рекомендуют подразделениям НИОКР виды, типы товаров, которые следует разрабатывать и осваивать в производстве;
 - прогнозируют развитие рынка и рекомендуют руководству рыночные стратегии, включая выбор каналов товародвижения, сбыта, методы продаж;
 - обеспечивают постоянный контроль за соответствием принятых решений реальным результатам деятельности;
 - формируют положительный имидж (репутацию) предприятия, планируют и проводят соответствующие мероприятия (презентации, рекламные компании и т.д.);
 - в соответствии с решениями руководителя предприятия, его заместителей и собственными решениями проводят и координируют маркетинговые действия по вопросам дизайна товаров, организации их своевременного производства, пробных продаж, выхода на рынок с коммерческими партиями товаров, установления цен и т.д.;
 - постоянно анализируют внутреннюю среду предприятия, действующую технологию и другие существенные вопросы в сфере коммуникационных связей, с тем, чтобы обеспечить максимальное привлечение покупателей к товарам предприятия с учетом их качества и научно-технического уровня;
 - постоянно анализируют положение товаров на рынке с точки зрения стадий жизненного цикла и дают рекомендации по модернизации, модификации или снятию товара с производства, а также определяют программу и руководят деятельностью службы ФОССТИС (формирование спроса и стимулирования сбыта).

Рассмотрим в достаточно общем виде цели, задачи и функции службы маркетинга, ее права и ответственность в рамках деятельности отечественного предприятия на внутреннем и внешнем рынках. Управление маркетингом на предприятии сводится в конечном счете к системному управлению маркетинговыми функциями. Если опираться на действующие нормативные акты, регламентирующие предпринимательскую деятельность в Российской Федерации, то цели службы маркетинга заключаются в:

- обеспечении роста продаж на внутреннем и внешних рынках за счет более правильной стратегии развития предприятия по сравнению с конкурентами или использовании в интересах предприятия слабых сторон и недостатков конкурентов;
- снижении издержек производства и обращения за счет оптимального использования возможностей предприятия и резервов его развития;
- получении плановой прибыли за счет более полного использования потенциала предприятия.

Задачи маркетинга, вытекающие из маркетинговых функций и целей, включают:

- сбор и обработку информации о внешней и внутренней среде предприятия;
- проведение прогнозных исследований;
- разработку долгосрочных, среднесрочных и текущих планов производственно-сбытовой деятельности предприятия;
- организацию работ по созданию новых и совершенствованию (модернизации) выпускаемых товаров в целях продления их жизненного цикла и наиболее полного удовлетворения потребителей;
- активное воздействие на изменяющиеся управляемые социально-экономические факторы, влияющие на эволюцию предприятия;
- оптимальную организацию системы товародвижения.

Функции службы маркетинга предприятия вытекают из последовательности содержания функций самого маркетинга:

- полного и ответственного исполнения аналитической функции;
- оказания активного воздействия на производственно-сбытовую функцию, в частности, на разработку, освоение и пробные продажи новых товаров;
- исполнения всех функций активного воздействия на управляемые факторы внешней и внутренней среды: формирование спроса и стимулирование сбыта, сервис, товарную и ценовую политику, прочие подфункции в комплексной производственно-сбытовой функции;
- обеспечения управления и контроля через систему планирования, информационного и коммуникационного обслуживания хозяйственной деятельности предприятия;

- обеспечения постоянного контроля и ревизии маркетинга через организационный анализ, систему обратных связей, анализ ситуаций и т.п.

5.2. МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ

Международный маркетинг представляет собой деятельность, направленную на продвижение товаров, услуг, работ на международных рынках от того, кто их производит, к тому, кто в них нуждается, посредством международного обмена, сделок международной купли-продажи, аналитических маркетинговых исследований. Одной из важнейших программ маркетинговых исследований является изучение международных рынков, выбор целевых рынков, компаний-покупателей, торговых посредников.

Один из способов выбора целевых рынков — это ранжирование, проводимое по следующим критериям [37]:

1. *По импорту, объему товара, реализуемого в стране или регионе страны.*

Для количественного анализа необходимо оценить емкость рынка (полное потребление определенного товара в данной стране), определяемую как объем реализуемого в стране или регионе страны товара на основе данных национальной экономической и внешнеторговой статистики по формуле (5.2.1) или (5.2.2) (измеряется по количеству (размерность в штуках и т.д.) или по стоимости):

$$C = П + И - Э; \quad (5.2.1)$$

$$C = П + И + И_k + О - Э - Э_k, \quad (5.2.2)$$

где C — емкость рынка; $П$ — объем национального производства определенного товара в данной стране или регионе страны; $И$ — объем импорта товара в данную страну или регион страны; $Э$ — объем экспорта товара из страны или ее региона; $И_k$ — объем косвенного импорта товара в данную страну или ее регион; $Э_k$ — объем косвенного экспорта товара из страны или ее региона; $О$ — остаток товарных запасов на складах предприятий-изготовителей. Под косвенным экспортом и импортом товара понимается экспорт или импорт товара в составе другого товара как ее составная часть, компонента (например, компьютеры или кондиционеры в составе технологического оборудова-

ния и т.д.). Однако найти достоверные сведения о косвенном экспорте, импорте или остатках товарных запасов предприятий-изготовителей практически невозможно, в частности, по причине того, что, по крайней мере, часть этой информации может быть коммерческой тайной компании, поэтому расчет по формуле (5.2.2) практически не осуществим из-за отсутствия или недостоверности информации. Для расчета емкости рынка по формуле (5.2.1) статистические данные, как правило, общедоступны. Информация об открытых источниках внешнеторговой статистики изложена в параграфе 8.5 «Российская внешнеторговая статистика».

2. По уровню валового внутреннего продукта (ВВП), валового национального продукта (ВНП).

ВВП — валовый внутренний продукт (GDP, Gross Domestic Product) — макроэкономический показатель (индикатор, индекс), определяемый как совокупная стоимость всех товаров и услуг, произведенных в стране. Используются различные методы расчета ВВП, один из которых заключается в расчете ВВП по следующей формуле: $ВВП = C + I + GP + E - I$, где C — потребление (consumption), I — инвестиции (investment), GP — государственные расходы (government purchases), E — экспорт (export), I — импорт (import). *ВНП, валовый национальный продукт (GNP, Gross National Product)* представляет собой макроэкономический показатель, определяемый как совокупная стоимость всех товаров и услуг, произведенных в стране, а также национальными предприятиями вне страны, зарубежом. Считается, чем больше ВВП и ВНП, тем больше по определению совокупная стоимость всех произведенных товаров и услуг, тем выше экономический подъем в стране и более перспективным является рынок страны для купли-продажи товаров, ведения внешнеторговой деятельности. Правда, не исключена ситуация, когда рост ВВП и ВНП достигается в значительной степени за счет производимых сырьевых товаров. В этом случае есть высокий риск построения «мыльной» экономики, основанной не на отечественных национальных производителях, а на экспорте отечественных сырьевых товаров и импорте иностранных товаров в виде готовой продукции.

3. По инвестиционному климату в целом в стране, по государственной инвестиционной политике в государственном и частном секторах.

Направление и величина финансовых потоков во внешней торговле является объективным измеряемым экономическим показателем

инвестиционного климата в стране. Если финансовые потоки направлены в страну и инвестируются в национальные государственные и коммерческие проекты, производство, то инвестиционный климат благоприятен для иностранных инвестиций и способствуют как развитию отечественных производителей, так и успешному ведению внешнеторговой деятельности. Отток же, бегство капитала из страны является одним из признаков ухудшающейся экономической ситуации, неблагоприятного инвестиционного климата и негативных социально-экономических условий для ведения торговой деятельности. В мире международного бизнеса, во многих транснациональных компаниях используется понятие «страновой риск», подразумевающее степень риска ведения бизнеса, учет компанией основных рисков (негативных факторов внешней и внутренней среды компании) в той или иной стране. При этом также учитываются кредитный рейтинг, кредитоспособность как отдельных банков в стране, так и всей кредитной системы страны в целом, размер государственного долга, налогово-бюджетная политика правительства, степень бюрократизации и т.д.. Оценка инвестиционного климата в стране определяется также по индексу экономической свободы (the Heritage/WSJ index) на основе 50 различных показателей, соизмеряющих влияние экономических, социальных факторов на экономику (подробнее см. параграф 10.2.).

4. По степени государственного регулирования внешнеторговой деятельности, ограничительным мерам, величине таможенных пошлин.

Компании предпочитают страны с режимом благоприятствования внешней торговле, с либеральным внешнеторговым валютным, таможенным законодательством, с минимальными тарифными и нетарифными ограничениями во внешнеторговой деятельности. Непредсказуемость, запутанность, непрозрачность законодательства условия, неприемлемые для инвестиций иностранными компаниями.

5. По географическому положению.

Удаленность рынка от производителя товара и значительные соответствующие транспортные расходы могут быть существенным фактором при выборе целевых рынков. К примеру, относительно дешевые товары широкого потребления, произведенные в Японии или Австралии, невыгодно продавать в Европе из-за больших транспортных расходов и длительности доставки, поэтому этот один из многочисленных факторов обязательно учитывается компаниями-производителями. К примеру, многие японские транснациональные корпорации размещают

производство в Китае или в европейских странах с последующей продажей товаров в близлежащих к ним государствах. Естественно, что другими более существенными факторами при выборе размещения производства являются дешевая рабочая сила, действующая налоговая система и существующие социально-экономические факторы.

6. По уровню социально-экономического развития страны, степени политической стабильности в стране.

Страны с высоким уровнем социально-экономического развития, с политической и социальной стабильностью всегда рассматриваются как текущие или будущие потенциальные целевые рынки. Высокий уровень жизни, платежеспособность населения, уверенность в завтрашнем дне, прогнозируемость и понятная для всех государственная стратегия, вектор эволюции общества являются основополагающими при выборе целевых рынков.

После определения целевых рынков, выбранных для продвижения своих товаров, необходимо определить правильную маркетинговую стратегию. Маркетинговая стратегия в значительной степени зависит от традиций ведения внешнеторгового дела в компании, от ее менеджмента, от вида продвигаемых товаров и многих других факторов. Однако при всем многообразии этих факторов, существуют определенные рыночные и эволюционные законы, приводящие к необходимости создания универсальных маркетинговых стратегий, имеющих общие основы, упорядоченную структуру, основное «ядро» для ведения международной торговли на большинстве существующих рынков, а также имеющих быстро изменяющуюся составляющую, учитывающую специфику конкретного рынка. На рис. 5.2.1 и 5.2.2 изображена одна из универсальных маркетинговых стратегий, которая применяется многими крупными транснациональными компаниями при продвижении своих товаров на российский рынок.

Вместо узкоспециализированных центров по ремонту могут использоваться центры по гарантийному и послегарантийному обслуживанию, сервисные центры с расширенными функциями по обслуживанию, в том числе с проведением курсов по обучению технического персонала компании-покупателя (клиента).

Есть два стиля ведения внешнеторгового дела по степени открытости. Первый стиль: ведение внешнеторгового дела с минимальными рисками, с долгим «взвешиванием» той или иной коммерческой концепции, маркетинговой стратегии, ожидание создания благоприятных



Рис. 5.2.1

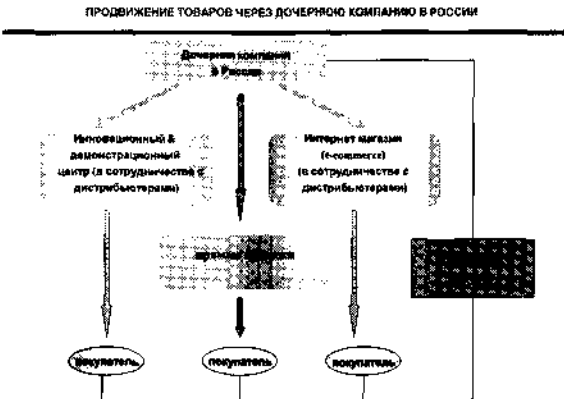


Рис. 5.2.2

условий ведения деловой активности, инвестиционного климата, постепенное формирование рынка сбыта своей продукции или услуг на внешних рынках и создание своей сети иностранных торговых партнеров. Второй стиль заключается в более активном, агрессивном и, как правило, более рискованном проникновении на внешние рынки, формировании самого рынка за счет внедрения проверенных или новых концепций ведения коммерческой активности, создании и активной поддержки своей сети иностранных торговых партнеров. В каждом из этих стилей есть свои отрицательные и положительные стороны. Риск и успех взаимосвязаны во внешнеторговом деле, и проблема состоит в том, как найти это оптимальное соотношение между успехом и риском.

Сущность международного маркетинга. О проблемах международного маркетинга опубликовано достаточно много работ не только западными учеными-экономистами, но и отечественными маркетологами еще в 60—70-х годах, когда это концептуальное направление маркетинга только начинало складываться [1]. Корни маркетинга, в том числе международного, уходят далеко в глубь истории и связаны с возникновением рынка, товарно-денежных отношений. По мере роста производительности труда и производительных сил общества все большее количество результатов труда предназначалось для обмена, превращаясь в товарную форму. С появлением денег как всеобщего эквивалента стоимости примитивный и ограниченный в пространстве товарообмен постепенно трансформировался в рыночные сделки купли-продажи. Расширение товарно-денежных отношений привело к общественному разделению труда и появлению торговых посредников, купцов, которые, руководствуясь определенными «корыстными» интересами, формировали систему распределения и обмена. Торговые посредники были первыми носителями идей маркетинга, а в системе организованных товаропотоков, создававшихся древними египтянами, финикийцами, китайцами, византийцами, греками, варягами, ганзейскими и русскими купцами и другими торговыми посредниками, кроются корни международного маркетинга.

Уже в начале XX в. пришло осознание того, что в рамках общей теории международной торговли (модель Риккардо) есть место для более конкретных обобщений практического опыта организации и систематизации товарно-денежных отношений на уровне непосредственных участников международных товарно-денежных отношений. Появилось понятие международного маркетинга [6].

Международный маркетинг можно рассматривать как одну из областей внешнеторгового дела, как научную дисциплину, систему теоретических, методологических и практических знаний, предметом изучения которой являются международные обменные процессы на уровне субъектов рыночных отношений, а также прямые иностранные инвестиции в целях получения прибыли. Целями международного маркетинга как научной дисциплины являются исследование проблем и разработка рекомендаций для создания наиболее благоприятных условий осуществления процессов обмена на конкурентных рынках с соблюдением баланса интересов как владельцев, так и потребителей товаров, услуг, включая и иностранные инвестиции [46].

Международный маркетинг является также и современной философией предпринимательства, нацеленной на поиск неудовлетворенных потребностей на зарубежных рынках и на их наиболее полное удовлетворение путем предоставления товаров и услуг, включая финансовые, и достижения тем самым коммерческих результатов наиболее эффективным способом [100;101]. Другая сторона международного маркетинга — это рыночная концепция управления международными производственными, коммерческими и финансовыми операциями, ориентированная на установленный платежеспособный спрос на зарубежных рынках.

Для понимания глубинных причин возникновения современного международного рынка товаров, услуг и особенно интеллектуального продукта необходимо представлять специфику современных общественных отношений. За время жизни одного поколения произошли глубокие структурные изменения в классических факторах производства. Земля, труд и капитал — основа социально-экономического развития общества в условиях свободного рынка обрела новое качество, будучи дополнена фактором искусства управления. И тем не менее главным событием, которое назревало и обретало качество действительно преобразующего современный мир фактора, явилось превращение науки, техники, технологий в глобальную производительную силу общества [100;101].

В окружающем мире сложились и развиваются четыре взаимодействующих макросистемы [38]:

- 1) система потребления с ее политико-институциональными структурами;
- 2) производственно-экономическая система;
- 3) система науки, техники и технологий;
- 4) система культуры.

Взаимодействие общественных макросистем через обмен, а значит и через маркетинг, представлено на рис. 5.2.3.

В центре схемы размещена макросистема потребления. С производственно-экономической системой потребление связано маркетингом товаров, услуг, т.е. эти отношения регулируются и определяются состоянием платежеспособного спроса и конкурентного предложения. В более ранние исторические эпохи возможности производства определяли уровень потребления. В конце XX — начале XXI вв. отношение спроса к предложению изменилось «с точностью до наоборот»: произ-

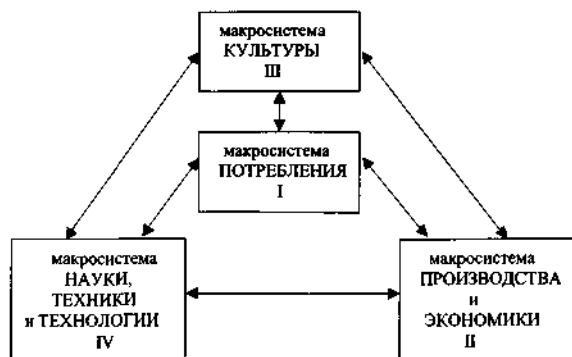


Рис. 5.2.3. Взаимодействие четырех макросистем: (I — II) Маркетинг товаров и услуг; (I — III) Маркетинг культурных ценностей; (I — IV) Маркетинг новых идей, нового образа жизни; (II — III) Маркетинг экономической культуры (социально-этический маркетинг); (II — IV) Маркетинг технологий и инноваций; (III — IV) Маркетинг знаний и информационных технологий.

водственные возможности стали значительно превышать возможности потребления, т.е. платежеспособный спрос. Сегодня макросистема потребления становится основополагающей как регулятор активности производственно-экономической системы. Из схемы на рис. 5.2.3 видно, что основная связь между макросистемой науки, техники и технологий и производственно-экономической системой обеспечивается, с одной стороны, необходимостью внедрения результатов научно-технического прогресса (НТП) в производство, особенно в наукоемких отраслях, а с другой стороны — маркетингом технологий и инноваций. Система науки, техники и технологий через просвещение и информирование о результатах научных достижений постоянно подготавливает общество к будущему потреблению и ожиданию новых инноваций, результатов прикладных научных исследований. С другой стороны, на макросистему науки, техники и технологии воздействует закон возрастания потребностей, т.е. своего рода социальный заказ общества на разработку новых, более совершенных технологий, товаров и услуг.

Особенное место в макросистемном анализе маркетинга занимает макросистема культуры. Понятие «культура» (от лат. *cultura* — возделывание) на протяжении тысячелетий употреблялось только как целенаправленное воздействие человека на природу, прежде всего как возделывание почвы, обработка земли, выращивание сельскохозяйственных культур. Расширенное понятие культуры было впервые использовано Марком Туллем Цицероном применительно к воздей-

твию на человеческий ум, когда он сформулировал тезис «культура ума есть философия». Культура стала постепенно восприниматься как синоним воспитания, образования, интеллектуального развития человека. Традиционное понимание культуры связано исключительно с духовной жизнью общества и в этом понимании представляет собой совокупность духовных ценностей в области искусства, литературы, морали, просвещения. Второй, более широкий подход к толкованию понятия «культура» исходит из того, что культура органически присуща всем сферам и областям материальной и духовной жизнедеятельности общества, всем видам человеческой деятельности. При исследовании концепции международного маркетинга необходимо учитывать влияние макросистемы культуры на производственно-хозяйственную и внешнеэкономическую деятельность. Макросистема культуры несет в себе также и понятия маркетинга экономической культуры и социально-этического или социально ориентированного маркетинга. В этих понятиях закреплены также международно признаваемые правила ведения коммерческой деятельности, содержащиеся, в частности, в международных кодексах Международной торговой палаты (МТП), правилах международной торговой практики, в документах Всемирной торговой организации (ВТО) и других международных организаций.

Международный маркетинг — одно из наиболее ярких проявлений особенностей развития мирохозяйственных связей в последней трети XX — начале XXI веков. Одной из отличительных особенностей мирового хозяйства в этот период является интенсивное развитие международных экономических отношений. Происходит расширение и углубление международных отношений между странами, группами стран, отдельными компаниями и организациями. Эти процессы проявляются в углублении международного разделения труда, сближения экономик и их интернационализации, в переходе многих стран от замкнутых национальных хозяйств к экономике открытого типа по отношению к внешнему рынку. Стабильному росту международной торговли способствуют развитие международного разделения труда, научно-технический прогресс, активная деятельность транснациональных корпораций на мировом рынке, либерализация международной торговли. Если ликвидация торговых барьеров успешно продолжится, то емкость мирового рынка товаров будет расти в среднем на 6 % ежегодно в период до 2006 г. Международная торговля в сфере услуг будет увеличиваться еще более высокими темпами [19].

Основной тенденцией развития мирового хозяйства является движение к созданию единого рынка капиталов, товаров и услуг, объединению отдельных стран в единый мировой хозяйственный комплекс. Феномен глобализации мировой экономики можно рассматривать на макро и микроэкономических уровнях. На макроэкономическом уровне глобализация означает общее стремление стран и отдельных регионов к экономической активности вне своих границ. Признаки таких тенденций — либерализация, снятие торговых и инвестиционных барьеров и т.д. На микроэкономическом уровне под глобализацией понимается расширение деятельности компаний за пределы внутреннего рынка. Рост числа транснациональных компаний и их доли в мировом производстве можно назвать как причиной, так и следствием усиливающейся интегрированности мировой экономики. По мере того, как компания расширяет свою деятельность и перерастает свои национальные границы в поисках дополнительной прибыли, круг проблем, с которыми ей приходится сталкиваться, резко возрастает. Если компания хочет успешно выступать на внешнем рынке, ей потребуются внести ряд изменений в систему управления, в том числе и в такой вид деятельности как маркетинг. Маркетинг ставит перед собой задачу удовлетворения нужд потребителя, а при выходе компании за пределы своей страны потенциальные потребители, а вместе с тем часто и их потребности, изменяются. Маркетинг перестает быть национальным и становится международным, то есть направленным на удовлетворение потребностей уже не национальных, а международных потребителей. Можно выделить четыре основных формы маркетинга: национальный, экспортный, мультинациональный и глобальный.

Национальный (внутренний) маркетинг. Национальный или внутренний маркетинг характеризуется стратегической направленностью компании на обслуживание своего внутреннего рынка. Этой концепцией руководствуются национальные компании, масштабы деятельности которых еще не столь велики, чтобы выходить со своим товаром за рубеж. При этом такого рода компании могут время от времени экспортировать свои товары за рубеж, однако экспортные поставки в этом случае носят непостоянный характер и масштабы деятельности за границей несравнимо малы в сопоставлении с масштабами деятельности компании на национальном рынке.

Экспортный маркетинг. Для многих компаний, занимающих прочные позиции на национальном рынке, экспортные поставки могут

быть источником получения дополнительной прибыли. Эти компании, как правило, характеризуются высокими темпами роста и обладают возможностями для выпуска достаточно конкурентоспособных товаров. Для них экспортная активность часто объясняется насыщением внутреннего рынка и неблагоприятными факторами циклического и конъюнктурного характера. Экспортная деятельность также может быть своеобразным способом проверки конкурентоспособности товаров компании на внешнем рынке, нахождения пути дальнейшего расширения производимых товаров.

Мультинациональный маркетинг. Примером использования принципов этого вида маркетинга является деятельность транснациональных корпораций, имеющих производственные филиалы за рубежом и производящих достаточно диверсифицированные товары. Зарубежные операции таких компаний могут давать основную прибыль и обеспечивать благоприятные условия для производственной кооперации на базе минимизации издержек, в том числе за счет использования более дешевых местных факторов производства. Товары таких мультинациональных компаний полностью приспособлены к региональным особенностям потребления, вкусам региональных потребителей.

Глобальный маркетинг. Концепция глобального маркетинга рассматривает мировой рынок как единое экономическое пространство. Эта концепция построена на поиске единообразия в социальных, культурных, поведенческих и других характеристиках рынка, а не на учете национальных особенностей, который характерен для мультинационального маркетинга. Можно привести следующие примеры глобальных компаний: Coca-Cola, Procter & Gamble, Sony, Toshiba и др.

Сравнение основных характеристик рассмотренных выше видов маркетинга приведено в таблице 5.2.1.

Прямые иностранные инвестиции — материальная основа международного маркетинга. В 1966 г. была опубликована работа Р. Вернона [121], в которой был объяснен феномен динамичного роста иностранных инвестиций и внешней торговли на основе жизненного цикла товара в международном масштабе. Введенное в научный оборот Р.Верноном понятие международного жизненного цикла товара (ЖЦТ) и его научные работы доказывают взаимосвязь внешней торговли товарами с прямыми иностранными инвестициями, которые могут значительно продлевать ЖЦТ. Товар проходит через различные стадии ЖЦТ: стадии внедрения (выхода товара на рынок), расширения (рост

Характеристики	Виды маркетинга			
	Национальный (внутренний)	Экспортный	Мультинациональный	Глобальный
Жизненный цикл товара (ЖЦТ)	ЖЦТ определяется динамикой спроса на внутреннем рынке	Фазы ЖЦТ на внешних рынках могут не совпадать с его фазами на внутреннем рынке	Товар находится в различных фазах ЖЦТ на различных рынках	Одинаковая динамика ЖЦТ на глобальном рынке
Сегментация рынков	Единый сегмент внутреннего рынка на основе типизации потребителей	Достаточно узкие сегменты внешних рынков с потенциальным расширением при наличии возможностей для увеличения экспорта	Значительные различия сегментов рынков, что обуславливает необходимость создания товара с учетом особенностей каждого сегмента	Реализация товаров широким группам потребителей, укрупнение сегментов
Конкуренция	Конкуренция с местными поставщиками и покупателями импортных товаров	Конкуренция в основном с национальными производителями, поиск своей рыночной ниши	Острая конкуренция с национальными производителями и покупателями импортных товаров	Высокая конкурентоспособность компании за счет укрепления глобальных позиций
Организация производства	Стандартизация на основе национальных норм	Производство товаров на основе возможностей адаптации к требованиям внешних рынков	Ограниченная стандартизация, обусловленная необходимостью адаптации к требованиям потребителей на различных рынках	Глобальная стандартизация товаров; диверсификация возможна на модульных принципах

Окончание таблицы 5.2.1

Характеристики	Виды маркетинга			
	Национальный (внутренний)	Экспортный	Мультинациональный	Глобальный
Товар	В основном стандартизированный товар, который дифференцируется в случае необходимости расширения сегментов рынка	Стандартный товар с возможной дифференциацией в случае особого интереса к конкретному рынку	Дифференциация дизайна, функций, стиля, имиджа товара	Стандартный товар
Цена	Доступная для широкого сегмента рынка цена с возможным повышением до разумного предела в случае вариации некоторых характеристик товара	Доступная цена на стандартизированный товар с увеличением цены в случае особых требований внешнего рынка	Достаточно высокая цена в случае удовлетворения специфических особенностей спроса на определенных рынках	Низкая цена товара в связи с достижением значительного эффекта масштаба
Стимулирование сбыта	Весь принятый в стране набор классических средств для стимулирования сбыта	В основном умеренная товарная реклама с элементами эффективной ценовой политики, особенно на перспективных сегментах рынка	Создание национального имиджа товара с учетом особенностей продажи и потребления на каждом рынке	Глобальный имидж товара, рассчитанный на универсальный подход к потреблению
Система товародвижения	Собственные производственные и сбытовые структуры в национальном масштабе или сотрудничество с независимыми торговыми агентами	Сотрудничество с агентскими компаниями за рубежом	Сбытовые системы, построенные на привлечении к реализации товаров как местных торговых посредников, так и собственных производственно-сбытовых филиалов	Глобальная стандартизация системы товародвижения.

продаж товара), зрелости (насыщения) и старения. На первой стадии (стадии внедрения) спрос на новый товар и объем экспорта невысок. На стадии расширения спрос на товар на внутреннем рынке увеличивается, товар распространяется и приобретает известность среди потребителей, в том числе и за рубежом. Товар сначала только экспортируется, а затем производится за рубежом. На стадии зрелости спрос на товар насыщается на внутреннем рынке, выпуск товара становится серийным, появляется устойчивый спрос на товар и за рубежом. На стадии старения товар устаревает, спрос на товар падает.

Международный ЖЦТ может быть представлен также в упрощенном виде, только тремя наиболее существенными для этой модели международной торговли стадиями: стадией нового товара, стадией зрелости и стадией стандартизации (рис. 5.2.4).

Стадия новизны товара. Большинство новых, оригинальных, пионерных товаров создается в промышленно развитых странах, причем в первую очередь для реализации товаров на национальном рынке, где эти инновационные технологии и их вещественное воплощение в форме пионерных товаров и сопровождающих услуг были сделаны. Важнейшим стимулом создания новых товаров и первопричиной овеществления результатов НИИ является наличие значительных высокодоходных сегментов потребителей, характеризующихся повышенным интересом к различного рода нововведениям. На этой стадии товар разрабатывается и производится для внутреннего потребления, т.е. внутренний сегмент рынка, характеризующийся достаточно высокими доходами, представляется для производителя высокотехнологичного товара основным целевым сегментом рынка.

Стадия зрелости. На этом этапе ЖЦТ достаточно быстро растет спрос на инновационный товар, динамично увеличиваются объемы производства и экспорта товара. Товар обретает свою окончательную форму и вид, доводится до требуемого для серийного выпуска уровень организации производства и технологии. Одновременно обостряется ценовая конкуренция. По этим причинам производство нового товара за рубежом становится более привлекательным. На ранних этапах зрелости экспорт инновационного товара из страны происхождения товара находится на достаточно высоком уровне. Однако по мере снижения затрат на единицу инновационного товара его производства за рубежом оказывается более привлекательным, а экспорт из страны происхождения нового товара уже не дает первоначальных выгод. Более

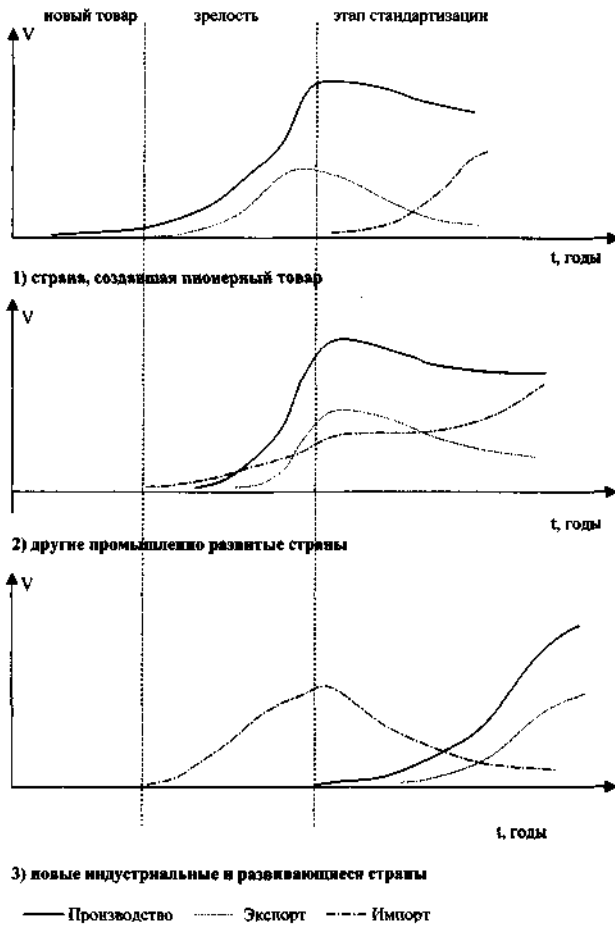


Рис. 5.2.4. Международный ЖЦТ (V — объем продаж)

того, для страны происхождения инновационного товара импорт этого товара становится более выгодным, чем собственное производство, и торговля бывшим инновационным товаром постепенно меняет свое направление.

Стадия стандартизации товара. Товар и технология его производства стандартизируются и становятся доступными для производства и потребления практически в любой стране. Для этой стадии типичной является острая ценовая конкуренция, а минимизация издержек превращается в критически важный показатель товара, его жизнеспособности. Наблюдается быстрый рост производства стандар-

тизированного товара за рубежом. В стране происхождения инновационного товара и других промышленно развитых странах наблюдается заметное падение объемов производства стандартизированного товара. Производство товара концентрируется в странах, характеризующихся избытком относительно дешевой рабочей силы, необходимой для массового производства. Инновационный в начале цикла товар превращается в стандартизированный и доступный по уровню цены товар на большом количестве рынков.

Глобализация деятельности ТНК. Прямые инвестиции остаются основной движущей силой процесса глобализации на современном этапе развития мировой экономики. Увеличение прямых инвестиций, сопровождаемое ростом объемов портфельных инвестиций, отображает постоянно возрастающее значение транснациональных корпораций (ТНК) в мировой экономике, так как вывоз капитала является важнейшим фактором экономического развития ТНК. Одним из важнейших факторов движения прямых иностранных инвестиций (ПИИ) являются трансграничные слияния и приобретения (СиП). С одной стороны, переход стран к все более открытой экономике был ускорен действиями транснациональных компаний: стремясь освоить новые рынки, создавая в различных странах многочисленные дочерние компании, филиалы, они обходили протекционистские барьеры чужих государств, интернационализируя международный экономический обмен. С другой стороны, именно движение мировой экономики к открытости и глобализации сделало возможной и выгодной деятельность ТНК за рубежом.

Роль зарубежного производства как способа обслуживания внешних рынков постоянно увеличивается, что подтверждает статистика. Отдельные показатели ПИИ и международного производства представлены в таблице 5.2.2. Объем продаж примерно 280 000 филиалов приблизительно 40 000 транснациональных корпораций за границей в 1996 г. составил 6,4 трлн долл. США. В 2004 г. 61 000 транснациональных компаний имели свыше 900 000 зарубежных производственных филиалов, в создание которых было вложено более 7 трлн долл. США. Заметно возросли инвестиции ТНК, специализирующихся в предоставлении различных услуг. Эта тенденция подчеркивает увеличение роли и значения услуг как специфического товара в мировой торговле. В настоящее время на долю услуг приходится более 50 % международного товарооборота [World Investment Report, 2004, www.unctad.org].

Отдельные показатели ПИИ и международного производства, 1982—2003 годы
(в млрд. долл. США и в процентах) (World Investment Report, 2004, www.unctad.org)

Показатель	Стоимость в текущих ценах (в млрд долл.)				Ежегодные темпы прироста (в процентах)							
	1982	1990	2003		1986—1990	1991—1995	1996—2000	2000	2001	2002	2003	
Приток ПИИ	59	209	560		22,9	21,5	39,7	27,7	-41,1	-17,0	-17,6	
Отток ПИИ	28	242	612		25,6	16,6	35,1	8,7	-39,2	-17,3	2,6	
Суммарный объем ввезенных ПИИ	796	1950	8 245		14,7	9,3	16,9	19,1	7,4	12,7	11,8	
Суммарный объем вывезенных ПИИ	590	1758	8 197		18,1	10,7	17,1	18,5	5,9	13,8	13,7	
Трансграничные Сип	...	151	297		25,9	24,0	51,5	49,3	-48,1	-37,7	-19,7	
Объем продаж иностранных филиалов	2717	5660	17 580		16,0	10,2	9,7	16,7	-3,8	23,7	10,7	
Валовая продукция иностранных филиалов	636	1 454	3 706		17,4	6,8	8,2	15,1	-4,7	25,8	10,1	
Совокупные активы иностранных филиалов	2076	5 883	30 362		18,2	13,9	20,0	28,4	-5,4	19,6	12,5	
Экспорт иностранных филиалов	717	1 194	3 077		13,5	7,6	9,9	11,4	-3,3	4,7	16,6	
Численность работников иностранных филиалов (тыс. чел.)	19 232	24 197	54 170		5,6	3,9	10,8	13,3	-3,2	12,3	8,3	
ВВП (в текущих ценах)	11 737	22 588	36 163		10,1	5,1	1,3	2,7	-0,9	3,7	12,1	
Валовые вложения в основной капитал	2 285	4 815	7 924		13,4	4,2	2,4	3,8	-3,6	-0,6	9,9	
Поступления за счет роялти и лицензионных платежей	9	30	77		21,3	14,3	7,7	9,5	-2,5	6,7	...	
Экспорт товаров и нефакторных услуг	2 246	4260	9 228		12,7	8,7	3,6	11,4	-3,3	4,7	16,6	

Изменения в национальных режимах регулирования, 1995—2003 годы
 [World Investment Report, 2004, www.unctad.org]

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Число стран, внесших изменения в свои инвестиционные режимы	64	65	76	60	63	69	71	70	82
Число изменений в режимах регулирования в том числе:	112	114	151	145	140	150	208	248	244
Создание <i>более</i> благоприятных для ППИ	106	98	135	136	131	147	194	236	220
Создание <i>менее</i> благоприятных для ППИ	6	16	16	9	9	3	14	12	24

В течение последних лет продолжает увеличиваться число изменений в режимах национального регулирования ППИ, что способствует продолжающейся либерализации режимов ППИ. В 2003 г. в законы и правила, регулирующие ППИ, было внесено 244 поправки, причем 220 из них — в сторону дальнейшей либерализации (см. табл. 5.2.3). В том же году были заключены 86 двухсторонних инвестиционных договоров и 60 договоров об избежании двойного налогообложения, в результате общее число таких договоров составило соответственно 2 265 и 2 316.

Главным мотивом зарубежного инвестирования остается обретение доступа к внешним рынкам: результаты исследования показали, что инвесторы называют в качестве главной причины капиталовложений производство для местных рынков в два раза чаще, чем экономию на факторе рабочей силы.

Транснациональная корпорация как экономическая структура в мировой экономике обладает множеством преимуществ. Размещая с помощью прямого инвестирования производственные предприятия за рубежом, транснациональные корпорации значительно повышают конкурентоспособность своих товаров за счет ухода от необходимости уплаты экспортно-импортных пошлин, экономии на транспортных расходах, факторах производства и достижения значительного эффекта масштаба. Транснациональные корпорации, проникая на зарубежные рынки и осуществляя прямые инвестиции, оказывают большое

влияние на экономику этих стран. Во-первых, транснациональные компании создают значительное количество рабочих мест. Во-вторых, ТНК не только обеспечивает дополнительные рабочие места, но и занимается переподготовкой местных специалистов и повышением их квалификации. В-третьих, ТНК являются носителями новейших и самых передовых технологий и ноу-хау, обладают огромным опытом в области ведения предпринимательской деятельности. Через сотрудничество с ТНК новейшие технологии проникают в другие компании и отрасли страны-реципиента, тем самым стимулируя повышение конкурентоспособности отечественных товаров и рост экономики. Транснациональные корпорации промышленно развитых стран, а также «новых индустриальных стран» являются основой их экономики. В России транснациональные корпорации также могут стать одной из наиболее эффективных форм организации хозяйственной деятельности, которая обеспечит органическое взаимодействие финансового и промышленного капитала. Некоторые российские транснациональные корпорации появились сравнительно недавно. К их числу можно отнести «ЛУКОЙЛ», «Норильский Никель», «Газпром» и др. В России возникли достаточно мощные экономические структуры нового типа (государственные, смешанные и частные корпорации), способных успешно действовать на внутреннем и внешних рынках. «Газпром», например, контролирует 34 % мировых разведанных запасов природного газа, обеспечивает почти пятую часть всех западноевропейских потребностей в этом сырье. По мере того, как объем мировой торговли, миграция инвестиций и финансового капитала растут, национальные экономики различных стран устойчивыми темпами продвигаются к интеграции. Этому процессу способствует прежде всего научно-технический прогресс и либерализация мировой экономики. В результате переговоров в рамках ГАТТ/ВТО (см. «Термины») почти все государства приняли меры по снижению торговых барьеров и улучшению инвестиционного климата.

Глобально ориентированная компания постоянно ищет возможности для стандартизации своих товаров и поддержания своей ценовой конкурентоспособности. Для достижения преимущества над своими конкурентами компания должна разрабатывать товар, сочетающий в себе качество, высокий уровень надежности работы и оптимально низкую цену. Сочетание этих свойств товара возможно только при его максимальной стандартизации, поэтому настоящее и будущее конку-

ренции — это соперничество стандартизированных товаров за наилучшее сочетание цены, качества, надежности работы, функциональности, дизайна и условий поставки. Себестоимость стандартизированных товаров всегда будет ниже аналогичных нестандартизированных товаров. Научно-технический прогресс возможно приведет к тому, что крупное производство сможет изменять характеристики товара так быстро, что при этом не придется прерывать производственный процесс.

Чем шире рынок, на котором работает компания, тем больше трудностей, связанных с различиями в потребительских предпочтениях, эта компания встречает на своем пути. Например, в США многие производители при контроле качества микропроцессоров используют систему параллельной проверки, в то время как в Японии для этих целей повсеместно используется система последовательной проверки. В результате необходимо производить одни линии для США, а другие — для Японии.

Маркетинг можно организовать по товарному принципу, по принципу регионов сбыта, функциональному принципу, либо исходя из комбинации перечисленных критериев. Таким образом, существует множество вариаций маркетинговой структуры, например, создание двух различных структур для США и Японии, первая из которых специализируется на маркетинге оборудования для системы параллельной проверки, вторая — на маркетинге оборудования для системы последовательной проверки. Другой возможный вариант — организация структуры маркетинга исходя из регионов сбыта: одна группа работает над маркетингом товара в Японии, другая — в США. Можно организовать единое производство для обеих систем контроля качества и единую для них маркетинговую структуру и т.д. Для успешного существования компании в новой реальности ей необходимо найти пути к стандартизации своих товаров, маркетинга и менеджмента в целом. Компании, которые в этом преуспеют, ждут успех и дальнейшая эволюция.

5.3. МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Маркетинговые исследования — прикладные исследования, используемые для решения задач по продвижению товаров, услуг на внутреннем и внешних рынках в зависимости от состояния рынка и коммерческих целей, созданию наиболее благоприятных для участников рыночного обмена условий в соответствии с запросами, ин-

тересами потребителей, а также задач по сбору, обработке и анализу информации для проведения системного анализа и принятия технологической, коммерческой стратегии компании. В современных маркетинговых исследованиях может использоваться более глубокий системный анализ, основанный на экономико-математических моделях и позволяющий из хаотических стохастических эмпирических данных выделять закономерности, законы, находить альтернативные пути развития, оптимально распределять ресурсы компании. Маркетинговые исследования необходимы для упорядоченных устойчивых продаж товаров, услуг. Маркетинговые исследования, представляющие собой маркетинг-план, являются составной частью инвестиционных проектов. Маркетинговые исследования позволяют ответить на множество важных практических вопросов: Какова емкость рынка для того или иного товара, услуги в настоящем и будущем? Какова доля рынка самой компании? Кто является покупателем конкретного товара, услуг на определенной территории в стране или странах и какова платежеспособность покупателей? Каковы предпочтения, требования потребителей к тому или иному товару, услуге? Какие компании являются конкурентами, какова их доля на рынке и какова их технологическая, коммерческая стратегия? Каковы сильные и слабые стороны конкурентов? Какова ценовая политика конкурентов? Какая должна быть концепция по продвижению конкретного товара, услуги и какие соответствующие финансовые средства необходимо вложить? Какова динамика цен на данный товар или услугу? Каковы внешнеторговые цены на товары и услуги или на группы товаров?

В условиях современных динамично развивающихся рынков маркетинговые исследования становятся актуальными для краткосрочного и долгосрочного прогнозирования рыночных тенденций. На мировом рынке существует множество компаний, информационных агентств, проводящих маркетинговые исследования и специализирующихся на том или ином сегменте рынка, области индустрии. Pyramid Research (www.pyramidresearch.com) является одной из мировых компаний в области маркетинговых исследований телекоммуникационного рынка. Компания специализируется в маркетинговых исследованиях и анализе развивающихся телекоммуникационных рынков Азии, Латинской Америки, Африки, Среднего Востока, Восточной Европы и СНГ. Pyramid Research прогнозирует рыночные тенденции, возможности инвестиций, используя многочисленные данные, аналитические

модели. Область исследования компании включает определение емкости и сегментов рынка, тенденции в развитии телекоммуникационных технологий, услуг, в формировании цен, тарифов и т.д. Анализ ведется, исходя из данных, получаемых из правительственных кругов, из бесед с правительственными должностными лицами, с компаниями-производителями, крупными торговыми фирмами, дистрибьюторами и т.д. Анализируются данные также по произведенным отгрузкам товара, контрактам, существующим проектам, ценам.

Среди компаний на российском телекоммуникационном рынке для анализа рыночных тенденций, состояния рынка, часто используются аналитические маркетинговые исследования таких агентств как Interfax Information service (www.interfax-news.com), Prime-Tass (www.prime-tass.com). Всесоюзный научно-исследовательский конъюнктурный институт (ВНИКИ, www.vniki.ru) является одной из крупнейших российских экономических структур, проводящих международные маркетинговые исследования, оценку инвестиционных проектов и программ с учетом результатов маркетинговых исследований, осуществление краткосрочных и долгосрочных прогнозов развития того или иного рынка, перспективы по продвижению на него товаров, а также многие другие концептуально-аналитические работы, включая разработку технико-экономических обоснований инвестиционных проектов, бизнес-планы для целей долгосрочного планирования внешнеторговой деятельности предприятий с использованием данных маркетинговых исследований международных товарных рынков.

Емкость или размер рынка. Полное потребление определенного товара в определенной стране принято называть емкостью рынка (market capacity) или размером рынка (markets size), определяемые как объем реализуемого в стране или регионе страны товара на основе данных национальной экономической и внешнеторговой статистики (см. параграф 5.2). Термин «market size» наиболее часто используется иностранными компаниями при проведении маркетинговых исследований. Прогноз емкости рынка или размера рынка является одним из основных экономических показателей, позволяющих компании оценить предполагаемый объем будущих продаж своих товаров и соответственно планировать объемы производства этих товаров. Большинство существующих экономико-математических моделей применительно к прогнозу емкости рынка сводятся к обычной простой расчетной модели, основанной на экстраполяции уже полученных эмпирических статистических данных

какой-либо задаваемой аналитической функцией (прямой, степенной, экспоненциальной, логарифмической и т.д.). Под экстраполяцией понимается прогнозирование неизвестных значений функции, экономической траектории за пределы полученных статистических данных. Под любую эмпирическую зависимость, траекторию всегда можно подобрать соответствующую аппроксимирующую функцию, например, в виде полинома, а затем сделать экстраполяцию. Однако эти простейшие модели не могут быть использованы для долгосрочных прогнозов ввиду нелинейности развития рынка, нелинейной зависимости изменения объемов реализуемых на рынке товаров от времени и в целом нелинейности экономической эволюции, зависящей от изменяющихся со временем экономических ресурсов, множества социально-экономических факторов. Нелинейность здесь понимается в более широком смысле как многовариантность развития, как множество различных альтернативных путей, ветвей эволюции. Одним из вариантов выхода из кризиса идей и решения задачи долгосрочного прогнозирования является использование детерминистически-стохастических моделей, учитывающих зависимость экономических траекторий от имеющихся ресурсов и основных определяющих социально-экономических факторов.

Результаты моделирования отображаются, как правило, в графическом виде для маркетинговых аналитических отчетов, презентаций. На рис. 5.3.1 представлена зависимость емкости (размера) рынка от времени по годам для двух аналогичных, однотипных товаров А и В. Статистические данные по емкости рынка получены до 2005 г., а экстраполяция данных была сделана до 2015 г., что позволяет прогнозировать изменяющееся соотношение между объемами продаж товаров А и В, объем продаж каждого из товаров в отдельности и соответственно планировать объемы производства этих товаров. Данные на рис. 5.3.2 дают представление о существующих компаниях-конкурентах и их доли на рынке в пределах одной страны, т.е. доли объема продаж одного из товаров (товара А) каждой из компаний на рынке. Подобные диаграммы или гистограммы строятся для других зависимостей, например, для распределения долей компаний по объемам продаж по различным странам (географическое распределение компаний).

В маркетинговых исследованиях часто используются ставшие классическими методы, принципы, стратегии: SWOT-анализ, PORFOLIO-анализ, GAP-анализ, стратегия по Портеру. Эти методы позволяют описать предметную область, систематизировать статистические данные и

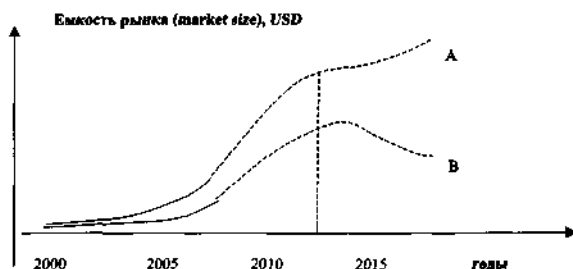


Рис. 5.3.1

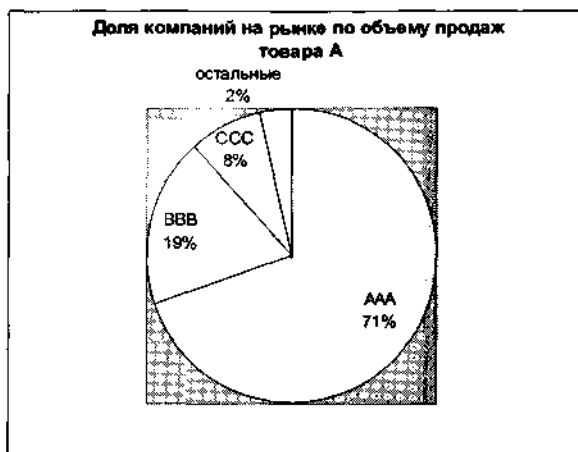


Рис. 5.3.2

представить их в форме, удобной для последующего анализа. Однако существенный недостаток этих методов в том, что в них преобладает описательный, феноменологический характер анализа полученных экономических статистических данных и слабо представлено экономико-математическое моделирование. Тем не менее эти методы являются «классикой» маркетинговых исследований и вносят свой вклад в систематизацию знаний в области маркетинга.

Принципы SWOT-анализа. На эволюцию компании в значительной степени влияет соотношение между позитивными (слабыми) и отрицательными сторонами экономического состояния предприятия. Экономическое состояние можно задать посредством четырех аргументов, условно названных «сила» (strength), «слабость» (weakness), «возможность» (opportunity), «угроза» (threat). Данная функция является базисом SWOT-анализа, на основании которого определяется аль-

тернатива развития предприятия, вероятные события или их комбинации в целях определения экономической стратегии, плана маркетинга. SWOT-анализ начинается с анализа предметной области, отображаемой в виде таблицы 5.3.1. I — поле включает стратегии, использующие сильные стороны для реализации возможностей, положительных факторов, существующих на рынке; II — стратегии, использующие сильные стороны при прогнозировании и устранении угроз, антимеры, снижающие вероятность воздействия в компании отрицательных тенденций, факторов на рынке; III — стратегии, компенсирующие и минимизирующие слабости компании; IV — стратегии, минимизирующие слабости и уменьшающие вероятность воздействия «угроз», отрицательных факторов со стороны рынка как внешней среды.

Таблица 5.3.1

	ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ	
СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	СИЛА И ВОЗМОЖНОСТИ	СИЛА И УГРОЗЫ	I
СЛАБЫЕ СТОРОНЫ	СЛАБОСТЬ И ВОЗМОЖНОСТИ	СЛАБОСТЬ И УГРОЗЫ	II
			III
			IV

Принципы PORFOLIO-анализа. PORFOLIO-анализ, в основе которого заложены матричные модели, базируется на концепции жизненного цикла товара и концепции эффекта опыта [22]. Первая концепция основана на определении зависимости рыночных характеристик от времени существования товара на рынке, жизненного цикла товара, состоящего из стадий «внедрения», «роста», «насыщения», «спада» (таб. 5.3.2):

Таблица 5.3.2

Рыночные характеристики	Внедрение	Рост	Насыщение	Спад
Объем продаж				
Прибыль				
Конкуренция				

Концепция жизненного цикла и соответственно PORFOLIO-анализ могут быть усовершенствованы с учетом того факта, что жизненный цикл товара имеет нелинейный характер. Жизненный цикл технологий, товара, услуг в традиционном понимании линейной траектории с позиций теории жизненных циклов (the life cycle theory) не имеет альтернатив развития, детерминирован (предопределен) и проходит через строго определенные фазы: внедрение (introduction) \Leftrightarrow рост (growth) \Leftrightarrow зрелость (maturation) \Leftrightarrow насыщение (saturation) \Leftrightarrow спад (decline) \Leftrightarrow уход с рынка (withdraw), завершение ЖЦ. Понимание ЖЦ как нелинейной траектории дает альтернативу в развитии ЖЦ, возможность ухода от предопределенности в неминуемом завершении ЖЦ. Волнообразный нелинейный характер жизненного цикла товара или технологии может быть объяснен на основе знаний эволюционной экономики, экофизики. Жизненный цикл технологий проходит через следующие основные этапы: проведение фундаментальных и соответствующих прикладных научных исследований \Leftrightarrow возникновение технологии \Leftrightarrow получение продукта, товара \Leftrightarrow распространение товара в экономическом пространстве \Leftrightarrow экономическая нелинейная волнообразная траектория \Leftrightarrow продолжение или завершение распространения технологии, товара в экономическом пространстве.

Вторая концепция PORFOLIO-анализа основана на эффекте опыта, заключающемся в том, что затраты на единицу товара снижаются по мере накопления опыта производства, за счет увеличения объема производства (эффект опыта). Для классификации применяется матричная модель Бостонской консалтинговой группы (рис. 5.3.3) [22]. Данная модель построена на следующих постулатах: 1) прибыль и капиталы увеличиваются с ростом доли рынка в результате действия эффекта масштаба; 2) с ростом объема продаж требуются денежные средства на увеличение оборотного капитала; 3) прибыль, полученная при продаже товара, находящегося в стадии зрелости, может быть направлена на развитие товаров, находящихся в на стадии роста.

«Звезды» (высокая доля занимаемого рынка, высокий рост) — товар, занявший большую долю быстрорастущего рынка. Приносимый доход идет на развитие данного товара. «Дойные коровы» (высокая доля, низкий рост) — товар на стадии зрелости, занимает высокую долю рынка. Приносимая прибыль может быть направлена на развитие других товаров. «Знаки вопроса» (низкая доля, высокий рост) — товар, имеющий низкую долю на быстрорастущем рынке. Вопрос в том, не-

обходимы ли инвестирования в данный товар или же нет ввиду того, что инвестиции значительно превышают доход от товара. «Собаки» (низкая доля, низкий рост) — товар, находящийся в стадии зрелости и низкой доли рынка. Прибыль от данного товара необходимо инвестировать в «звезды» или «вопросительные знаки». На основе данной матрицы принимается решение о характере деятельности компании в каждом из направлений развития производства товара. Источником получения данных могут быть ежегодные отчеты компании.

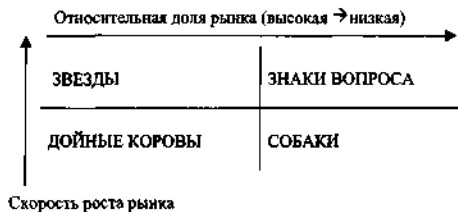


Рис. 5.3.3. Матрица Бостонской консалтинговой группы

GAP-анализ. Для достижения целей компании, например, достижения определенного объема продаж V в определенный момент времени T , может применяться GAP-анализ [22]. На первом этапе анализа планируются параметры роста, например, объем продаж с течением времени с использованием простейшего экстраполирования посредством задания, допустим, линейной функции. Данное экстраполирование прогнозирует достижение объема $V_{\text{прогноз}}(T)$ (рис. 5.3.4).

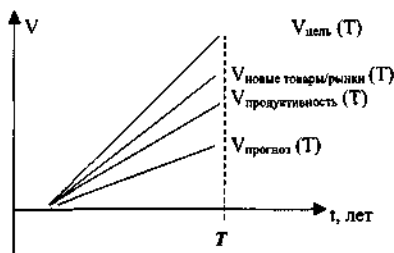


Рис. 5.3.4. Зависимость объема продаж от времени (GAP-анализ)

Чтобы достичь более высокого уровня объема продаж $V_{\text{продуктивность}}$, т.е. «закрыть» зазор-интервал (gap) до уровня $V_{\text{продуктивность}}$, необходимо улучшить деятельность компании. Чтобы подняться выше уровня $V_{\text{продуктивность}}$, приближаясь к цели $V_{\text{цель}}$, необходимо изменить стра-

тегию компании (расширение рынка сбыта, ускорение модернизации товара, сегментация и т.д.), пройти через уровень $V_{\text{новые товары/рынки}}$. Для достижения цели-уровня продаж $V_{\text{цель}}$ компания может применить стандартные стратегии: 1) разработку рынка путем мероприятий маркетинга: применение методом ценообразования, ориентированного на избранный сегмент рынка: метод прорыва (снижения цен до минимально возможного уровня), дифференциального ценообразования (скидки); 2) расширение рынка через сбыт на региональных рынках, формирование спроса и стимулирование сбыта; 3) модернизацию товара, проведение горизонтальной диверсификации, заключающейся в производстве нового поколения товара.

Конкурентная стратегия по Портеру. Конкурентная стратегия М. Портера, профессора Гарвардской школы бизнеса [56] основана на допущении, что устойчивость позиции компании есть функция издержек производства и сбыта товара, незаменимости товара. В соответствии со стратегией Портера следуют выводы: наибольшую рентабельность достигают крупные компании, занимающие большую долю рынка, или небольшие компании, узко специализирующиеся на каком-либо сегменте рынка. Транснациональные корпорации, как правило, совмещают две стратегии: они стараются занять как можно больший процент уже занятого рынка при комбинированной стратегии на сегментацию новых рынков. ТНК является более устойчивой экономической структурой по сравнению с небольшими компаниями, совмещающая стратегию на сегментацию (стратегия А по «вертикали») и стратегию на увеличение занимаемых сегментов, распространения по всему рынку (стратегия В по «горизонтали»). Стратегии А, В являются взаимосвязанными процессами в экономическом пространстве рынка: А — движение от единичного к общему (от сегмента к охвату всего рынка), В — движение от общего к единичному (от охвата рынка до охвата всех сегментов).

По М. Портеру можно выделить три основные стратегии, повышающие конкурентоспособность компаний в соответствии с матрицей конкуренции по Портеру (рис. 5.3.5). Для стратегии *дифференциации* товар должен быть уникальным, неповторимым, более высокого качества в сопоставлении с товарами конкурентов. При стратегии *лидерства в снижении издержек* компания должна стремиться уменьшить затраты, издержки до более низкого уровня, чем у конкурирующих компаний. *Стратегия фокусирования (концентрации) на сегменте рынка* подразумевает концентрацию деятельности компании на одном определен-

ном сегменте или нескольких сегментах рынка и достижение лидерства на этих сегментах.

Дифференциация	Лидерство в снижении издержек
Фокусирование (концентрация) на сегменте	

Рис. 5.3.5. Матрица конкуренции по Портеру

Все вышеперечисленные маркетинговые методы анализа, стратегии основаны на феноменологическом подходе, а не на более строгих экономико-математических моделях. Одним из наиболее перспективных направлений развития этих методов является применение экономико-математических моделей на основе знаний эволюционной экономики, экономофизики, позволяющих предсказывать различные экономические траектории, жизненные циклы компаний, товаров и технологий.

5.4. МЕТОДЫ РАСЧЕТА И УСТАНОВЛЕНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ЦЕН

Изменения, колебания рыночных цен, внешнеторговых цен во времени определяются универсальными экономическими законами, законами спроса и предложения. С точки зрения классической экономической теории законы спроса и предложения формулируются следующим образом: 1) закон спроса: спрос на товары в количественном выражении изменяется в обратной зависимости от цены; 2) закон предложения: предложение на товары в количественном выражении изменяется в прямой зависимости от изменения цены; 3) закон рыночного ценообразования: цена стремится к точке равновесия, равновесной цене, при которой спрос равен предложению (рис. 5.4.1) [9].

Реальные экономические траектории (кривые) спроса и предложения нелинейны (рис. 5.4.1, 5.4.2, 5.4.3). Причем, нелинейность может пониматься более широко: нелинейность траектории проявляется не только в отсутствии линейной зависимости, но и в том, что существуют две основные возможные альтернативы развития по траектории в направлении увеличения или уменьшения спроса и предложения, приводящие к бифуркации (разделению) экономической траектории.



Рис. 5.4.1. Пример реальной траектории спроса и предложения
 (*количество Q может быть измерено в шт. или иных ед. измерения количества товара)

На цену предложения или спроса влияют количество и качество имеющихся ресурсов, например, финансовых, множество социально-экономических факторов, представляющих собой степени экономической свободы: изменение себестоимости продукта за счет, например, изменившихся издержек производства, демографический фактор, покупательная способность населения, цены от конкурентов, банкротство конкурентов, увеличение цен на приобретенные ресурсы для производства товара, существующих налогов и т.д. Данные факторы в своей совокупности влияют на экономическую траекторию предложения и приводят к ее нелинейности (рис. 5.4.2, 5.4.3). Типичный пример изменения рыночной цены предложения (цены от продавцов) во времени показан на рис 5.4.2.

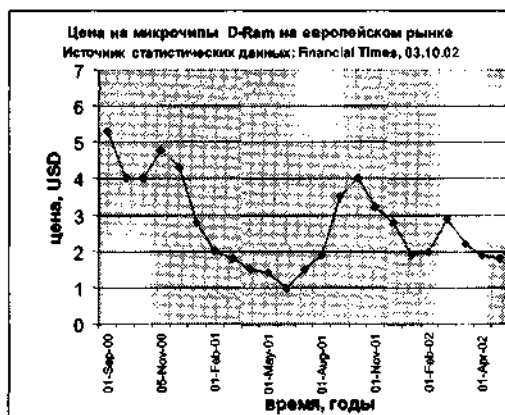


Рис. 5.4.2. Цена микрочипов на европейском рынке

В экономических моделях, как правило, рассматривается статическое рыночное равновесие спроса и предложения, но в реальной экономике наблюдается динамическое равновесие (рис. 5.4.3). На рис. 5.4.3

изображен пример траекторий с динамическим равновесием спроса и предложения в т. Q_{pi} , Q_{pk} . Динамическое равновесие заключается, в частности, в том, что точка равновесия (Q_p, C_p) изменяется с течением времени и «дрейфует» от Q_{pi} к Q_{pk} : $Q_{pi} \Rightarrow Q_{pk} \Rightarrow \dots \Rightarrow Q_{pi}$.



Рис 5.4.3. Динамическое рыночное равновесие спроса и предложения

Каковы причины того, что спрос и предложение приходят к рыночному равновесию? Классическая экономическая теория объясняет эти причины только для статичного, а не динамичного рыночного равновесия, причем эти причины объясняются на феноменологическом уровне общими экономическими механизмами, обеспечивающими на рынке согласование интересов покупателей и продавцов, стремлением к максимуму прибыли, принципами формирования равновесной цены, а не первыми, первопричинными принципами, законами, влияющими на экономические траектории спроса и предложения.

Законы спроса, предложения, рыночного ценообразования являются следствиями более универсальных законов эволюции экономических структур, в частности, принципа Ле Шателье-Брауна: предложение превышает спрос, начинает действовать обратная связь в соответствии с принципом Ле Шателье-Брауна, рыночная цена снижается, спрос увеличивается, предложение уменьшается, таким образом, цена стремится к динамично равновесной цене, при которой спрос равен предложению.

Тенденция цены предложения к максимальному значению не может быть объяснена только стремлением продавца к максимальной прибыли при продаже товара по определенной, желательно максимальной цене, хотя это стремление и является одной из составляющих экономической цели, представляющей собой вектор эволюции для цены предложения.

Вопрос, почему цена предложения стремится к рыночной относительно максимальной величине, является частным в сравнении с общим вопросом, почему экономические величины, параметры, характе-

ризирующие эволюцию экономических структур, стремятся к максимуму. Стремление к максимуму может быть объяснено наиболее общими универсальными эволюционными законами, эволюцией к максимальному жизненному циклу и максимуму энтропии, пирамидальным характером жизненных циклов [63; 64;114].

Процесс ценообразования, последовательность становления внешнеторговой цены от производителя основана на общих экономических принципах формирования рыночной цены в соответствии со следующей схемой: определение предприятием-производителем себестоимости произведенных товаров или услуг, т.е. стоимости всех издержек производства \Rightarrow формирование цены от предприятия-производителя ($[(\text{себестоимость})+(\text{прибавочная стоимость})]$) \Rightarrow сопоставление цены от предприятия-производителя с существующими мировыми рыночными ценами на аналогичные товары, услуги, ценами конкурентов \Rightarrow коррекция цены в соответствии с изменением текущих цен на мировом рынке.

Прежде, чем начать производство или продажу товаров, услуг как на внутреннем, так и внешних рынках компания должна рассчитать предполагаемую себестоимость товаров, услуг, издержек производства, цену продаж, прибыль от продаж, сопоставить предполагаемые доходы с издержками при производстве и/или продажах, внешнеторговые цены, по которым могут быть проданы товары, услуги на внешних рынках, в конкретной стране или ряде стран.

Три основных этапа формирования цены товара

1 этап. Оценка всех издержек и прибыли предприятия-производителя (товаропроизводителя).

Издержки классифицируются на постоянные издержки, не зависящие от объема, количества производимой продукции, выполняемых работ, и переменные реальные издержки, которые зависят от объема, количества производимой продукции, выполняемых работ. К постоянным издержкам (*fixed costs*) относят зарплату работникам, персоналу, администрации, арендную плату, затраты за электроэнергию, отопление, телекоммуникации (телефонная связь, электронная почта, интернет и т.д.) и т.д. В случае, если работники получают сдельную зарплату, премии (бонусы), начисляемые в зависимости от количества произведенной продукции, то зарплату этих работников относят к переменным издержкам. Переменные или прямые издержки (*variable, direct*

costs) включают в себя расходы на материалы, комплектующие, сырье, топливо, электроэнергию для производства с учетом инфляции, упаковку, доставку, складские расходы и т.д. В случае производства более, чем одного наименования товара, для распределения издержек, определения оптимального объема, количества, ассортимента товаров применяется *метод предельных издержек (маржинальный метод)*.

На основе этого метода издержки делятся между производимыми товарами пропорционально доли прибыли каждого товара в общей прибыли от производства всего ассортимента товаров, доли в общем объеме продаж, а затем определяется себестоимость товара, включающая все постоянные и переменные издержки. Следующий шаг: к себестоимости товара добавляется прибыль компании, составляющая, как правило, не менее 10 %. В итоге получается минимальная цена от товаропроизводителя.

Для определения оптимального объема производства товаров делают сравнение между приростом издержек компании и приростом выручки компании как результата увеличения объема производства и продаж товаров. Под выручкой понимаются денежные средства, полученные от реализации товаров (или также работ, услуг в общем случае). На основе анализа издержек компании находится *точка безубыточности*, соответствующая такой выручке компании и одновременно такому объему производства товаров, при которых, как минимум, происходит покрытие всех издержек и достигается нулевая прибыль компании. Точка безубыточности показывает минимальную величину выручки и объема производства товаров компании, ниже которой производство товаров будет убыточным и не будет окупать понесенных издержек. Или же иначе, точка безубыточности — это минимальная величина выручки, нижняя граница объема производства товаров компании, начиная с которой компания будет получать прибыль и окупать все свои издержки.

Маржинальный метод обычно подробно излагается в рамках курсов «Теоретическая и прикладная экономика», «Финансовый анализ», «Маркетинг» во многих российских ВУЗах, в том числе и во Всероссийской Академии Внешней Торговли.

2 этап. Анализ, учет цен компаний-конкурентов на похожий товар.

Минимальная цена от товаропроизводителя, полученная на 1-м этапе, сравнивается на 2-м этапе с ценами компаний-конкурентов на данный или аналогичный товар, а затем корректируется и устанавлива-

ется на уровне среднестатистической цены конкурентов. В случае, если компания намеревается потеснить конкурентов и претендует на доминирующие позиции на рынке, то цена может быть установлена на уровне ниже среднестатистической цены конкурентов. В случае же выхода нового товара практикуются две совершенно противоположные маркетинговые стратегии: одна стратегия (стратегия «снятия сливок») — стратегия максимализации прибыли на установление максимально высокой цены; как правило, эта стратегия используется при продвижении на рынок продуктов питания, лекарств, электроники, средств связи, автомобилей и других высокотехнологичных товаров, пользующихся традиционно высоким спросом; другая стратегия — на продажу товара по максимально низким ценам, если товар не был ранее известен на рынке, или же продажи нового товара пришлось на период сезонных и предпраздничных распродаж и т.д. (см. «Ценовые стратегии»).

3 этап. Маркетинговые исследования.

Маркетинговые исследования спроса на товар, цен на товар, по которым покупатели готовы покупать товар, предоставляют данные о диапазоне цен, в пределах которых может продаваться товар оптом и в розницу, позволяют сформировать ценовую стратегию и сделать коррекцию цены товара.

Методы расчета цен для внешнеторговых контрактов

1. Метод расчета может основываться на расчете среднестатистической цены, исходя из информации о ценах на аналогичный товар, продаваемый компаниями-конкурентами, о мировых ценах, о рыночных ценах, сложившихся в стране импортера.

Перед заключением контракта на поставку того или иного товара, в особенности при поставке технологического оборудования, крупные компании-импортеры часто организывают внутренний тендер (конкурс) среди известных им продавцов-производителей на закупку товара в целях получения оптимальных цен с позиции «цена-качество», в случае технологического оборудования «цена-качество-соответствие технических параметров системы заданному проекту». Выбрав 2—5 потенциальных продавцов-поставщиков, компания-импортер начинает «торг» с этими продавцами, добиваясь снижения цены, скидки. Исходя из величины требуемой покупателем скидки можно определить цену предложения по сравнению с другими конкурирующими продавцами, участвующими в тендере. Правда, эта информация может быть невер-

ной: при примерно равных ценах предложения от продавцов, покупатель может добиваться скидки от всех продавцов одновременно или специально проверять покупателей, насколько можно «сбить» цену. В случае давних сложившихся деловых отношений между покупателем-импортером и продавцами покупатель часто информирует 2—5 потенциальных продавцов-поставщиков о ценах предложений в тендере. В любом случае, все тайное становится явным рано или поздно, поэтому часто не имеет смысла скрывать цены конкурирующих предложений.

2. Метод расчета — на основе расчета среднестатистической розничной рыночной цены на товар, которая является относительным пределом для импортной контрактной цены: компания-импортер не может импортировать товар по цене выше уже существующих розничных цен на рынке в стране импортера.

Основываясь на розничных, оптовых ценах на конкретный товар, информации об импортных пошлинах, налогах можно сделать расчет импортной цены, исходя из простейшей импортной схемы с минимальным числом торговых посредников:

$$\begin{aligned} & [\text{максимальная импортная цена (компания-импортер)}] = \\ & = [\text{розничная цена (магазин)}] - [\text{средняя маржа магазинов}] - [\text{средняя} \\ & \quad \text{маржа оптовых компаний}] \end{aligned}$$

Информация о средней марже (средней торговой наценке) магазинов и оптовых компаний для того или иного товара, как правило, известна коммерсантам, исходя из их опыта, статистических данных, получаемых из открытой печати, специализированных журналов, периодических изданий по маркетингу, из собственных оценок в результате сравнения розничных и оптовых цен. Информацию о розничных и оптовых ценах можно получить в результате маркетинговых исследований, воспользовавшись услугами профессиональных компаний по маркетингу или проведя собственные исследования на основе данных из каталогов компаний, прейскурантов (price-list), в том числе размещенных на Интернет-сайтах компаний-продавцов и т.д.

3. В случае поставки технологического оборудования под конкретный проект метод расчета основывается на расчете цены оборудования определенной технологической конфигурации под этот проект. Каждая из компаний-производителей имеет свою методику расчета в зависимости от конфигурации технологической системы, той или иной ком-

плектации оборудования, цен от субпоставщиков (субподрядчиков). Затем, в случае проведения тендера эта цена коорректируется, исходя из цен других конкурентов-продавцов, участвующих в этом тендере.

4. На основе экономико-математических методов прогнозирования, позволяющих с определенной точностью на определенный промежуток времени оценить будущие цены на импортируемый или экспортируемый товар, исходя их множества рыночных, социально-экономических факторов.

Приведение расчетных контрактных цен

При расчетах контрактных цен на основе цен от продавцов-конкурентов необходимо привести эти цены к единой «системе отсчета», к одной расчетной базе на основе:

- а) единой единицы измерения количества товара;
- б) одной и той же валюты (пересчета цены в одной единой валюте);
- в) единой формы платежа;
- с) приведения к единому базису поставки в соответствии с Инкотермс (подробнее см. «Условия Инкотермс», главу 4 и раздел 2 Приложения). Например, если цена от одной компании дается на условиях СІР, а цена другой компании — на условиях FOB, то цены должны приводиться, сравниваться на базе или только СІР или FOB. В случае сравнения на условиях СІР к цене FOB должна быть добавлена предположительная стоимость доставки (транспортная составляющая), включающая в себя экспортную таможенную очистку в стране продавца-экспортера, международную транспортировку;

д) единой технологической конфигурации системы и одних и тех же предоставляемых услуг (в случае технологического оборудования). К примеру, в одну из конкурирующих цен могут быть включены те или иные компоненты и шеф-монтажные работы, а в другую-не включены;

г) иных существенных коммерческих условий, факторов.

Для внешнеторговых цен по контрактам на экспорт и импорт должны всегда указываться базисные условия в соответствии с Инкотермс (подробно см. «Условия Инкотермс», главу 4 и раздел 2 Приложения).

Пример расчета цены на условиях DDP при импорте в Россию

Продавцы (нерезиденты) предпочитают не поставлять товар в Россию на условиях DDP, однако часто необходимо рассчитать цену

товара на этих условиях при поставках «под ключ» («turn-key basis»), по требованию покупателя, имеющего цены на условиях DDP от конкурентов, при проведении маркетинговых исследований российского рынка, конъюнктуры и цен [37].

Ориентировочная стоимость товара на условиях DDP вычисляется следующим образом:

$$C_{DDP} = C_{CIP} \text{ (или } C_{DDU}) + C_{П} + C_{Сб} + C_{А} + C_{НДС} + C_{Доп},$$

где C_{CIP} (или C_{DDU}) — стоимость на базе поставки CIP или DDU; $C_{П}$ — сумма в размере ввозной пошлины для товаров, облагаемых ввозными таможенными пошлинами; $C_{Сб}$ — таможенный сбор за таможенное оформление товаров; $C_{А}$ — сумма в размере начисленного акциза для товаров, облагаемых акцизами; $C_{НДС}$ — сумма налога на добавленную стоимость (НДС); $C_{Доп}$ — дополнительные расходы, связанные с оплатой услуг таможенному брокеру, с возможным хранением товара на складе СВХ и т.д. Метод расчета $C_{П}$, $C_{Сб}$, $C_{А}$, $C_{НДС}$ изложен в параграфе 3.8 «Расчет таможенных платежей».

Можно посоветовать вести расчет DDP цены в стандартной программе Excel (Microsoft), предварительно создав расчетную таблицу по подобию приведенной таблицы 5.4.1. Этот простой вариант расчета позволит избежать ошибок, характерных при «ручном» расчете с помощью калькулятора. В эту таблицу могут быть добавлены другие дополнительные затраты (расчетные поля) в зависимости от того, какие реальные затраты несет компания-импортер до момента доставки товара до своего склада после прохождения импортных процедур (импортной таможенной очистки), а если точнее, до момента поставки товара на баланс компании после предоставления грузовой таможенной декларации в бухгалтерию компании. Метод расчета таможенных платежей, необходимых для вычисления DDP цены, изложен в главе «Расчет таможенных платежей».

Условия DDP в соответствии с Инкотермс сформулированы и применимы в том случае, когда заключен прямой внешнеторговый контракт между Продавцом, являющимся иностранной компанией (нерезидентом РФ) и Покупателем — российским юридическим лицом (резидентом РФ). Это означает, что Покупатель обязан оформить паспорт внешнеторговой импортной сделки, произвести оплату в валюте по контракту, а также содействовать в проведении импортной таможенной очистки,

предоставляя все необходимые документы для таможенных и иных государственных органов. Покупатель по просьбе Продавца на его риск и за его счет обязан содействовать в получении любых лицензий, разрешений или иных официальных документов, если это требуется для импорта товара. По просьбе Продавца на его риск и за его счет Покупатель обязан содействовать в получении документов, выдаваемых или передаваемых из страны ввоза, которые может потребовать Продавец для предоставления товара в распоряжение Покупателя (подробнее см. условия DDP в Инкотермс, главу 4 и раздел 2 Приложения).

Заметим, что в России большинство официальных разрешений для импорта может быть получено только Покупателем, а не Продавцом. Данные особенности условия DDP иногда не принимаются во внимание, а само условие DDP по Инкотермс неправильно понимается как поставка, при которой Покупатель может не участвовать во внешнеторговых операциях, не содействовать в проведении таможенных процедур. Российские покупатели иногда просят продавцов-экспортеров рассчитать цену товара или поставить товар на условиях DDP, подразумевая, что намереваются купить на рубли товар, прошедший импортную таможенную очистку, доставленный «от двери-до двери» без какого-либо своего участия во внешнеторговых операциях, т.е. на тех условиях, которые, на самом деле, не являются условиями DDP по Инкотермс. В этом случае иностранный Продавец может предложить для российского Покупателя следующую логистическую внешнеторговую схему по импорту товара:

Продавец ⇔ поставка/доставка на условиях, например, CIP или DDU по внешнеторговому контракту между Продавцом (нерезидентом РФ) и его дочерней компанией или дистрибьютором в качестве покупателя (резидентом РФ) в России, оплата за поставленный товар осуществляется в валюте, импортная таможенная очистка, оплата таможенных платежей производятся экспедитором/таможенным брокером дочерней компании или дистрибьютора Продавца (российское юридическое лицо) импортер — дочерняя компания или дистрибьютор Продавца ⇔ доставка «от двери — до двери» по договору между дочерней компанией или дистрибьютором Продавца (резидентом РФ) и Покупателем (резидентом РФ), оплата за поставленный товар в рублях ⇔ Покупатель. Подобная схема широко используется на практике в тех случаях, когда Покупатель покупает товар на условиях «от двери-до двери» и не имеет возможности или не желает участвовать в формальностях внешнеторговых операций.

№ поз. Item No	Описание Description	К-во QTY	Цена за единицу, USD per unit	Сумма, USD amount	Код ТН ВЭД HS code	Ставка таможенной пошлины в% customs duty rate	НДС в % VAT, %	Таможенные платежи customs duties, USD				Дополнительные расходы additional expenses				Итого Total USD	
								таможенные процедуры customs fee	таможенная пошлина customs duty	НДС VAT	общая сумма subtotal	хранение на таможенном складе CBX customs warehouse storage	оплата таможенному брокеру customs broker's cost	доставка от склада CBX до склада покупателя delivery from customs warehouse to customer's warehouse	страхование при хранении и доставке insurance for storage and delivery		
1	Электр. модуль ACS (module ACS)	7	650	4,550	8517908200	5	18	7	228	860	1095	расчет для одного лота (партии) товара (товарные позиции 1 и 2 вместе)	200	500	150	28	5,645
2	Микроконтроллер (microcontroller)	10	300	3,000	8542215000	10	18	5	300	594	899		3,899	878			

Итого: стоимость оборудования (total equipment cost) на DDP — Москва, USD (поз. 1 и 2 вместе): 10 422

Таблица 5.4.1

Задача прогнозирования, расчета цен, в том числе внешнеторговых, является более глобальной и сложной, чем это представлено выше в упрощенном виде. Для решения этой задачи могут использоваться экономико-математические методы расчетов, модели эволюционной экономики [42; 43; 44; 45; 104] и эконофизики. Развитие математических методов описания (формализации) эволюционных процессов представляет собой поступательный эволюционный процесс от применения распределения Гаусса до применения эволюционных универсальных дифференциальных уравнений [61]:

Распределение Гаусса (непрерывное распределение вероятностей), распределение Пуассона (дискретное распределение вероятностей) и т.д., линейные дифференциальные уравнения.



Распределения, учитывающие несимметричность (Леви и т.д.), уравнения Фоккер-Планка и т.д., численные вероятностно-статистические методы расчета (метод Монте-Карло и т.д), метод клеточных автоматов, эволюционные нелинейные уравнения, дающие частные решения, фрактальный анализ: обобщенные диффузионные уравнения с дробными производными, вейвлет-анализ, нейросетевые методы и т.д.



Эволюционные нелинейные дифференциальные уравнения, например, уравнения параболического типа, уравнения, имеющие детерменистическую и стохастическую компоненты, уравнения хаотической механики [52; 53], дающие фундаментальные решения, учитывающие нелинейность траектории, несимметричность распределений, новые численные вероятностно-статистические методы расчета.



Следующий будущий этап эволюции уравнений, математических методов описания нелинейных процессов.

В будущих экономико-математических моделях будет преобладать детерменистически-стохастический подход, подразумевающий в своей основе эволюционные уравнения, имеющие детерменистическое (детерменированное) «ядро» (регулярную компоненту) и стохастическую оболочку (сингулярную компоненту), иные математические методы, учитывающие законы эволюции, основные социально-экономические факторы (степени свободы) и приводящие

к множеству альтернативных, но определяемых решений, учитывающих нелинейность эволюционных траекторий. Регулярная компонента в эволюционных уравнениях учитывает процессы упорядочения, задающие регулярную траекторию в соответствии с вектором эволюции, а сингулярная компонента формализует процессы хаоса, задающие сингулярную, стохастическую траекторию в условиях неопределенности воздействующих внутренних (внутрисистемных) и внешних факторов.

Ярким примером применения уравнений математической физики является известная среди экономистов, финансистов модель Блэка и Шоулса. В 1973 г. Блэк и Шоулс (Black F. and Scholes M.) опубликовали работу [81], в которой была представлена модель оценки опционов и соответствующая экономико-математическая формула, впоследствии ставшая известной как формула Блэка и Шоулса. Эта модель была затем развита Шоулсом и Мертоном (Merton R.) [107]. Начиная с 1970-х, формула Блэка и Шоулса широко использовалась для вычисления стоимости опционов и была своеобразным стандартизированным алгоритмом оценки опциона для большинства трейдеров-участников биржевых торгов. Уравнение и формула (решение уравнения) Блэка и Шоулса по-прежнему используются экономистами ввиду относительной своей универсальности. Столь относительно долгий жизненный цикл модели Блэка и Шоулса (Black & Scholes model) обусловлен тем, что эта модель основана на эволюционном уравнении, учитывающем реальные стохастические экономические процессы, универсальные для биржевой торговли вне зависимости от размера фондовой биржи, времени торгов.

Модель Блэка и Шоулса была значительным шагом вперед в понимании стохастических экономических процессов, которые, как считалось ранее, не могли быть предопределены, математически предсказаны. Модель Блэка и Шоулса доказала, что стохастические процессы в экономике, например, на фондовом рынке, могут достоверно с определенной точностью прогнозироваться и оцениваться количественно на определенный период времени.

Уравнение Блэка и Шоулса представляет собой следующее уравнение:

$$\frac{\partial V}{\partial t} + \frac{1}{2} \sigma^2 S^2 \frac{\partial^2 V}{\partial S^2} + rS \frac{\partial V}{\partial S} = 0,$$

где $V = V(S, t)$ — стоимость опциона¹ при текущей цене акций S в момент времени t ; r — процентная ставка по безрисковым активам (т.е. активам, будущую доходность которых можно определить с достаточной достоверностью, точностью в настоящем). Примеры безрисковых активов: краткосрочные обязательства правительства, долговые обязательства государственных компаний и т.п.); s — стандартное отклонение для S .

Уравнение Нобелевских лауреатов по экономике Блэка и Шоулса является убедительным примером взаимного проникновения экономических и физических идей. Уравнение Блэка и Шоулса представляет собой частный случай дифференциальных уравнений параболического типа, применяемых для описания физических, в частности, диффузионных процессов, а также процессов теплопроводности.

Решение уравнения Блэка и Шоулса, или другими словами, формула Блэка и Шоулса, может быть получено с учетом граничных условий в виде функции:

$$V(S, t) = SN(d_1) - Ke^{-rT}N(d_2),$$

где $N(d) = 1/\sqrt{2\pi} \int_{-\infty}^d \exp(-x^2/2) dx$ представляет собой нормальное распределение (распределение Гаусса) в интегральной форме.

$$d_{1,2} = \frac{\ln(S/K) + (r \pm \sigma^2/2)T}{\sigma\sqrt{T}},$$

где $V = V(S, t)$ — теоретическая (расчетная по модели Блэка и Шоулса) стоимость опциона «колл»; S — текущая цена базовых акций; r — процентная ставка по безрисковым активам; T — срок (годы) до окончания действия опциона; K — цена исполнения опциона (цена страйк, «strike price», т.е. зафиксированная в контракте-фьючерсе (опционном контракте) цена за акцию, по которой могут быть куплены (опцион

¹ Опцион (option) — один из видов срочного контракта-фьючерса, при котором одна из сторон контракта приобретает право купить или продать товар, ценные бумаги (акции, вексели и т.д.) на определенную дату (дату истечения) по заранее оговоренной цене с уплатой премии (комиссионных). Различаются опционы «колл» («call»), которые покупаются при предположении, что акции будут стоить больше цены, установленной опционом, к которой добавляется цена, оплачиваемая за опцион (премию), и опционы «пут» («put»), которые продаются при предположении, что акции будут стоить меньше цены, установленной опционом.

«колл» («call»)) или проданы (опцион «пут» («put»)) эти акции в случае исполнения опциона); s — годовое стандартное отклонение цены базовых акций.

Экономический смысл первого члена формулы $SN(d_1)$ заключается в том, что этот член оценивает ожидаемую прибыль от покупки базовых акций посредством умножения цены акций S на изменение премии по опциону «колл» по отношению к изменению к цене базовых акций $N(d_1)$, а второго члена $Ee^{-r(T-t)} N(d_2)$ — в том, что он рассчитывает приведенную стоимость цены исполнения на дату истечения опциона. В результате вычитания первого члена из второго получается расчетная рыночная стоимость опциона.

Ценовые стратегии компании. Одной из весьма сложных и важных проблем международной торговли является проблема цен. Через цены реализуется конечные коммерческие результаты, определяется эффективность деятельности всех звеньев производственно-сбытовой структуры компании, его внешнеторговой деятельности. В конечном счете, цены, обеспечивающие компании запланированную прибыль, свидетельствуют о конкурентоспособности его товаров и услуг.

Стоимость любого товара определяется количеством общественно необходимого труда, затраченного на его производство. В то же время относительно стихийно образующиеся на мировом рынке цены на товары, как правило, не совпадают с их стоимостью, а отклоняются от нее в ту или иную сторону. Размер и характер отклонения цены товара от его стоимости в значительной степени предопределяется соотношением между существующим на него спросом и предложением на рынке, степенью монополизации производства и сбыта, особенностями конкуренции на данном рынке, социально — экономическим факторами, торговыми, политическими факторами (таможенные пошлины, нетарифные ограничения, налоги и т.д.).

Задача по определению действительных цен в международной торговле, которые для простоты именуется мировыми ценами, особенно на технологичное оборудование значительно сложнее, чем на другие товары. К числу таких сложностей относят множественность цен, т.е. существование различных уровней цен на примерно одно и то же оборудование, по которым оно экспортируется отдельными странами и компаниями и реализуется на различных рынках.

На стандартное оборудование компании-поставщики выпускают прейскуранты (прайс-листы, price-list), размер скидки с этих прейску-

рантов существенно отличаются в зависимости от ситуации на данном рынке и может достигать 50 и более процентов.

Приведем в качестве примера несколько типичных задач, решение которых непосредственно связано с проведением определенной ценовой стратегии.

Выход на новый рынок. В целях привлечения интереса покупателей к товарам компании и постепенного закрепления на новом рынке планируется снижение цен по сравнению с выручаемыми на уже освоенных рынках на первоначальном этапе проникновения на новый рынок с постепенным ступенчатым повышением цен до уровня цен других поставщиков по мере завоевания определенной доли рынка и нахождения постоянных покупателей.

Выход с новым товаром. Эта стратегия связана с выходом с пионерного товара, который обеспечивает компании в течение какого-то времени монопольное положение на рынке. Компании в этих случаях проводят ценовую политику, известную в деловых кругах под названием «снятие сливок» и выражающуюся в установлении максимально высоких цен, которые могут обеспечить норму прибыли, во много раз превышающую среднюю для данной отрасли. Стремление к новому товару у определенной части покупателей настолько велика, что престижные соображения нередко преобладают над рациональными. Однако проведение политики «снятие сливок» ограничено во времени. Например, на рынке электронно-вычислительной техники аналогичные товары конкурирующих фирм появляются уже спустя 6—18 месяцев после выхода пионерного товара. Высокий уровень цен на новые товары стимулирует конкурентов к быстрому созданию похожих товаров или их заменителей, поэтому важно в определенный момент начать снижение цен с целью завоевания новых сегментов рынка.

Преодоление конкуренции. Каждая из компаний стремится сохранить свою долю рынка. Основные методы конкурентной борьбы — это цена, качество товара, сроки поставки, условия платежа, объема и сроков гарантий, объем и качество сервиса, реклама, «паблик рилейшн» (public relations) и другие мероприятия системы формирования спроса и стимулирования продаж. Сегодня считается общепринятым, что неценовые факторы в конкурентной борьбе становятся преобладающими. Тем не менее, ценовые методы конкурентной борьбы не утратили своего значения, хотя они сегодня в большей степени, чем раньше, связаны с качеством и другими потребительскими свойствами товара. К

примеру, если раньше понижение цен на товары одной из компаний неизбежно приводило к снижению цен другими компаниями, то в настоящее время многие компании предпочитают улучшить потребительские свойства своего товара при сохранении или даже некотором повышении реализационных цен. Такая «скрытая» скидка с цен товара при соответствующей рекламе, как правило, вызывает положительную реакцию у современного потребителя, который к тому же часто связывает низкую цену с неудовлетворительным качеством товара.

Последовательная обработка рынка. Эта задача решается ценовой политикой, близкой к политике «снятия сливок». Политика первоначально высоких цен рассчитана на так называемых «покупателей-новаторов», которые готовы переплатить и купить товар, чтобы быть в числе первых потребителей. После установления «премиальных» цен на первом этапе продаж компании, проводящие политику последовательной обработки рынка, переходят к поставкам товаров на другие сегменты рынка, характеризующиеся большой эластичностью спроса, т.е. увеличением объема покупок при снижении цен. Обязательными предпосылками такого метода работы на рынке должны быть эффективная патентная защита, невозможность быстро раскрыть через товар «ноу-хау» и создать имитацию оригинального товара.

Быстрое возмещение затрат. В некоторых случаях уровень цены на товар определяется желанием компании быстро возместить затраты, связанные с созданием, производством и реализацией товара. Такая политика «доступных цен», рассчитанная на быструю реализацию больших объемов товаров, часто вызывается ограниченными финансовыми ресурсами компании или определенной неизвестностью товара и его жизненного цикла.

Удовлетворительное возмещение затрат. При постановке такой задачи обычно используется политика целевых цен, т.е. таких цен, которые в течение заданного периода времени (1—2 года) при определенной загрузке производственных мощностей (обычно не менее 80 %) обеспечивают компании удовлетворительное возмещение затрат и расчетную прибыль на вложенный капитал (примерно 15—20 %), т.е. удовлетворительные в среднем конечные результаты при минимальном риске.

Ценовую политику, рассчитанную на удовлетворительное возмещение затрат, используют обычно крупные машиностроительные, автомобилестроительные и другие корпорации, производящие массовые или крупносерийные товары, реализуемые на множестве рынков.

Стимулирование системных продаж. Современная товарная структура экспорта характеризуется в значительной степени не единичными товарами, а группами товаров, например, в случае технологического оборудования. Компании, производящие высокотехнологичное оборудование, могут предлагать к основному оборудованию технологической системы дополнительное или сопутствующее оборудование, предназначенное для технологической системы. Снижая цену на основное оборудование, компания стимулирует продажу всего технологического комплекса, обеспечивая получение запланированной прибыли.

Установление внешнеторговых цен. Для установления оптимального уровня цен компании используют методы расчета цен, ориентированные на затраты и определенную прибыль, или устанавливают цены административно, т.е., исходя из цен основных конкурентов и платежеспособности покупателей. Рассмотрим некоторые методы установления цен.

Ориентация на средние отраслевые цены. Этот метод характерен для компаний на слабо монополизированных товарных рынках. В основе средних отраслевых цен лежат общественно необходимые затраты труда, которые признаются на международном рынке и обеспечивают прибыль компаниям. Уровень этой прибыли колеблется в зависимости от индивидуальной себестоимости, эффективности организации производства, продаж каждой из конкурирующих компаний.

Ориентация на ценового лидера. Этот подход к установлению цен используется на рынках, характеризующихся олигополистической фирменной структурой, т.е. когда на рынке доминирует несколько (3—5) компаний. Одна из ведущих компаний, занимающая наибольшую долю на рынке, признается остальными компаниями-поставщиками аналогичных товаров негласным ценовым лидером. Любые изменения в уровне цен, предпринимаемые компанией-лидером, воспроизводятся другими компаниями-поставщиками с тем, чтобы не внести хаос в рыночный механизм и сохранить место и долю каждой компании на рынке.

Установление цен предложений на торги. Это типичный административный метод установления уровня цены в условиях конкуренции. Сложность ситуации состоит в том, что каждый из участников торгов или тендера скрывает от конкурентов цены своего предложения. Задача компании, участвующей в торгах, состоит в том, чтобы получить заказ, предложив покупателю такую цену с учетом качества то-

вара и условий платежа, которая должна быть ниже цен конкурентов. При этом каждый из участников торгов стремится предложить такую цену, которая в случае получения заказа не окажется убыточной. Даже в том случае, если необходимо обеспечить загрузку предприятий компании и цена не позволяет получить нормальную прибыль, редко кто из компаний-конкурентов идет на заведомо убыточные цены, так как они могут создать разрушительную для отрасли экономическую ситуацию, ухудшить позицию компании в будущих сделках купли-продажи. В некоторых случаях предложение ниже себестоимости общепринятых отраслевых цен (национальных или мировых) может привести к обвинению в демпинге (демпинговых ценах), судебной процедуре и падению престижа компании.

Участие в торгах или тендере — это строгий учет предельных возможностей компании в получении заказа, анализ всех предыдущих торгов на аналогичный товар, оценка позиций всех основных компаний-конкурентов по предыдущим торгам и выбор наиболее оптимального уровня цен с учетом накопленного опыта.

Ориентация на спрос. В отличие от цен, ориентированных на издержки производства, эти цены основаны на постоянном слежении за спросом и изменением уровня устанавливаемой цены. В упрощенном виде этот метод выглядит следующим образом: при повышении спроса цены устанавливаются на более высоком уровне, при падении спроса — на более низком. И в первом, и во втором случаях предельные издержки производства на единицу продукции остаются одинаковыми. Установление цены в зависимости от реального спроса на товар приводит к «ценовой дискриминации», означающей, что один и тот же товар продается по разным ценам в зависимости от спроса на товар, места или времени продажи. *Ценовая дискриминация* проявляется, например, в случае покупки автомобиля или иного товара длительного пользования.

Один покупатель приходит в демонстрационный зал (автосалон) и оплачивает покупку по прейскурантной цене. Другой покупатель добивается скидки в цене и получает такой же товар по цене более низкой, чем другой покупатель. Компромисс между искусством продавца и настойчивостью покупателя приводит к различным уровням цен на товар в пределах допустимого лимита, известного только продавцу.

Ценовая дискриминация по месту продажи также весьма популярна во многих индустриально развитых странах. Один и тот же товар

имеет разную цену в зависимости от категории магазина, в котором он продается. Дискриминация на основе времени продажи определенных видов товара проявляется в сезонных ценах на модные товары: в начале сезона ультрамодные товары могут стоить на 50 — 100 % дороже, чем в середине сезона, и распродаваться ниже себестоимости, т.е. по сниженным ценам, после окончания сезона.

Естественно желание продавца продать товар по максимально высокой цене, а покупателя купить товар по минимально возможной цене. При этом продавец и покупатель учитывают наличие альтернативных возможностей как продажи, так и покупки аналогичного или близкого по назначению товара, т.е. конкуренцию на рынке среди поставщиков и реальный спрос на данный товар среди покупателей. При наличии других продавцов и покупателей данного товара на данном или других рынках сделка купли-продажи становится возможной при обоюдном желании сторон найти разумный компромисс в установлении цены на товар с учетом его количества и качества и наличия на рынке альтернативы для покупки или продажи аналогичного товара.

Чем выше конкуренция на рынке, тем ниже при прочих равных условиях цена товара. При монопольном положении на рынке, особенно при выходе с новым технологичным оборудованием, наукоемким товаром, продавец, проводя ценовую политику «снятия сливок» (см. выше) может реализовывать товар по монопольно высоким ценам до появления на рынке товаров с аналогичными функциональными характеристиками, предлагаемыми компаниями-конкурентами.

Цена наряду с техническим уровнем, качеством товара, сроками поставки другими существенными условиями сделки (условиями платежа, периодом гарантии т.д.) является одним из основных факторов, определяющих конкурентоспособность товара на внешних рынках.

5.5. НЕЛИНЕЙНЫЙ ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА

Эволюция экономических структур является частью общего эволюционного необратимого нелинейного процесса количественных и качественных изменений структур окружающей действительности во времени, проявляющегося в виде иерархии жизненных циклов этих структур с двумя основными альтернативами: продолжением или завершением жизненных циклов. Система вложенных жизненных циклов образует еще более длительный жизненный цикл более высокой иерархии. Жизненный цикл (ЖЦ) более высокой иерархии (по длительности

ЖЦ) ограничивает жизненный цикл более низкой иерархии. Вне зависимости от масштаба распространения и длительности жизненного цикла каждая из технологий представляет собой «технологическую» волну. Возникшие технологические волны распространяются, образуя единый мировой рынок, систему технологических волн. В данной системе возможно наложение технологических волн (взаимосвязанных технологий), что может привести к взаимному «резонансному» росту распространения (объему продаж).

Технология (от греч. *techné* — умение, мастерство, искусство и *logos* (от греч. *logos*) — наука, знание, учение), или *технологии* представляют собой материализованную форму знаний, опыта, творчества, человеческой мысли, приобретенных навыков, приемов, методов в виде производственных процессов, использующих результаты фундаментальных, прикладных научных исследований, в виде различных способов изготовления, производства сырья, материалов, товаров, услуг или иных средств человеческой деятельности в процессе социально-экономической эволюции, научно-технического прогресса.

Жизненный цикл технологий, товаров в вещественной форме, услуг, а также и экономических структур (фирм, компаний и т.д.) в традиционном понимании линейной траектории с позиций теории жизненных циклов (the life cycle theory) изображен на рис. 5.5.1, при котором ЖЦ не имеет альтернатив развития, детерминирован (предопределен) и проходит через строго определенные фазы: внедрение (introduction) ⇔ рост (growth) ⇔ зрелость (maturation) ⇔ насыщение (saturation) ⇔ спад (decline) ⇔ уход с рынка (withdraw), завершение ЖЦ.

Понимание ЖЦ как нелинейной траектории дает альтернативу в развитии ЖЦ, возможность ухода от детерминированности, предопределенности в неминуемом завершении ЖЦ. Настало время, когда наука, научные знания об эволюционных законах способны предоставить альтернативу в виде продолжения жизненного цикла.

Иерархию из вложенных экономических жизненных циклов можно пояснить причинно-следственной связью между жизненными циклами: жизненный цикл отдельной экономической структуры (компания, фирмы, предприятия, банка и т.д.) первичного «атомарного» уровня, образующего жизненный цикл совокупности экономических структур (ассоциаций, концернов, финансово-промышленных групп) на вторичном, «молекулярном» уровне, которые, в свою очередь, образуют на «многомолекулярном», «структурном» уровне макрогенера-

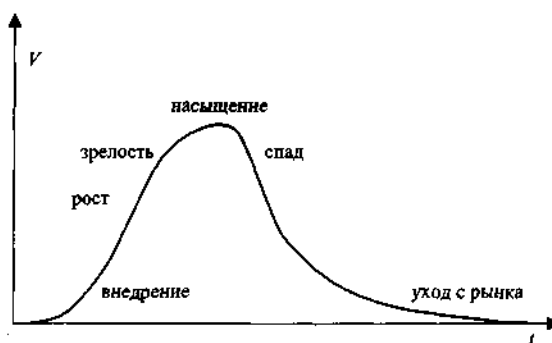


Рис. 5.5.1. Объем продаж (жизненный цикл) товара с позиций традиционной теории жизненных циклов (V — объем продаж может измеряться в единицах денежной стоимости (руб., долл. США и т.д.) с учетом денежной инфляции; в единицах количества (тоннах, штуках) и т.д.)

ции, индустриальные циклы, вносящие свой совокупный вклад в валовый внутренний продукт (ВВП) отдельной страны. ВВП отдельных стран образует мировой ВВП (ВВП мировой экономической системы в целом). Мировой ВВП (World real GDP) является современным реальным суммарным показателем, оцениваемым и используемым для прогнозирования эволюции мировой экономической системы в целом.

Жизненный цикл технологий, экономических структур в понимании нелинейной траектории изображен на рис. 5.2.2 на примере аналоговой и цифровой технологий. Продолжение жизненного цикла может произойти за счет усовершенствования технологии, модернизации товара, услуги, перехода к принципиально новым технологиям, товарам, ресурсам, за счет объединения, слияния технологий, компаний, производящих эти технологии, товары или услуги, и т.д.

Жизненный цикл технологий проходит через следующие основные этапы: проведение фундаментальных и соответствующих прикладных научных исследований \Leftrightarrow возникновение технологии \Leftrightarrow производство товара \Leftrightarrow распространение товара в экономическом пространстве \Leftrightarrow экономическая нелинейная траектория, представляющая собой зависимость $V=f(t)$, где V — объем продаж, $f(t)$ — функция распространения/распределения товара (технологии) на рынке в зависимости от времени \Leftrightarrow продолжение или завершение распространения технологии, товара в экономическом пространстве.

Технологические волны в пределах фундаментальной технологии, переходы от одной фундаментальной технологии к другой, эволюция



Рис. 5.5.2. Объем продаж оборудования на основе аналоговой и цифровой технологий (жизненный цикл экономических структур в понимании нелинейной траектории и иерархии структур)

взаимосвязанных технологий, мегатехнологические волны, в конечном итоге, образуются за счет первичных технологических волн, инициаторами-производителями которых являются научно-исследовательские, научно-технические центры, институты, компании-производители товаров или услуг, иные экономические структуры.

Аналоговая технология имеет свой жизненный цикл, однако фундаментальные технологии производства имеют более длительный и высокий по иерархии уровень жизненного цикла, в пределах которого на смену аналоговой технологии появилась цифровая. Другими словами, фундаментальные технологии, на основе которых созданы аналоговая и цифровая технологии, объединяют эти прикладные технологии в единое целое, образуя совокупность вложенных жизненных циклов (рис 5.2.3). Новейшие технологии не возникают «ниоткуда» и являются результатом накопленных знаний, ресурсов, фундаментальных технологий, давших начало жизненному циклу предыдущих и последующих прикладных технологий.

Можно привести множество примеров нелинейного характера жизненных циклов товаров. Прекрасный исторический пример представляет собой эволюция такого древнейшего в человеческой истории товара как хлеб. С далеких древних времен хлеб был одним из основных продуктов питания, товаров, являющихся предметом купли-продажи (см. рис. 1.9 в главе 1). Прошли многие тысячелетия, но хлеб по-прежнему является одним из основных продуктов питания — товаром,

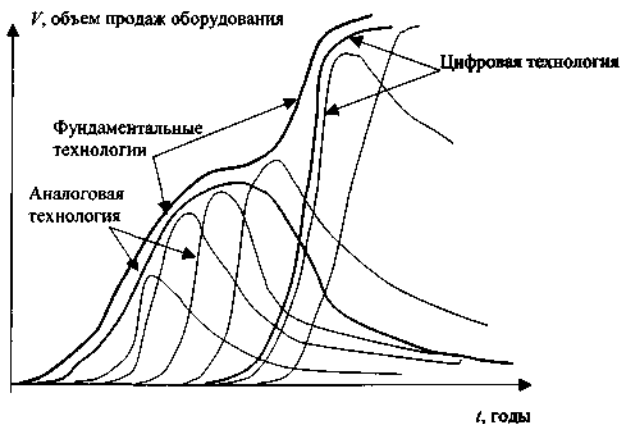


Рис. 5.5.3. Суммарный объем продаж оборудования на основе аналоговой и цифровой технологий как результат суммируемых объемов продаж отдельного оборудования

продолжающим свой многотысячелетний жизненный цикл. Другим ярким историческим примером является эволюция изготовления, производства такого товара как часы. Первыми устройствами отсчета времени были солнечные часы. Во 2-м тысячелетии до нашей эры стали использоваться водяные часы. Период появления песочных часов неизвестен, но, очевидно, что может он был связан с появлением первых технологий изготовления прозрачного стекла. Песочные часы, позволяющие измерять лишь относительно короткие промежутки времени, никогда не были серьезными конкурентами механическим часам, однако до сих пор используются для «экзотики», для своеобразной магической связи между временами, измеряемыми многими столетиями. Первые упоминания о механических часах относятся к концу VI века [57]. В 1657 г. нидерландский (голландский) ученый, физик Х. Гюйгенс (1629—1695) изобрел маятниковые часы со спусковым механизмом, установил законы колебаний фаз маятника и, тем самым, положил первоосновы современной технологии механических часов, которые до сих пор пользуются спросом во всем мире. На смену механическим часам пришли современные электромагнитные, электромеханические, электронные и квантовые (атомные) часы.

Очевидным примером технологических волн является жизненный цикл (экономическая траектория) одного из крупнейших человеческих изобретений — автомобиля, прошедшего более чем столетний путь через многочисленные технологические модернизации, переходы

к принципиально новым технологиям в различных автомобильных компаниях, от автомобилей, работающих на производных переработки нефти (бензине, мазуте), до автомобилей, работающих на водородном топливе, и новейших, пока единичных экспериментальных, авиамобилей, позволяющих перемещаться и на суше, и в воздушном пространстве. Другой пример — это идущая в настоящее время смена традиционных фотокамер на цифровые фотокамеры, что означает постепенную смену технологий, открытых еще в 1840-х годах и основанных на химических методах, на получении видимого изображения на светочувствительных фотографических материалах, на новейшие универсальные технологии, позволяющие преобразовывать видимое изображение через цифровую фотокамеру со светочувствительными полупроводниковыми микрочипами в фотографическое изображение в электронном виде (цифровом формате).

Жизненный цикл информационных технологий, в том числе, жизненный цикл интегральных схем, процессоров также подчиняется эволюционным законам. В соответствии с известным законом Мура (Moore Law), открытым Г. Муром (Moore G.E), одним из ведущих ученых, сотрудников компании Intel в 1965 г., число транзисторов в микросхемах на основе кремниевой технологии примерно удваивается каждые 18 месяцев [109]. По прогнозам компании Intel, мирового лидера в производстве интегральных схем, процессоров, закон Мура будет выполняться, как минимум, до 2010 г. (<http://www.intel.com/>). В ноябре 2003 г. компания Intel представила новейший микрочип, в основе которого используется принципиально новый материал в комбинации с металлами двух различных типов, что позволит значительно увеличить быстродействие процессоров. Материал, металлы, используемые в данной технологии, держатся в тайне, что позволит, по оценкам Intel, сохранить технологическое лидерство в течении двух лет по отношению к своим конкурентам. По словам Р. Виллонера (R. Willoner), технического специалиста группы по производству и технологиям компании Intel, новейшая технология позволяет продлить действие закона Мура, который, как предполагается, будет выполняться также для транзисторов нового поколения [92]. Однако в дальнейшем будут вновь существовать две альтернативы развития жизненного цикла технологий производства интегральных схем, процессоров — его продолжение и переход к новым фундаментальным технологиям или же его завершение.

Различные, взаимоисключающие друг друга прогнозы ученых, технических специалистов по поводу выполнимости закона Мура в будущем отображают два основных возможных альтернативных эволюционных пути, нелинейность развития технологий: продолжение или завершение жизненного цикла технологии. В настоящем закон Мура является одним из эмпирически установленных законов, позволяющим прогнозировать жизненный цикл одной из фундаментальных технологий, на которой основана современная электронная промышленность.

Отдельные фазы жизненных циклов технологий из различных секторов экономики могут отличаться друг от друга хотя бы по той причине, что скорость внедрения фундаментальных и прикладных технологий в производство различно в разных секторах экономики, допустим, в автомобильной и электронной промышленности. Однако в целом жизненный цикл всех технологий универсален: каждая технология проходит через одни и те же основные эволюционные стадии, имеет свой жизненный цикл и предел на своем уровне жизненной иерархии.

Приведенная выше кремневая технология имеет свой физический, физико-химический, технологический предел, но жизненный цикл технологий производства интегральных схем, процессоров, других электронных компонентов будет продолжаться за счет перехода к принципиально новым технологиям, например, нанотехнологиям, применяемым на атомарно-молекулярном уровне, в пространственном масштабе примерно от 0,1 до 100 нм, в пространстве, где правит законами квантовая физика, действуют квантовые законы.

В 1981 году, в швейцарском отделении компании IBM был разработан туннельный сканирующий микроскоп, позволивший воздействовать на вещество на атомарном уровне. В 1990 годах стали возможны манипуляции с отдельными атомами, перемещения отдельных атомов, что еще недавно казалось фантастикой. Отдельные атомы стали реальными, визуально наблюдаемыми структурами окружающего мира. Идея основателя античной атомистики древнегреческого философа Демокрита (ок. 470 или 460 г. до н.э.[57]) о неделимых невидимых материальных элементах — «атомах» прошла через тысячелетия прежде, чем стало возможным ее материализация в наше время.

Фундаментальные исследования японской корпорации NEC в области нанотехнологий привели в 1991 г. к открытию углеродных нанотрубок, представляющих собой графитовые кристаллы с цилиндрической спиральной структурой, диаметром порядка 10^{-9} метра (один

нанометр: $1 \text{ нм} = 10^{-9} \text{ м}$), на основе которых возможно создание принципиально новых микротранзисторов и других компонентов элементной базы для прикладной электроники. Структура этих компонентов на основе графитовых нанотрубок создается на атомарно-молекулярном уровне с использованием новейших технологий производства.

Новейшие нанотехнологии используются не только в микроэлектронике, но и во множестве других прикладных областей. Созданы первые нанороботы, молекулярные двигатели. В будущем нанотехнологии позволят создать новые отрасли экономики: на основе нанотехнологий могут быть развиты нанобиотехнологии, наномедицина, позволяющая значительно продлить биологический цикл человека и избавить его от многих болезней. С помощью нанотехнологий становится возможным создание материалов с заданными свойствами на атомарном уровне и принципиально новые материалы, совмещающие органические и неорганические структуры на атомарном, молекулярном уровне, позволяющие объединить первичные структуры живого и неживого мира в единое целое под воздействием человеческой идеи, научных знаний.

Ведущие индустриально развитые страны придают огромное значение нанотехнологиям, увеличивая на них свои государственные расходы из года в год (см. рис. 5.5.4). Во многих странах пришли к пониманию того, что стремление человека в будущее в поисках неизвестного не имеет ресурсного предела, а человеческий интеллектуальный ресурс является источником фундаментальных и прикладных технологий,

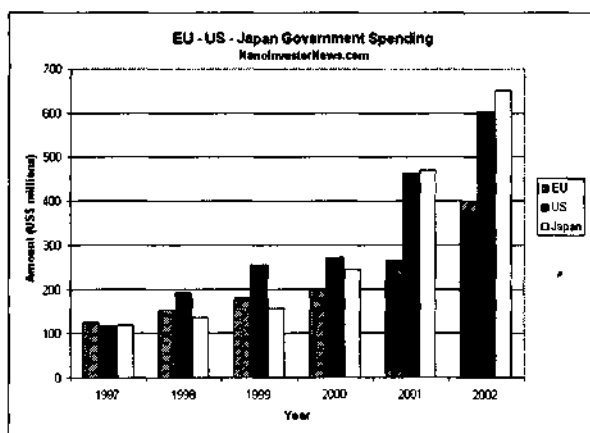


Рис. 5.5.4. Государственные расходы на нанотехнологии в ЕС (EU), США (USA), Японии (Japan) (источник: <http://www.nanoinvestornews.com>)

технологических волн, приводящих к научно-техническому прогрессу, возникновению относительно открытых экономических систем и продлению жизненного цикла экономических структур.

Прогнозирование жизненного цикла товара, услуг, технологий является современной задачей, поставленной перед экономической наукой и имеющей большое практическое значение. В научном мире к решению этой задачи привлечены не только отдельные экономисты, математики, физики, но многие научно-исследовательские институты, центры по маркетинговым исследованиям. К настоящему времени создан ряд экономико-математических стохастических, экономико-физических моделей, но ни одна из них не обладает универсальностью и может быть применена лишь для частных случаев экономических жизненных циклов. Кризис идей вызван тем, что большинство моделей являются или слишком абстрактными, вероятностными стохастическими моделями без детерменистической составляющей или лишь аппроксимирующими моделями, «подобранными» под эмпирические статистические данные. Под любую эмпирическую зависимость, траекторию всегда можно подобрать соответствующую аппроксимирующую функцию, например, в виде полинома, а затем сделать экстраполяцию этой функции, т.е. прогнозирование неизвестных значений функции, траектории за пределы полученных статистических данных. Подобные модели могут быть использованы, в лучшем случае, для краткосрочных прогнозов отдельных жизненных циклов в частных случаях. Одним из вариантов выхода из кризиса идей и решения задачи прогнозирования является использование детерменистически-стохастических моделей, учитывающих зависимость жизненных циклов от имеющихся ресурсов и основных определяющих социально-экономических факторов.

Жизненный цикл товара, услуги (как неовещественного товара), технологии (как овещественного (лицензированного производства и т.д.) или неовещественного товара (как «ноу-хау» («know-how»), патента, лицензии), на которой основано производство товаров и услуг, определяется эволюцией от менее упорядоченного и устойчивого состояния товара, услуги, технологии (первоначального распределения товара, услуги, технологии по рынку без устойчивого спроса) к более упорядоченному и устойчивому (насыщению товаром, услугой, технологией рынка, занятие свободных «ниш», устойчивому спросу) с последующим завершением или продолжением жизненного цикла. Далее для

упрощения, будем под словом товар понимать, в общем случае, товар, услугу или технологию.

В качестве системы представим систему «товар — покупатель». В упрощенной модели процесс распространения товара можно представить как диффузию товара среди покупателей в экономическом пространстве рынка. На первой стадии новый товар произведен, но еще не продан, товар и покупатель не взаимосвязаны друг с другом на основе договоров «купли-продажи» в экономическом пространстве рынка. Далее на второй стадии появляются взаимосвязь между товаром и покупателем, а также товарные потоки «продавец продает» и «покупатель покупает». Происходит диффузия товара среди покупателей до того момента, когда система «товар — покупатель» приходит в состояние динамичного равновесия: продавцы продают товар, но покупатели не покупают товар (рынок насыщен данным товаром) [68; 117]. Одной из современных работ, подтверждающих эмпирически, на основе статистических данных, справедливость идеи о диффузионной природе экономических процессов, в частности, процессов развития инноваций, является работа японского экономиста, экономиста М. Нигоока [96]. В этой работе показано, что диффузия продуктов инноваций (технологий, товаров) является рыночной диффузией с определяемыми коэффициентами диффузии. Корреляция между диффузией продуктов инноваций на рынке и технологическим развитием, экономическим ростом предоставляет возможность оценивать появление новых товаров и предсказывать развитие технологий.

Новые товары создаются за счет инноваций (нововведений) по Й. Шумпетеру: благодаря непрерывному введению новых технологий производства, внедрению новой продукции, открытию новых источников сырья, усовершенствованию организации производства, нахождению новых рынков сбыта для товаров, услуг, привлечению новых денежных ресурсов [77; 78]. Жизненный цикл товара может быть значительно и долговременно увеличен только благодаря новым технологиям, научно-техническому прогрессу, интеллектуальным и возобновляемым ресурсам, инновациям.

На основе институционально-эволюционной теории появились новые экономические подходы, в частности, концепция «технично-экономических парадигм», являющихся попыткой осуществить долгосрочные прогнозы и обосновать смену технологических укладов. Данные концепции рассматривают переход от отдельного технологического

уклада (экономической парадигмы) к другому как непрерывному дискретному процессу с передачей наследственных « генов». Современные исследования в области эволюционной экономики привели к выявлению более элементарных, первичных экономических подсистем «макрогенераций» [42; 43; 44; 45], которые обладают генными свойствами: наследственности, изменчивости и подвергаются естественному отбору (с позиций классической экономической теории, «санирующей функции рынка»). Макрогенерация — это макроэкономическая подсистема, обладающая свойством рождаться, жить, умирать и являющаяся частью множества макрогенераций, составляющих макроуровень экономики. Система макрогенераций выявлена в результате экспериментальных расчетов на основе статистики темпов прироста ВВП (валового национального продукта) в США [42; 43; 44; 45; 104]. В кратком изложении исходные постулаты для итерационной экономико-математической модели [44] макрогенераций следующие:

1) среди множества макрогенераций (экономических подсистем) существует естественный отбор, проявляющийся в виде конкуренции между подсистемами;

2) каждая макрогенерация вносит свой вклад в создании ВВП, а все макрогенерации в целом производят полный объем ВВП;

3) каждая макрогенерация проходит две основные фазы жизненного цикла: возрастание по закону, близкому к логистическому (1-я фаза), и убывание по закону, близкому к экспоненциальному (2-я фаза);

4) молодые макрогенерации изымают средства производства, принадлежащие старым макрогенерациям, и обеспечивают «не прирост ВВП, а своего рода его ввод».

Понятие макрогенераций стало одним из важных звеньев в понимании иерархии жизненных циклов экономических структур, которую кратко можно пояснить следующей причинно-следственной связью (стрелкой « \Rightarrow » показана связь между жизненными циклами на различных уровнях иерархии): жизненный цикл экономической структуры (компании, фирмы, предприятия) на первичном («атомарном») уровне \Rightarrow жизненный цикл совокупности экономических структур \Rightarrow макрогенерации, индустриальные циклы \Rightarrow ВВП или ВВП (валовый внутренний продукт) отдельной страны \Rightarrow мировой ВВП (ВВП мировой экономической системы в целом).

Большое значение в эволюционной экономике имеет изучение экономических неравновесных процессов. Понятие неравновесных про-

цессов, в том числе экономических, связано с понятием необратимости и нелинейности эволюционных процессов, с понятием хаоса и порядка (упорядочения). Неравновесные экономические процессы зависят от множества сложно определяемых, формализуемых социально-экономических факторов, параметров, влияющих на эволюцию, жизненный цикл экономических структур. Тем не менее, существует ряд современных экономико-математических моделей, позволяющих формализовать неравновесные экономические процессы. Одной из таких экономико-математических моделей является эволюционная модель экономических макросистем-макрогенераций, с помощью которой на основе статистики США показано существенное влияние неравновесных процессов на макроуровне экономики на формирование цен, ставок процента, ставок заработной платы [45]. В настоящем эволюционная экономика находится на том этапе, когда «встает вопрос о создании общей теории экономического цикла, опирающейся на идеи эволюции макрогенерации. В рамках этой теории можно было бы свести воедино разнородные принципы неоклассической и неокейсианской школы... Центральное место в такой теории могла бы занять эволюционная модель эндогенного механизма цикличности...» [44].

ГЛАВА 6

СОВРЕМЕННЫЕ ДЕЛОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ

6.1. КОНЦЕПЦИЯ «JUST-IN-TIME»

Концепция «just-in-time» («точно-в-срок») является одной из важнейших современных стратегий в логистике, системе организации производства, методов ведения коммерческой деятельности, обеспечения транспортно-экспедиторских услуг. Концепция «Just-In-Time» (сокр. JIT) подразумевает производство, доставку товаров своевременно, точно в срок при минимизации времени и затрат на производство, внедрение новых технологий, на используемые ресурсы и доставку товара. Своевременная доставка играет существенную роль в обеспечении сделок купли-продажи, рациональной организации системы товародвижения. Товарные потоки в простейшей системе «just-in-time» представлены на рис. 6.1.1, где 1, 2, 3 ... i , $(i + 1)$... N -ые товары представляют собой товары (исходное сырье, материалы, полуфабрикаты, компоненты и т.д.) от 1, 2, 3 ... i , $(i + 1)$... N -ых поставщиков (субподрядчиков), обеспечивающих поставки для производителя товара А (конечного продукта-товара, технологической системы и т.п.).

В настоящем на практике не существует идеальных логистических систем, логистических цепочек в том числе в соответствии с концепцией «just-in-time», позволивших бы полностью исключить хранение запасов (товара, сырья, комплектующих и т.д.) на заводе продавца-производителя, на транзитных, таможенных складах по маршруту следования товара. В

реальной жизни присутствует множество производственных, социально-экономических, географических, природных факторов, форс-мажорных обстоятельств, препятствующих идеальной доставке по системе «just-in-time». Возникает необходимость иметь минимальный (резервный) запас товаров, материалов, комплектующих для производства и т.п. из-за существующих возможных задержек в поставке, доставке товара, больших

расстояний между продавцом и покупателем, необходимости применения смешанных перевозок с перегрузками с одного вида транспорта на другой, при доставке сырья, компонентов из различных стран, транзита, перевалки через промежуточные склады, таможенные склады и т.п. В будущем, в случае развития логистических систем, совершенствования логистических услуг в соответствии с ранее сформулированной задачей эволюции логистических систем к минимальному времени на доставку, минимальным затратам и максимальному жизненному циклу логистической услуги, товара (см. [37]), время и затраты на хранение, доставку товара могут быть минимизированы. Концепция «just-in-time» применима в течение всего жизненного цикла товара и логистических услуг.

В настоящем концепция «just-in-time» наиболее широко используется для современного высокотехнологичного производства, позволяющего под конкретный заказ от покупателя, достаточно быстро произвести товар необходимого качества, количества и доставить его покупателю точно в срок. Подавляющее число существующих высокотехнологичных производств компаний-производителей используют концепцию «just-in-time» на практике. Для организации же производства в добывающей, обрабатывающей промышленности и доставки товаров, наливных (нефтепродукты и т.п.), насыпных (зерновые, строительный песок и т.п.), навалочных (уголь, руда и т.п.) грузов концепцию «just-in-time» довольно трудно реализовать, так как необходимо тратить значительное время и нести затраты на хранение, консолидацию, операции

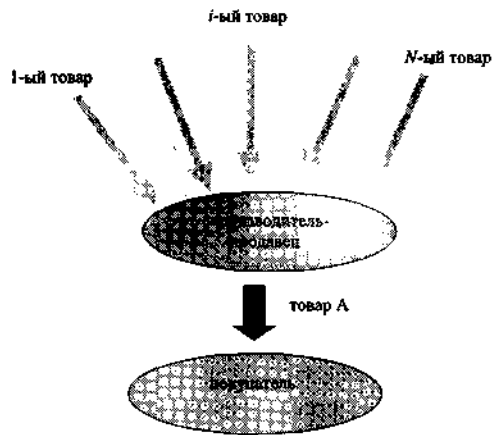


Рис. 6.1.1. Товарные потоки в простейшей системе «just-in-time»

по перевалке на промежуточных складах (например, в морском порту), для накопления необходимой отгрузочной партии при поставке морским, речным или железнодорожным транспортом.

Развитие концепции «just-in-time» имеет давнюю историю со времен Ф.Тейлора (F. Taylor, 1856—1915), американского инженера, предложившего идею организации производства, основанного на разделении труда, рационализации отдельных производственных операций, повышении производительности труда, и Г.Форда (H. Ford, 1863—1947), талантливого инженера, одного из основателей автомобильной промышленности США. Г.Форд применил новые формы организации поточно-массового производства на основе стандартизации, конвейерной сборки автомобилей, создавшие предпосылки для возникновения и внедрения системы производства по системе «just-in-time». Тем не менее, исходя из многочисленных публикаций в прессе, начиная с периода 1970—1980-х годов, принято считать, что система «just-in-time» была впервые применена в 1950-х годах в Японии, где существуют реальная ограниченность пространства, территории для производства, складов, ограниченные природные ресурсы и необходимость непрерывного импорта исходных материалов, сырья для производства. Первым из японских производителей, применивших на практике концепцию «just-in-time», была корпорация Toyota Motor, назвавшая свою систему организации производства как «Toyota Production System», которая также включает в себя и японскую систему «Kanban» («Канбан»), подразумевающую высокую степень автоматизации, согласование производственных, технологических операций, а также доставку отдельных компонентов, материалов к конвейеру, рабочему месту в пределах производственного цикла, процесса. Эта доставка обеспечивается закупочной и производственной логистикой.

История развития концепции «just-in-time» продолжается по настоящее время и является одной из приоритетных современных стратегий, концептуальных моделей производства, применяемых крупными мировыми транснациональными компаниями, большинством компаний в индустриально развитых странах, в особенности в автомобильной промышленности, телекоммуникационной, электронной отраслях, гражданском и промышленном строительстве. В 2003 г. корпорация SONY разработала новейшую программу модернизации производства, увеличения прибыли, сокращения затрат на производство за счет сокращения на 90 % числа компонентов, применяемых для со-

здания электронной продукции. Количество компонентов, используемых при производстве сложного высокотехнологичного оборудования должно сократиться с 840 000 до 100 000 шт. до 2005 г., а число стандартных компонентов в персональных компьютерах — на 20 % (источник: Nakamoto M., Roberst D. *Sony targets 90 % reduction in parts. Financial Times, 7 октября, 2003*). Количество поставщиков отдельных компонентов для SONY должно сократиться по плану с 4 700 до 1000. Подобные масштабные структурные преобразования, последующая рационализация производства возможна только при стандартизации основных компонентов, из которых создается готовое изделие, при внедрении новейших прикладных и фундаментальных технологий, позволяющих сократить количество используемых компонентов, при использовании новейшей вычислительной техники, программного обеспечения, информационных и телекоммуникационных систем, а также при совершенствовании логистических услуг по доставке в соответствии с концепцией «just-in-time».

6.2. УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК

Концепция открытых систем находит широкое применение не только в естественных науках, но и во многих прикладных знаниях, используемых в коммерческой деятельности. Так называемые цепи поставок представляют собой стремительно развивающиеся относительно открытые системы, а управление цепями поставок является моделью, стратегией управления, планирования и прогнозирования этих систем. Управление цепями поставок отвечает задаче эволюции логистических систем как эволюции системы в направлении уменьшения времени и затрат на доставку при стремлении к увеличению жизненного цикла товара и логистической услуги по доставке товара [37]. Цель, задача управления цепями поставок — управление всеми этапами жизненного цикла технологий и товаров, обеспечение интеграции, координации отдельных звеньев цепи (закупок исходного сырья, материалов, компонентов, их доставки, хранения на складах в пределах производственного цикла и поставки конечного продукта, товара до конечного потребителя), а также продление жизненного цикла товара, логистической услуги, минимизация времени и затрат на поставку товара, обеспечение соответствующей единой информационной системы. Модели, концепции управления цепями поставок являются проявлением реальной интеграции идей, концепций менеджмента, маркетинга и логистики в теории и на практике.

Управление цепями поставок (supply chain management, сокр. SCM) — это управление товарными потоками, взаимосвязанными с ними информационными и финансовыми потоками от первичных поставщиков, дочерних компаний-производителей и т.п., поставляющих исходное сырье, материалы, компоненты и т.д. до производителя товара и покупателей конечного продукта, товара необходимого количества, номенклатуры в оговоренные сроки, до места назначения (доставки), указанного покупателями.

На рис. 6.2.1 приведен пример цепи поставок для производителя-продавца, транснациональной компании. Управление цепями поставок включает в себя деятельность по закупкам, снабжению производства; планированию объема выпуска продукции, товара, количества и номенклатуры исходного сырья, материалов, компонентов; согласование производственных планов с планами по продажам, доставке товара; непосредственной доставке товара и отслеживанию местонахождения товара; оптимизации схем по поставке, продвижению товара на внутреннем и внешних рынках; послепродажное обслуживание (гарантийный и послегарантийный ремонт) и т.д.

В цепях поставок часто необходимо доставлять товар по внешне-торговым контрактам в соответствии с условиями по Инкотермс и международными правилами перевозки, проходить экспортно-импортные процедуры. Подобные цепи поставок могут содержать логистические центры по распределению, склады производителя, промежуточные склады в стране отгрузки, транзита, таможенные склады. В реальности цепь поставок представляется более сложной системой, состоящей из множества поставщиков отдельных компонентов (например, до 4 700 поставщиков для SONY по данным *Financial Times*, 7 октября, 2003), с многочисленными вариантами маршрутов, схем доставки, смешанных перевозок при сжатых сроках поставки.

Цепи поставок по своей структуре могут быть классифицированы по разным критериям, например, по числу и характеру деятельности компаний-участников и экономических связей между участниками цепи. Как правило, в цепь поставок крупных компаний-производителей вовлечено множество участников из различных секторов экономики: поставщики, субподрядчики, дочерние компании-производители исходного сырья, материалов, компонентов; непосредственно производитель или несколько производителей конечного продукта, товара; транспортно-экспедиторские компании; перевозчики; компа-

нии-производители программно-го обеспечения и телекоммуникационного оборудования для связи и информационных систем управления цепями поставок; покупатели; банки, например, предоставляющие кредиты производителям, покупателям; компании, предоставляющие услуги по хранению товара; страховые компании и т.д. Следует заметить, что крупные корпорации, в особенности, японские, используют своих «домашних» экспедиторов в качестве транспортно-экспедиторских компаний (подробнее см. параграф 4.5).

Для управления и контроля за цепями поставок используется программное обеспечение SCM (supply chain management software), разрабатываемое многими компаниями, в том числе такими компаниями как SAP (www.sap.com), Oracle (www.oracle.com), Microsoft (www.microsoft.com), IBM (www.ibm.com), i2 (www.i2.com) и т.д. В информационных системах управления цепями поставок широко используется формат передачи электронных данных Electronic Data Interchange (EDI) (подробнее см. параграф 8.1). Система отслеживания грузов, товара для логистических систем может быть использована как часть, отдельный блок информационной системы управления цепями поставок.

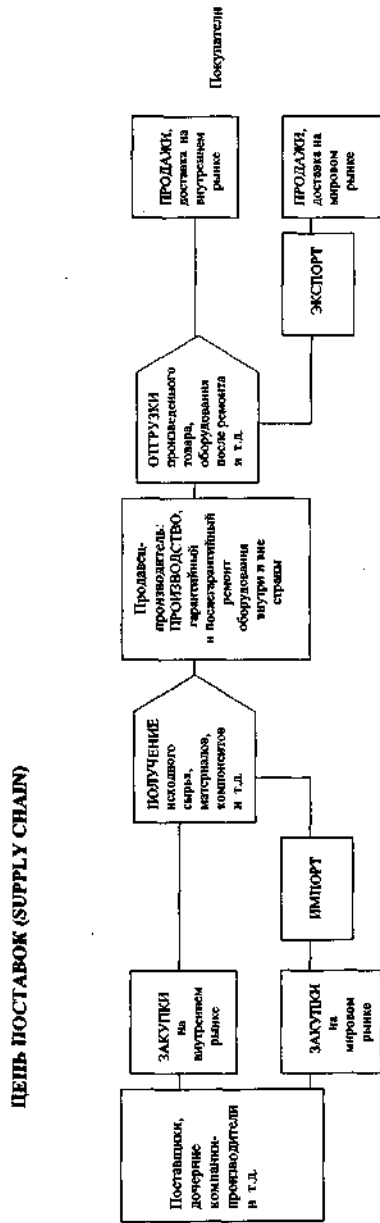


Рис. 6.2.1. Цепь поставок

Многие компании, в том числе крупные корпорации часто используют таблицы MS Excel для хранения данных и контроля за поставками, размещениями заказов. Однако при широкой номенклатуре материалов, компонентов, товаров, при большом числе участников и информационных потоков между участниками в цепи поставок, при необходимости анализа данных возникает необходимость использования автоматизированных интегрированных систем, баз данных. Проблема в том, что такие информационные системы недешевые и, как правило, требуют адаптации к конкретной предметной среде — цепи поставок с учетом специфики производства, связей между участниками в цепи поставок. Тем не менее, крупные производители вкладывают значительные денежные средства во внедрение подобных систем в производство, в управление цепями поставок.

Интегрированные информационные системы SCM могут быть использованы для планирования закупок исходного сырья, материалов, компонентов; контроля за размещением, выполнением заказа на покупку; координации отдельных звеньев цепи поставок; рационального распределения материальных ресурсов с применением, например, сетевого планирования и управления; координации плановых заказов, размещенных на заводах-поставщиках, дочерних компаниях-производителях; контроля за складскими запасами материалов, компонентов; обеспечения документооборота между участниками цепи поставок; отслеживания местонахождения товара во время его доставки и т.д.

Современные информационные системы SCM имеют доступ через Интернет. Среди программного обеспечения выделяются программные продукты для управления цепями поставок для, так называемого, E-бизнеса (E-business), т.е. электронной коммерции (покупки и размещения заказа, обработки запросов клиентов, денежных взаиморасчетов, предоставления доступа к данным, общим базам данных в режиме реального времени через Интернет и т.п.). При использовании информационных систем SCM достигается оптимизация бизнес-процессов, уменьшаются время и расходы на обработку запросов покупателей, размещения заказа, на анализ данных о производственных ресурсах, товаро-материальных запасах и т.д. Все подобные информационные системы являются относительно открытыми системами, использующими открытые стандарты, что способствует их динамичному развитию и появлению новых возможностей по интеграции, синхронизации отдельных звеньев в цепи поставок.

ГЛАВА 7

СТРАХОВАНИЕ ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

7.1. КРАТКАЯ ИСТОРИЯ СТРАХОВАНИЯ

С появлением в Древнем мире торговли, и в особенности, внешне-торгового дела, предполагающего доставку товаров на большие расстояния между странами в условиях непредсказуемых неподконтрольных природных явлений непреодолимой силы (сильных штормов, цунами, тайфунов, сильных землетрясений, извержения вулканов, пожаров и т.д.), крушения кораблей или иных факторов таких, как пиратство, разбойничьи нападения на торговые суда, караваны, возникла естественная потребность, необходимость в гарантиях от потерь товаров, учете этих рисков, в частичной или полной компенсации утраты товаров или самого транспортного средства, то есть в той предоставляемой услуге, которую позднее стали называть страхованием.

Страхование имеет многотысячелетнюю предысторию. В Древнем Египте существовало медицинское страхование в виде гарантированных медицинских услуг. Уровень древнеегипетской медицины был достаточно высок для Древнего мира, в частности, потому, что фараоны, правящий класс поддерживали развитие медицинских знаний, а также технологий, знаний по бальзамированию, мумификации умерших, позволивших изучать анатомию человеческого тела. Строители египетских пирамид получали гарантированную медицинскую помощь, как своего рода медицинское страхование. В случае тяжелых физических травм во

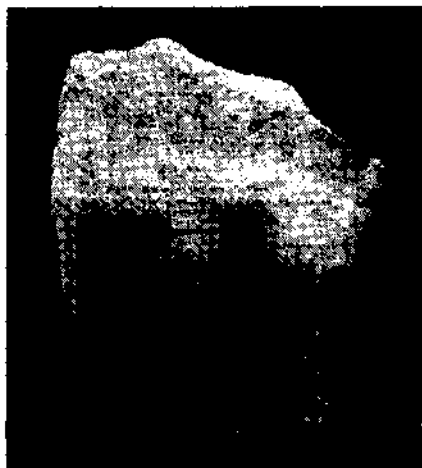


Рис. 7.1.1. Фрагмент известнякового камня — *остракона* (Limestone *ostrakon*) из района поселения ремесленников Deir el-Medina, Египет, 19-я Династия, около 1250 г. до н.э. (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)

время строительства работник мог рассчитывать на пособие, которое являлось одной из форм древнего страхования. Во времена правления Рамзеса II (около 1279—1213 гг. до н.э.) для работников, ремесленников-строителей пирамид, храмов, гробниц фараонов существовали дни, свободные от работы. Посещаемость работников из поселения ремесленников в районе Deir el-Medina, учитывалась с помощью списка, один из которых дошел до наших времен в виде фрагмента известнякового камня (Limestone *ostrakon*), рис. 7.1.1. На этом куске камня — *остракоме* отображены отметки о посещаемости работника для 280 дней в году и список сорока имен работников с уважительными

причинами их отсутствия: болезнь работника, оказание работником, обладающим медицинскими знаниями, лечебной помощи другим работникам, рождение ребенка, работа для вышестоящего по иерархии начальника, похороны родственников (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk). В современном понимании этот список представлял собой описание возможных рисков, событий, при возникновении которых работник получал «страховку» в виде медицинской помощи, свободные от работы дни.

В период Вавилона (2000—539 гг. до н.э, Месопотамия, территория современного Ирака) существовал свод законов Хаммураби (the Code of Hammurabi, около 1792—1750), на основании которых, в частности, гарантировалась компенсация ущерба, потери товаров во время их перевозки, хранения, а также денежных средств, вложенных в товар, т.е. торговцам гарантировалось страхование от ущерба, потери товаров во время их перевозки, хранения. В 104 статье законов Хаммураби говорится о том, что торговый посредник обязан заплатить торговцу предварительную денежную сумму, которая представляла собой прототип страхового взноса. Законы Хаммураби сохранились до наших времен

на древней каменной стеле, находящейся в музее Лувра, в Париже (Musée du Louvre, Paris, рис. 7.1.2). Приведем отрывки текста из свода законов Хаммураби, переведенного на современный английский язык [97], а затем на русский язык (*перевод авторами данной книги*):

«102

Если торговец дал деньги посреднику для некоторых денежных вложений, и посредник понес убыток в том месте, в которое он следовал, то он должен возместить этот капитал торговцу.

104

Если торговец дает посреднику зерно, шерсть, масло или любые другие товары для продажи, посредник должен дать расписку о получении этого количества, и компенсировать торговцу за это. В таком случае он должен получить расписку от торговца за деньги, которые отдает торговцу.

120

Если кто-либо хранит зерно для сохранности в доме другого лица, и происходит какой-либо ущерб зерну на хранении, или если владелец дома откроет амбар и возьмет немного зерна, или если он, в особенности, отрицает, что зерно хранилось в его доме: в таком случае владелец зерна должен заявить права на зерно, дав клятву перед Богом, и владелец дома должен оплатить его владельцу за все зерно, которое он взял».

В своде Хеттских законов (the Code of the Nesilim (Hittites), около 1650—1500 гг. до н.э.) в Хеттском царстве, а именно в 10-й статье законов упоминается одно из древних правил возмещения ущерба: «10. Если кто-либо нанесет повреждение человеку так, что причинит ему страдания, то он должен позаботиться о нем. Кроме того, он должен дать ему человека, который должен

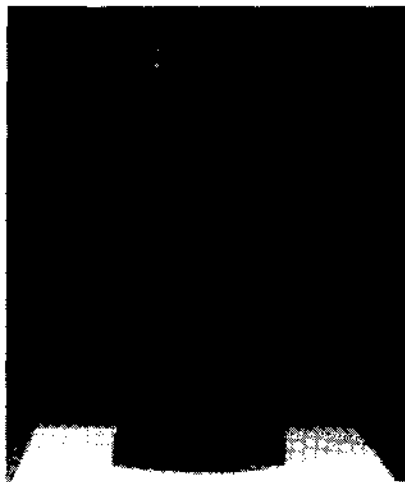


Рис. 7.1.2. Свод законов Хаммураби на каменной стеле, Месопотамия, около 1792 — 1750 гг. до н.э. (музей Лувра, Париж, www.louvre.fr)

работать для него в его доме до тех пор, пока этот человек ни поправится. Когда же он поправится, то виновный должен дать ему шесть пол-сиклей серебра. И он же должен заплатить лекарю ту же плату (фрагмент из Хеттских правил, перевод с английского [120] на русский авторами данной книги).

Древние финикийские и греческие торговцы страховали свои товары от потерь, кораблекрушений, пиратства во время их перевозки морем. Родосское морское право или Родосские морские законы (The Rhodian laws) представляли собой свод правил торгового мореплавания, основанный на греческом праве и содержащий древние принципы морского страхования. «Некоторые исследователи предполагают, что этот закон был извлечен из второй главы четырнадцатой книги дигест, которая содержит заимствованный из греческого права так называемый *lex Rhodia de jactu* (Родосский закон об авариях) - закон, где речь идет о возложении убытков на хозяина корабля и прочих товарохозяев в случае, если для спасения корабля и груза часть последнего будет выброшена за борт (*jactus*)». «По стилю Морской закон носит официальный характер, а по содержанию он значительно отличается от Юстиниановых дигест, т. е. от использованного Родосского закона об авариях, отражая на себе, очевидно, следы влияний позднейшего времени. В этом законе, например, устанавливается ответственность хозяина корабля, его наемщика и пассажиров за целостность судна и груза; в случае бури или морского разбоя все они должны быть привлечены к возмещению убытков. Это было своего рода страхованием». «Морские разбои стали обычным явлением, поэтому хозяева судов и купцы могли продолжать торговлю лишь на условии общности риска. Время составления Морского закона может быть определено только приблизительно. Он, вероятнее всего, был составлен частными людьми между 600 и 800 годами.» [11].

В Древнем Риме существовали общества, коллегии, которые предоставляли своим членам надлежащие погребения. «Каждый, вступая в коллегию, вносил 100 сестерций и кроме того бутылку хорошего вина. Затем он делал ежемесячные взносы в размере 5 ассов. Эти деньги служили для покрытия обыкновенных расходов и издержек на погребение» [17]. Римлянами широко использовались страховые гарантийные взносы и в торговом деле. «Подряды на перевозку, общественные работы и поставку сдавались на форуме цензорами. Подрядчики вносили в казну задаток. Все поставки и работы принимались цензорами, причем

подрядчики должны были представлять поручителей (*praedes*), которые обязывались вознаградить государство, если поставка оказывалась неудовлетворительной, и произвести за свой счет новые работы, если подрядчик не выполнил их как следует. Личное имущество подрядчика оставалось в залоге у государства и служило обеспечением добросовестного исполнения взятых подрядчиком на себя обязательств.» [17].

В середине XIII века существовал широко распространенный свод морских законов в Испании, Италии и Франции. Эти законы устанавливали правила взаимоотношений между капитаном, командой судна и торговцами, правила погрузки, разгрузки морских грузов, установления фрахта, портовых сборов. В Морском законе Барселоны от 26 августа 1258 года (*The Barcelona Maritime Code of 1258*) были оговорены эти правила, включая условия страхования: «1.....Кроме того, упомянутый капитан судна не смеет сходить на берег до тех пор, пока все товары, пришедшие на корабле или судне ни будут разгружены. И если купцы пожелают разгрузиться с корабля или судна, и может возникнуть шторм после выгрузки, то капитан корабля или судна, если он находится там или его команда, должен получить разрешение на то, чтобы покинуть это место, в котором он находился на этом судне или корабле с товарами, содержащимися в нем, перед тем, как выйти в море или встать на якорь. Но если моряки не сделали этого, то подвергаются каждый штрафу в размере десяти солиди (*solidi*), капитан корабля в пятьдесят солиди (*solidi*), а капитан судна в тридцать солиди (*solidi*); и свыше упомянутого штрафа капитаны кораблей и судов должны возместить все убытки, которые понесли купцы по их вине.» (фрагмент *Морского кодекса Барселоны от 1258 г., перевод с английского* [85] на русский авторами данной книги).

Первый же контракт по страхованию в его современном понимании был подписан в Генуе (*Genoa*) в 1347 г. [106]. С этого времени появилось понятие страховщика (*underwriter*), который выступал гарантом страхования, оценивал возможные риски и соблюдал условия страхового контракта. Итальянские города Венеция (*Venice*), Генуя (*Genoa*), Флоренция (*Florence*) представляли собой крупные центры Средиземноморской торговли, и купцы этих городов применяли страхование своих товаров от возможных потерь, повреждений во время их перевозки, хранения.

В 1575 г. была основана Страховая Палата (*Chamber of Assurances*) на Королевской бирже (*the Royal Exchange*) в Лондоне, Англии. Все

страховые полисы для морских перевозок должны были быть зарегистрированы в Страховой палате. Уполномоченные Страховой палаты выступали в качестве представителей Арбитражного суда для разрешения споров по вопросам страхования [118]. Страхование морских кораблей, перевозимых, хранимых на складах товаров от различных рисков (штормов, пожаров, пиратства) применялось Ост-Индской компанией (the East India Company, или English East India Company, 1600—1874), а также Голландской Ост-Индской компанией, основанных в 1600 и 1602 гг. соответственно.

В 1693 г. английский астроном, геофизик Э. Галлей (E. Halley, 1656—1742), составивший первый в мире каталог звезд Южного неба, открывший собственное движение звезд, вычисливший орбиты свыше 20 комет и впервые доказавший периодичность траекторий комет, исследовавший земной магнетизм [57], преуспел также и в экономических науках, в страховании, составив первые статистические таблицы смертности для страхования жизни, используя статистические законы и принцип расчета сложного процента (compound interest).

С XVII века в Европе стала широко распространяться практика страхование грузов. Одно из первых страховых обществ было основано Э. Ллойдом (E. Lloyd) в 1688 г. в Лондоне и представляла собой «Кофейный дом Ллойда» (Lloyd's Coffee House), где собирались торговцы, владельцы, капитаны морских судов и страховщики для заключения сделок по страхованию судов и грузов, доставляемых морем (рис. 7.1.3). Страховое общество «Ллойд» (Lloyd's) стало одним из первых, а затем и одним из крупнейших страховых обществ мира, обеспечивая морское страхование, все виды имущественного, личного страхования. Страховое общество Ллойда (Lloyd's) представляет сейчас объединение более 66 синдикатов (источник: www.lloyds.com, Lloyd's Member's Services Unit, на январь 2004 г.), т.е. ассоциаций из



Рис. 7.1.3. «Кофейный дом Ллойда»
(Lloyd's Coffee House)
(источник: www.lloyds.com)

страховщиков, страховых брокеров, каждый из которых несет ответственность в пределах той страховой суммы, которая принята на свой риск этим страховщиком, страховым брокером. Доля ответственности каждого из членов синдиката по принимаемому на страхование риску пропорциональна его доле участия в синдикате.

В XIX веке страховым обществом Ллойда было основано общество «Регистр судоходства Ллойда» (Lloyds Register of Shipping), которое присваивает судам класс и издает ежегодно Регистр Ллойда британского и иностранного судоходств с указанием названия, описания судна и его класса, а также публикует каждый год списки судов морского торгового флота всех стран с указанием порта приписки.

Страховой бизнес в XVII—XVIII веках стал неотъемлемой частью сделок купли-продажи в Англии. Индустриальная революция, расширение внешнеторговой деятельности, увеличение товарооборота Англии с другими странами, несовершенство существовавших транспортных средств и способов перевозки сопровождалось увеличением вероятности риска повреждения, потери товаров во время доставки на большие расстояния или самого транспортного средства «по закону больших чисел»¹, а также увеличением способов, вариантов этих повреждений, потерь и вызвавших их причин. С ростом городов, городских строений, промышленных предприятий во время Индустриальной революции (XVIII—XIX столетий) увеличилась вероятность возникновения техногенных аварий, катастроф, пожаров, человеческих жертв, угрозы здоровью и жизни людей, а также других негативных событий.

Появились новые виды страхования и возникли конкурирующие страховые компании, общества такие, как английское страховое общество «the Hand in Hand». Одним из исторических примеров страхования является страхование дома Монтегю (Montagu House) в Лондоне страховым обществом «the Hand in Hand», основанным в 1696 г. Этот дом примечателен тем, что он был приобретен доверенными лицами

¹ «Закон больших чисел» — один из законов теории вероятности, в соответствии с которым совокупное действие большого числа случайных факторов приводит к результату, мало зависящему от случая. Предельные теоремы теории вероятности доказывают возникновение тех или иных закономерностей при определенных условиях как результат действия большого числа случайных факторов. Центральная Предельная Теорема математически доказывает, что при достаточно большом числе серий измерений независимых идентичных величин распределение вероятности этих величин стремится к распределению Гаусса. Доказательство Центральной Предельной Теоремы было проведено многими математиками, в том числе, выдающимися, всемирно признанными русскими математиками П.Л. Чебышевым (1821—1894), А.А. Марковым (1856—1922), А.М. Ляпуновым (1857—1918).

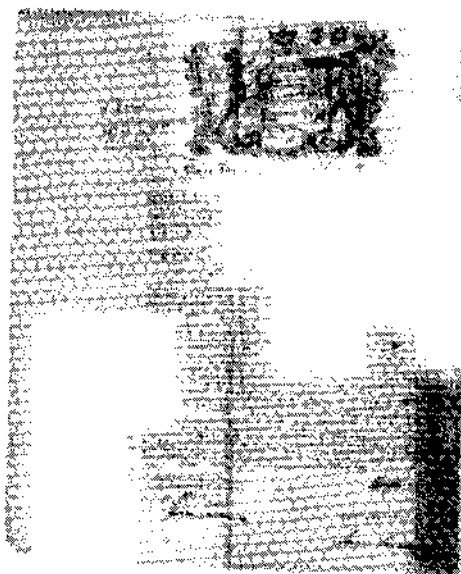


Рис. 7.1.4. Страховой полис (insurance certificate), выданный страховой компанией «the Hand in Hand» для части дома Монтегю (Montagu House), Лондон, 12 мая 1769 г. (источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk)

Британского музея (The British Museum) в 1755 г. (рис. 7.1.4, источник: the British Museum, London, www.british-museum.ac.uk). В то время обогрев в доме создавался за счет сжигания угля и зажигаемых свечей, поэтому вероятность пожара была достаточно велика. Этот факт и предопределил необходимость страхования.

Истоки российского страхования исходят, предположительно, к «Русской правде»-своду древне-русского права, дошедшему до наших времен в виде 3-х вариантов изданий: Краткой, Пространной и Сокращенной Русской правды (XIII—XVIII вв.). Русская правда стала источником для более поздних российских указов, законов, судебных грамот:

Псковской судной грамоты, Двинской уставной грамоты, Судебника Казимира 1468 г., Судебников 1497 и 1550 гг. и ряда статей Соборного Уложения 1649 г. (источник: виртуальная библиотека Исторического факультета МГУ, www.hist.msu.ru/ER/Etext/RP/index.html).

В Русской правде упомянуты некоторые статьи, содержащие условия по возмещению убытков, например, во 2-й статье *Краткой русской правды* (по Академическому списку половины XV в.), в соответствии с которой обидчик платит за нанесенные побои потерпевшему, а также оплачивает услуги лекарю или же в статье 17-й, на основании которой потерпевший имел право получить компенсацию в виде скота за испорченное копые, щит, топор: «2. Или боудеть кровавь или синь надъраженъ, то не искати емоу видока човекоу томоу: аще не боудеть на немъ знамени никотораго же (а), то ли (б) приидеть (в) видокъ; аще ли (г) не может, тоу (д) томоу конецъ; оже ли себе не можетъ мьстити, то взяти емоу за обиду 3 гривне, а летцю (е) мьзда. 17. А иже изломить

копье, любо шить, любо портъ, а начнетъ хотети его деръжати оу себе, то приати скота оу него; а иже есть изломилъ, аще ли начнетъ приметати, то скотомъ емоу заплатити, колько далъ боудеть на немъ.»

Подобные статьи со страховыми случаями (гибелью купца, пожаром, кораблекрушением, потерей товара из-за разбойничного нападения, воровства и т.д.) и порядком компенсации потерпевшим изложены также в Пространной и Сокращенной Русской правде: «15. Аще крадет скот, за лошади 60 кун, за вол гривна, за корову 40 кунъ, за лонщину полгривны, за теля, за свинию 5 кун. 16. Аже будут холопи тати, то суд князь, их же князь обиду платитъ исцу (*Сокращенная Русская правда по Толстовскому списку второй половины XVII в., источник: виртуальная библиотека Исторического факультета МГУ, www.hist.msu.ru/ER/Etext/RP/index.html*).

По указу «государя царя великого князя Алексея Михайловича, всея Руси самодержеца» было издано Соборное Уложение, свод законов, принятых Земским собором в 1649 году. Соборное Уложение состояло из законов, регулировавших государственное управление, судопроизводство, административное, уголовное право. Соборное Уложение содержало также некоторые главы о возмещении убытков при наступлении определенных событий, другими словами, страховых случаев: «12. А будет кто помещик, или вотчинник в поместьях и в вотчинах своих учнут мыт и перевоз и мостовщину збирати, а мостов и гатей и плотин починивать не велят, а у проезжих служилых и у всяких людей будет в тех местех, где худые мосты и плотины и гати, учнут какие убытки чинитися, у служилых людей будет в тех местех потонут, или погрязнут лошади, или запасы, или служилая и всякая рухлядь, а у торговых людей товары, или у кого у иного что ни буди, и те все убытки тем всем проезжим людям взяти, по суду и по сыску, на тех помещиках и вотчинниках, у которых те худые мосты и плотины и гати будут, и велеть тем вотчинником, и помещиком в тех местех зделати мосты и гати и плотины новые, чтобы однолично у них на тех мостах и гатях впредь проезжим людям ни за чем простою и убытков не было» (*О мытах и о перевозех, и о мостах, Глава IX, фрагмент текста из Соборного Уложения [73]*).

Страхование в его современном понимании появились в России при императрице Екатерине II (1729—1796). В 1781 г. Екатерина II издала «Устав купеческого водоходства по рекам, водам и морям» (рис. 7.1.5), в котором помимо правил, принципов ведения морской, речной тор-

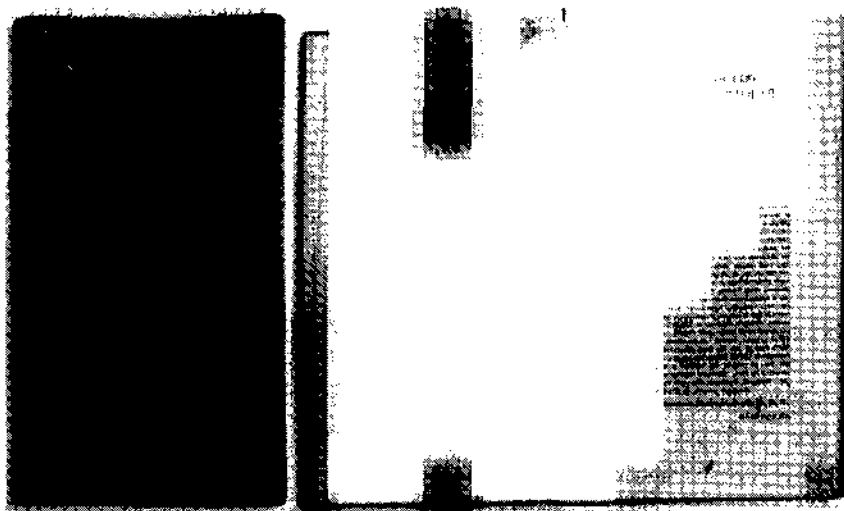


Рис. 7.1.5. «Устав купеческого водоходства по рекам, водам и морям», утвержденный, изданный и обнародованный Екатериной II 25 июня 1781 г. (часть 1), 23 ноября 1781 г. (часть 2)
(источник: www.gelos.ru/month/sep2004)

говли были изложены и основы страхового дела: «Застрахование есть: буде кто корабль или судно, или товар или груз, или иное что для предохранения несчастливого случая или опасности, или изтребления или разорения, за некоторую плату, соразмерно долготе и свойству пути или времени года, или иным обстоятельствам, отдаст обществу, учрежденному для предохранения несчастливых случаев, и получит от оногo письменное обязательство во уверение, что страховое общество обязуется платить полную цену отданного на страх корабля или судна, или товара, или груза, или иного чего» (*Устав купеческого водоходства по рекам, водам и морям, утвержденный, изданный и обнародованный Екатериной II, 23 ноября 1781г. (часть 2)*).

Правила, принципы страхования судов и перевозимых грузов были изложены в 10 главе Устава, а в 12-й главе «О аварии или приключении» была сделана классификация различных аварий, сформулирован порядок возмещения убытков, обязанности капитана и его команды по спасению судна и груза, вознаграждение за участие в спасательных работах [75].

В 1786 г. Екатерина II издает манифест «Об учреждении государственного заемного банка», учредивший Государственный заемный банк, страховая экспедиция которого наделялась монопольными полномочиями по страхованию каменных домов, заводов и фабрик,

находящихся в залоге в этом банке. Этот манифест фактически установил государственную монополию на страхование вплоть до 1827 г., когда по указу Николая I было учреждено «Первое российское страховое от огня общество», первое в российской истории акционерное страховое общество. На рис. 7.1.6 представлена одна из страховых досок «Первого российского страхового от огня общества», которые помещались на фасады застрахованных зданий.



Рис. 7.1.6. Страховая доска «Первого российского страхового от огня общества» (Музей истории российского страхования страховой компании ОСАО «Россия», www.ros.ru/ru/main/museum/)

После ликвидации государственной монополии на страхование и появления «Первого российского страхового от огня общества» возникло множество страховых компаний, специализировавшихся не только на страховании от огня, но и на страховании морского, речного транспорта, перевозимых на нем грузов, страховании жизни от несчастных случаев, страховании капитала: «Второе страховое общество от огня» (1835 г.), «Жизнь» (1835 г.), «Саламандра» (1846 г., рис. 7.1.7), «Надежда» (1847 г.), «Русский Ллойд» (1870 г.), «Волга» (1871 г.), «Якорь» (1872 г.), «Россия» (1881 г.) «Помощь» (1888 г.) и другие страховые компании, общества (*Музей истории российского страхования страховой компании ОСАО «Россия», www.ros.ru/ru/main/museum/*). На российском рынке существовали различные способы ведения страхового дела, а именно через различные по специализации акционерные страховые общества, государственное страхование (пенсионные кассы, государственные сберегательные кассы), земское страхование, производимое губернскими земскими собраниями, губернскими и уездными управами, а также через городские общества взаимного страхования, союзы обществ взаимного страхования, взаимное страхование промышленников, судовладельцев, страховые синдикаты. С 1885 г., после снятия запрета на деятельность иностранных страховых компаний на российском рынке стали появляться иностранные компании: «Нью-Йорк» («Нью-Йорк», США), «Эквитебл» (США), «Урбен» (Франция), специализировавшиеся в области личного страхования.

В этот же период времени стали развиваться международные связи между российскими и зарубежными, в основном немецкими и

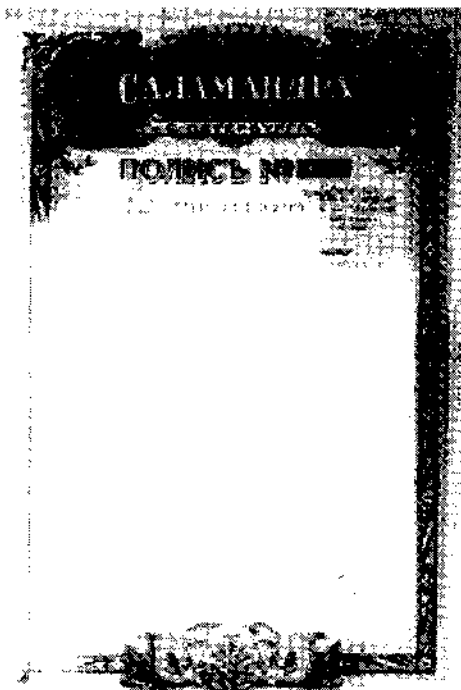


Рис. 7.1.7. Страховой полис (Музей истории российского страхования страховой компании ОСАО «Россия», www.ios.ru/ru/main/museum)

швейцарскими страховыми компаниями, обществами на международном страховом рынке в области перестрахования рисков. Ряд российских страховых обществ осуществляло страхование не только в России, но и на международном рынке: крупнейшее страховое общество «Россия» осуществляло страхование, например, в России, Александрии, Афинах, Белграде, Константинополе, Нью-Йорке, Берлине и других городах [18]. С 1894 г. в России деятельность страховых компаний, обществ находилась под государственным страховым надзором, осуществляемым Министерством внутренних дел Российской Империи.

Таковы были некоторые факты предыстории современного страхового дела, и, в частности, российского страхования.

Основные этапы страхового дела в России, которые позволяют сделать вывод о цикличности развития российского страхового дела, можно отобразить последовательностью хронологических событий: государственная монополия на страхование в период правления при Екатерине II ⇨ 1837 г. ⇨ период частных акционерных страховых обществ, страховых компаний ⇨ 1885 г. ⇨ появление иностранных компаний на российском рынке ⇨ национализация страхования в период 1917—1920 гг. ⇨ государственная монополия на страхование ⇨ «перестройка» в 1990-х годах ⇨ появление частных акционерных страховых обществ, страховых компаний ⇨ появление иностранных компаний на российском рынке.

В более кратком изложении цикличность, нелинейность развития страхового дела в России такова: государственная монополия на страхование ⇨ российские частные компании ⇨ российские и инос-

трантные частные компании ⇔ вновь государственная монополия на страхование ⇔ российские частные компании ⇔ российские и иностранные частные компании.

Каковы дальнейшие пути развития страхования в России? На этот вопрос нет однозначного ответа ввиду множества альтернатив развития страхового дела. Пути развития страхования в России зависят от вектора эволюции, который выберет российское общество, от имеющихся экономических ресурсов и социально-экономических степеней свободы, влияющих на эволюцию страхового дела, в том числе и внешнеторговых сделок, в которых за последние несколько лет риски возросли многократно.

7.2. УСЛОВИЯ СТРАХОВАНИЯ

Окружающий мир является вероятностным, то или иное событие, цепочка событий окружающей действительности зависят от множества относительно случайных факторов. Современные научные исследования в области новейших технологий, систем безопасности, теории вероятности позволяют прогнозировать случайные события, стохастические процессы и минимизировать воздействие неблагоприятных факторов, техногенных катастроф, катастрофических природных явлений. Страховые компании являются в идеале экономическими структурами, компенсирующими воздействие негативных явлений и осуществляющими прогнозирование страхового события, случая с той или иной вероятностью. При заключении внешнеторговых сделок товар, как правило, страхуется от рисков утраты и повреждения. Страховые компании осуществляют страхование грузов, наземного и воздушного транспорта, судов в соответствии со следующими условиями:

- «с ответственностью за все риски» (возмещаются убытки от повреждения или полной гибели всего или части груза, произошедшие по любой причине, за исключением отдельных, особо оговоренных случаев, а также расходы и взносы по общей аварии, т.е. убытки, понесенные вследствие произведенных намеренно и разумно чрезвычайных расходов или пожертвований в целях спасения судна, фрахта и перевозимого на судне груза от общей для них опасности);
- «с ответственностью за частную аварию» (возмещаются убытки от повреждения или гибели всего или части груза вследствие стихийных действий, крушения транспортных средств, а так-

же вследствие пропажи груза без вести вместе с перевозочным средством);

- «без ответственности за повреждение, кроме случаев крушения» (возмещаются убытки от полной гибели всего или части груза вследствие стихийных действий, крушения транспортных средств, вследствие пропажи груза без вести вместе с перевозочным средством, расходы и взносы по общей аварии, а также все необходимые и целесообразно произведенные расходы (включая расходы, произведенные по указанию Страховщика) по спасанию груза, по уменьшению убытка и по установлению его размера, если убыток возмещается по условиям страхования).

Страховое покрытие может распространяться на цепь поставок, логистическую схему целиком, включая транзитную транспортировку через третьи страны и хранение на транзитном складе. Сумма, уплачиваемая страховой компанией за страхование грузов, а именно страховой взнос (страховая премия), зависит от стоимости, номенклатуры, упаковки груза, маршрута, периода и способа перевозки, скидок, предоставляемых страховой компанией постоянным клиентам и ряда других условий. Данная сумма составляет, как правило, не менее 0,1 % от заявленной страховой суммы.

Условия страхования оговариваются в двухстороннем договоре страхования, заключаемым между страховой компанией (страховщиком) и юридическим или физическим лицом (страхователем). Страхователем может быть, в частности, участвующие во внешнеторговой сделке продавец или покупатель в зависимости от условий поставки, а также экспедитор, перевозчик по поручению грузовладельца. В общем случае Страхователем может быть юридические лица любых организационно-правовых форм, предусмотренных гражданским законодательством РФ и дееспособные физические лица, заключившие со Страховщиком договор страхования. Объектом страхования являются имущественные интересы Страхователя, связанные с пользованием, владением, транспортировкой груза. Под объемом ответственности страховщика понимается совокупность страховых случаев, при наступлении которых страховщик обязан выплатить страхователю предусмотренное договором страхования (страховым полисом) страховое возмещение. Договор страхования может заключаться с ответственностью за все риски или с ответственностью по отдельным рискам, например, с ответственностью за частную аварию. Страховщик несет

ответственность в пределах страховой суммы. Под страховой стоимостью (суммой) понимается следующая стоимость $C_{ст}$:

$$C_{ст} = C_t + C_d + C_v,$$

где C_t — стоимость груза как товара; C_d — стоимость доставки груза до грузополучателя (например, до покупателя); C_v — страховой взнос (страховая премия).

Страхование может покрывать большую цену, чем та, которая, предусмотрена в договоре купли-продажи. Данный случай упоминается в Инкотермс в разделах «Договоры перевозки и страхования» (п.А3) для условий CIF, CIP, когда страхование должно покрывать, как минимум, цену, зафиксированную в договоре купли-продажи, плюс 10 %, т.е. 110 %.

В договоре страхования может оговариваться франшиза (размер ущерба страхователя, не возмещаемый страховщиком) или лимит ответственности страховщика (максимально выплачиваемое страховщиком страховое возмещение).

Договор страхования вступает в силу с момента его подписания или момента оплаты страхового взноса страхователем в зависимости от оговоренных условий договора страхования. В удостоверение (подтверждение) факта заключения договора страхования страховщик выдает страхователю страховой полис или же аналогичный документ в виде страхового сертификата, в котором указаны основные условия договора страхования. Страховой полис и счет на оплату страхового взноса направляется страховщиком страхователю, как правило, после направления страхователем извещения о намеченной отправке или после отправки груза с необходимыми данными согласно договору страхования. Страховой полис (insurance policy) является документом, удостоверяющим факт страхования, содержащий описание условий страхования и выдаваемый страховщиком страхователю в подтверждение заключенного договора страхования.

После наступления страхового случая и требования страхового возмещения страхователь должен предъявить страховщику следующие документы:

- страховой полис;
- отгрузочные документы, включая накладные, инвойсы для подтверждения своего имущественного интереса в застрахованном грузе;

- акты осмотра груза, подписанные представителями продавца и покупателя, и/или акты экспертизы, проведенной независимой экспертной организацией (например, Торгово-Промышленной Палатой (ТПП)) и иные официальные документы для подтверждения страхового случая;
- акты осмотра груза, представителями страховщика или независимой экспертной организацией (например, ТПП) по согласованию со страховщиком и иные официальные документы для доказательства размера своих претензий по убыткам.

Некоторые крупные торгово-промышленные корпорации являются основателями страховых компаний. Страховая компания Mitsui Sumitomo Insurance Company, Limited основана японскими корпорациями Сумитомо Корпорейшен (Sumitomo Corporation) и Мицуи и Ко. (Mitsui & Co, Ltd). Подобные страховые компании осуществляют страхование грузов и другие виды страхования как для основавших их компаний так и любых других фирм. Гарантированные заказы от учредивших их компаний дают относительную экономическую стабильность и возможность расширить рынок сбыта для своих страховых услуг.

Торгово-промышленные компании при продаже производят страхование грузов через свои страховые компании, при этом выигрывает и продавец за счет возможных скидок на страхование, и покупатель, получающий дополнительную гарантию того, что страховая сумма будет возмещена без задержек и дополнительных бюрократических процедур.

7.3. УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ

В рамках управления компанией особое место занимает управление рисками, т.е. такое управление предприятием, которое позволяет минимизировать воздействие негативных факторов внешней и внутренней среды компании и, по возможности, избегать непредвиденных рисков. В условиях рыночных отношений, при наличии конкуренции возникновении непредсказуемых ситуаций предпринимательская и любая другая производственно-коммерческая деятельность даже государственных предприятий невозможна без рисков. Задача маркетинговой службы компании, предприятия состоит в том, чтобы в рамках основной хозяйственной деятельности минимизировать предпринимательские риски, вести дела в таких стратегических направлениях компании, с такими товарами и такими методами, которые позволяют получать определенные гарантии от коммерческих просчетов и провалов за счет грамотного,

профессионального управления компанией, предприятием или разумного страхования от возможных рисков в системах государственного и коммерческого страхования предпринимательской деятельности. Задача управления рисками сводится к принятию решений о том, какие риски следует покрывать страхованием в государственных или коммерческих компаниях и страховых фондах и какие можно минимизировать путем принятия грамотных управленческих действий [36].

С точки зрения деловой философии, риск — понятие достаточно противоречивое. Каждый предприниматель рискует, но благодаря этому риску общество в целом выигрывает. Нередко риск и предпринимательский успех взаимосвязаны. К примеру, риски, ожидающие компанию на новых рынках, достаточно велики, но та компания, которая одной из первых вышла со своими товарами на новые рынки, имеет большие преимущества как по старой притче «Кто первый, тот и правит балом». Однако риски должны быть оправданы и, по возможности, прогнозируемы, в противном случае, даже один или несколько факторов риска могут привести к предпринимательской неудаче, падению репутации компании как неспособной прогнозировать свое будущее. Фактор риска заставляет предпринимателя экономить финансовые средства и материальные ресурсы, обращать особое внимание на расчеты рентабельности новых проектов, эффективности коммерческих сделок, целесообразности проведения внешнеторговых операций. Факторы риска в предпринимательской деятельности особенно увеличиваются в периоды нестабильного состояния национальной экономики, сопровождающиеся инфляционными процессами, сверхдорогими кредитами, падением курса национальной денежной единицы по отношению к курсам основных валют. Риск — неотъемлемая сторона предпринимательства, но на него необходимо идти сознательно, после тщательных расчетов, прогнозирования и страхования рисков. Применительно к деятельности компании риски можно условно разделить на коммерческие, финансовые и внутрифирменные. Среди финансовых рисков обычно различают страновой риск, риск законодательных изменений, инфляционный риск, валютный риск, отраслевой и региональный риски, кредитный риск, риск ликвидности, процентный риск, капитальный риск и т.д. [51].

Наиболее распространенный метод страхования риска — это заключение с одной из страховых компаний страхового договора, упомянутым в параграфе 7.2. Страховщик за установленную в договоре сумму (страховую премию) обязуется заплатить страхователю на условиях, оговоренных

в страховом полисе, согласованную денежную сумму, если страхователь (компания, предприятие) понесет убытки или будет иметь ущерб от своей хозяйственной деятельности в результате наступления определенных неблагоприятных обстоятельств. Наиболее распространенные виды страхования, связанные с предпринимательской деятельностью.

Страхование имущества предприятия. Обычно имущество предприятия страхуется от стихийных бедствий: пожара, наводнения, землетрясения, урагана и т.п. Номинальная сумма страховки составляет, как правило, 70—80 % остаточной стоимости имущества. Под имуществом в страховых случаях понимаются производственные, служебные, жилые и вспомогательные помещения, запасы готовой продукции, сырья и материалов, технологическое оборудование, транспортные средства, сооружения и оборудование заводской инфраструктуры, все сооружения на территории предприятия.

Страхование отгруженных с предприятия товаров на период их перевозки

В зависимости от базисных условий внешнеторговых сделок купли-продажи (в соответствии с Инкотермс) товары страхуются во время их транспортировки или продавцом или покупателем. Обычно сумма страховки соответствует номинальной стоимости товаров, при некоторых повышенных рисках может и превосходить ее на 10 — 30%, например, при транспортировке в особо тяжелой ледовой обстановке на маршруте следования, через морские зоны, где высока вероятность возникновения цунами и т.д.

Страхование транспортных средств

Компания может застраховать все принадлежащие ей транспортные средства на случай пожара, кражи, дорожно-транспортных происшествий. При этом страховой полис покрывает не только убытки самой компании в связи с полной или частичной утратой транспортного средства, но и ущерб, нанесенный третьим лицам.

Компенсационное страхование

Этот вид страхования предусматривает определенные суммы возмещения сотрудникам компании в случае частичной или полной потери трудоспособности в результате несчастного случая на производстве, заболевания или смерти. Как правило, компании отчисляют из своих

доходов определенную сумму средств в страховой фонд. Тем не менее, чаще всего выгоднее оформлять компенсационное страхование работников компании в страховых компаниях.

Медицинское страхование

Часть средств страхового фонда направляется на основе медицинского страхового полиса в различные лечебные заведения, обеспечивающие медицинское обслуживание сотрудников компании в поликлинических или стационарных медицинских учреждениях.

Страхование вынужденной приостановки работы предприятия

В случае стихийных бедствий (пожара, наводнения и т.п.) или иных обстоятельств непреодолимой силы предприятие, компания помимо страхования стоимости имущества может застраховать и упущенную выгоду, которая определяется разницей между суммами доходов и расходов, ожидавшихся в период вынужденной остановки предприятия. К числу страховых случаев в западной практике относится также страхование жизни ведущих руководителей, специалистов компании, от деятельности которых в существенной мере зависит благополучие компании.

Во многих западных компаниях существует должность управляющего по рискам, деятельность которого осуществляется под управлением финансового директора. Управляющий по рискам определяет состав подлежащего страхованию имущества компании, уровень страхового покрытия возможных ущербов и размеры соответствующей страховой премии. Управляющий по рискам выбирает страховщиков, обеспечивает получение вознаграждения в страховых случаях. В его задачу входят оценка всех возможных рисков, грозящих компании, и выбор компенсирующих противодействий либо с привлечением страховых компаний, либо путем «самострахования», в том числе и за счет улучшения управленческой деятельности.

Снижение рисков без привлечения страховых компаний

Далеко не все предпринимательские риски могут быть застрахованы в страховых компаниях. В некоторых случаях страховые компании и были бы заинтересованы в получении договора на страхование, но, с точки зрения нормальной деловой логики и финансового анализа ситуации, руководители компаний часто принимают решения о самостра-

ховании некоторых рисков. Чаще всего такое решение принимается, когда вероятность убытков или ущерба крайне мала, стоимость рискованного имущества относительно невелика. Формируемые в компаниях резервные и рискованные фонды обеспечивают покрытие части убытков, возникающих в результате предпринимательской деятельности. Наиболее типичные риски, сопровождающие нормальную коммерческую деятельность, и способы уменьшения отрицательных последствий от возникновения таких рискованных ситуаций упомянуты в табл. 7.3.1.

Таблица 7.3.1

Вид риска	Способы уменьшения отрицательных последствий
1. Коммерческие риски	
Низкие объемы реализации товара	Аналитическая работа по выбору целевых рынков методом ранжирования, стимулирование продаж, дополнительная реклама, снижение цены на товар, модификация товара и т. д.
Неэффективная работа сбытовой сети	Более тщательный подбор торговых, коммерческих посредников, использование франчайзинга ¹ и других современных методов сбыта для повышения эффективности работы торговых посредников
Неудовлетворительное исполнение контрагентом условий договора	Более тщательный выбор торговых посредников, анализ деловой репутации компании
Циклические изменения в экономике, падение спроса на товары	Прогнозирование циклических колебаний конъюнктуры, их учет в инвестиционных и производственных планах, принятие антикризисных мер на уровне компании: повышение уровня ликвидности за счет ускоренной реализации производственной продукции, сокращение товарных запасов, закупок сырья, материалов и комплектующих изделий, инвестирование в НИОКР и т. п.

¹Франчайзинг (franchising) — совокупность договорных отношений между компаниями, при которых одна из компаний (франчайзер) предоставляет другим компаниям (франчайзи) право пользования своей торговой маркой, в том числе своими оригинальными технологиями, ноу-хау, а также всесторонне способствует развитию бизнеса франчайзи. Франчайзер получает отчисления определенного процента с оборота или от прибыли компании-франчайзи.

Вид риска	Способы уменьшения отрицательных последствий
Изменение биржевых котировок и цен на сырьевые товары	Более тщательное прогнозирование цен в кратко- и среднесрочном планах, использование фьючерсных сделок и снижение степени риска путем хеджирования, т.е. одновременной покупки и продажи обязательств по фьючерсным контрактам, заключение долгосрочных контрактов «с условным требованием»
2. Финансовые риски	
Риск неплатежа за поставленный товар	Включение 100 %-ного или частичного авансового платежа, покрывающего полностью или частично стоимость поставляемого товара, применение аккредитивной формы расчетов (документарный, подтвержденный, безотзывный, делимый аккредитив), возмездная передача права требования платежа по договору факторинговой фирме (фирме-фактору)
Риск неоптимального распределения финансовых ресурсов при планировании производства товаров	Тщательная аналитическая работа при определении приоритетных направлений деятельности компании, более глубокая предварительная оценка рентабельности реализации произведенных товаров, внесение необходимых изменений в планы производства и инвестиционные планы
Риск больших инвестиций в крупномасштабный проект (например, объект капитального строительства)	Глубокая аналитическая работа в предконтрактный период, распределение рисков за счет привлечения к осуществлению проекта других фирм через консорциальное соглашение, привлечение для осуществления проекта средств венчурных (рисковых) фондов
3. Внутрифирменные риски	
Недовольство работников компании и риск забастовки	Разработка краткосрочных и долгосрочных социально-экономических программ в компании, понимание и использование в процессе управления компанией мотивации работников, создание благоприятного психологического климата в коллективе компании, тщательная проработка с профсоюзными активистами условий коллективного договора

Вид риска	Способы уменьшения отрицательных последствий
Риск утечки коммерческой и научно-технической информации	Разработка новых, особенно «пионерных» товаров таким образом, чтобы по готовому изделию конкурент не смог раскрыть производственные секреты, ноу-хау, тщательный контроль за оборотом внутрифирменной документации, ограничение доступа посторонних лиц в лаборатории, на экспериментальные участки и т.д.
Ошибки управляющих	Тщательный подбор управляющих среднего и высшего звеньев, эффективная мотивация и стимулирование их деятельности, профессиональная подготовка и переподготовка управленческих кадров, моделирование процесса по наиболее ответственным, рискованным проектам; дезинформация конкурентов о новых инновационных разработках

Можно привести множество других способов уменьшения предпринимательского риска без обращения к страховым компаниям и фондам. Основная задача высшего руководства компании по управлению рисками в любом случае должна сводиться к совершенствованию аналитических процессов в компании, построению и использованию бизнес-моделей и, по возможности, экономико-математических моделей, позволяющих научно, а «не на пальцах» прогнозировать возможные риски с определенной точностью. Оценка и снижение рисков в значительной мере зависят от характера деятельности компании, особенностей товаров, состояния выбранных целевых рынков, принятой схемы товародвижения, уровня логистических услуг и т.д.

Привлечение фундаментальной и прикладной науки, экономико-математических моделей, численных вероятностно-статистических методов расчета, теории устойчивости, знаний из эволюционной экономики, эконофизики для прогнозирования социально-экономических процессов и всевозможных рисков является приоритетным и перспективным направлением развития знаний о долгосрочном прогнозировании. Современные знания об эволюционных законах, действующих на больших интервалах времени, весьма ограничены, именно поэтому в настоящем существует преобладающая концепция о том, что все

эволюционные долгосрочные процессы, прогноз рисков имеют предел предсказуемости, так называемый «горизонт предсказуемости». В будущих экономико-математических моделях будет, вероятно, преобладать детерменистически-стохастический подход, в основе которого будут использоваться эволюционные уравнения, имеющие детерменистическое «ядро» (регулярную компоненту) и стохастическую оболочку (сингулярную компоненту), иные математические методы, учитывающие законы эволюции, основные ресурсы, социально-экономические факторы и приводящие к множеству альтернативных, но определяемых решений, а значит и к возможности краткосрочного и долгосрочного прогнозирования всевозможных рисков.

ГЛАВА 8

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Современная цивилизация вступила в эпоху информационного общества. На современном информационном телекоммуникационном рынке происходит объединение фундаментальных технологических волн-технологий, на основе которых создаются вычислительная техника, оборудование передач данных, голоса, видеоизображения, в объединенную технологию «мультимедиа» («multimedia»), являющейся мегатехнологической волной. Первой мегатехнологической волной стала мегаволна «Mainframe» («многопользовательская ЭВМ») в период развития, при котором на одну вычислительную машину приходилось много пользователей, затем возникла мегаволна «Personal Computer» («персональный компьютер»), когда в индустриально развитых странах на одного пользователя приходилось, как минимум, по одному персональному компьютеру. В настоящем мы являемся свидетелями новейшей мегаволны «Ubiquitous Computing» («вездесущая компьютеризация») [122], когда на одного пользователя приходится множество компьютеров, компьютерных и взаимосвязанных информационных технологий.

Информационные технологии позволяют прогнозировать, моделировать эволюционные процессы, контролировать стохастические процессы, обеспечивают обмен знаниями, информацией, осуществляют информационную поддержку для деловых процессов (бизнес-процессов), управления цепями поставок, доставке по системе «just-in-

time», минимизируют ресурсы, потребляемые компанией, оптимизируют информационные потоки, документооборот, предоставляют оперативный доступ к базам данных, обеспечивают статистический анализ полученных данных и т.д.

Информационные технологии представляют собой совокупность знаний и технических средств, включая средства связи, телекоммуникационные технологии и сети, компьютерную технику, аудио и видео оборудование, программных средств (программного обеспечения), необходимых для передачи, обработки, анализа информации, информационных процессов. Краткое определение информационных технологий задается формулой:

$$\text{[Информационные технологии]} = \text{[знания]} + \\ + \text{[технические средства]} + \text{[программные средства]}$$

Знания в области информационных технологий основаны на фундаментальной и прикладной науке, теории информации, на таких научных дисциплинах как математика, физика, информатика, кибернетика, электротехника, экономика и т.д.. Естественная взаимосвязь между информационными технологиями и различными фундаментальными и прикладными науками, технологиями, обусловлена универсальностью информационных технологий, возможностью их применения в различных областях человеческой деятельности, универсальностью самой информации, являющейся более высоким уровнем проявления и отображения окружающей действительности. Универсальность информационных технологий позволяет применить их как на уровне отдельных индивидуумов, микроэкономическом уровне первичных экономических структур (компаний, банков и т.д.), так и на макроэкономическом уровне, государственном и мировом уровнях.

8.1. ПРИНЦИПЫ СОЗДАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ

Построение информационных систем основано на ряде универсальных принципов:

- ♦ системности, интегрированности системы (единый комплекс технических и программных средств, взаимосвязь, взаимодействие между отдельными модулями, функциональными блоками системы, программным обеспечением для отдельных модулей);

- открытости системы (применение Интернет, стандартных протоколов связи, программных продуктов, типовых технологических решений, возможность информационного обмена, взаимодействия с другими системами, свобода доступа для пользователей системы, возможность расширения, модернизации системы);
- относительной независимости отдельных модулей системы (возможность замены, изменения отдельных модулей, функциональных блоков системы, программного обеспечения для отдельных модулей);
- устойчивости, надежности системы (предусмотренный алгоритм, наличие технических и программных средств, приводящих систему из неустойчивого непредсказуемого хаотического состояния в устойчивое, предсказуемое, упорядоченное состояние в случае сбоя, нештатного поведения системы);
- информационной безопасности (защищенность системы от несанкционированного доступа в систему, различные по сложности уровни доступа к системе, защита информации путем ее шифрования, общая подсистема защиты, предупреждения от несанкционированного доступа);
- минимизации потребляемых энергоресурсов, финансовых и иных ресурсов.

Задаче построения информационных систем на основе универсальных принципов отвечает задача создания универсальных стандартных форматов передачи электронных данных, к которым относится и Electronic Data Interchange (EDI).

Electronic Data Interchange (EDI)

В 60-х годах были предприняты первые попытки создать общий формат данных для электронной передачи данных для биржевой торговли, финансов и транспорта. В 70-х годах данные разработки продолжились, и был разработан формат передачи электронных данных Electronic Data Interchange (EDI), упоминающийся и называемый также, как *Electronic Data Interchange for Finance, Administration, Commerce and Transport* (EDIFACT). Данный формат позволяет упростить и ускорить операции по передаче в электронном виде различных коммерческих, банковских, логистических документов, например, заказов на покупку, финансовых отчетов, инвойсов, отчетов по мониторингу грузов и т.д.

Преимущества формата EDI заключаются в самом стандарте передачи данных, позволяющем совместить электронную почту, Интернет, систему электронного перевода денежных средств и т.д. с форматом передаваемых документов, информации, а также в снижении времени и затрат на подготовку и передачу документов, уменьшении вероятности субъективных ошибок при оформлении документов. Приведем сравнение по итерациям процесса передачи данных обычным способом и посредством EDI:

Обычная передача данных

отправитель информации ⇔ документ заполняется отправителем ⇔ документ прикладывается к сопроводительному сообщению ⇔ сообщение с приложенным документом в виде файла (например, MS Excel файла) отправляется по электронной почте через Интернет ⇔ получатель информации считывает электронное сообщение и открывает приложенный документ (файл) ⇔ данные, заключенные в них, вручную вводятся в базу данных получателя информации.

EDI (EDIFACT)

отправитель информации ⇔ документ заполняется отправителем ⇔ сообщение и документ в виде единого целого отправляются по формату EDI через Интернет ⇔ получатель информации автоматически считывает электронное сообщение ⇔ сообщение и документ автоматически вводятся в базу данных получателя информации.

Таким образом при использовании EDI достигается более высокий уровень интеграции, автоматизации и скорости передачи данных, позволяющий создавать информационные системы для управления цепями поставок, реализовывать концепцию «точно-в-срок» («just-in-time») в производстве, логистике, коммерции и других областях. Демонстрационные версии программного обеспечения для передачи данных в формате EDI можно просмотреть для примера на Интернет странице www.virtlogic.ca компании Virtual Logistics Inc.

EDIFACT является одним из средств реализации электронной промышленной логистики, широко используемой в индустриально развитых странах и отражающей стремительный переход к информационному обществу. Как известно, электронная коммерция (e-business) как одна из областей электронной коммерческой логистики получает все более ши-

рокое распространение, так как отвечает современной задаче эволюции логистических систем, а именно задаче минимизации времени и затрат на проведение торговых и логистических операций, увеличения жизненного цикла логистической услуги и товара. Электронная коммерция обеспечивает в режиме реального времени, например, через Интернет, продажу, покупку товаров и услуг, доставку, страхование и т.д.

Следующий шаг в развитии информационных технологий — это создание интегрированных информационных систем в областях электронной промышленной логистики, обеспечения, управления цепями поставок (supply chain). Данные системы могут объединить в единое целое информационные системы управления производством, материально-техническим снабжением, информационные системы логистики, маркетинга, контроля финансовых потоков, обеспечения поставок товара и т.д. К подобным системам относится система планирования ресурсов предприятия ERP (Enterprise Resources Planning), имеющая подсистему управления процессов в закупочной, производственной, распределительной и транспортной логистике. Современным, широко распространенным программным обеспечением являются программы, позволяющие управлять цепями поставок от момента размещения заказа на закупку до доставки товара «от двери-до двери» покупателям. Программное обеспечение SCM (supply chain management software) является примером подобных информационных систем. Постоянная модернизация, расширение информационных логистических систем вызвана их устойчивым спросом со стороны крупных производителей, логистических компаний.

Развитие информационных технологий, соответствующего программного обеспечения, в частности, построения СУБД (системы управления баз данных) основано на *детерменистическо-стохастическом* подходе. В построении СУБД существует объектное ядро (регулярная детерменистическая составляющая) — основная базовая унифицированная программа, задающая архитектуру системы. В качестве сингулярной стохастической составляющей выступает программная «оболочка» — дополнительная подпрограмма или программа, описывающая предметную (изучаемую) область для каждого конкретного клиента-пользователя, учитывающая особенности этой предметной области, различные внутренние и внешние факторы и т.д.

При всем многообразии программных продуктов, информационных систем и специфике их создания, существуют универсальные

принципы взаимодействия между компаниями-создателями программного обеспечения и компаниями-пользователями. Для обеспечения взаимопонимания, установления «дружеского интерфейса» между специалистами заказчика-фирмы и профессиональными разработчиками информационных систем можно предложить один из вариантов взаимодействия при их создании:

- формализацию предметной области: определение основных параметров, данных, определяющих деловой процесс;
- построение иерархии, структуры информационной системы, создание технического задания;
- предварительное тестирование системы;
- внедрение системы, опытная эксплуатация;
- отладку, доработку системы, программного обеспечения;
- модернизацию системы.

Формализация предметной области. Изучаемую предметную область внешнеэкономической деятельности необходимо формализовать, упорядочить с помощью полей данных. Каждое поле должно представлять собой первичный логистический термин (параметр), уникальный, неповторяющийся для данной предметной области. Пример представлен таблицей полей данных:

№	Название полей данных	Размер, байт	Тип поля
1	Ссылочный №	20	Текстовый
2	№ контракта/название	50	Текстовый
3	№ инвойса	25	Текстовый
4	Продавец	20	Текстовый
5	Покупатель	20	Текстовый
6	Отправитель	20	Текстовый
7	Получатель	20	Текстовый
8	Условия поставки	20	Текстовый
....	и т.д.		

Построение структуры информационной системы. Многие деловые процессы (бизнес-процессы) компании, предприятия могут быть представлены в виде отдельных последовательных действий (заданий, операций) и формализованы с помощью систем автоматизации класса «workflow» («потока работ»). Формализация деловых процессов осуществляется специалистами-программистами, однако содействие сотрудников со стороны компании-клиента также необходимо для

правильного понимания и отображения деловых процессов. Метод реализации посредством систем автоматизации класса «workflow» близок к методам сетевого планирования и управления проектами, которые используются в таком известном программном продукте как Microsoft Project. Изложение основ, метода построения подобных сложных систем является отдельной областью знаний об информационных технологиях. Здесь можно привести лишь пример простейшей информационной системы на логическом пользовательском уровне для логистики. Основная структура информационной логистической системы, предназначенной для мониторинга коммерческих и некоммерческих поставок, изображена на рис. 8.1.1. Система предназначена для мониторинга коммерческих и некоммерческих поставок. Подменю «TRACKING (ОТСЛЕЖИВАНИЕ)» в системе (программе) подразумевает предоставление информации о текущем местонахождении груза посредством отчета (tracking report) и предшествующих событиях при доставке (данная система подробно изложена в книге «Логистика во внешнеторговой деятельности» [37]).

Предварительное тестирование системы. Информационную систему необходимо предварительно протестировать на всех уровнях иерархии, используя данные типичные для данной предметной области. Происходят выявление и исправление программных и концептуальных, логических ошибок. В идеале тестирование производится совместно как профессиональными разработчиками данной информационной системы, так и заказчиком- фирмой.

Установка системы. После предварительного тестирования система устанавливается у заказчика-фирмы и подсоединяется, как правило, к его локальной компьютерной сети. Данные могут храниться на сетевом сервере.

Отладка системы. В ходе эксплуатации системы также выявляются и исправляются программные и логические ошибки, не выявленные ранее на этапах предварительного тестирования, внедрения системы. На данном этапе могут быть пересмотрены некоторые параметры системы в зависимости от неучтенных или изменившихся факторов, воздействующих на систему, например, возросшего числа обращений к системе через Интернет, больших массивов данных и т.д.

Модернизация системы. На последующем этапе развития система может быть преобразована в глобальную систему комплексной автоматизации. Предметная область, отображаемая в данных системах, расши-

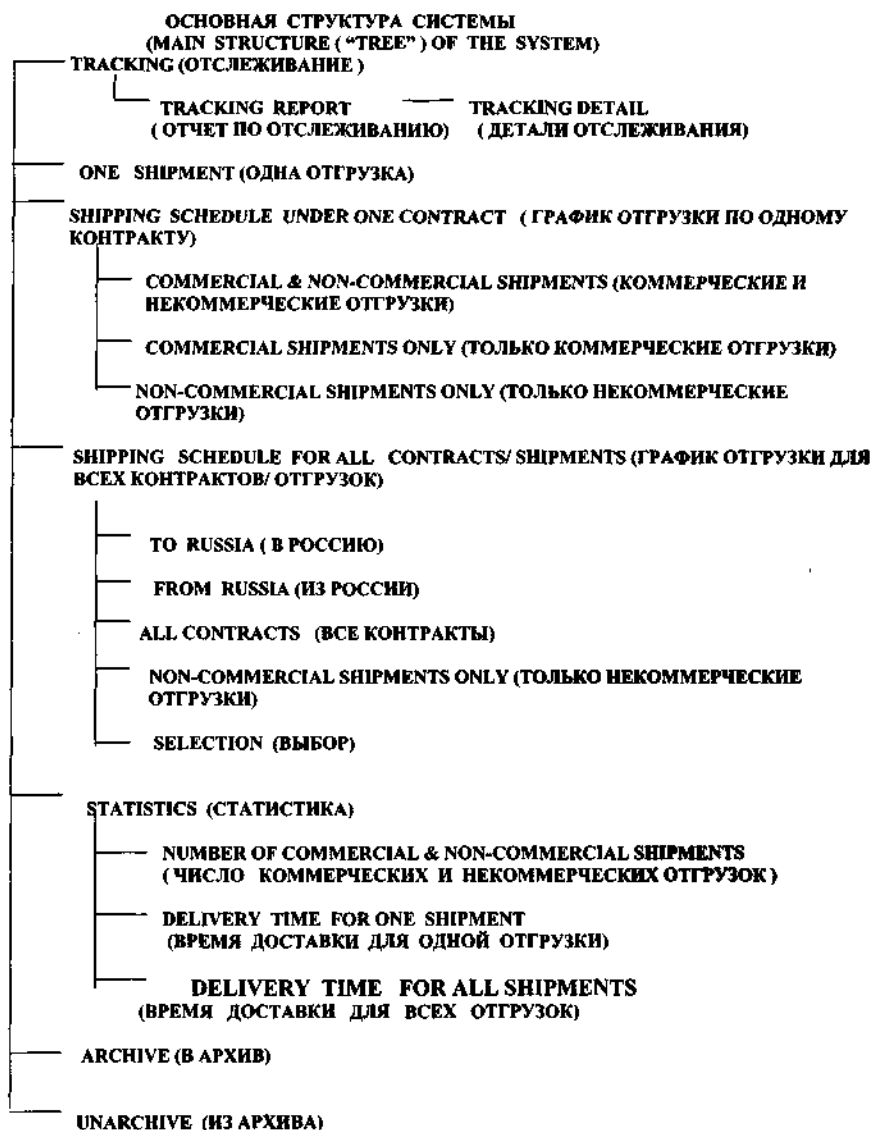


Рис. 8.1.1. Основная структура системы отслеживания (мониторинга)

рена и может охватывать различные области деятельности компании, структуру компании в целом: сферы производства, маркетинга, финансов, логистики и т.д. Модернизация системы может осуществляться не только по пути расширения охватываемой предметной области, но и

по пути технологического обновления самой информационной системы в результате появления новейших технических решений, разработок на базе фундаментальных и прикладных исследований. Одним из новейших решений для информационных систем являются, к примеру, решения на основе Web-сервисов, позволяющие создавать еще более открытые информационные системы с применением Интернет-технологий. Решения на базе Web-сервисов позволяют достигать высокой степени интеграции программных приложений, различных независимых информационных систем, находящихся в различных местах мирового пространства у разных пользователей, компаний, деловых торговых партнеров в пределах одной страны или многих стран.

8.2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ ДЛЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Развитие внешнеторгового дела является одной из составных частей эволюции информационного общества, современной человеческой цивилизации. Информационные технологии предоставляют широкие возможности в прогнозировании, моделировании экономических процессов, происходящих в международной торговле, кредитно-финансовых системах, в обеспечении системы внешнеторговой информации, включающей в себя следующие сведения применительно к российскому внешнеторговому делу: «1) о российских лицах и об иностранных лицах, осуществляющих внешнеторговую деятельность на российском рынке; 2) о российских лицах и об иностранных лицах, получивших квоты и лицензии; 3) о международных торговых договорах и об иных договорах Российской Федерации в области внешнеэкономических связей; 4) о российском и об иностранном законодательствах в области внешнеторговой деятельности; 5) о деятельности торговых представительств Российской Федерации в иностранных государствах; 6) о деятельности Российского экспортно-импортного банка и других организаций, оказывающих услуги по кредитованию и страхованию в области внешнеторговой деятельности; 7) о таможенной статистике внешней торговли Российской Федерации; 8) о конъюнктуре на внешних рынках по основным товарным группам; 9) о законодательстве Российской Федерации в области технического регулирования; 10) о правонарушениях в области внешнеторговой деятельности; 11) о перечне товаров, ввоз которых на территорию Российской Федерации или вывоз которых с ее территории запрещен;»(Ст. 47. «Информационное

обеспечение внешнеэкономической деятельности» Федерального закона от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеэкономической деятельности»).

Информационные системы для управления цепями поставок, логистики

Для управления и контроля за цепями поставок используется программное обеспечение SCM (supply chain management software), с помощью которого можно осуществлять планирование закупок исходного сырья, компонентов, контролировать размещение и выполнение заказов на закупки, синхронизировать отдельные звенья цепи поставок, рационально распределять материальные ресурсы, снижать издержки в закупочной, производственной, распределительной, транспортной логистике, контролировать складские запасы, обеспечивать быстрый документооборот в электронном виде между участниками цепи поставок, содействовать в продлении жизненного цикла товаров и логистических услуг. Управление цепями поставок отвечает задаче эволюции логистических компаний в направлении уменьшения времени и затрат на доставку при стремлении к увеличению жизненного цикла товара и логистических услуг. SCM создается многими компаниями, в том числе такими компаниями как SAP (www.sap.com), Oracle (www.oracle.com), Microsoft (www.microsoft.com), IBM (www.ibm.com), i2 (www.i2.com) и т.д.

Логистическая система для корпоративной цепи поставок (supply chain), включающая в себя информационную систему, представлена в общем виде на рис. 8.2.1. Информационная система может иметь подсистему мониторинга, предназначенную для отслеживания поставок. Система мониторинга может быть также отдельной, автономной информационной системой для отслеживания коммерческих и некоммерческих поставок, текущего местонахождения груза (данная система подробно изложена в книге «Логистика во внешнеэкономической деятельности» [37]).

В простейшей автономной системе мониторинга информационные потоки могут распределяться, так как показано на рис. 8.2.2 для случая, когда программные средства (база данных, СУБД, вспомогательные программы) и технические средства (сервер, телекоммуникационное оборудование) расположены в офисе представительства иностранной компании. Подобное размещение информационной системы в представительстве компании, допустим в России, экономически оправдано,

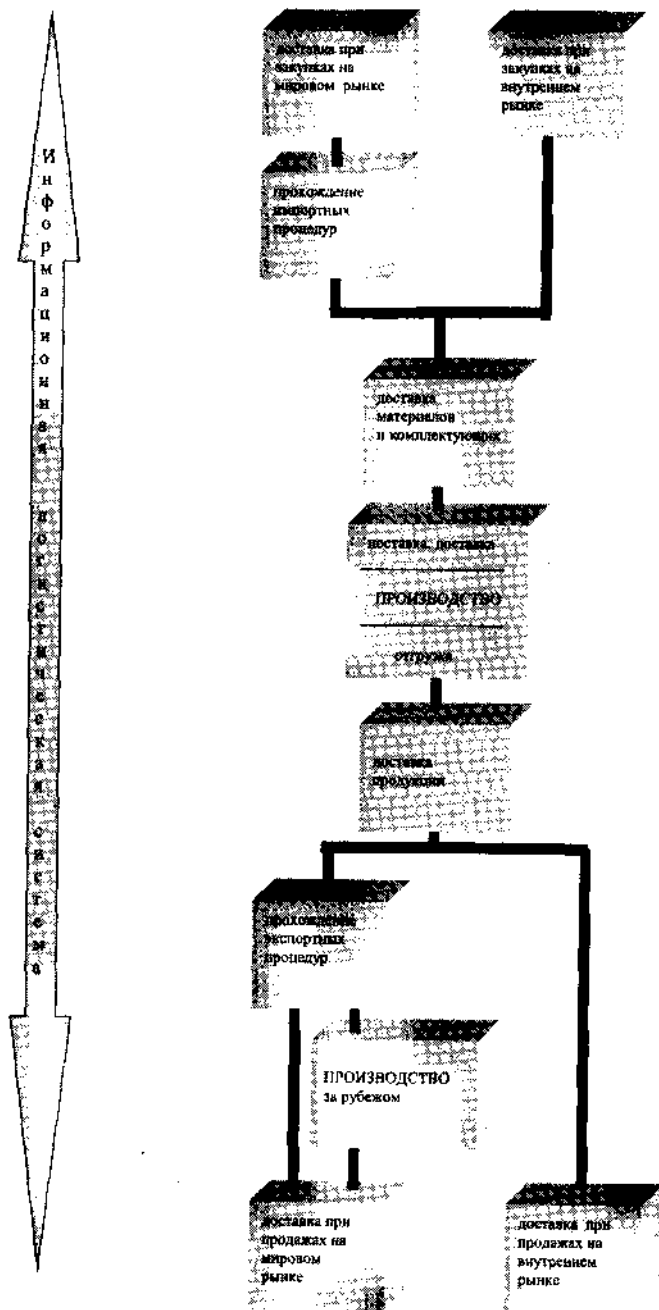


Рис. 8.2.1. Схема логистической системы

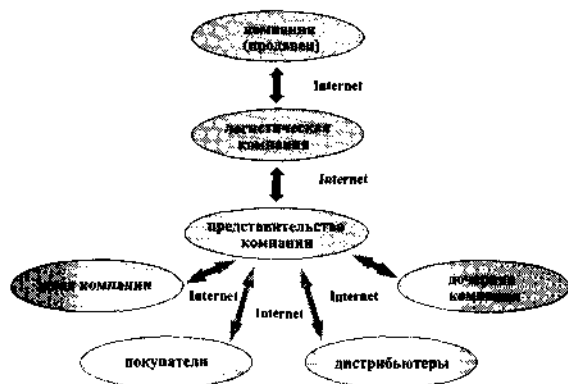


Рис. 8.2.2. Потoki информации в информационной системе

когда компания имеет долгосрочные перспективы на российском рынке, достаточное количество проектов, поставок в Россию, множество деловых торговых партнеров, заинтересованных в быстром, удобном Интернет-доступе к открытым информационным ресурсам компании, когда объем информации настолько велик, что информационная система в офисе головной компании, штаб-квартиры или «домашнего экспедитора» (см. параграф 3.9) не способна своевременно, в режиме «on-line» обрабатывать информацию, а также не учитывает специфику внешнеторгового дела в других странах, включая Россию. В других случаях основные программные и технические средства информационной системы размещаются, как правило, в офисе головной компании или «домашнего экспедитора», и эта система поддерживает информационные ресурсы компании в различных странах через Интернет-доступ к основной информационной системе.

В пределах стран Европейского сообщества не существует таможенных границ, поэтому купля-продажа товаров внутри ЕС является относительно свободной, открытой, допускающей реализацию масштабных информационных систем, в частности, в области E-бизнеса (E-business), т.е. электронной коммерции: покупки и размещения заказа, обработки запросов клиентов, денежных взаиморасчетов, предоставлении доступа к данным, общим базам данных в режиме реального времени через Интернет и т.п.. В настоящем подобные системы сложно реализовать в какой-либо группе государств, разделенных государственными таможенными границами, когда каждый товар, подлежащий ввозу в страну или вывозу из страны, проходит через строго

установленный режим внешнеторговых процедур, связанный с фактом исполнения сделки международной купли-продажи. Возможно в будущем страны, народы СНГ, ранее развивавшиеся в единой федерации, смогут вновь объединиться на основе общих интересов, единого вектора эволюции, и тогда подобные глобальные информационные системы могут быть реализованы.

8.3. ВНЕШНЕТОРГОВАЯ СТАТИСТИКА РФ

Российская статистика началась с первой переписи населения на Руси, первых «писцовых книг». В «Курсе русской истории» В.О. Ключевского приводятся следующие исторические факты появления «писцовых книг»: «Писцовая книга описывает город и его уезд, их население, земли, угодья, торговые и промышленные заведения и лежащие на них повинности. Описывая городские и уездные поселения, посады, слободы, села, деревни, починки, писцовая книга подробно пересчитывает в каждом поселении тяглые дворы и «людей» в них, домохозяев с живущими при них детьми и родственниками, обозначает пространство принадлежащей селению земли пахотной, пустопорожной, сенокосной и лесной, кладет тяглые посадские дворы и сельские пахотные земли в сохи и по ним высчитывает размер тягла, падающего на селение по земле и промыслам его тяглых обывателей. В московском архиве министерства юстиции хранятся многие сотни писцовых книг XVI и XVII вв., служащих основным источником истории финансово-го устройства и экономического быта Московского государства. Такие описи составлялись издавна, но лишь немногие книги дошли до нас от конца XV в. по Новгороду Великому» [30].

Петром I была введена подушная перепись и его указом от 26 ноября 1718 года было велено: «Взять сказки у всех, дать на год сроку, чтоб правдивые принесли, сколько у кого в которой деревне душ мужеска пола, объявя им то, что кто что утаит, то отдано будет тому, кто объявит о том; расписать, на сколько душ солдат рядовой с долею на него роты и полкового штаба, положи средний оклад» [30]. Ревизские сказки представляли собой документы делопроизводства, записи устных показаний [57], документы с результатами данных переписи населения для сословий, обязанных платить «подушную подать» (подушный налог) в Российской империи, а именно с крестьян, цеховых людей, мещан.

Статистические исследования проводились также и во второй половине XVIII в. во времена правления Екатерины II (1729—1796), в усло-

виях оброчной системы в помещицьем хозяйстве. «Екатерина в «Наказе» жаловалась, говоря: «Почти все деревни на оброке» и оброчные хозяйства признают «новозаведенным способом». В конце царствования Екатерины статистик Шторх¹ и агроном Рычков в один голос жаловались на вредные последствия, какие выходят для сельского хозяйства из господства оброчной системы в помещицких имениях» [30].

Манифестом императора Александра I «Об учреждении министерств» от 8 сентября 1802 г. было предписано каждому Министерству в конце года подавать «через Правительствующий Сенат письменный отчет в управлении всех вверенных ему частей, исключая из них дела особой тайне подлежащие». В обязанности Министра внутренних дел входила забота «о повсеместном благосостоянии народа, спокойствии, тишине и благоустройстве всей Империи... А дабы доставить случай и способы к достижению той цели, какую Мы при учреждении сего Министерства себе предполагаем, то повелеваем с объявления сего Министерства Нашего:... Казенным палатам относиться к нему через Начальников Губерний обо всем касающемся до публичных зданий и содержании их, и при том доставлять ему через них же ведомости о числе народа и ревизские сказки.» (фрагмент манифеста «Об учреждении министерств» от 8 сентября 1802 г., [Полное собрание законов Российской империи. Собрание первое: с 1649 по 12 декабря 1825 гг.]).

Манифест об «Общем учреждении министерств» от 25 июня 1811 г. стал последующим важным государственным документом, развившим положения предшествующего манифеста «Об учреждении министерств» от 8 сентября 1802 г. и подтвердившим необходимость ведения статистики на государственном уровне: «§ 63. Собранные сведения и тем самым основав статистику каждой части, должно постепенно усовершенствовать ее посредством срочных ведомостей, табелей и верных описаний» (источник: виртуальная библиотека Исторического факультета МГУ, www.hist.msu.ru/ER).

В современной России внешнеторговая статистика обеспечивается и контролируется Правительством РФ совместно с Центральным банком Российской Федерации. «Правительство Российской Федерации совместно с Центральным банком Российской Федерации обеспечива-

¹Шторх Андрей Карлович (Генрих Фридрих, 1766—1835) — член-корреспондент по политической экономии и статистике с 7 апреля 1796 г., ординарный академик с 1 февраля 1804 г., вице-президент с 8 ноября 1830 г. по 1 ноября 1835 г. (Российская Академия Наук, www.ran.ru).

ет создание федеральной системы статистической отчетности, сбор и разработку по единой методике сопоставимых с используемыми в международной практике статистических данных», к которым «относятся данные о: 1) внешней торговле Российской Федерации, полученные на основе государственной статистической отчетности и таможенной статистики внешней торговли Российской Федерации, в том числе торговые балансы Российской Федерации; 2) платежном балансе Российской Федерации, в том числе статистике внешней торговли товарами, услугами, интеллектуальной собственностью, движения капитала. (Ст. 48. *Внешнеторговая статистика, Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»*). Внешнеторговая статистика используется для учета данных о структуре, динамике экспорта и импорта, составления платежного баланса России, для подготовки законодательных актов в области внешней торговли России и ряда других целей.

Для анализа внешнеэкономических товарных потоков, структуры экспорта и импорта РФ, определения емкости внутреннего рынка, проведения маркетинговых исследований необходимы официальные статистические данные. Поиск информации об объеме импорта или экспорта того или иного товара в Россию, объеме отгрузок по конкретному коду ТН ВЭД приводил раньше к затруднениям, так как правило, в открытой печати упоминались и публикуются по настоящее время только наиболее общие статистические данные по импорту, экспорту, по группам стран или товаров. Открытые более детальные официальные статистические данные могут быть получены через дочернее унитарное государственное предприятие «Ростаможинформ» на основе базы данных Главного научно-информационного вычислительного центра (ГНИВЦ). Правда, следует упомянуть, что некоторые статистические данные, например, сведения об объеме импорта, экспорта ряда стратегически важных товаров по конкретным кодам ТН ВЭД, являются закрытыми и не могут быть предоставлены.

Исходными данными для таможенной статистики являются сведения из грузовых таможенных деклараций (ГТД), заполняемых при таможенном оформлении товаров. Статистическая стоимость товаров определяется в долл. США по ценам контрактов, приведенных к единому базису. Оценка стоимости импорта товаров производится на базисе цен СИФ (CIF) — российский порт или СИП (CIP) — пункт назначения на таможенной границе РФ. Оценка стоимости экспорта товаров

производится на базе цен FOB (FOB) — российский порт или DAF (DAF) — граница РФ.

В результате собственной обработки статистических данных по импорту можно получить, например, результат в виде следующей диаграммы (рис. 8.3.1). Объемы импорта в Россию и экспорта из России, страны отгрузок могут дать представление о структуре российского импорта, экспорта, о направлениях товаропотоков и ценах товаров, о том или ином сегменте, занимаемом товаром на российском рынке, и информацию о приблизительном соотношении транспортных потоков и объемов продаж товаров в соответствии с конкретным кодом ТН ВЭД на российском рынке.

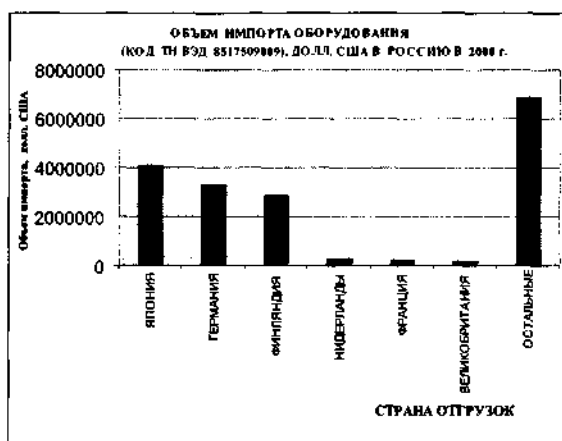


Рис. 8.3.1. Объем импорта оборудования в Россию в зависимости от страны отгрузки

Внешнеторговые статистические данные возможно также получить во Всероссийском научно-исследовательском конъюнктурном институте (ВНИКИ, www.vniki.ru). Предоставление статистической информации, ее аналитический анализ являются одним из направлений деятельности ВНИКИ.

Более общие статистические данные по внешней торговле могут быть получены из официальных статистических изданий Федеральной службы государственной статистики, Министерства экономического развития и торговли РФ. В соответствии с постановлением Правительства РФ от 7 апреля 2004 г. № 188 «Вопросы Федеральной службы государственной статистики» и Указом Президента РФ от 9 марта 2004 г. № 314 «О системе и структуре федеральных органов

исполнительной власти» Федеральная служба государственной статистики находится в ведении Министерства экономического развития и торговли РФ и осуществляет сбор статистической отчетности, формирование на ее основе официальной статистической информации и предоставляет в установленном порядке статистическую информацию Президенту Российской Федерации, Правительству Российской Федерации, Федеральному собранию Российской Федерации, органам государственной власти, средствам массовой информации, организациям и гражданам, а также международным организациям.

ГЛАВА 9

ПОСРЕДНИКИ ВО ВНЕШНЕТОРГОВОМ ДЕЛЕ

9.1. КОМПАНИИ — ТОРГОВЫЕ ПОСРЕДНИКИ

Современное внешнеторговое дело очень часто ведется через внешнеторговых компаний-посредников, выполняющих посреднические функции в области международной купли-продажи, внешнеторговых операций, финансов, транспортно-экспедиторского обслуживания, страхования и многих других областях. Появление компаний-посредников объективно обусловлено развитием внешнеторгового дела, реальной необходимостью посредников между участниками внешнеторговых сделок, находящихся в разных странах, имеющих различные обычаи ведения внешнеторгового дела, необходимостью услуг компаний-посредников, учитывающих специфику национальных рынков, законодательства, ведения бизнеса и минимизирующие риск коммерческой неудачи во внешнеторговом деле. Внешнеторговая компания-посредник может быть государственной компанией или частной компанией с участием иностранного капитала или же совместным предприятием с государственным участием.

Международные торговые посредники

Международные торговые посредники способствуют продвижению, продажам товаров за счет собственных оптовых и розничных продаж, своей сбытовой сети, сопутствующих услуг, в том числе га-

рантийного и послегарантийного обслуживания. Торговые посредники выполняют различные торгово-посреднические услуги: торговые, агентские, брокерские и иные. В качестве основных международных торговых посредников могут быть торговые дома, оптовые компании, официальные дистрибьюторы, дилеры, торговые агенты, консигнаторы, комиссионеры, факторинговые компании.

Торговые дома представляют собой, как правило, крупные торгово-финансовые, финансово-промышленные группы, торговые компании, занимающиеся торгово-посреднической деятельностью на международных рынках, обеспечивающие продажу товаров, как правило, производимых крупными транснациональными компаниями-производителями, и продвижение товаров на новые рынки. Торговые дома являются часто кредиторами во внешнеторговых сделках купли-продажи. Российские внешнеторговые объединения, многие из которых были созданы во времена СССР, представляли собой торговые дома.

Оптовые компании закупают крупные оптовые партии товара за свой счет и импортируют, экспортируют оптовые партии закупленного товара на основе договоров международной купли-продажи. Оптовые компании могут иметь собственную оптовую сеть, оптовые склады в различных странах мира, позволяющие продавать товары более мелкими партиями другим компаниям, своим дочерним компаниям розничной торговли, «придерживать» товары на складе, учитывая мировую тенденцию цен, а затем продавать товары по более высоким ценам.

Официальные дистрибьюторы — компании, получившие право на дистрибьюцию (распределение) товаров напрямую от товаропроизводителя на определенных условиях, оговоренных в дистрибьюторском соглашении, и импортирующие товары, как правило, на основе отдельных договоров международной купли-продажи на конкретные партии товаров по отдельным размещенным заказам ввиду того, что дистрибьюторское соглашение само по себе не является договором купли-продажи. В Приложении, раздел 1 приведен один из вариантов дистрибьюторского соглашения, в котором оговорены взаимные обязательства компании-товаропроизводителя и компании-неэсклюзивного дистрибьютора. Неэсклюзивный дистрибьютор обязуется осуществлять продажи товаров на определенной территории (странах, стране или регионе страны), указанной в дистрибьюторском соглашении, однако имеет право заключать дистрибьюторские соглашения и с другими товаропроизводителями. Эксклюзивный дистрибьютор полу-

чает же исключительные (эксклюзивные) права на продажу определенных товаров на определенной территории только от одного единственного (эксклюзивного) товаропроизводителя, который не имеет права назначать другого дистрибьютора своих товаров на этой территории. На практике большинство товаропроизводителей и дистрибьюторов не связывают себя столь строгими обязательствами в выборе внешне-торговых бизнес-партнеров и не заключают эксклюзивных дистрибьюторских соглашений, предпочитая свободу выбора.

Дополнительным оговоренным условием для дистрибьютера может быть условие наличия у него постоянно действующего склада (дистрибьюторского склада) или складов, с которых будет производиться продажа товаров. Дистрибьютор несет все расходы, связанные с осуществлением продаж товаров. Товаропроизводитель и его дистрибьютер договариваются ежегодно об объеме продаж на предстоящий год. Дистрибьютор обязуется ежегодно передавать в компанию-товаропроизводитель отчет о продажах за текущий год. По условиям дистрибьюторского соглашения какие-либо права на фирменное наименование товаропроизводителя, товарный знак товаропроизводителя или знак обслуживания не передаются дистрибьютеру. Дистрибьюторы содействуют продвижению товаров на новые рынки, покупая, импортируя товары на основе внешне-торговых импортных контрактов, а затем продавая эти товары внутри страны своим дилерам, компаниям розничной торговли (розничным компаниям) и другим компаниям, которые в силу своих ограниченных финансовых возможностей, небольшого торгового оборота, отсутствия в штате компании специалистов внешнеэкономической деятельности или иных причин не могут или не имеют возможности участвовать во внешне-торговых операциях, внешне-торговых контрактах. Дистрибьюторы, как правило, берут на себя сопутствующие услуги по монтажу оборудования, импортируют запасные части в случае технологического оборудования, создают центры по ремонту, отправляют неисправное оборудование на завод-изготовитель по гарантийному и послегарантийному ремонту, получают оборудование после ремонта или обеспечивают его замену.

Официальные дилеры — компании, получившие право от дистрибьютора компании-товаропроизводителя или действующей в стране дилера дочерней компании товаропроизводителя на продажу определенных товаров на определенной территории, оговоренных в дилерском соглашении. Дилер обязан покупать, как минимум, согласованное

количество товара в течение оговоренного времени. В случае, если дилер не выполняет обязательства по закупкам, не имеет своего плана развития по расширению закупок или не отвечает мировым стандартам, требованиям к дилерской деятельности, то дистрибьютор компании-товаропроизводителя или дочерняя компания товаропроизводителя могут расторгнуть или просто не продлевать дилерский договор со своим дилером, входящим в дилерскую сеть. Дилеры предоставляют сопутствующие услуги по монтажу, ремонту, замене оборудования, создают центры по сервисному обслуживанию, ремонту, сервисные центры, автосервисы, станции (в случае автомобильных дилеров).

Торговый агент — компания, выступающая от имени и за счет другой компании- принципала и совершающая сделки от имени этой компании — принципала, но без права подписи документов по сделке. Торговый агент не перепродает товары компании- принципала и представляет собой представителя-агента компании-принципала по продаже товаров от имени компании-принципала, устанавливающей условия продажи товаров, включая цены на товары, условия оплаты, сроки поставки товаров. За свою посредническую деятельность торговый агент получает от компании-принципала вознаграждение, как правило, в виде определенного процента от проданного товара или суммы, оговоренной в агентском соглашении между компанией-принципалом и торговым агентом.

Компании-консигнаторы — компании, имеющие консигнационные склады и принимающие по договору о комиссии товары от компании-консигнанта-экспортера на условиях консигнации, позволяющих продавать поставленную крупную партию товаров отдельными, более мелкими партиями с консигнационного склада. Право собственности на товары принадлежит компании-консигнанту до момента их продажи покупателям через консигнационный склад. Консигнационные склады могут иметь статус склада временного хранения, позволяющего производить импортную таможенную очистку отдельных партий товара, являющихся частью поставляемой крупной партии товаров от экспортера, с последующей продажей покупателям. Консигнационные склады обычно используются для продаж запасных частей, товаров массового спроса.

Компании-комиссионеры обеспечивают торгово-посреднические услуги, продажу товаров по поручению другой компании-комитента от своего имени и за счет комитента на основании договора комиссии.

Комиссионер обязан согласовывать с комитентом цены, количество продаваемого товара, условия поставки, оплаты и другие условия, необходимые для продажи товара. Комиссионер может являться и продавцом, и покупателем, осуществляющим продажу или покупку товаров на основе обычного контракта купли-продажи с третьим лицом, а именно компанией-покупателем или компанией продавцом соответственно. После совершения сделки купли-продажи компания-комиссионер получает от компании-комитента определенный процент от суммы сделки или от разницы между ценой, по которой продан товар, и ценой, назначенной комитентом.

Факторинговые компании во внешнеторговом деле обеспечивают гарантию от кредитных, валютных рисков, инкассирование долгов, возникших вследствие задержки платежа со стороны покупателя, торгово-комиссионные операции по кредитованию оборотного капитала компании-продавца-экспортера, при которой происходит покупка счетов-фактуры экспортера с условием оплаты определенной части этих счетов, обычно, по сложившейся практике, до 90 % от стоимости поставок. Оплата оставшейся части, за вычетом процента за кредит, осуществляется в сроки, согласованные с экспортером. В результате торгово-комиссионной операции происходит кредитование продаж экспортера, переуступка компанией-экспортером факторинговой компании неоплаченных счетов-фактуры за поставленный товар. Факторинговые компании обычно связаны с банками или являются дочерними компаниями, учрежденными банками. Взаимоотношения между факторинговой компанией и компанией-экспортером (клиентом) регулируются на основе договора факторинга.

Однако следует заметить, что все многообразие компаний-посредников во внешнеторговом деле сводится, с точки зрения внешне-торговых операций, товаропотоков, к двум основным группам компаний-посредников, а именно компаниям-экспортерам и компаниям-импортерам. Экспорт и импорт товаров осуществляется в соответствии с внешне-торговыми контрактами купли-продажи между компаниями-экспортерами и компаниями-импортерами (см. главу 3).

Информацию об основных общих принципах работы с торговыми партнерами можно найти на Интернет-сайтах многих компаний, что подчеркивает определенную степень открытости этих компаний и их стремление к международному сотрудничеству, к расширению числа своих торговых партнеров. Стиль открытой внешне-торговой

деятельности особенно характерен для крупных европейских, американских компаний. Однако общие принципы не исключают индивидуального подхода к каждому деловому партнеру, компании-торговому посреднику. Можно привести двухуровневую структуру партнерской торговой сети на примере компании IBM (источник: www.ibm.ru). Партнеры первого уровня, представляющие собой дистрибьюторов, покупают продукцию IBM напрямую без посредников. Одним из условий партнерства на первом уровне является обязательное достижение заданного годового объема продаж, определенного годового оборота. Партнерами второго уровня являются поставщики решений, реселлеры, которые покупают продукцию IBM от дистрибьюторов.

9.2. ПОРЯДОК И РЕЖИМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА ИНОСТРАННЫХ ФИРМ, БАНКОВ И ОРГАНИЗАЦИЙ НА ТЕРРИТОРИИ РФ

Иностранная компания, банк или иная организация может осуществлять свою деятельность в России через свое представительство, являющееся внешнеэкономическим посредником между своей «головной» компанией — «штаб-квартирой» или своими дочерними компаниями в других странах и компаниями, банками, организациями в России. Представительство должно быть зарегистрировано в Регистрационной палате РФ, постановлено на учет в налоговых органах иностранных организаций в Российской Федерации в соответствии с *приказом МНС РФ «Об утверждении Положения об особенностях учета в налоговых органах иностранных организаций» от 07.04.2000 г. № АП-3-06/124*. При постановке на учет в налоговых органах представительству присваивается ИНН (идентификационный налоговый номер).

Для регистрации представительства как участника внешнеэкономической деятельности необходимо представить в таможенные органы следующие документы (оригиналы и их нотариально заверенные копии): 1) сопроводительное письмо-заявление в таможенные органы; 2) информационное письмо органов государственной статистики об учете в Едином государственном реестре предприятий и организаций и присвоении кодов общероссийских классификаторов; 3) свидетельство о регистрации в Московской регистрационной палате или 4) свидетельство о регистрации в Государственной регистрационной палате; 5) разрешение на открытие представительства на территории РФ; 6) свидетельство о внесении в Сводный государственный реестр;

7) свидетельство о постановке на налоговый учет и присвоении ИНН; 8) положение о представительстве; 9) решение об открытии представительства на территории РФ; 10) аккредитационную карточку главы представительства; 11) справку из банка об открытии рублевого и валютного счета (с датой текущего года); 12) доверенность от организации на лицо предоставляющее документы в таможеню; 13) копии паспортов главы представительства, главного бухгалтера и доверенного лица; 14) баланс (Ф-1, Ф-2 за последний отчетный период).

Следует обратить внимание, что порядок регистрации участника внешнеэкономической деятельности и список необходимых документов могут изменяться в законодательном порядке со временем, поэтому необходимо заранее уточнить перечень требований к участнику внешнеэкономической деятельности напрямую в таможенных органах РФ или через экспедитора, таможенного брокера, которые предоставляют свои логистические, в том числе информационные услуги представительству.

Представительства иностранных фирм, банков и организаций не являются российскими юридическими лицами, что налагает определенные ограничения на ввоз товаров в данные представительства. Представительства могут ввозить для собственных нужд на таможенную территорию РФ офисное оборудование (например, мебель, оргтехнику, канцелярские товары и т.п.), автомобили, иные товары (далее — товары), необходимые аккредитованным инофирмам для осуществления своей деятельности на территории РФ при условии, что такие товары не будут использоваться для извлечения дохода, а также отчуждаться любым способом либо передаваться во временное пользование другим лицам. В соответствии со *ст. 126 Таможенного кодекса РФ* «Декларантом может быть только *российское лицо*, за исключением случаев перемещения товаров через таможенную границу: ...иностранными организациями, имеющими представительства, зарегистрированные (аккредитованные) на территории Российской Федерации в установленном порядке, при заявлении таможенных режимов временного ввоза, реэкспорта, транзита, а также таможенного режима выпуска для внутреннего потребления товаров, *ввозимых для собственных нужд таких представительств*».

Представительства не имеют права ввозить крупные партии товара, понимаемые как коммерческие, или ввозить товары на представительства по коммерческим внешнеторговым контрактам, так как

внешнеторговый контракт предполагает сделку международной купли-продажи между *российским лицом* (покупателем-резидентом РФ) и иностранной компанией, организацией (продавцом-нерезидентом РФ), *не являющейся российским лицом*. Понятие «крупная партия» не определена законодательными актами, поэтому окончательное решение о разрешении на ввоз товаров принимается на усмотрение Регистрационной Палаты, таможенных органов, принимающих во внимание стоимость, характер груза, его количество, вес, объем, причины ввоза.

Причиной данного ограничения может являться юридический статус аккредитованного представительства. Представительства не являются российскими юридическими лицами, и этот факт подтверждается соответствующей формулировкой в статье «Общие положения», определяющей деятельность представительства. Кроме того, если коммерческая деятельность представительства не предусмотрена и не указана в этом положении, то ввоз крупных партий товаров и товаров по коммерческим контрактам исключен по этой причине. Даже если коммерческая деятельность представительства предусмотрена и указана в этом положении и деятельность этого представительства подлежит налогообложению (*приказ МНС РФ «Об утверждении Положения об особенностях учета в налоговых органах иностранных организаций» от 07.04.2000 г. № АП-3-06/124*), то на практике применяются те же самые вышеупомянутые ограничения в ввозе. Вне зависимости от статуса представительства или от таможенного режима ввоза для того, чтобы ввезти товары на представительства в РФ, в случае требования таможенных органов необходимо получить письмо в Регистрационную палату РФ.

Действующие законодательные акты РФ не предусматривают ограничения в выборе таможенных режимов при ввозе товаров на представительства: могут быть использованы режимы временного ввоза, режим выпуска для свободного обращения или иной режим. Кроме того, представительства как и российские юридические лица имеют право изменить ранее заявленный режим, например, временного ввоза на режим выпуска для свободного обращения на территории РФ.

В настоящее время режим временного ввоза применяется представительствами обычно в целях краткосрочного (2—6 месяцев) ввоза оборудования для проведения выставок, презентаций, сертификации. Ввоз на 1 месяц практически не применяется из-за того, что данного периода в большинстве случаев недостаточно для проведения предста-

вительских мероприятий и оформления временного ввоза, обратного вывоза. Однако в случае необходимости представительство может продлить ранее заявленный срок временного ввоза, в том числе период в один месяц, на более длительный срок.

Долгосрочный временный ввоз невыгоден ввиду того, что представительство обязано перечислять так называемые «периодические платежи». Формула расчета данных платежей дается в отдельной главе «Расчет таможенных платежей». В случае временного ввоза автомобилей для нужд представительства необходимо выполнить дополнительное требование, а именно поместить депозит в размере условно начисленных таможенных платежей на счет таможни. Значительные депозитные суммы замораживаются на весь период временного ввоза, что также делает экономически невыгодным применение данного режима. Кроме того, таможенное законодательство строго регламентирует таможенные процедуры в случае нарушения режима временного ввоза, под которым, например, понимается та ситуация, когда представительство по тем или иным причинам не смогло осуществить обратный вывоз или продлить режим временного ввоза в установленные сроки. Более подробно режим временного ввоза изложен в книге «Логистика во внешнеэкономической деятельности» [37].

Представительства иностранных компаний, банков или иных иностранных организаций, ведущие коммерческую деятельность и получающие доходы в Российской Федерации, являются плательщиками налога на прибыль организаций (ст. 246 Налогового кодекса РФ). Объектом налогообложения для этих представительств считается доход, уменьшенный на величину произведенных этим постоянным представительством расходов (ст. 307 Налогового кодекса РФ). Доход представительства определяется исходя из всех поступлений в представительство за счет реализованных в Российской Федерации товаров, услуг, имущества представительства. Налогом на прибыль облагается только та часть прибыли иностранной организации, которая непосредственно связана с ее деятельностью в Российской Федерации через свое постоянное представительство и может быть отнесена к этому постоянному представительству.

9.3. ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ КОМПАНИИ

Масштаб деятельности современных транснациональных компаний (ТНК, *англ.* Transnational Corporations, TNCs) соизмерим с масштабом отдельных государств: эволюция ТНК происходит за счет расширения производства внутри и вне страны ее происхождения, собственной внешнеэкономической деятельности, процессов объединения различных филиалов, представительств, дочерних фирм, научно-исследовательских центров, заводов ТНК, размещенных по всему миру, в единую экономическую структуру. ТНК имеет возможность контролировать все этапы жизненного цикла технологий и товаров, обеспечивая управление цепями поставок. ТНК имеет свое политическое лобби, собственное производство, дочерние фирмы в области финансов, страхования, логистики, свои научно-исследовательские центры, научные, технические журналы, внутрикорпоративную систему образования, и имеют свою концепцию эволюции, называемую философией корпорации. Концепция эволюции, стратегия развития, управление дочерними компаниями осуществляется, как правило, из одного «мозгового» центра — головной компании, штаб-квартиры. Основной капитал, финансовые, торговые потоки ТНК контролируется также головной компанией. ТНК являются крупнейшими мировыми инвесторами. В 1995 г. размер иностранных прямых инвестиций (FDI), которые были сделаны транснациональными компаниями по всему миру, составил около 350 млрд долларов США в 1995 г. (*World Investment Report, 1997, www.unctad.org*), а по статистическим данным на 2004 г. прямые инвестиции, произведенные транснациональными компаниями (в общем своем количестве порядка 61 000 компаний) вместе со своими иностранными дочерними компаниями (в количестве около 900 000), достигли величины примерно в 7 трлн (10^{12}) долларов США (*World Investment Report, 2004, www.unctad.org*).

По одному из существующих многочисленных определений, в частности, данному конференцией ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД, *англ.* UNCTAD, *www.unctad.org*), транснациональной компанией является компания, которая независимо от своей страны происхождения и формы собственности, частной, государственной или смешанной, включает в себя юридические лица (дочерние компании и т.д.), расположенные в двух или больше странах, которые связаны между собой общей корпоративной собственностью или иначе, так,

что одно из этих юридических лиц или более, чем одно, может существенно влиять на деятельность других юридических лиц (дочерние компании и т.д.), в частности, совместно использовать знания, ресурсы и разделять ответственность между собой. Примерами ТНК могут быть 500 крупнейших компаний мира, список которых ежегодно публикуется в *Financial Times* и российской газете «Ведомости» (см. параграф 10.2).

Реальное экономическое состояние ТНК, ее внешнеторговая деятельность оценивается, в основном, в ежегодном открытом отчете ТНК. Отчеты могут содержать результаты анализа данных за предыдущие годы деятельности компании в целях сопоставления с данными за текущий отчетный год. Для подтверждения достоверности данных, результатов анализа экономического состояния компании отчет проходит проверку через независимые всемирно известные экспертные компании, аудиторы, например, Ernst & Young и т.д. Отчет компании является не только документом, содержащим финансовый анализ, но и формулирующим технологическую, социально-экономическую стратегию компании, приоритетные направления деятельности, фундаментальных и прикладных научных исследований. Естественно, что относительная открытость данных в отчете компании не означает предоставление детальной или конфиденциальной технологической или коммерческой информации. Один из вариантов структуры годового отчета может быть следующим:

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. Financial highlights | (Краткая основная финансовая информация) |
| 2. Information for shareholders | (Информация для акционеров) |
| 3. Interview with the president | (Интервью с президентом компании) |
| 4. Corporate governance | (Корпоративное управление) |
| 5. Directors | (Совет Директоров) |
| 6. Business overview | (Обзор деятельности) |
| 7. Business segments | (Области деятельности) |
| 8. R & D achievements | (Достижения в исследованиях и разработках) |
| 9. Corporate social responsibility | (Корпоративные социальные обязательства) |
| 10. Financial section | (Финансовый раздел) |
| 11. Investor information | (Информация для инвесторов) |

12. Corporation overview (Краткие сведения о компании)
13. Report of independent auditors (Отчет независимых аудиторов)
14. Major consolidated subsidiaries (Основные дочерние компании)

ТНК играют роль межгосударственных торговых посредников, способствуя процессу объединения экономик отдельных государств в единое мировое экономическое пространство. ТНК начинают свою торговую деятельность на зарубежных рынках, как правило, через своих торговых посредников, а затем через свое представительство (см. параграф 9.2) и/или свою дочернюю компанию со 100 % вкладом головной компании в уставной фонд, которые, в свою очередь, становятся торговыми посредниками. В отличие от небольших компаний ТНК, обладая большими интеллектуальными, экономическими ресурсами имеют возможность делать инвестиции в фундаментальную и прикладную науку — основу новейших технологий, а значит и новых высококонкурентных товаров, производимых ТНК. Однако, не все так идеально. Крупные корпорации могут нести в себе и отрицательную разрушительную силу, становясь монополистами на том или ином международном рынке или же компаниями, поглощающими, уничтожающими более мелкие компании, захватывающими национальные экономические, природные ресурсы и вовлеченные во всеобщую борьбу за мировые земные ресурсы.

Монополия в экономике означает рыночные условия, когда одна фирма-монополист или экономическая структура-монополист, представляющая собой финансово-промышленную группу или иные экономические структуры, объединенные общими целями, обладает исключительными правами на производство, продажу товаров, услуг. В случае, когда несколько фирм, экономических структур имеют преобладающую долю продаж товаров или услуг, возникает тип рынка, называемый олигополией. Существует целый ряд теорий монополии, олигополии: модель Курно (1838 г.), модель Р. Холла, К. Хитча, П. Суизи (1939 г.) и т.д. [9].

Монополизация является процессом, воздействующим на экономическую систему, в которой в соответствии с принципом Ле-Шателье — Брауна возникают экономические процессы, конкурирующие экономические структуры, стремящиеся противодействовать изменениям, вызываемым монополизацией. Однако сама же конкуренция, противодействующая монополизации на одной экономической стадии, может стать причиной монополии на другой стадии. Конкуренция может привести экономическую систему в более устойчивое равновесное со-

стояние за счет объединения ранее конкурирующих структур в монополию более крупной экономической структуры, например, ТНК или финансово-промышленной группы, ставшей результатом объединения более мелких экономических структур. Определенное время монополия играет положительную роль как неизбежное завершение объединения конкурирующих процессов, как более стабильная экономическая структура, а далее с определенного момента времени может замедлить последующий эволюционный процесс.

В целом конкуренция в экономике как, в большей степени, отрицающий монополию процесс, есть следствие и подтверждение закона отрицания монополии: *«Эволюция устраняется от монополии в любом из своих проявлений»*. Закон отрицания монополии приводит к тому, что монополия относительна и не существует реальной абсолютной монополии каких либо структур окружающей действительности. Достигнув монопольного положения на внутреннем рынке, экономическая структура (ТНК, банк и т.д.) может не достичь этого монопольного положения на мировом рынке, где присутствуют конкуренты, и в этом также проявляется относительность монополии, «эффект масштаба».

В современном мире такой многовековой монопольный объект как государство претерпевает количественные и качественные изменения. Наряду с процессом объединения близких по экономическому уровню государств (например, объединение в Европейское сообщество), протекает процесс роста транснациональных компаний до уровня минигосударств. Эти две тенденции являются процессами, отрицающими абсолютную монополию отдельно взятого государства. Процесс монополизации, многие другие экономические, социальные процессы являются «пирамидальными». «Пирамидальный» процесс рассмотрен подробно в параграфе 10.2. Относительная монополия может существовать на различных уровнях экономической, социальной иерархии. Относительная монополия может быть:

- относительной монополией отдельного государства или группы государств, проявляющейся в доминирующей роли в мировой экономике;
- относительной монополии отдельных производителей, транснациональных компаний;
- относительной монополии отдельных фирм, предприятий, обладающих уникальными знаниями, технологией, товарами, услугами;

- относительной монополией отдельного товара, технологии;
- относительной монополией на владение природными, интеллектуальными ресурсами;
- иные проявления относительной монополии.

Процесс монополизации приводит к созданию относительно замкнутых экономических структур. Монополизация может стать также причиной последующего экономического хаоса и привести к крайним социально-экономическим последствиям, к эффекту «перевертывания» социально-экономической «пирамиды», когда процесс монополизации достигает своего максимума (максимума «пирамиды»), но в то же время отсутствуют социально-экономические процессы, позволяющие своевременно устранить монополию. История глубоких социально-экономических потрясений подтверждает тот факт, что любая экономическая, социальная пирамида может «перевернуться» с последующим разрушением пирамиды до ее основания.

Однако монополизация является одним из естественных эволюционных путей, приводящим не только к отрицательным экономическим факторам таким, как ограничение степеней свободы экономических структур, возникновение относительно замкнутых экономических структур, но также и к положительным факторам: временному, относительно устойчивому, стабильному экономическому состоянию для самой монополярной структуры. Именно поэтому многие компании, ТНК стремятся первыми войти на новые рынки, занять как можно большую, желательно монополярную, долю на рынке в целях получения максимальной прибыли.

Й. Шумпетер не отводил монополии роль абсолютного зла и отмечал положительные стороны монополии как, например, в своей работе [78]: «Дело в том, что существуют преимущества, которых в принципе можно добиться и конкурентному предприятию, но гарантированы они только монополиям. Например, монополизация может увеличить сферу действия более умных людей и уменьшить сферу действия менее умных. Монополия может также иметь на порядок более устойчивое финансовое положение. Всюду, где действуют эти преимущества, вышеупомянутый принцип не действует, иными словами, данный аргумент в пользу конкуренции не работает потому, что при разных уровнях производственной и организационной эффективности монополярные цены не обязательно выше конкурентных, а объем производства при монополии ниже, чем при конкуренции».

ГЛАВА 10

ЖИЗНЕННЫЕ ЦИКЛЫ КОМПАНИЙ

10.1. ВЕКТОР ЭВОЛЮЦИИ КОМПАНИИ

Одним из современных научных направлений изучения экономической эволюции является исследование жизненного цикла экономических систем, структур (компаний, банков), жизненного цикла товара, услуг. Подобные исследования открывают большие возможности по прогнозированию жизненного цикла компаний, банков и т.д. Эти исследования являются предметом изучения эволюционной экономики и новейшего экономического направления — эконофизики. Эволюционная экономика — одно из альтернативных направлений экономической науки, входящей в семейство естественных наук, предметом изучения которой являются эволюционные процессы в экономике. Эконофизика также изучает экономические эволюционные процессы и позволяет применить современные эволюционные стохастические (вероятностные) модели, результаты научных исследований процессов хаоса, нелинейных процессов к анализу поведения финансовых рынков, различных экономических процессов, включая жизненные циклы экономических структур.

Задача эволюции как вектор эволюции компании формирует стратегию, концепцию развития компании. Компании называют данную концепцию «философией компании», «девизом» (анг. *slogan*). В современном мире компания должна иметь технологическую стратегию на

основе фундаментальных и прикладных научных исследований, цель, идею своей эволюции, основанные на общепризнанных человеческих ценностях, на знаниях об эволюционных законах. Отсутствие данных знаний приводит к построению замкнутых на самих себя деградирующих экономических структур в масштабе государства.

Рано или поздно компания, корпорация достигает промежуточного максимума по своим размерам, величине своих экономических показателей (параметров), например, величине объема продаж. Если компания учитывает законы эволюции экономических структур в стратегии своего развития, имеет технологическую программу, принимает во внимание основные социально-экономические факторы, влияющие на экономическую траекторию компании, то происходит продолжение жизненного цикла компании. Если нет, то начинается деградация фирмы. Если слияние, деление компаний, разделение на отдельные направления, отделения, учредительство новых дочерних компаний происходят в соответствии с общим вектором эволюции и универсальными эволюционными законами, то новые экономические структуры продолжают жизненный цикл на экономическом базисе предшествующих структур. Этот процесс ярко проявляется в случае транснациональных компаний (ТНК), которые могут являться результатом слияния компаний, поглощения более мелких компаний. ТНК, в конечном итоге, может достичь относительно максимальных размеров, исчерпать все имеющиеся ресурсы, что может привести или к дальнейшему росту и нахождению новых ресурсов или к разделению компании на менее крупные.

Масштаб деятельности современных крупных ТНК соизмерим с масштабом отдельных государств: эволюция ТНК происходит за счет расширения производства внутри и вне страны ее происхождения, собственной внешнеэкономической деятельности, процессов объединения различных филиалов, представительств, дочерних фирм, научно-исследовательских центров, заводов ТНК, размещенных по всему миру, в единый экономический объект, соизмеримый с масштабом государства. ТНК имеет свое политическое лобби, собственное производство, дочерние фирмы или фирмы-партнеры в области финансов, страхования, логистики, свои научно-исследовательские центры, внутрикорпоративную систему образования, и имеет свою концепцию эволюции, называемую философией компании.

Существуют внешние и внутренние факторы, влияющие на траекторию развития компании. К внутренним факторам относятся: страте-

гии развития компании, определяемая менеджментом, темпы введения новых инноваций (внедрение новых технологий, ассортимента товаров, услуг или их модернизация, новые формы организации производства и т.п.), скорость роста компании (скорость роста размеров компании, объема продаж, услуг), степень согласованности между работниками компании («дух команды», «team spirit»), расходы и доходы, структура капитала, внутренние источники финансирования компании (например, степень реинвестирования прибыли, объем выпускаемых акций) и т.д. Внешние факторы: существующие степени экономической свободы, внешние ресурсы, источники финансирования компании (например, кредиты, инвестиции), состояние финансовых рынков, рынка квалифицированных работников, деловая репутация (имидж) компании на рынке и т.д.

Если отдельные работники компании (отдельные индивидуумы) не вносят совместного согласованного между собой вклада в экономическое макросостояние компании, если не происходит обмен информацией, идеями между сотрудниками компании, с фирмами партнерами, то компания становится относительно закрытой, что ведет к кризису идей, деградации компании. Если действия отдельных индивидуумов взаимосвязаны, коллективны, в соответствии с вектором эволюции компании, если происходит обмен информацией между сотрудниками компании и внешней информационной средой, то компания становится относительно открытой и ее жизненный цикл продолжается (траектория I, I* на рис. 10.1.1). Этот факт подтверждается, например, тем, что акции относительно открытых компаний, предоставляющие информацию о своем экономическом состоянии, открытые годовые отчеты и т.д., имеют большие ликвидность и стоимость на фондовых рынках по сравнению с относительно закрытыми компаниями.

В работе японских ученых Egashira S., Hashimoto T.¹ рассмотрена мультиагентная модель (multi-agent model) для N-го количества агентов, «поставщиков» (источников) и «получателей» информации. Компьютерное моделирование на основе этой модели привело к следующим результатам: общество из неизолированных друг от друга агентов (относительно открытая система индивидуумов) имеет восходящую траекторию развития, а общество из изолированных друг от друга

¹ Egashira S., Hashimoto T. (2002) Common Owning, Transmission, and Development of Knowledge, *Nonlinear Dynamics, Psychology, and Life Sciences*, Vol.6, No 2, 173-183, New York: Kluwer Academic/ Human Sciences Press.

агентов (относительно закрытая система индивидуумов) деградирует с течением времени, создавая состояние хаоса, «состояние безнадежного беспорядка». Мульти-агентная модель в работе Johnson N., Lamper D.¹ для агентов-участников (фирм, индивидуальных предпринимателей) на финансовых рынках показывает, что прибыль независимых изолированных друг от друга агентов значительно меньше, чем прибыль взаимосвязанных агентов, образующих относительно открытое сообщество. Эти результаты могут быть объяснены более общими универсальными закономерностями, подтверждающими, что относительно закрытые, изолированные социально-экономические структуры деградируют с течением времени, а относительно открытые социально-экономические структуры развиваются по траектории экономического роста [61; 68; 116]:

- *относительно закрытые, изолированные экономические структуры, определяющие экономическое макросостояние, деградируют с течением времени, так как число и/или величина экономических микросостояний, посредством которых реализуется данное экономическое макросостояние, достигают предельного максимума и далее не увеличивается;*
- *относительно открытые экономические структуры, определяющие экономическое макросостояние, развиваются по траектории экономического роста, так как число и/или величина экономических микросостояний, посредством которых реализуется данное экономическое макросостояние, достигают промежуточного максимума, и далее могут увеличиваться.*

Следует учесть, что существенную роль на эволюцию экономических структур оказывают также вектор эволюции, социально-экономические факторы (число степеней свободы экономических структур), источники, ресурсы или стоки эволюции в широком понимании этих слов. Для эволюции экономических структур, например, на финансовых рынках в качестве источника, ресурса можно понимать инвестиции, кредиты, доходы от продажи акций, емкость рынка и т.д, а в качестве стока кредиторскую задолженность, выплату процентов по кредиту, выплаты дивидендов по акциям и т.д.

По мнению академика Д.С. Чернавского [86], ресурс дает запас для дальнейшей эволюции, при этом должно выполняться «условие ком-

¹ Johnson N. F., Lamper D., Jefferies P., Hart M. L., Howison S. (2001). Application of multy-agent games to the prediction of financial time series, Physica A, 299.

петентности»: должна быть достигнута необходимая концентрация ресурсов, «нейтральной информации» достаточных для создания новых структур, перехода к новой эволюционной стадии. Запас ресурсов позволяет делать выбор между альтернативными эволюционными путями, дает свободу выбора. Понятие «выбор» принципиально отличается от понятия «отбор», пришедшего из эволюционной теории Дарвина. Отбор подразумевает детерминированный процесс отбора наилучшего эволюционного пути, в результате которого только один, наилучший путь может быть реализован как результат отбора. Выбор же понимается как эволюционный процесс, в результате которого может быть выбран не обязательно лучший путь, а один лишь из множества эволюционных путей, «сценариев» [86]. Данные закономерности справедливы для эволюции любых структур: экономических, физических, химических, биологических.

Жизненный цикл компании может задаваться функцией $V(t)$, где $V(t)$ — объем продаж товаров и/или услуг, производимых этой компанией (оборотом компании) (рис. 10.1.1). Очевидно, что если компания полностью перестала производить товары или услуги ($V(t) = 0$), то ее жизненный цикл завершился. В случае целого ряда товаров и/или услуг, производимых компанией, жизненный цикл фирмы (предприятия, компании) может быть представлен следующим образом (рис. 10.1.2):

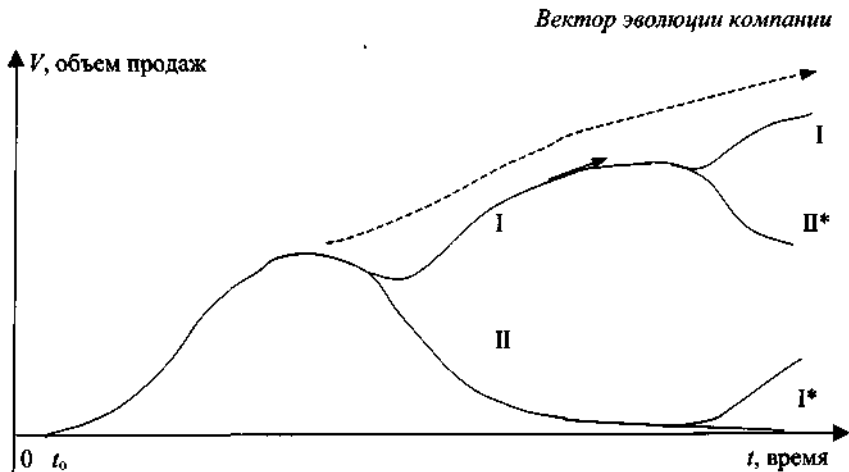


Рис. 10.1.1. Жизненный цикл компании

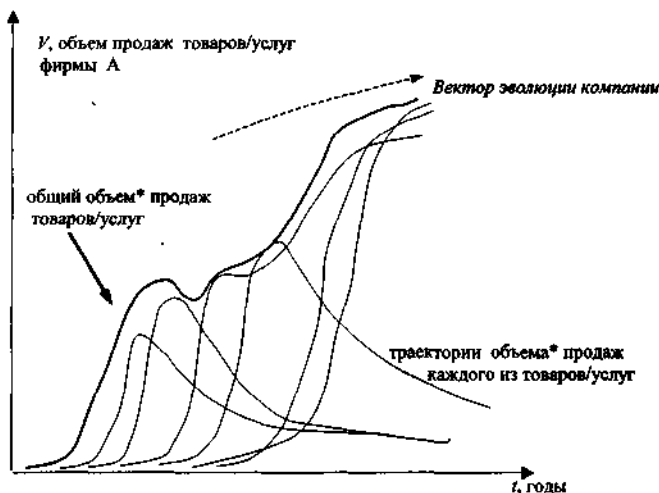


Рис. 10.1.2. Жизненный цикл компании в случае целого ряда товаров и/или услуг

* Общий объем продаж и кривые объема продаж каждого из товаров изображены схематично для отображения качественных изменений траектории.

10.2. «ПИРАМИДАЛЬНЫЙ» ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ КОМПАНИЙ

Универсальные законы эволюции приводят к тому, что при достаточно больших временах проявляется пирамидальный характер жизненного цикла экономических структур. Пирамидальный характер жизненного цикла доказывает, что существует предел, максимум для жизненного цикла компаний так же, как существует биологический предел человека и всего живого на Земле, поэтому одной из фундаментальных задач нашей цивилизации является задача нахождения способов продления экономических, биологических, физических жизненных циклов на основе знаний об эволюционных законах. Пирамидальный закон жизненного цикла был доказан эмпирически (экспериментально) на основе статистических данных о компаниях из числа 500 крупнейших компаний мира 2003, 2004 гг. [63; 65; 114]. В результате анализа статистических данных был подтвержден тот факт, что пирамидальный жизненный цикл является универсальным и не зависящим от типа экономической структуры, которая может представлять собой производителя, торговую компанию, транспортно-экспедиторскую компанию, финансово-промышленную компанию или иную экономическую

структуру в различных областях человеческой деятельности, экономики, бизнеса, в различных странах и различной национальной принадлежности. Полученное в виде «пирамиды» геометрическое отображение жизненного цикла, а именно длительность жизненного цикла от оборота компании для совокупности компаний из числа 500 крупнейших компаний мира в 2003 и 2004 гг. изображена на рис. 10.2.1, 10.2.2. Длительность жизненного цикла обозначена как «ЖЦ» («ЖЦ» означает Жизненный Цикл). Источник статистических данных — ежегодный

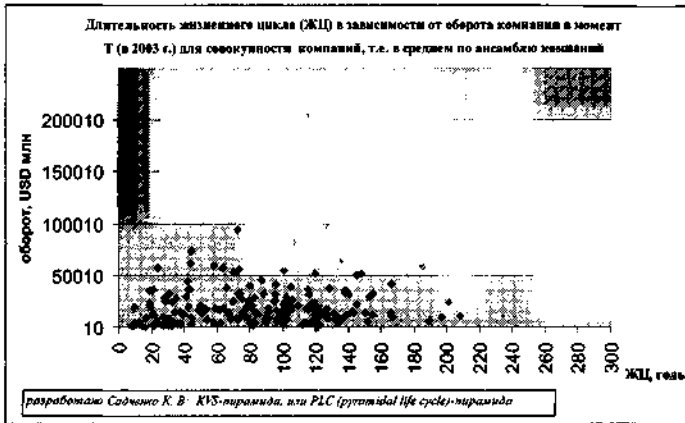


Рис. 10.2.1. ЖЦ в зависимости от оборота компании для совокупности (системы) компаний, входивших в 500 крупнейших компаний мира в 2003 г.

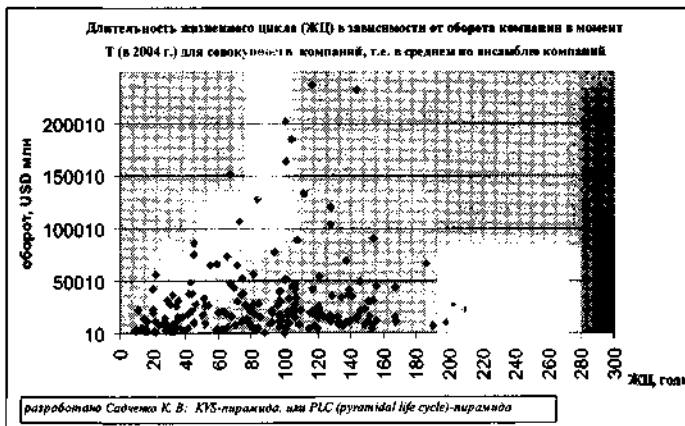


Рис. 10.2.2. ЖЦ в зависимости от оборота компании для совокупности (системы) компаний, входивших в 500 крупнейших компаний мира в 2004 г.

отчет-рейтинг по 500 крупнейшим компаниям мира, опубликованный в российской газете «Ведомости» от 21 мая 2003 г. (данные составлены по итогам биржевых торгов от 28 марта 2003 г.) и от 26 мая 2004 г. на основе статистических данных из Financial Times.

В качестве примера используемых статистических данных в таблице 10.2.1 приведены компании, находящиеся на вершине «пирамиды» с оборотом, большим, чем 100 010 млн долл. США (на 2003 г.), а в таблице 10.2.2 — компании с длительностью жизненного цикла, большим, чем 180 лет среди числа анализируемых компаний. Некоторые относительно молодые компании из числа анализируемых компаний с датой основания более поздней, чем 1970 г., представлены в таблице 10.2.3.

Анализ статистических данных подтверждает тот факт, что наиболее успешными относительно молодыми компаниями, являются компании, создающие ресурсы за счет инноваций (нововведений), использования фундаментальных и прикладных новейших научных исследований, внедрения новых производственных технологий, новых товаров, совершенствования услуг, а также компании, имеющие значительный запас экономических, природных ресурсов.

Таблица 10.2.1

Компания	Страна	Сектор	Оборот, млн долл. США	ΔТ(ЖЦ), годы	год основания
Exxon Mobil	США	нефть, газ	204 506	115	1888
General Motors	США	автомобилестроение	186 763	103	1900
Royal Dutch/ Shell PLC	Голландия/ Великобритания	нефть, газ	179 431	100	1903
BP	Великобритания	нефть, газ	178 721	143	1860
Ford Motor	США	автомобилестроение	162 586	100	1903
General Electric	США	оборудование для энергетики, авиа- строения, машино- строения и т.д.	130 685	111	1892
Toyota Motor	Япония	автомобилестроение	125 765.3	66	1937
Total Fina Elf	Франция	нефть, газ	110 261.6	83	1920

Таблица 10.2.2

Компания	Страна	Сектор	Оборот, млн долл. США	ΔТ(ЖЦ), годы	Год осно- вания
Dominion	США	оборудование, электроэнергетика	10 218	208	1795
Du Pont	США	химическая промышленность	24 006	201	1802
Colgate Palmolive	США	гигиеническая продукция	92 94.3	197	1806
Reckitt Benckiser	Великобритания	гигиеническая продукция	55 36.3	189	1814
Peugeot	Франция	автомобилестро- ение	58 539.5	185	1818

Таблица 10.2.3

Компания	Страна	Сектор	Оборот, млн долл. США	ΔТ(ЖЦ), годы	Год осно- вания
Microsoft	США	программное обес- печение, услуги	28 365	28	1975
UnitedHealth Group	США	здравоохранение	25 020	29	1974
Nextel Communication	США	услуги связи	8 721	16	1987
SAP	Германия	программное обес- печение, услуги	7 971.2	31	1972
Southwest Airlines	США	услуги транспорта	5 521.8	32	1971
Barrick Gold	Канада	горнодобывающая промышленность	1 967	20	1983
St Jude Medical	США	здравоохранение	1 589.9	27	1976
VERITAS Software	США	программное обес- печение, услуги	1 505.6	14	1989
T-Online International	Германия	программное обес- печение, услуги	1 225.7	8	1995
Apollo Group	США	экспресс-доставка, логистика	1 009.5	30	1973
Gilead Sciences	США	фармацевтика, био- технологии	466.8	16	1987

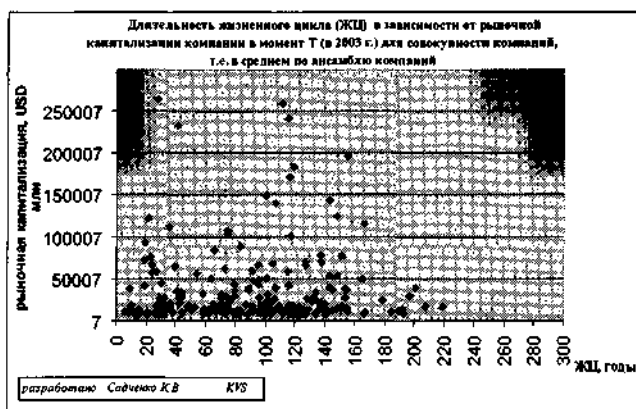


Рис. 10.2.3. ЖЦ в зависимости от рыночной капитализации для совокупности (системы) 228 компаний, входивших в 500 крупнейших компаний мира в 2003 г.

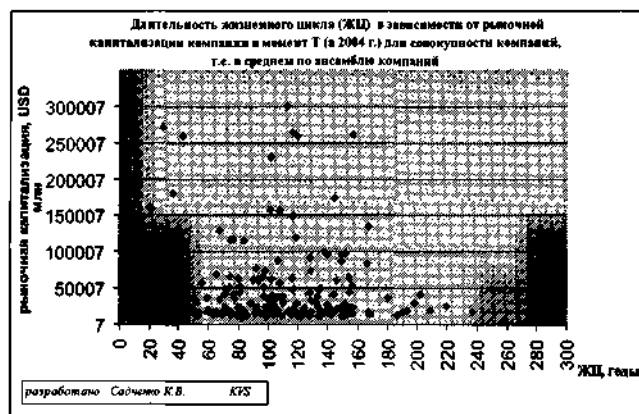


Рис. 10.2.4. ЖЦ в зависимости от рыночной капитализации для совокупности (системы) 242 компаний, входивших в 500 крупнейших компаний мира в 2004 г.

Статистические данные по рыночной капитализации также подтверждают тот факт, что наиболее успешными компаниями являются компании, создающие ресурсы за счет инноваций (нововведений), применения фундаментальных и прикладных научных исследований, внедрения новых производственных технологий, новых товаров, услуг, а также компании, имеющие значительный запас ресурсов, например, природных ресурсов в виде нефти, газа; компании, интенсивно расширяющие новые рынки сбыта.). Напомним, что рыночная капитализация [РК] представляет собой суммарную стоимость всех акций, находящихся в обращении:

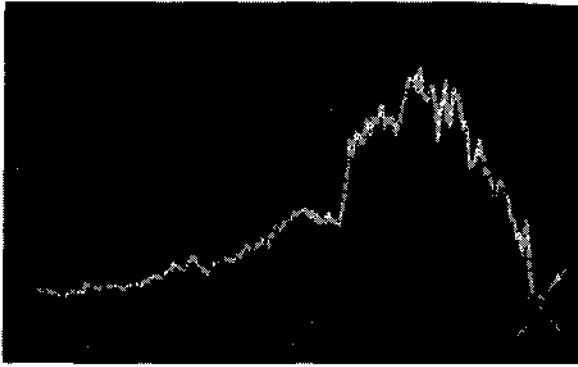


Рис. 10.2.5. Зависимость рыночной капитализация компании Enron от времени

$$[PK] = [\text{количество акций}] \times [\text{текущая рыночная стоимость акций}].$$

Нечеткие очертания пирамиды (рис. 10.2.3; 10.2.4), геометрически подтверждающие значительную долю хаоса в «пирамиде», доказывают, что такой показатель, как рыночная капитализация, весьма относителен, так как отображает «бумажную» виртуальную реальность: курс акций, активы компании могут быть искусственно завышены, например, за счет правдоподобной, но недостоверной информации о финансовом положении компании, ее активов. Современный всемирно известный пример — банкротство Enron Corp., крупнейшей компании США, в 2002 г., которая завышала свои финансовые показатели и в итоге построила финансовую «бумажную» пирамиду, называемую иначе как «economic bubble» (финансовый «мыльный пузырь»), которая отображена на рис. 10.2.5 в виде зависимости рыночной капитализация от времени в годах на основе данных Financial Times от 9 ноября 2001 г. [105].

Эмпирическая экономическая траектория жизненного цикла компании Enron Corp. на основе реальных статистических данных является дополнительным доказательством существования пирамидального закона жизненного цикла, отсутствие знаний о котором стало одной из причин, приведших к тому, что руководство компании Enron не смогло осуществить долгосрочное прогнозирование жизненного цикла своей компании.

Имитация реальной эволюции посредством построения «бумажных» финансовых пирамид, имеющих конечную «высоту», предел, неминуемо ведет к банкротству компании, к завершению ее жизненного цикла. Более достоверной оценкой состояния компании являются

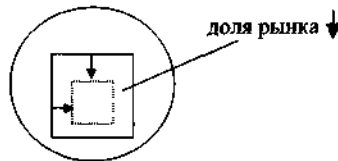
реальные экономические показатели, такие, как оборот товаров, услуг, определяющие экономическую траекторию компании, хотя и в этом случае нельзя гарантировать достоверность данных по обороту, которые можно фальсифицировать.

Пирамидальный характер жизненного цикла можно игнорировать, но с течением времени любая компания достигает своего максимума. Своего максимума в пирамидальном жизненном цикле достигали многие компании, включая крупнейшие всемирно известные корпорации. Этот максимум всего лишь реальный промежуточный пик жизненного цикла, напоминающий о необходимости учитывать объективно существующие законы экономической эволюции и помнить о двух основных альтернативах: продолжении или завершении жизненного цикла. Для того, чтобы избежать завершения жизненного цикла компании в условиях действия пирамидального закона необходимо задавать вектор эволюции компании, учитывающий законы экономической эволюции. Продолжение жизненного цикла возможно за счет стратегии слияния, поглощения, расширения рынков сбыта, стимулирования потребительского спроса. Существует также практика реально используемых мер продления жизненного цикла посредством сокращения издержек, расходов компаний за счет сокращения рабочих мест, заработной платы, закрытия производств или отдельных направлений бизнеса. Этой практикой пользуются даже крупнейшие относительно стабильные компании с более, чем 100-летним жизненным циклом. Однако эта стратегия, меры не являются фундаментальным решением проблемы продления жизненного цикла и дают лишь частные решения, временную отсрочку в нахождении вектора эволюции. Жизненный цикл может быть значительно и долговременно увеличен только благодаря новым технологиям, научно-техническому прогрессу, интеллектуальным и возобновляемым ресурсам.

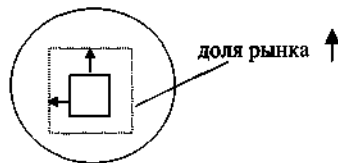
Приведем пример еще одного из универсальных эволюционных законов, а именно принципа Ле — Шателье — Брауна, сформулированного следующим образом. Если на систему в состоянии устойчивого равновесия воздействуют внешние факторы или факторы другого первичного процесса, стремящиеся вывести систему из этого состояния, то в системе возникают процессы, стремящиеся уничтожить изменения, вызываемые внешними воздействиями или первичным процессом [49]. Данный универсальный принцип может быть применен для экономических систем.

Зависимость цены товара или услуги, в частности логистической, от доли (сегмента) рынка, занимаемого данным товаром, услугой, один из примеров подтверждения применимости принципа Ле Шателье—Брауна для экономических систем. В случае повышения цены доля занимаемого товаром или услугой рынка уменьшается [3], действует обратная причинно-следственная связь по принципу Ле Шателье—Брауна, рыночная цена снижается, а данная доля рынка увеличивается, т.е. в экономической системе (на определенном секторе рынка, например, на рынке логистических услуг) возникают рыночные процессы, стремящиеся компенсировать изменения, вызываемые внешними экономическими воздействиями или первичным экономическим процессом [117; 68]:

а) цена увеличивается, \uparrow что вызывает уменьшение \downarrow доли рынка;

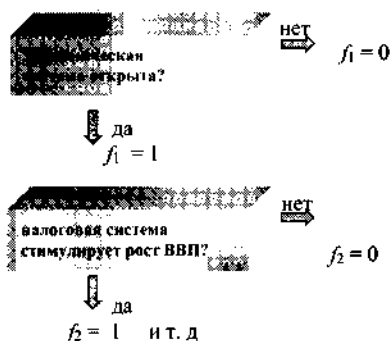


б) цена уменьшается, \downarrow что вызывает увеличение \uparrow доли рынка;



Пример иной практической ситуации: предложение на логистическую услугу превышает спрос на нее, начинает действовать обратная связь по принципу Ле Шателье—Брауна, рыночная цена на логистическую услугу снижается, увеличивается спрос на услугу, уменьшается предложение.

Для экономической системы, в том числе логистической, можно ввести число степеней свободы, которое понимается как число экономических факторов, воздействующих и характеризующих экономическую систему, например, f_1 — открытость экономической системы по отношению к внешнему рынку, f_2 — оптимальность налоговой системы и т.д.



Число f_i (число степеней свободы) бесконечно велико, однако практически реализуется лишь конечное число f_c для текущей экономической стадии. При этом выполняется условие эволюции от менее к более высокой экономической стадии: $f_{mi} < f_{mh}$, где f_{mi} , f_{mh} — число степеней свободы экономической системы для более низкой и более высокой экономических стадий соответственно [68; 117].

Выше было допущено, что степени свободы f неделимы и приобретают значения «0» или «1», однако с экономической точки зрения и необходимости более точной формализации степени свободы f должны быть делимыми. Действительно, например, в случае неделимости f экономическая система должна быть однозначно определена как «открытая» ($f = 1$) или «неоткрытая (закрытая)» ($f = 0$), но реальные системы или «относительно открытые» или «относительно закрытые», что приводит к необходимости введения дробных значений $1/2$, $1/3$, $1/4$ и т.д., определяющих степень «открытости», таких, что f принадлежит интервалу $[0;1]$ ($f \in [0; 1]$).

Экономические, социальные показатели, на основе которых определяется индекс экономической свободы (index of economic freedom или иначе, the Heritage/WSJ index, источник: Cato Institute, News Releases, www.cato.org/economicfreedom), являются реальными прототипами степеней свободы для экономической системы как макроскопической динамической системы. Индекс экономической свободы (the Heritage/WSJ index) используется для оценки современного состояния экономик стран и определяется на основе 50 различных показателей, соизмеряющих влияние экономических, социальных факторов на экономику. Эти показатели можно интерпретировать как часть степеней свободы, влияющих на эволюцию экономической системы. Другие реально существующие сте-

пени свободы (экономические, социальные показатели) не учтены или не найдены, именно поэтому данный индекс (ИЭС) является весьма условным в настоящем. Однако индекс качественно отображает эволюцию экономических систем в зависимости от степени свободы и открытости национальных экономик стран мировой экономической системы.

Неоднозначность определения экономических, социальных факторов приводит к тому, что ИЭС вычисляется по условной шкале рангов [0; 10]. Индекс экономической свободы учитывает следующие области:

- (I) размер правительственных расходов;
- (II) экономическую структуру и использование рынков (государственные учреждения, государственные инвестиции, контроль цен, налоги и т.д.);
- (III) денежную политику и стабильность цен (годовая инфляция и т.д.);
- (IV) свободу выбора альтернативных валют (свобода граждан иметь валютные счета в своей стране и за рубежом, различия между официальным курсом валют и курсом черного рынка и т.д.);
- (V) узаконенную структуру и права на собственность (риск конфискации, законодательство);
- (VI) международный обмен: свобода внешнеторговой деятельности (налоги, экспортные, импортные пошлины, внешнеэкономическое, таможенное законодательства и т.д.);
- (VII) свободу обмена на рынке капитала и финансовом рынке (процент депозитов, хранимых в частных банках, ограничения в свободе граждан в переводе денежных средств зарубеж и т.д.

В соответствии с индексом экономической свободы (ИЭС) страны мирового сообщества классифицируются как страны со «свободной» экономикой, «по большей части со свободной « экономикой, «по большей части с несвободной» и «утнетенной» экономикой.

ИЭС, определенный для 123 стран за 1999 год, привел к следующему результату: по 10-тичной шкале страна с наименее свободной экономикой имеет ИЭС, равный 1.3, а стране с наиболее свободной экономикой ИЭС, равный 9.4:

ИЭС эмпирически доказывает закономерность (рис. 10.2.6; 10.2.7): чем больше ИЭС, тем более свободной является экономика, тем больше рост валового внутреннего продукта (ВВП) и доход на душу населения и тем на более высокой экономической стадии находится

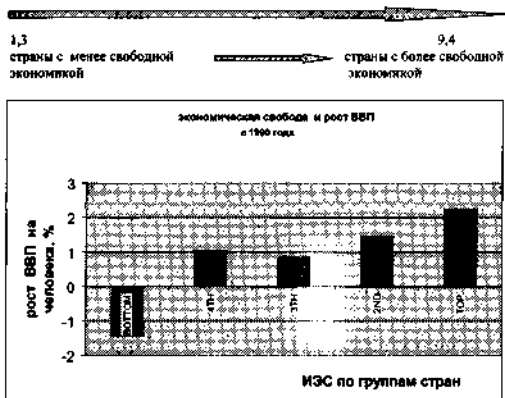


Рис. 10.2.6. Экономическая свобода и рост ВВП с 1990 г.

* Страны условно разделены на группы: BOTTOM и TOP означают наименее и наиболее экономически свободные страны соответственно; 4TH, 3TH, 2ND означают страны с промежуточными состояниями экономик от менее к более свободным.

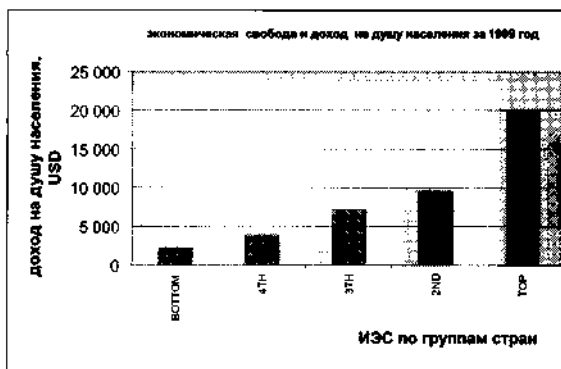


Рис. 10.2.7. Экономическая свобода и доход на душу населения за 1999 г.

* Страны условно разделены на группы: BOTTOM и TOP означают наименее и наиболее экономически свободные страны соответственно; 4TH, 3TH, 2ND означают страны с промежуточными состояниями экономик от менее к более свободным.

страна. Область (VI) для ИЭС напрямую связана с внешнеторговой деятельностью, которая также зависит от степени свободы, открытости экономической системы для внешнеторговых, информационных и финансовых потоков. Заметим, что современные стремительно развивающиеся рынки являются открытыми системами, структурами такими, как например, рынок телекоммуникаций или компьютерных сетей

(Интернет). Данные закономерности также подтверждаются индексом открытости торговли (the Trade Openness Index (TOI)), определяемым на основе анализа существующих тарифов, налогов, ограничений в движении капитала, реального размера торгового сектора в сравнении с ожидаемым размером и прочих показателей.

Так же, как и в случае ИЭС, наблюдается следующая закономерность (рис. 10.2.8 и 10.2.9): чем больше индекс открытости торговли ИОТ, т.е. чем меньше тарифы, налоги, ограничения в движении капитала и чем больше реальный размер торгового сектора, тем более открытой является торговля в стране, включая внешнеторговую деятельность, тем больше рост валового внутреннего продукта (ВВП) и доход на душу населения.

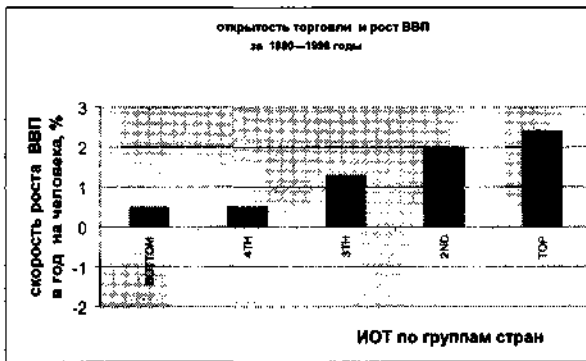


Рис. 10.2.8

10.3. БУДУЩЕЕ И ВНЕШНЕТОРГОВОЕ ДЕЛО

Эволюция внешнеторгового дела является одним из эволюционных процессов, происходящих в современной человеческой цивилизации, в общем культурном, технологическом, социально-экономическом планетарном пространстве. Человечество неоднократно пересматривало свои фундаментальные знания об окружающей действительности. Вначале считалось, что земля является плоской и центром мироздания согласно геоцентрической системе мира Аристотеля, Птолемея, затем пришли знания, доказавшие, что земля круглая и является лишь одной из планет Солнечной системы. В 1492—1493 г. Колумб, а в 1497—1499 г. Васко Да Гама совершили морские путешествия, коренным образом изменившие географические знания, представления человечества об окружающем

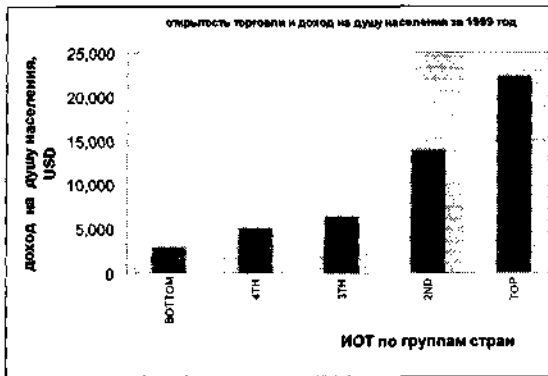


Рис. 10.2.9

* Страны условно разделены на группы: BOTTOM и TOP означают наименее и наиболее экономически свободные страны соответственно; 4TH, 3TH, 2ND означают страны с промежуточными состояниями экономик от менее к более свободным

мире и приведшие к расширению торговли, торговых, экономических связей в планетарном масштабе. Первое в истории человечества кругосветное плавание, совершенное в 1519—1522 гг. экспедицией, возглавляемой Фердинандом Магелланом имело также огромное значение для развития мировой торговли. Экономическая жизнь, внешнеторговое дело стали развиваться в более тесной взаимосвязи с научными, инженерно-физическими знаниями, географией, астрономией. Прошли тысячелетия прежде, чем международная торговля стала развиваться в масштабе всего Земного шара. В современном мире международная торговля находится на новом эволюционном витке — этапе глобализации, вездесущей информатизации, объединения экономик отдельных стран в единое мировое социально-экономическое сообщество, слияния крупных транснациональных компаний в мега-транснациональные компании, представляющие собой минигосударства. Можно принимать или отрицать эти эволюционные процессы, но это реально происходящие, объективные процессы, которые необходимо учитывать при разработке социально-экономических стратегий как отдельных государств, так и мирового социально-экономического сообщества в целом.

Если человечество не пересмотрит виртуальные задачи своей эволюции на реальные в соответствии с эволюционными законами, исчерпает все земные невозобновляемые природные ресурсы, экономичес-

кие ресурсы и не перейдет к использованию возобновляемых ресурсов, то жизненный цикл человечества завершится.

Если будет сформулирована новая задача эволюции, понимаемая как смысл существования человеческой цивилизации, если человечество будет учитывать эволюционные законы и произойдет переход от дряхлеющей в течение миллионов лет преобладающей борьбы за потребление и перераспределение земных ресурсов к более высоким целям, дающим новые степени свободы для эволюции, то жизненный цикл человечества продолжится и перейдет на качественно новый уровень, произойдет переход к более развитой общественно-экономической формации, к новым эволюционным траекториям, от земной цивилизации к космической, вселенской.

Эволюция предоставила человеку возможность управлять хаосом и упорядочивать структуры окружающего мира. Технологический прогресс, духовное, социально-экономическое развитие, внешнеторговое дело являются результатом движения человечества от хаоса к преобладающему порядку. Внешнеэкономические законы, правила, сложившиеся традиции, обычаи ведения внешнеторгового дела, внешнеторговые экономические цели, экономическая внешнеторговая политика, стратегия развития экономических структур, государственное регулирование в своей совокупности являются вектором эволюции внешнеторгового дела.

Либерализация внешнеэкономической деятельности, уменьшение тарифных и нетарифных ограничений, упрощение таможенных, экспортно-импортных процедур приводят к снижению экономических барьеров, появлению новых степеней экономической свободы, к большей открытости экономической системы по отношению к мировой экономике и, как следствие, к динамичному развитию этой системы.

Игнорирование эволюционных законов и стремление к виртуальным целям, противоречащим ходу эволюции, приводит к завершению жизненного цикла экономических структур. Необходимо изменить примитивную, не имеющую далекого будущего цель человеческой эволюции в виде все более обостряющейся борьбы за ограниченные земные ресурсы, перераспределение ресурсов на задачу познания окружающей действительности, создания возобновляемых ресурсов, выполнение которой невозможно без научно-технического прогресса, фундаментальных и прикладных научных исследований, без научных школ, качественного образования, высокого жизненного уровня. Для этого необходимо иметь ясную социально-экономическую стратегию, идею, позволяющую

объединить общество и задать направление «вектора» эволюции, духовного вектора. Отсутствие экономической стратегии, высшей задачи эволюции общества приводит к построению относительно замкнутой экономической системы, к преобладанию хаоса в экономике. Вектором эволюции, общечеловеческой, общенациональной идеей может быть идея построения интеллектуального и экономически высокоразвитого высокодуховного общества, в основе экономической стратегии которого должны быть следующие основные действия:

- создание социально ориентированной экономики;
- следование библейским заповедям и другим человеческим ценностям;
- создание относительно открытых экономических структур;
- создание свободной экономики, обеспечение условий для внешнеторговой деятельности;
- экономическое прогнозирование с использованием знаний об эволюционных законах;
- совершенствование методов государственного регулирования экономики, внешнеторговой деятельности;
- уменьшение тарифных и нетарифных ограничений, снижение налогов до оптимального минимума;
- упрощение таможенных, экспортно-импортных процедур с одновременной их компьютеризацией;
- создание ясного, четко сформулированного законодательства, исключаящего взаимопротиворечащие законодательные акты.

Идея единения мирового сообщества как космической цивилизации, стремление к исследованию окружающей действительности может стать дальнейшим вектором эволюции земной цивилизации. Современные астрофизические исследования видимой Вселенной, сделанные с помощью телескопа Хаббл (Hubble), выведенного на околоземную орбиту по космической программе NASA, наземных современных телескопов (рис. Б.1—Б.4), подтверждают, что вероятность существования разумной жизни в отдаленных мирах достаточно велика. Предположим, человечество не является единственной разумной цивилизацией, тогда существуют ли экономические законы, понятия денег, товара и торгового дела в других космических цивилизациях? Не будут ли экономические законы современного земного общества, торговли восприниматься ими как нечто неизвестное, много тысячелетий или миллионов лет назад пройденное или никогда не существовавшее в этих цивилизациях?

Каковы бы ни были различия между земными или космическими цивилизациями, всех их объединяет зависимость от эволюционных законов, иерархии жизненных циклов структур окружающей действительности. Будущее за космическими цивилизациями, следующими духовным ценностям, научным знаниям и познанию окружающей действительности.

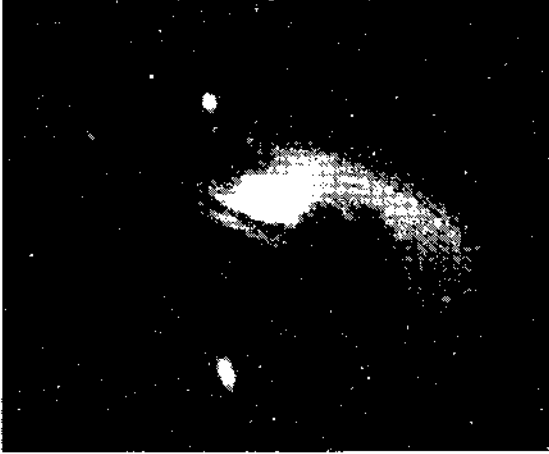


Рис. Б.1. Галактика Андромеды (спиральная галактика M31)
(источник: <http://www.seds.org/messier/Jpg/m31.jpg>)

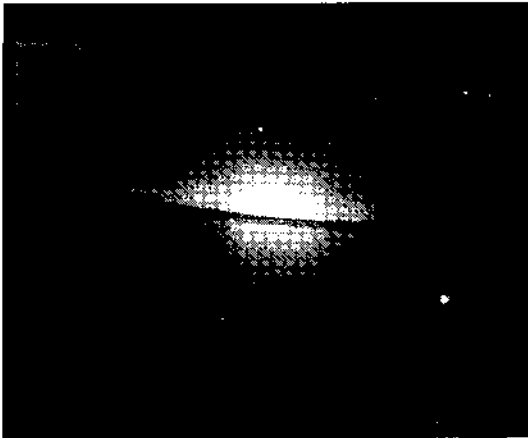


Рис. Б.2. Галактика Сомbrero (the Sombrero galaxy, галактика M104)
(источник: <http://hubblesite.org/newscenter/archive/2003/28/>)

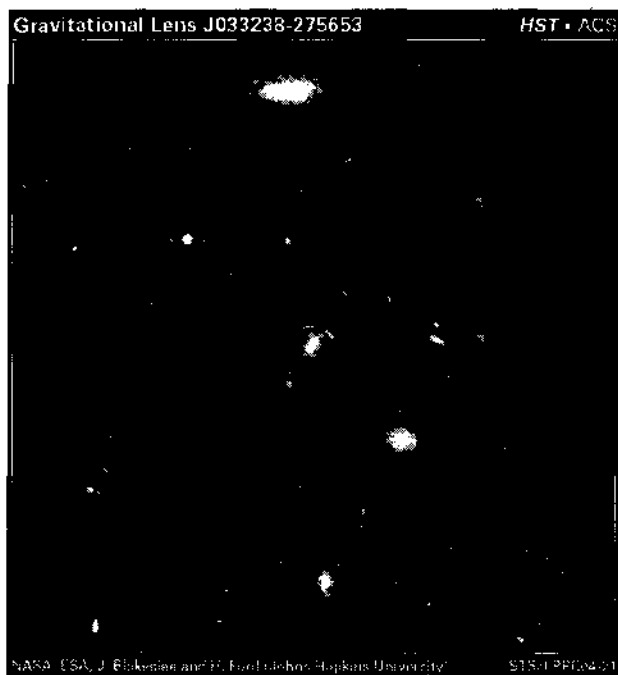


Рис. Б.3. Скопление галактик

(источник: <http://hubblesite.org/newscenter/newsdesk/archive/releases/2004/21>)

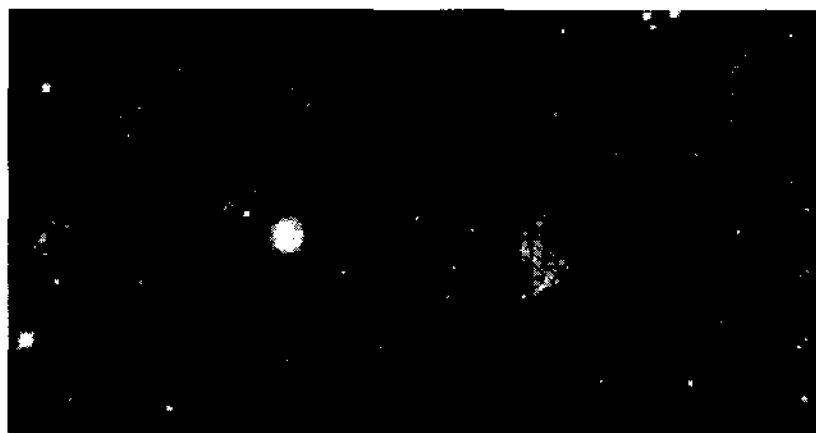


Рис. Б.4. Столкновение двух спиральных галактик NGS 2207 и IC 2163

(источник: <http://hubblesite.org/newscenter/newsdesk/archive/releases/2004/45>)

ПРИЛОЖЕНИЯ

ТЕРМИНЫ

Авторское право (copyright) — область гражданского права, совокупность правовых норм, регулирующих порядок использования произведений науки, литературы, искусства, отображаемых в виде конкретных результатов, объектов интеллектуального труда, и защищающих авторские права на интеллектуальную собственность.

Аккредитив (Letter of Credit, сокр. L/C) — письменное поручение банку о выплате определенных денежных средств юридическому или физическому лицу в соответствии с условиями, оговоренными в аккредитивном письме (commercial letter of credit), т.е. заявлении в банк на открытие аккредитива. *Определения аккредитивов различного вида даны в параграфе 3.4. «Международные расчеты по внешнеторговому контракту».*

Антидемпинговые меры (anti-dumping measures) — меры по ограничению демпингового импорта товара, которые применяет Правительство РФ посредством введения антидемпинговой пошлины, в том числе временной антидемпинговой пошлины, либо принятия ценовых обязательств.

ВВП, Валовый внутренний продукт (GDP, Gross Domestic Product) — макроэкономический показатель (индикатор, индекс), определяемый как совокупная стоимость всех товаров и услуг, произведенных в стране. Используются различные методы расчета ВВП, один из которых заключается в расчете ВВП по следующей формуле: $ВВП = C + I + GP + E - I$, где C — потребление (consumption), I — инвестиции (investment), GP — государственные расходы (government purchases), E — экспорт (export), I — импорт (import).

ВНП, Валовый национальный продукт (GNP, Gross National Product) — макроэкономический показатель, определяемый как совокупная стоимость всех товаров и услуг, произведенных в стране, а также национальными предприятиями вне страны, зарубежом.

ВТО, Всемирная торговая организация (World Trade Organization, WTO) — организация-правопреемница действовавшего с 1947 г. Генерального соглашения по тарифам и торговле (ГАТТ). ВТО начала свою деятельность с 1 января 1995 г. ВТО регулирует торгово-политические отношения участников Организации на основе пакета Соглашений Уругвайского раунда многосторонних торговых переговоров (1986 — 1994 гг.), являющиеся правовым базисом современной международной торговли. основополагающими принципами и правилами ГАТТ/ВТО являются: взаимное предоставление режима наибольшего благоприятствования в торговле и взаимное предоставление националь-

ного режима товарам и услугам иностранного происхождения; регулирование торговли преимущественно тарифными методами; отказ от использования количественных и иных ограничений; разрешение торговых споров путем консультаций и переговоров и т.д. (www.wto.org или www.wto.ru).

Выпуск (release) — передача таможенными органами РФ товаров и транспортных средств после их таможенного оформления в полное распоряжение лица.

ГАТТ, Генеральное соглашение по тарифам и торговле — соглашение, определяющее основы режима торговли товарами, права и обязательства член-нов ВТО в этой сфере (www.wto.org или www.wto.ru).

Грузовая таможенная декларация (ГТД) (customs declaration) — документ (заявление) установленной формы, предоставляемый таможенным органам и содержащий определенные сведения о товарах, перемещаемых через таможенную границу страны. Сведения, указываемые в ГТД, представляют собой данные об отправителе, получателе, декларанте, наименовании, количестве, весе брутто/нетто, таможенной стоимости товара, коде товара по ТН ВЭД, сумме таможенных платежей, стране отправления, назначения, происхождения и т.д.

Декларант (declarant) — лицо, перемещающее через таможенную границу товары и (или) заявляющее (декларирующее) и предъявляющее товары для целей таможенного оформления.

Демреж (demurrage) — денежное возмещение, уплачиваемое фрахтователем судовладельцу за простой судна под грузовыми операциями сверх времени, предусмотренного в договоре перевозки.

Диспач (dispatch) — вознаграждение, уплачиваемое фрахтовщиком или непосредственно судовладельцем фрахтователю за досрочное освобождение судна из-под грузовых операций.

Документарное инкассо (documentary collection) — это поручение экспортера (продавца) своему банку получить за поставленный товар сумму платежа по контракту от импортера (покупателя) против предоставления товаро-сопроводительных и иных документов с последующим перечислением платежа экспортеру (зачислением выручки на счет экспортера).

Досье сделки (record of deal) — формируемая по каждому *паспорту* сделки подборка документов для контроля за обоснованностью оплаты им-

портируемых или экспортируемых по внешнеторговому контракту товаров. Формирование *досье* производится уполномоченным банком либо его филиалом, выполняющим функции агента валютного контроля по Контракту, на основании которого оформлен *паспорт сделки*.

Импорт (ввоз)(import (importation)) — ввоз товара, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе исключительных прав на них, на таможенную территорию РФ из-за границы без обязательства об обратном вывозе.

Импортер (importer) — резидент, заключивший или от имени которого заключен контракт (договор, соглашение), предусматривающий ввоз товаров на таможенную территорию РФ.

Интеллектуальная собственность (intellectual property) — исключительное право юридического или физического лица на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполненных работ или услуг (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания и т.д.). Интеллектуальной собственностью являются научно-технические разработки, «ноу-хау» (know-how), изобретения, оригинальные технологии, промышленные образцы, программное обеспечение, произведения научной, художественной литературы, музыкальные произведения и т.д.

Инфляция (inflation) — обесценивание денег, проявляющееся в снижении покупательной способности, росте цен на товары и услуги, увеличении в денежном обороте избыточных бумажных денег, не обеспеченных соответствующим увеличением оборота товаров и услуг (объема производимых, продаваемых/покупаемых товаров и услуг). Низкая инфляция, отражающая стохастические экономические процессы, определенную долю хаоса в экономике, являются неизбежными процессами экономической эволюции. Взаимное соотношение между упорядочением и хаосом в экономических процессах изменяется в ходе экономической эволюции, и наличие инфляции, отражающей стохастические экономические процессы, можно объяснить наличием определенной(ого) доли (процента) хаоса, неизбежного для процесса эволюции вообще.

Квота (импортная/экспортная)(quota (import/export)) — ограничение импорта/экспорта товара в отношении его количества и/или его стоимости.

Контракт (contract) купли-продажи — согласованный между сторонами (продавцом и покупателем) коммерческий документ, на основании которого

продавец обязан передать товар в собственность покупателя, а покупатель обязан принять и оплатить этот товар.

Коносамент (bill of lading, сокр. В/Л) — транспортный, товаро-распорядительный документ, выдаваемый морским перевозчиком грузоотправителю, в удостоверение факта его принятия к перевозке морем и обязательства передать в порту назначения грузополучателю. Коносамент несет следующие функции: 1) документа, подтверждающего факт принятия груза к перевозке; 2) товаро-распорядительного документа (право переуступки товара); 3) документа (расписки), подтверждающего принятие груза капитаном судна (судовладельцем) в количестве и в упаковке, указанных в коносаменте.

Конференциальные линии (conference lines) — судоходные линии, объединенные рядом судоходных компаний, которые согласовывают между собой и объявляют условия перевозки, а также ставки фрахта на перевозку на определенном маршруте; в некоторых случаях определяют также квоты на перевозку грузов судоходными компаниями, участвующими в этих конференциальных линиях. Примеры конференциальных линий: Австралийская конференция, Дальневосточная конференция, Южно-Американская конференция и т.д.

Линейное судоходство (line shipping) — регулярное судоходство с устойчивыми грузопотоками, осуществляемое по фиксированному маршруту перевозок, по расписанию и по установленным заранее тарифам.

Линейные условия (liner terms) — условия морской перевозки, при которой судовладелец принимает на себя обязательства и расходы по погрузке и выгрузке грузов в портах отправления и назначения, включает эти расходы в фрахт (стоимость перевозки).

Лямпсум (lumpsum) — провозная плата за все судно безотносительно к фактическому количеству перевозимого груза.

Накладная (waybill) — транспортный документ, подтверждающий наличие договора между грузовладельцем и перевозчиком на перевозку железнодорожным (железнодорожная накладная), автомобильным (автодорожная накладная), авиа (авиагрузовая накладная), речным или смешанными видами транспорта (смешанная накладная).

Нерезидент (non-resident) — физическое лицо, постоянно проживающее за границей, в том числе временно находящееся в России, или юридическое лицо, зарегистрированное надлежащим образом в соответствии с законода-

тельством иностранных государств, имеющее постоянное место нахождения вне территории России, а также дипломатические и иные официальные представительства иностранных государств на территории России.

Паспорт сделки (passport of deal) — документ валютного контроля, содержащий необходимые для осуществления валютного контроля сведения из контракта (договора, соглашения) между резидентом (юридическим лицом или физическим лицом, зарегистрированным в качестве индивидуального предпринимателя) и нерезидентом, предусматривающий оплату иностранной валютой, валютой РФ, векселями в иностранной валюте или в валюте РФ товаров, ввозимых на таможенную территорию РФ или же товаров, вывозимых с таможенной территории РФ. В настоящем используется единая форма паспорта сделки для оформления экспортных и импортных валютных операций.

Резидент (resident) — физическое лицо, постоянно проживающее в России, в том числе временно находящееся вне России, или юридическое лицо, зарегистрированное надлежащим образом в соответствии с законодательством РФ, имеющее постоянное место нахождения на ее территории и действующее на ее территории, а так же дипломатические и иные официальные представительства России за ее пределами.

Российские участники внешнеторговой деятельности (российские лица) (Russian participants of foreign trade activity (Russian persons)) — юридические лица, созданные в соответствии с законодательством РФ, имеющие постоянное место жительства на ее территории, а также физические лица, имеющие постоянное или преимущественное место жительства на территории РФ и зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей.

Российские товары (Russian goods) — товары, происходящие из РФ, либо товары, выпущенные для свободного обращения на территории РФ.

Страховой полис (insurance policy) — документ, удостоверяющий факт страхования, содержащий описание условий страхования и выдаваемый страховщиком страхователю в подтверждение заключенного договора страхования.

Сталийное время (laytime, laydays) — период времени нахождения судна в порту погрузки/выгрузки, установленный в договоре морской перевозки, для производства фрахтователем погрузочно-разгрузочных работ в портах.

Стивидор (stevedore) — специализированные организации, компании, обеспечивающие работы, связанные с осуществлением погрузочно-разгрузочных работ в портах, в том числе на/из судно(а).

Стивидорные работы (stevedoring) — работы, связанные с осуществлением погрузочно-разгрузочных работ в портах, в том числе на/с судно(а).

Таможенное(ая) оформление (очистка) (customs formalities (clearance)) — процедура перемещения товаров и транспортных средств под определенный таможенный режим и завершение действия этого режима в соответствии с требованиями и положениями Таможенного кодекса РФ.

Таможенная пошлина (customs duty) — платеж, взимаемый таможенными органами РФ при ввозе товара на таможенную территорию Российской Федерации или вывозе товара с этой территории и являющийся неотъемлемым условием такого ввоза или вывоза.

Таможенные платежи (customs payments: duty, taxes (e.g. VAT), fee, etc.) — таможенная пошлина, налоги (например, НДС), таможенные сборы, сборы за выдачу лицензий, плата и другие платежи, взимаемые в установленном порядке таможенными органами РФ.

Таможенный перевозчик (customs carrier) — предприятие (перевозчик, транспортная компания, экспедиторская фирма или иное предприятие), созданное в соответствии с законодательством РФ, обладающее правами юридического лица и на основании Реестра таможенных перевозчиков правом осуществлять перевозки при ввозе и вывозе внешнеторговых грузов под таможенным контролем.

Таможенный брокер (customs broker) — посредник, совершающий таможенные операции от имени и по поручению декларанта или иного лица, на которое возложена обязанность или которому предоставлено право совершать таможенные операции в соответствии с Таможенным кодексом РФ.

Товар (goods, commodity) — любое движимое имущество (включая все виды энергии) и отнесенные к недвижимому имуществу воздушные, морские суда, суда внутреннего плавания и космические объекты, являющиеся предметом внешнеторговой деятельности. Транспортные средства, используемые при договоре о международной перевозке, товаром не являются.

Транзит товаров (transit of the goods) — таможенный режим, при котором товары перемещаются между двумя таможенными органами РФ под таможенным контролем, в том числе возможно через территорию иностранного государства, без взимания таможенных пошлин, налогов и без применения мер экономической политики.

Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности РФ (ТН ВЭД) (Garmonized commodity codes system for foreign trade activity of Russian Federation) — классификатор товаров на основе международной Гармонизированной системы описания и кодирования товаров.

Учетная карточка импортируемых товаров (record card for imported goods) — документ валютного контроля, содержащий сведения из *грузовой таможенной декларации (ГТД)* об общей стоимости импортированных по контракту товаров.

Фрахт (freight) — плата за перевозку грузов морем, оплачиваемая за единицу массы или объема или в виде общей суммы за рейс, на который зафрахтовано судно, на согласованном маршруте перевозки.

ФИО (FIO — «Free In and Out») — условие морской перевозки, при которой судовладелец не принимает на себя обязательства по погрузке/разгрузке грузов на/из судна.

ФИОС (FIOS — «Free In/Out and Stowed») — условие морской перевозки, при которой судовладелец не принимает на себя обязательства по погрузке/разгрузке и укладке грузов на судне.

ФИОТ (FIOT — «Free In/Out and Trimmed») — условие морской перевозки, при которой судовладелец не принимает на себя обязательства по погрузке/разгрузке грузов на/из судна и штивке (размещению груза в трюме судна).

Free In (свободен от погрузки) — условие морской перевозки, при которой судовладелец свободен от обязательства по погрузке грузов на судно в порту отгрузки.

Free Out (свободен от разгрузки) — условие морской перевозки, при которой судовладелец свободен от обязательства по разгрузке грузов из судна в порту назначения.

Экспорт (вывоз) (export(exportation)) — вывоз товара, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе исключительных прав на них, с таможенной территории Российской Федерации (РФ) за границу без обязательства об обратном ввозе.

Экспортер (exporter) — резидент, заключивший или от имени которого заключен контракт (договор, соглашение), предусматривающий вывоз товаров с таможенной территории РФ.

Источники определения терминов: Федеральный закон от 8 декабря 2003 г. № 164-ФЗ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» (вступил в силу 15 июня 2004); Таможенный кодекс РФ от 28 мая 2003 г. № 61-ФЗ, вступивший в силу с 1 января 2004 г.; Федеральный закон от 14 апреля 1998 г. № 63-ФЗ «О мерах по защите экономических интересов Российской Федерации при осуществлении внешней торговли товарами» (с изменениями от 8 декабря 2003 г.), Федеральный закон от 10 декабря 2003 г. № 173-ФЗ «О валютном регулировании и валютном контроле», а также работы [12; 71].

Комментарий: Одним из источников получения сведений о вышеупомянутых опубликованных и действующих законах РФ может быть справочно-правовая система «Гарант» (www.garant.ru).

ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ WRITTEN ENGLISH FOR BUSINESS

Английский как и любой другой язык является эволюционирующей языковой системой. С появлением новых областей бизнеса, деловых дисциплин появляются специфические слова, термины, фразеологические обороты. Деловой английский, деловая переписка на английском языке в области бизнеса не являются исключением и также имеют характерную терминологию. Деловая переписка должна быть краткой, лаконичной, но в тоже время информативной с понятным и прозрачным алгоритмом, планом действий и с четкой логикой построения сообщения без обременительных длинных фраз с расплывчатым смыслом. Источником приведенной ниже английской лексики является реальная деловая переписка. Нижеупомянутые примеры деловых писем по факсу, электронной почте, фраз из деловой переписки могут использоваться в общении на английском языке с иностранными партнерами по бизнесу.

ABCD have now confirmed that for an order issued on 02/11/2003 they could have the equipment available EXW 20/12/2003. However if we miss tomorrow's deadline for confirmation of finalized instructions it is very probable that EXW date would then move to January because of the Christmas holiday. You are correct, we currently have 2 points ongoing:

a) We are aiming to have these available EXW 17/12/02 and to ensure this I have given ABCD and instruction to proceed with supply based on Mr.Tanaka's emails of yesterday.

b) it is these equipment that I refer to in my message today that we must order by tomorrow to ensure EXW delivery within this year.

Dear Mr. Smith,

The following shipping documents must be sent as cargo attached:

- shipping invoice;
- packing list
- AWB

The cargo is ready for shipment on 15th September as scheduled.

Best regards,

Ivan Vasllyev

ABCD уже подтвердили, что для заказа сделанного 02/11/2003, оборудование будет готово (доступно) на условиях EXW (с завода) 20/12/2003. Однако, если мы не сможем подтвердить окончательные инструкции до завтрашней крайней даты, очень возможно, что EXW дата может тогда сместиться на январь из-за Рождественных праздников. Вы правы, сейчас мы имеем два текущих вопроса:

a) Мы ставим своей целью сделать доступным оборудование к дате 17/12/02 на условиях EXW и, чтобы быть уверенным, я уже дал инструкции в ABCD приступить к поставке в соответствии с вчерашними сообщениями г-на Танаки по электронной почте.

b) это именно то оборудование, на которое я уже ссылался в своем сообщении сегодня, которое мы должны заказать до завтрашнего дня, чтобы гарантировать поставку на условиях EXW в этом году.

Уважаемый г-н Смит,

Следующие отгрузочные документы должны быть приложены к грузу:

- отгрузочный инвойс;
- упаковочный лист;
- авианакладная

Груз готов к отправке 15 сентября как запланировано.

С уважением,

Иван Васильев

Dear Mr. Smith,

ABCD has advised that the faulty equipment does not need to be returned to the UK and can be replaced, as discussed between ABCD and Mr. K.Jonson. Replacement units will be sent in accordance with our agreement.

Regards,

Ivan Vasilyev

Dear Ivan,

We received your shipping instructions. The cargo is ready for the shipment. We will make a shipping invoice for your forwarder for the shipment not later than 15th September.

Best regards,

D. Jakson

I regret to say, we have not received yet the goods from your forwarder. As soon as we have received the goods, I will call you immediately.

We faxed the revised packing list, but we still have not heard from your forwarder regarding the shipping items. Please advise on the status of this shipment. We would like to ship the equipment immediately

You mentioned that you are going to carry out import customs clearance in Krasnoyarsk and Vladivostok. My experience is that it's best to make import customs clearance at a single location if it's close enough to the actual work site, especially with electronics equipment.

Thank you for your inquiry.

We apologise for the delay in reply.

We cannot offer DDP Moscow but we are ready to deliver on CIP Moscow.

Уважаемый г-н Смит,

Компания ABCD сообщила, что неисправное оборудование не нужно возвращать в Великобританию и оно может быть заменено как было обсуждено между ABCD и г-ном Джонсоном. Оборудование на замену будет выслано в соответствии с нашей договоренностью.

С уважением,

Иван Васильев

Уважаемый Иван,

Мы получили ваши отгрузочные инструкции. Груз готов к отгрузке. Мы подготовим отгрузочный инвойс для вашего экспедитора для этой отгрузки не позднее 15 сентября.

С уважением,

Д. Джексон

К сожалению, мы до сих пор не получили товары от вашего экспедитора. Как только мы получим их, я позвоню вам немедленно.

Мы выслали по факсу измененный упаковочный лист, но мы до сих пор не получили информации от вашего экспедитора касательно отгружаемых единиц. Пожалуйста, сообщите статус этой отгрузки. Мы хотели бы отгрузить это оборудование немедленно.

Вы упомянули, что собираетесь осуществить импортную очистку в Красноярске и Владивостоке. Исходя из моего опыта, лучше делать импортную очистку в одном месте, если это достаточно близко к реальной рабочей площадке, в особенности для электронного оборудования.

Спасибо за ваш запрос.

Приносим извинения за задержку в ответе.

Мы не можем предложить DDP Москва, но мы готовы доставить на условиях CIP Москва.

We are currently awaiting shipping instructions. Our logistics co-ordinator is Mr. S. Booth. You can fax or email him if you feel you have information that might help us.

Thank you for your fax of May 15th. We are working with Japanese company JPVF which has offices in Tokyo, Yokohama, Kobe, Osaka, Nagoya as well as offices abroad. The company was established 55 years ago and has appr. 850 employees.

Please find below the contact details in Tokyo:
JPVF

Tokyo, Japan

Tel.: (03)

Fax: (03)

Contact person: Mr. H. Tanaka

Please let us know if our forwarder is acceptable for you.

Looking forward to your reply. Your prompt reply is appreciated.

I still do not have an exact arrival date yet, however I can confirm that the goods have been shipped from US on 20 March.

I can now confirm that your further order will be ready to be dispatched on 25 May.

Final invoice is attached.

The goods were departed from our plant at 15:10 local time. Tracking number 77788888.

The forwarder has a tracking facility via Web site. The goods will be shipped to airport SVO. The forwarder is trying to book the next Aeroflot flight. If I get any latest details, I will e-mail you again. Hope all goes well.

В настоящем мы в ожидании отгрузочных инструкций. Нашим логистик координатором является г-н Бус. Вы можете послать сообщение по факсу или электронной почте, если у вас есть информация, которая может помочь нам.

Спасибо за ваш факс от 15-го мая. Мы работаем с японской компанией JPVF которая имеет офисы в Токио, Йокогаме, Кобе, Осаке, Нагойе так же, как и офисы за рубежом. Компания была основана 55 лет назад и имеет приблизительно 850 работников.

Ниже приведены детали для контакта в Токио:

JPVF

Токио, Япония

тел: (03)

факс: (03)

Контактное лицо: г-н. Х. Танака

Пожалуйста, сообщите нам, приемлим ли наш экспедитор для вас.

В ожидании вашего ответа. Будем признательны за быстрый ответ.

У меня до сих пор нет точной даты прибытия, однако я могу подтвердить, что товары были отгружены из США 20 марта. Я могу подтвердить сейчас, что ваш следующий заказ будет готов к отправке 25 мая.

Окончательный инвойс приложен.

Товары отправлены с нашего завода в 15:00 местного времени. Отслеживающий номер 77788888. Экспедитор имеет систему отслеживания через Веб (прим. Интернет) страницу. Товары будут отгружены в аэропорт Шереметьево. Экспедитор пытается забронировать следующий рейс Аэрофлота. Если я получу какие-либо последние детали, то я сообщу по электронной почте вновь. Надеюсь, что все идет хорошо.

I have faxed P/L. Cargo is being collected today and will be shipped from London to Helsinki on Monday. If our forwarder let me know any further information I will let you know. Please wait for a while.

Please nominate your freight forwarder and ask him to invoice us. Please advise estimated cost in advance. The collection address is:

DFF, Battle Road

.....

England

The cargo will be ready on Monday.

According to ABCD the equipment will be available FOB Scotland on 14th February. Please advise if the date is acceptable.

Dear Mr. Ivanov,

We are pleased to have received your order PO# AS-21 for supply of decoders.

Your order will be ready for shipment on beg. May. We will keep you informed.

Sincerely yours,

K. Smith

Dear Mr. Ivanov:

Thank you for taking time to discuss the contract terms. The following terms have been fixed: payments terms — 100% advance payment, delivery terms — FCA-London.

Ex-Go-factory date for equipment, model XP is June 19.

Sincerely yours,

K. Smith

Я уже выслал упаковочный лист по факсу.

Груз должен быть собран сегодня и будет отправлен из Лондона в Хельсинки в понедельник. Если наш экспедитор сообщит мне какую-либо дальнейшую информацию, то я сообщу вам.

Пожалуйста, немного подождите.

Пожалуйста, назначьте вашего экспедитора и попросите его выставить нам счет. Пожалуйста, сообщите приблизительную стоимость заранее. Адрес для передачи груза:

DFF, Battle Road

.....

England

Груз будет готов в понедельник.

Согласно ABCD оборудование будет доступно FOB Шотландии 14 февраля.

Пожалуйста, сообщите приемлема ли эта дата.

Уважаемый г-н Иванов,

Мы были рады получить ваш заказ PO# AS-21 на поставку декодеров.

Ваш заказ будет готов к отгрузке в начале мая. Мы будем вас информировать.

С уважением,

K.Смит

Уважаемый г-н Иванов,

Благодарим Вас за то, что вы нашли время обсудить условия контракта. Следующие условия были зафиксированы: условия оплаты—100 % авансовый платеж, условия поставки: FCA—Лондон. Оборудование, модель XP будет готово на заводе 19 июня.

С уважением,

K. Смит

Некоторые интернет страницы, упомянутые в книге

Организация/компания	Интернет страница
Всероссийский научно-исследовательский конъюнктурный институт (ВНИКИ)	www.vniki.ru
Всероссийская академия внешней торговли (ВАВТ)	www.vavt.ru
Всемирная торговая организация, ВТО (World Trade Organization, WTO)	www.wto.org
GATT	www.gatt.org
"Гарант" справочно-правовая система	www.garant.ru
Cato Institute, News Releases	www.cato.org/economicfreedom
Торгово-промышленная Палата РФ (ТПП)	http://tpprf.rbc.ru
The British Museum, London	www.british-museum.ac.uk
Canadian Museum of Civilization Corporation	www.civilization.ca
Musee du Louvre, Paris	www.louvre.fr
UNCTAD, the United Nations Conference on Trade and Development (Конференция ООН по торговле и развитию), правила для смешанных перевозок	www.unctad.org

РАЗДЕЛ 1. ПРИМЕРЫ КОНТРАКТОВ НА ИМПОРТ И ЭКСПОРТ ТОВАРОВ, ЛИЦЕНЗИОННОГО СОГЛАШЕНИЯ, ДИСТРИБЬЮТЕРСКОГО СОГЛАШЕНИЯ

Образец контракта на импорт товаров в Россию
(поставка авиа и/или смешанным морским и автомобильным транспортом)

CONTRACT No
_____ 200_, Moscow

КОНТРАКТ №
_____ 200_, Москва

_____, hereinafter referred to as the «Buyer», represented by _____, on the one part, and _____, hereinafter referred to as the «Seller», represented by _____, on the other part, have concluded the contract on the following:

_____, именуемым далее «Покупатель», в лице _____, с одной стороны, и _____, именуемым далее «Продавец», в лице _____, с другой стороны, заключили контракт о нижеследующем:

1. SUBJECT OF THE CONTRACT

The Seller has sold and the Buyer has bought on the basis of CIP _____ as per INCOTERMS 2000 the Equipment indicated in the Attachment No1. The scope of work to be performed by the Seller consists of supply of the equipment and fulfillment of the service, specified in Attachment No1.

1. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТА

Продавец продал, а Покупатель купил на условиях CIP _____ в соответствии с ИНКОТЕРМС 2000 оборудование, перечисленное в Приложении № 1. Объем работ, выполняемых Продавцом, состоит из поставки оборудования и выполнения услуг, указанных также в Приложении № 1.

2. CONTRACT PRICE

The total value of the contract amounts to _____USD (write out figures by words) including:

- 1) the equipment price USD
2) the service price USD

2. ЦЕНА КОНТРАКТА

Общая сумма настоящего контракта составляет _____ долл. США (сумма прописью), включая:

- 1) цену за оборудование долл. США
2) цену на услуги долл. США

and is understood CIP _____, the cost of packing and marking included.

The total *contract* value and prices for each *contract* item of *the equipment* and *the service* are specified in Attachment No1.

3. TERMS OF PAYMENT

3.1. All payments under this *contract* are made in US Dollars by T/T remittance.

3.2 Advance payment in the amount of one hundred percent (100%) of the total value of *the contract* USD ____ () shall be paid by *the Buyer* to *the Seller* against *the Seller's* invoice within ____ () days from the date when *the Seller* make out an invoice to *the Buyer*.

4. TERMS OF DELIVERY

4.1. *The equipment* shall be delivered in accordance with the Milestone Schedule as per Attachment No. 2 .

4.2. The delivery date of *the equipment* shall be considered the date of air waybill and/ or multimodal transportation, to be issued by the first *Seller's* forwarder or carrier.

The arrival date of *the equipment* is the date of arrival of *the equipment* at the customs warehouse in _____.

4.3. *The Consignee* under the *contract* is as follows:

Consignee: _____

и понимается CIP _____, включая стоимость тары, упаковки и маркировки.

Общая стоимость *контракта* и цены по каждой контрактной позиции *оборудования* и *услуг* указаны в Приложении № 1.

3. УСЛОВИЯ ОПЛАТЫ

3.1. Все платежи по настоящему *контракту* осуществляются в долларах США телеграфным переводом.

3.2. Авансовый платеж в размере ста процентов (100 %) общей суммы *контракта* в сумме USD _____ (прописью) перечисляется *Покупателем Продавцу* по счету *Продавца* в течение ____ (прописью) дней с даты выставления *Продавцом* фактуры-инвойса *Покупателю*.

4. УСЛОВИЯ ПОСТАВКИ

4.1. *Оборудование* должно быть поставлено в соответствии с Календарным планом согласно Приложению № 2.

4.2. Датой поставки *оборудования* считается дата авианакладной и/или смешанной товаро-транспортной накладной, выдаваемыми первым экспедитором или перевозчиком *Продавца*.

Датой прибытия *оборудования* является дата прибытия *оборудования* на таможенный склад в _____.

4.3 *Грузополучателем* по настоящему *контракту* является:

Грузополучатель: _____

4.4. The name of *Seller's* forwarder or carrier and transportation route are to be confirmed by *the Seller to the Buyer* by fax message not later than ____ days before the shipment date.

4.5. Prior delivery of *the equipment* is allowed after *the Buyer's* consent only.

4.6. Shipping documents of each shipment (lot) of *the equipment* shall include:

- (1) invoice;
- (2) packing List;
- (3) waybill;
- (4) insurance policy.

4.7. *The Seller* shall send by fax to *the Buyer* a shipping advice on shipment with attached invoice and packing list not later than ____ before the shipment date.

The following data shall be specified in the shipping advice:

- contract No;
- invoice No;
- invoice amount;
- description of *the equipment*;
- port of loading;
- port of destination;
- consignee name;
- shipping date;
- AWB No;
- Flight No;
- B/L No;
- Vessel name;
- Number of packages;
- Gross weight;
- Measurements/volume.

4.4. Название экспедитора или перевозчика *Продавца* и маршрут перевозки должны быть подтверждены *Продавцом Покупателю* сообщением по факсу не позднее ____ дней до даты отгрузки.

4.5. Досрочная поставка *оборудования* разрешается только с согласия *Покупателя*.

4.6. В состав отгрузочных документов для каждой отгрузки (партии) оборудования входят:

- (1) инвойс;
- (2) упаковочный лист;
- (3) транспортная накладная;
- (4) страховой полис.

4.7. *Продавец* должен выслать по факсу *Покупателю* уведомление об отгрузке с приложенным инвойсом и упаковочным листом не позднее ____ дней до даты отгрузки.

Следующие данные должны быть указаны в уведомлении об отгрузке:

- номер контракта;
- номер инвойса;
- стоимость по инвойсу;
- наименование *оборудования*;
- порт отгрузки;
- порт назначения;
- наименование получателя;
- дата отгрузки;
- номер авианакладной;
- номер авиарейса;
- номер коносамента;
- наименование судна;
- количество мест;
- вес брутто;
- размеры/объем.

5. PACKING

5.1 The packing must ensure safety of *the equipment* during sea, air and truck transportation.

5.2. *The equipment* are to be packed into strong wooden boxes ensured safety of *the equipment* during the carriages, transshipment and an open warehouse storage. Pallets of the boxes should have empty space at the bottom having height not less than 100 mm.

6. MARKING

6.1. Each package shall have the following marking:

Shipper:

Consignee:

Contract No _____;

Package No _____;

Gross/W: _____ kg;

Net/W: _____ kg;

DIM: _____ cm

6.2. The marking is to be clearly done by indelible paint both in Russian and in English on two opposite sides.

7. ACCEPTANCE

The *equipment* shall be considered as delivered by *the Seller* and accepted by *the Buyer* at *the Consignee's* warehouse in respect of quantity as per shipping documents and the technical specification of the contract.

The acceptance of *the equipment* in respect of quality is to be carried out at

5. УПАКОВКА

5.1 Упаковка должна обеспечивать сохранность *оборудования* во время морской, авиа и автомобильной транспортировки.

5.2. *Оборудование* должно быть упаковано в прочные деревянные ящики, обеспечивающие сохранность *оборудования* во время перевозки, перевалки и хранения на открытом складе. Поддоны ящиков должны иметь просвет (высоту) не менее 100 мм.

6. МАРКИРОВКА

6.1. Каждое грузовое место должно иметь следующую маркировку:

Отправитель:

Грузополучатель:

Контракт № _____;

Место № _____;

Вес брутто: _____ кг;

Вес нетто: _____ кг;

Размеры: _____ см

6.2. Маркировка наносится четко, несмываемой краской на русском и английском языках на двух противоположных сторонах.

7. ПРИЕМКА

Оборудование считается поставленным *Продавцом* и принятым *Покупателем* на складе Грузополучателя в отношении количества согласно товаро-сопроводительным документам и технической спецификации контракта.

Приемка *оборудования* по качеству осуществляется на месте монтажа обо-

the site of installation of the equipment as per results of installation works and acceptance tests fulfilled by the Buyer and the Seller.

The equipment shall be considered as accepted by the Buyer in respect of quality from the date of the issue of the Acceptance Certificate by the Buyer.

8. RESPONSIBILITY OF THE PARTIES

In case of delay of the shipment of the equipment beyond the expected delivery date specified in Milestone Schedule (Attachment No.2), for exception of force majeure circumstances, the Seller shall pay to the Buyer the penalty at the rate of ___ of the cost of a lot of the equipment not being shipped in due time after expiration of _____ days grace period. The total amount of such penalty shall not exceed ___ % () of the cost of the lot of the equipment.

9. ARBITRATION

9.1. All disputes and differences which may arise out or relating to the contract will be settled as far as possible by means of negotiations between the parties.

9.2. If the parties do not come to the agreement within thirty (30) days after the written notice given by either party to the other party of its existence, such disputes and differences are to be finally settled by the Arbitration Court.

рудования по результатам проведения Покупателем и Продавцом пуско-наладочных работ и приемо-сдаточных испытаний.

Оборудование считается принятым Покупателем в отношении качества с даты выдачи Покупателем Сертификата приемки.

8. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

В случае задержки отгрузки оборудования в срок позже обозначенной в Календарном Плане даты поставки (Приложение № 2), за исключением случаев возникновения обстоятельств непреодолимой силы, Продавец оплатит Покупателю неустойку в размере _____ от стоимости несвоевременно отгруженной партии оборудования по истечении _____ дневного (прописью) льготного срока. Общая сумма неустойки не должна превышать _____ % (прописью) от стоимости такой партии оборудования.

9. АРБИТРАЖ

9.1. Все споры и разногласия, которые могут возникнуть в связи с исполнением настоящего контракта или вытекать из него, по мере возможности будут разрешаться путем переговоров между сторонами.

9.2. Если стороны не придут к соглашению в течение тридцати (30) дней после выдачи письменного уведомления одной стороной другой стороне о наличии таких споров и разногласий, то дело подлежит передаче в Арбитражный суд.

9.3. The arbitration should be held at the Arbitration Court of the Chamber of Commerce and Industry of _____ in accordance with the rules of the Arbitration Court. The awards of the Arbitration Court shall be final and binding upon both parties hereto.

10. FORCE — MAJEURE

10.1 Both parties will be released from responsibility for partial and/or complete non-fulfilment of their obligation under *the contract*, if it is a consequence of force-majeure circumstances such as war, riots, fires, floods, epidemics, quarantine restriction, strikes of *the Seller's* personnel, embargoes and typhoons, earthquakes of extreme severe intensities, volcanic eruptions or any other unforeseen causes beyond the both parties.

10.2. The such force-majeure circumstances and its duration should be officially confirmed by the Chamber of Trade and Commerce or other competent authorities or organization.

10.3. If such force-majeure circumstances last over 90 days, either party shall have the right to refuse from further fulfilment of their obligations under *the contract* and in that event neither party will have the right to claim compensation of eventual losses from the other party.

9.3. Все арбитражные разбирательства должны проходить в Арбитражном суде при Торгово-промышленной палате _____ в соответствии с правилами этого Арбитражного суда. Решение такого арбитража окончательное и выполняется обеими сторонами.

10. ОБСТОЯТЕЛЬСТВА НЕПРЕОДОЛИМОЙ СИЛЫ

10.1. Обе стороны освобождаются от ответственности за частичное и/или полное невыполнение обязательств по *контракту*, если оно явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы таких, как войны, гражданские волнения, пожары, наводнения, эпидемии, карантинные ограничения, забастовки персонала *Продавца*, эмбарго, тайфуны, сильные землетрясения, извержения вулканов или другими обстоятельствами, неподконтрольными сторонам.

10.2. Подобные обстоятельства непреодолимой силы и их продолжительность должны быть документально подтверждены Торгово-промышленной Палатой или другими компетентными органами или организациями.

10.3. Если эти обстоятельства непреодолимой силы длятся свыше 90 дней, то любая из сторон имеет право отказаться от дальнейшего исполнения своих обязательств по *настоящему контракту* и, в этом случае, ни одна из сторон не будет иметь права на предъявление претензий другой стороне за возможные убытки.

11. EFFECTIVE DATE OF THE CONTRACT

The present *contract* becomes effective upon signing *the contract*.

The present *contract* is made up in Russian and English languages and both texts being equally authentic.

11. ДАТА ВСТУПЛЕНИЯ КОНТРАКТА В СИЛУ

Настоящий *контракт* вступает в силу с даты его подписания.

Настоящий *контракт* составлен на русском и английских языках, причем оба текста имеют одинаковую силу.

12. REQUISITES OF THE PARTIES

The Buyer:

The Seller:

Attachment No1.

The scope of work

Attachment No2

The Milestone Schedule of the equipment supply

12. РЕКВИЗИТЫ СТОРОН

Покупатель:

Продавец:

Приложение № 1

Объем работ

Приложение № 2

Календарный план поставки оборудования

ОБРАЗЕЦ КОНТРАКТА НА ЭКСПОРТ ТОВАРОВ ИЗ РОССИИ

(поставка железнодорожным транспортом)

CONTRACT No

_____ 200_, Moscow

КОНТРАКТ №

_____ 200_, Москва

_____, hereinafter referred to as the "Buyer", represented by _____, on the one part, and _____, hereinafter referred to as the "Seller", represented by _____, on the other part, have concluded *the contract* on the following:

_____, именуемым далее «Покупатель», в лице _____, с одной стороны, и _____, именуемым далее «Продавец», в лице _____, с другой стороны, заключили контракт о нижеследующем:

1. SUBJECT OF THE CONTRACT

The Seller has sold and *the Buyer* has bought on the basis of DAF border railway

1. ПРЕДМЕТ КОНТРАКТА

Продавец продал, а *Покупатель* купил на условиях DAF пограничная

station _____ as per INCOTERMS 2000 the following goods:

ж.д. станция _____ в соответствии с ИНКОТЕРМС 2000 следующие товары:

2. PRICE AND TOTAL AMOUNT OF THE CONTRACT

The prices for the goods are fixed in USD and are understood _____ USD/kg DAF border railway station _____, the cost of packing and marking included.

The total amount of the contract is _____ USD.

2. ЦЕНА И ОБЩАЯ СУММА КОНТРАКТА

Цены на *товары* устанавливаются в долл. США и составляют _____ долл. США/кг DAF пограничная ж.д. станция _____, включая стоимость тары, упаковки и маркировки.

Общая сумма контракта составляет _____ долл. США (*прописью*)

3. TERMS OF PAYMENT

3.1. Payment for delivered goods is to be effected by the Buyer for collection via _____ bank in the amount corresponding to the delivered lot of the goods under the following bank's requisites:

3. УСЛОВИЯ ОПЛАТЫ

3.1. Платежи за поставленные *товары* производятся *Покупателем* путем инкассо через _____ банк на сумму, соответствующую поставленной партии товаров, по следующим банковским реквизитам:

3.2. All payments under the contract are made in US Dollars by wire transfer against the following documents:

1. invoice;
2. a copy of railway bill;
3. quality certificate;
4. shipping specification.

3.2. Все платежи по настоящему *контракту* осуществляются в долларах США телеграфным переводом против следующих документов:

1. инвойса;
2. копии железнодорожной накладной;
3. сертификата качества;
4. отгрозочной спецификации.

The Buyer shall open in the Seller's favour an irrevocable guarantee of _____ bank or another first-class bank. The guarantee is to cover 100 % of the total value of the goods under the present contract and to be valid till _____

Покупатель открывает с _____ в пользу *Продавца* безотзывную банковскую гарантию _____ банка или иного первоклассного банка, покрывающую 100 % стоимость *товара* по настоящему *контракту* и действительную до _____.

4. TERMS OF DELIVERY

4.1. *The goods* shall be delivered by railway in closed waggons in accordance with the Milestone Schedule as per Attachment No.1 .

4.2. The delivery date of *the goods* shall be considered as the date of the border station's stamp applied at _____ on the rail waybill.

4.3. Prior and partial delivery of *the goods* is allowed only after *the Buyer's* consent.

4.4. *The Seller* shall send by fax to *the Buyer* a shipping advice on a shipment not later than 48 hours after the shipment date.

The following figures shall be specified in the shipping advice:

- contract No;
- invoice No;
- invoice amount;
- description of *the goods*;
- consignee name;
- shipping date;
- waggon number;
- railway bill number;
- number of packages;
- gross/net weight;
- volume.

5. PACKING

5.1 The packing must ensure safety of *the goods* during railway transportation.

4. УСЛОВИЯ ПОСТАВКИ

4.1. *Товары* должны быть поставлены железнодорожной в крытых вагонах в соответствии с Календарным Планом согласно Приложению №1.

4.2. Датой поставки *товаров* считается дата штампа пограничной станции _____ в железнодорожной накладной.

4.3. Досрочная и частичная поставка *товаров* разрешается только с согласия *Покупателя*.

4.4. Продавец должен выслать по факсу Покупателю уведомление об отгрузке не позднее 48 часов с даты отгрузки.

Следующие данные должны быть указаны в уведомлении об отгрузке:

- номер контракта;
- номер инвойса;
- стоимость инвойса;
- наименование товаров;
- наименование получателя;
- дата отгрузки;
- номер вагона;
- номер железнодорожной накладной;
- количество мест;
- вес брутто/нетто;
- объем.

5. УПАКОВКА

5.1 Упаковка должна обеспечивать сохранность *товаров* во время транспортировки железнодорожной.

5.2. *The goods* are to be packed into export package, ensured safety of *the goods* during the carriages, transshipment and an open warehouse storage.

6. MARKING

6.1. Each package shall have the following marking:

Buyer:
Consignee:
Contract No ____;
Lot No ____;
Package No ____;
Gross/W: kg;
Net/W: kg;
DIM, cm.

6.2. The mark are to be made clearly by indelible paint in Russian and English.

7. ACCEPTANCE

The goods shall be considered as delivered by *the Seller* and accepted by the *Buyer* in respect of quantity ~ as per the number of packages and the weight indicated in the shipping documents and in respect of quality — as per quality indicated in the quality certificate.

8. RESPONSIBILITY OF THE PARTIES

In case of delay of the shipment of *the goods* beyond the expected delivery date specified in Milestone Schedule (Attachment No.1), for exception of force

5.2. *Товары* должны быть упакованы в упаковку, обеспечивающую сохранность товаров во время перевозки, перевалки и хранения на открытом складе.

6. МАРКИРОВКА

6.1. Каждое грузовое место должно иметь следующую маркировку:

Покупатель:
Грузополучатель:
Контракт № ____;
Партия № ____;
Место № ____;
Вес брутто: ____ кг;
Вес нетто: ____ кг;
Размеры, см.

6.2. Маркировка наносится четко, несмываемой краской на русском и английском языках.

7. ПРИЕМКА

Товары считаются поставленным *Продавцом* и принятым *Покупателем* в отношении количества — по количеству мест и весу, указанных в товаро-сопроводительных документах, а в отношении качества — по качеству, указанному в сертификате качества.

8. ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

В случае задержки отгрузки *товаров* в срок позже обозначенной в Календарном Плане даты поставки (Приложение №1), за исключением случаев возникновения

majeur circumstances, *the Seller shall pay to the Buyer the penalty at the rate of ___ of the cost of the goods not being shipped in due time after expiration of ___ days grace period. The total amount of such penalty shall not exceed ___ % () of the cost of the lot of the goods.*

обстоятельств непреодолимой силы, *Продавец оплатит Покупателю неустойку в размере _____ от стоимости несвоевременно отгруженной партии товаров по истечении _____ дневного (прописью) льготного срока. Общая сумма неустойки не должна превышать _____ % (прописью) от стоимости данной партии товара.*

9. ARBITRATION

9.1. All disputes and differences which may arise out or relating to *the contract* will be settled as far as possible by means of negotiations between the parties.

9.2. If the parties do not come to the agreement within thirty (30) days after the written notice given by either party to the other party of its existence, such disputes and differences are to be finally settled by the Arbitration Court.

9.3. The arbitration should be held at the Arbitration Court of the Chamber of Commerce and Industry of _____ in accordance with the rules of the Arbitration Court. The awards of the Arbitration Court shall be final and binding upon both parties hereto.

9. АРБИТРАЖ

9.1. Все споры и разногласия, которые могут возникнуть в связи с исполнением настоящего *контракта* или вытекать из него, по мере возможности будут разрешаться путем переговоров между сторонами.

9.2. Если стороны не придут к соглашению в течение тридцати (30) дней после выдачи письменного уведомления одной стороной другой стороне о наличии таких споров и разногласий, то дело подлежит передаче в Арбитражный суд.

9.3. Все арбитражные разбирательства должны проходить в Арбитражном суде при торгово-промышленной палате _____ в соответствии с правилами этого Арбитражного суда. Решение такого арбитража окончательное и выполняется обеими сторонами.

10. FORCE-MAJEURE

10.1 Both parties will be released from responsibility for partial and/or complete non-fulfilment of their obligation under *the contract*, if it is a consequence of

10. ОБСТОЯТЕЛЬСТВА НЕПРЕОДОЛИМОЙ СИЛЫ

10.1 Обе стороны освобождаются от ответственности за частичное и/или полное невыполнение обязательств по *контракту*, если оно явилось след-

force-majeur circumstances such as war, riots, fires, floods, epidemics, quarantine restriction, strikes of *the Seller's* personnel, embargoes, typhoons, earthquakes of extreme severe intensities, volcanic eruptions or any other unforeseen causes beyond the both parties.

ствием обстоятельств непреодолимой силы таких, как войны, гражданские волнения, пожары, наводнения, эпидемии, карантинные ограничения, забастовки персонала *Продавца*, эмбарго, тайфуны, сильные землетрясения, извержения вулканов, или другими обстоятельствами, неподконтрольными сторонам.

10.2. The such force- majeure circumstances and its duration should be officially confirmed by the Chamber of Trade and Commerce or other competent authorities or organization.

10.2. Подобные обстоятельства непреодолимой силы и их продолжительность должны быть документально подтверждены торгово-промышленной палатой или другими компетентными органами или организациями.

10.3. If such force-majeure circumstances last over three (3) months, either party shall have the right to refuse from further fulfilment of their obligations under *the contract* and in that event neither party will have the right to claim compensation of eventual losses from the other party.

10.3. Если эти обстоятельства непреодолимой силы длятся свыше трех (3) месяцев, то любая из сторон имеет право отказаться от дальнейшего исполнения своих обязательств по настоящему *контракту* и, в этом случае, ни одна из сторон не будет иметь права на предъявление претензий другой стороне за возможные убытки.

11. EFFECTIVE DATE OF THE CONTRACT

11. ДАТА ВСТУПЛЕНИЯ КОНТРАКТА В СИЛУ

The present *contract* becomes effective upon signing *the contract*.
The present *contract* is made up in Russian and English languages and both texts being equality authentic.

Настоящий контракт вступает в силу с даты его подписания.
Настоящий контракт составлен на русском и английском языках, причем оба текста имеют одинаковую силу.

12. REQUISITES OF THE PARTIES

12. РЕКВИЗИТЫ СТОРОН

The Buyer:

Покупатель:

The Seller:

Продавец:

Attachment No1.

Приложение № 1

.....

.....

ПРИМЕР СПЕЦИФИКАЦИИ К КОНТРАКТУ
 Appendix 1 to Contract No _____ (Приложение 1 к контракту № _____)
 Specification (Спецификация)

No.	Наименование оборудования	Description	Unit Price USD CIP (цена за ед-цу, USD CIP)	Total Q'ty (итого кол-во)	Total amount (итого сумма, USD CIP)
	Оборудование SKL	Equipment SKL			
1	преобразователь SDD-1500V	Converter SDD - 1500V			
1.1	Стойка	Subrack	1500	1	1500
1.2	Электронная плата X1	circuit board X1	200	2	400
1.3	Электронная плата X2	circuit board X2	900	1	900
1.4	Электронная плата XMM	circuit board XMM	254	1	254
1.5	Электронная плата C2	circuit board C2	220	1	220
Сумма по пункту (Sub-total) 1					3274
2	программное обеспечение	Software			
2.1	программное обеспечение, CD-Rom	software, CD-Rom	900	1	900
Сумма по пункту (Sub-total) 2					900

Total Price, USD on CIP -Moscow (итого цена, USD на CIP-Москва) **4174**

THE SELLER (ПОСТАВЩИК):

THE BUYER (ПОКУПАТЕЛЬ):

_____ Manager (Менеджер)

_____ General director (Генеральный директор)

ОБРАЗЕЦ ЛИЦЕНЗИОННОГО ДОГОВОРА НА ПЕРЕДАЧУ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ

СОГЛАШЕНИЕ № _____ О ПЕРЕДАЧЕ ОБОРУДОВАНИЯ, ТЕХНОЛОГИИ И ЛИЦЕНЗИИ

Настоящее соглашение составлено между _____, компа-
нией, учрежденной по законодательст-
ву _____ (название страны) и имеющей
свой юридический адрес: _____

_____ (именуемой в дальней-
шем «ЛИЦЕНЗИАР»),

и
_____, компанией,
учрежденной по законодательству
Российской Федерации и имеющей
свой юридический адрес: _____

_____ (именуемой в
дальнейшем «ЛИЦЕНЗИАТ»).

СВИДЕТЕЛЬСТВУЯ:

Принимая во внимание взаимные до-
говоренности и согласованные поло-
жения по Соглашению, обе стороны
настоящим соглашаются в нижесле-
дующем:

СТАТЬЯ 1. ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Перечисленные далее термины при их ис-
пользовании в настоящем Соглашении,
имеют следующие значения:

1.1. «ЛИЦЕНЗИРУЕМОЕ ОБОРУДО-
ВАНИЕ» означает Оборудование _____
_____ (наименование оборудова-
ния) Лицензиара, спроектированное

AGREEMENT № _____ ON EQUIPMENT, TECHNOLOGY AND LICENSE TRANSFER

THIS AGREEMENT is made between
_____, a company
established under the laws of _____ (country)
and having its legal address: (hereinafter
called "LICENSOR")

and

_____, a company
established under the laws of Russian
Federation and having its legal address:
(hereinafter called "LICENSEE")

WITNESSETH:

In consideration of the mutual covenants
and understandings contained herein,
both parties hereto hereby agree as
follows:

ARTICLE 1. DEFINITIONS

As used herein, the following terms shall
have the meanings set forth below:

1.1. "LICENSED EQUIPMENT" means
LICENSOR's Equipment _____
_____ (equipment description), designed and
developed by LICENSOR as per attached

и разработанное ЛИЦЕНЗИАРОМ ANNEX No1. в соответствии с Приложением №1 к настоящему Соглашению.

1.2. «ТЕХНОЛОГИЯ ЛИЦЕНЗИАРА» означает перечисленную далее, находящуюся в собственности ЛИЦЕНЗИАРА техническую информацию, которая, находится в собственности или контролируется ЛИЦЕНЗИАРОМ и имеет отношение к Лицензируемому Оборудованию с правом предоставления лицензий без каких-либо платежей другим сторонам, действительно используется ЛИЦЕНЗИАРОМ при коммерческом производстве Лицензируемого Оборудования и рассматривается ЛИЦЕНЗИАРОМ как необходимая для производства ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ ЛИЦЕНЗИАТОМ в рамках настоящего Соглашения.

1.3. «ДАТА ВСТУПЛЕНИЯ В СИЛУ» означает дату получения ЛИЦЕНЗИАРОМ авансового платежа от ЛИЦЕНЗИАТА в соответствии со Статьей 7.1, пункт (1.1) настоящего Соглашения.

СТАТЬЯ 2. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ЛИЦЕНЗИИ

2.1. В соответствии с указанными здесь условиями и положениями ЛИЦЕНЗИАР настоящим предоставляет и согласен предоставить ЛИЦЕНЗИАТУ неэксклюзивное и непередаваемое право и лицензию в рамках ТЕХНОЛОГИИ ЛИЦЕНЗИАРА на изготовление ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ в Российской Федерации.

ANNEX No1.

1.2. "LICENSOR TECHNOLOGY" means the following LICENSOR's proprietary technical information which is owned or controlled by LICENSOR with respect to LICENSED EQUIPMENT with the right to grant licenses without any payment to others, is actually used by LICENSOR in the commercial production of LICENSED EQUIPMENT, and is deemed necessary by LICENSOR for the production by LICENSEE of LICENSED EQUIPMENT under this Agreement.

1.3 "EFFECTIVE DATE" means date of LICENSOR's receipt of LICENSEE's advance payment as specified in item (1.1) of Article 7.1 hereof.

ARTICLE 2. GRANT OF LICENSE

2.1. Pursuant to the terms and conditions set forth herein, LICENSOR hereby grants and agrees to grant LICENSEE a non-exclusive and non-transferable right and license under LICENSOR TECHNOLOGY to manufacture LICENSED EQUIPMENT in Russian Federation. Such non-exclusive and non-transferable

Такое неэксклюзивное и непередаваемое право и лицензия на изготовление ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ предоставляется ЛИЦЕНЗИАРОМ ЛИЦЕНЗИАТУ поэтапно в соответствии со сроками как указано в Приложении №4 и при условии, что Лицензиат за _____ дней до даты передачи технологии и лицензии, как указано в Приложении №3, подтвердит намерение принять технологию и лицензию, а также ЛИЦЕНЗИАТ выполняет должным образом все платежи, как указано в пунктах 1.2 Статьи 7.1.

2.2. В соответствии с указанными здесь условиями и положениями ЛИЦЕНЗИАР настоящим предоставляет и согласен предоставить ЛИЦЕНЗИАТУ неэксклюзивное и непередаваемое право и лицензию в рамках ТЕХНОЛОГИИ ЛИЦЕНЗИАРА на продажу ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ в Российской Федерации.

СТАТЬЯ 3. ПЕРЕДАЧА ТЕХНОЛОГИИ ЛИЦЕНЗИАРА

3.1. В течение срока действия Соглашения ЛИЦЕНЗИАР передаст ТЕХНОЛОГИЮ ЛИЦЕНЗИАРА ЛИЦЕНЗИАТУ путем предоставления технической документации, обучения персонала ЛИЦЕНЗИАТА и/или командирования специалистов ЛИЦЕНЗИАРА в порядке, установленном в Статьях 4, 5 и 6, соответственно.

3.2. По наступлению ДАТЫ ВСТУПЛЕНИЯ В СИЛУ, ЛИЦЕНЗИАР

right and license to manufacture LICENSED EQUIPMENT is granted by LICENSOR to LICENSEE in accordance with terms as specified in ANNEX No4 and under conditions that LICENSEE _____ days prior to the date of transfer of technology and licence, as specified in Annex No3, confirmed his intention to accept technology and license and also LICENSEE executes duly all payments as specified in items 1.2 of Article 7.1.

2.2 Pursuant to the terms and conditions set forth herein, LICENSOR hereby grants and agrees to grant LICENSEE a non-exclusive and non-transferable right and license under LICENSOR TECHNOLOGY to sell LICENSED EQUIPMENT in Russian Federation.

ARTICLE 3. TRANSFER OF LICENSOR TECHNOLOGY

3.1. During the term of this Agreement, LICENSOR will transfer LICENSOR TECHNOLOGY to LICENSEE by means of supplying technical documentation, training of LICENSEE personnel and/or dispatching LICENSOR specialists, as set forth in Articles 4, 5 and 6 hereof, respectively.

3.2 Upon EFFECTIVE DATE, LICENSOR shall undertake obligations

берет на себя обязательства на передачу ТЕХНОЛОГИИ ЛИЦЕНЗИАРА, необходимой для производства ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ посредством поставки технической документации и, если это рассматривается необходимым обеими сторонами, обучения инженеров ЛИЦЕНЗИАТА в _____ (название страны).

to transfer LICENSOR TECHNOLOGY necessary for production of LICENSED EQUIPMENT through supply of technical documentation and, if deemed necessary by both parties hereto, training of LICENSEE engineers in _____ (country).

3.3. Система измерений и стандарты, которые должны быть использованы при передаче ТЕХНОЛОГИИ ЛИЦЕНЗИАРА ЛИЦЕНЗИАТУ на указанных условиях, должны быть такими же, какие используются ЛИЦЕНЗИАРОМ.

3.3. The measurement system and standards to be used in the transfer of LICENSOR TECHNOLOGY to LICENSEE hereunder shall be the same as used by LICENSOR.

При передаче ТЕХНОЛОГИИ ЛИЦЕНЗИАРА должен использоваться английский язык.

The language to be used in the transfer of LICENSOR TECHNOLOGY shall be English.

СТАТЬЯ 4. ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТЕХНИЧЕСКОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

ARTICLE 4. SUPPLY OF TECHNICAL DOCUMENTATION

В соответствии с планом-графиком поставок, приведенным в Приложении №4, ЛИЦЕНЗИАР должен предоставить ЛИЦЕНЗИАТУ два (2) воспроизводимых экземпляра технической документации для ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ в рамках объема ТЕХНОЛОГИИ ЛИЦЕНЗИАРА.

Pursuant to the delivery schedule as stipulated in Annex No 4 attached hereto, LICENSOR shall supply LICENSEE with two (2) reproducible copies of technical documentation for production of LICENSED EQUIPMENT within the scope of LICENSOR TECHNOLOGY.

СТАТЬЯ 5. ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА ЛИЦЕНЗИАТА

ARTICLE 5. TRAINING OF LICENSEE PERSONNEL

5.1. Если обе стороны примут согласованное решение о необходимости

5.1. In case both parties hereto agree to necessity of training of LICENSEE

обучения персонала ЛИЦЕНЗИАТА в _____ (название страны) по передаче технологии для производства ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ, как это описано в Статье 3.2, ЛИЦЕНЗИАР проведет обучение технически квалифицированного персонала (называемого далее "ОБУЧАЮЩИЕСЯ") ЛИЦЕНЗИАТА в _____ (название страны) для производства ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ в рамках объема ТЕХНОЛОГИИ ЛИЦЕНЗИАРА.

5.2. Количество и квалификация ОБУЧАЮЩИХСЯ, проходящих учебный курс, расписание учебной программы и другие подробности такого обучения должны быть определены по соглашению между обеими сторонами в течение одного (1) месяца от ДАТЫ ВСТУПЛЕНИЯ В СИЛУ.

5.3. ЛИЦЕНЗИАТ отвечает за оплату и оплачивает ОБУЧАЮЩИМСЯ затраты на проезд между Российской Федерацией и _____ (название страны), затраты на проживание, поездки внутри (название страны) и все другие расходы, необходимые для пребывания ОБУЧАЮЩИХСЯ в _____ (название страны).

ЛИЦЕНЗИАТ должен выплатить ЛИЦЕНЗИАРУ плату за обучение, рассчитываемую по тарифу _____ долл. США (_____ долл. США) за инструктора ЛИЦЕНЗИАРА за учебный день.

ЛИЦЕНЗИАТ должен осуществить ЛИЦЕНЗИАРУ оплату обучения в течение _____ (____) дней со

personnel in _____ (country) for technology transfer for, LICENSED EQUIPMENT production as described in Article 3.2 hereof, LICENSOR will train technically qualified personnel of LICENSEE (hereinafter called "TRAINEE") in _____ (country) for production of LICENSED EQUIPMENT within the scope of LICENSOR TECHNOLOGY.

5.2. Number and qualification of TRAINEE to be trained, time schedule and other details of such training shall be determined upon agreement between both parties hereto within one (1) month from EFFECTIVE DATE.

5.3. LICENSEE shall bear and pay TRAINEE's traveling expenses between Russian Federation and _____ (country), living expenses, inland traveling expenses and all other expenses required for TRAINEE's stay in _____ (country).

LICENSEE shall pay, LICENSOR a training fee calculated at the rate of _____ US dollars (USD _____) per LICENSOR's instructor per training day.

LICENSEE shall pay LICENSOR the training fee within _____ (____) days after its receipt of LICENSOR's invoice therefor.

дня получения счета, выставленного
ЛИЦЕНЗИАРОМ.

ЛИЦЕНЗИАР выставляет счет в течение ____ дней с даты, когда обучение завершено и ОБУЧАЮЩИЕСЯ получили сертификаты об окончании обучения.

5.4. ЛИЦЕНЗИАТ должен оплатить и/или понести расходы за предоставление переводчика(ов), необходимого(ых) для обучения.

СТАТЬЯ 6. КОМАНДИРОВАНИЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ЛИЦЕНЗИАРА

6.1. Если обе стороны примут согласованное решение о необходимости технического содействия со стороны специалиста(ов) ЛИЦЕНЗИАРА на предприятии ЛИЦЕНЗИАТА при передаче технологии в соответствии со Статьями 3.2, ЛИЦЕНЗИАР, в случае принятия такого решения, должен командировать своего специалиста.

6.2. План-график и другие подробности должны устанавливаться периодически по взаимной договоренности сторон в течение срока действия настоящего Соглашения.

6.3. ЛИЦЕНЗИАТ несет расходы и/или оплачивает ЛИЦЕНЗИАРУ стоимость авиабилетов в оба конца между _____ (название страны) и Российской Федерацией, стоимость авиабилетов и расходов на поездки внутри Российской Федерации, оплату проживания и питания в

LICENSOR issues invoice within ____ (__) days from the date when training is completed, TRAINEE are granted with training certificates.

5.4. LICENSEE shall pay and/or bear costs of interpreter(s) necessary for training.

ARTICLE 6. DISPATCH OF LICENSOR SPECIALISTS

6.1. In case both parties hereto agree to necessity of technical assistance by LICENSOR's specialist(s) at LICENSEE's factory for technology transfer as described in Article 3.2 hereof, LICENSOR shall dispatch its specialist, as the case may be.

6.2. Time schedule and other details shall be determined upon agreement between both parties hereto from time to time during the term of this Agreement.

6.3. LICENSEE shall bear and/or pay LICENSOR round trip air fares between _____ (country) and Russian Federation, domestic air fares, inland transportation fee, fee for accommodation and meal in Russian Federation for each SPECIALIST.

Российской Федерации для каждого СПЕЦИАЛИСТА.

ЛИЦЕНЗИАТ должен оплатить ЛИЦЕНЗИАРУ командировочные расходы, рассчитываемые исходя из тарифа ____долл. США (____ долларов США) за СПЕЦИАЛИСТА за календарный день его пребывания в Российской Федерации (включая обе даты прибытия в Российскую Федерацию и отбытия из нее). ЛИЦЕНЗИАТ должен оплатить ЛИЦЕНЗИАРУ эти командировочные расходы в течение ____ (__) дней после получения счета, выставленного ЛИЦЕНЗИАРОМ.

6.4. ЛИЦЕНЗИАТ должен за свой счет обеспечить СПЕЦИАЛИСТА переводчиками, международным телефоном и средствами факсимильной связи, необходимыми для оказания технических услуг, предоставляемых СПЕЦИАЛИСТОМ.

СТАТЬЯ 7. РАССМОТРЕНИЕ

7.1. По отношению к ТЕХНОЛОГИИ ЛИЦЕНЗИАРА, подлежащей передаче, и прав и лицензий, предоставляемых ЛИЦЕНЗИАРОМ ЛИЦЕНЗИАТУ, ЛИЦЕНЗИАТ должен выплатить ЛИЦЕНЗИАРУ Авансовый платеж и Лицензионный Платеж в порядке, указанном далее:

(7.1.1) Авансовый платеж по этому Соглашению: ____ (____) долларов США должны быть выплачены не позднее, чем в течение ____ (____) дней после ДАТЫ УТВЕРЖДЕНИЯ.

LICENSEE shall pay LICENSOR a dispatching fee calculated at the rate of ____ US Dollars (USD ____) per SPECIALIST per calendar day of his stay in Russian Federation (including both dates of arrival to and departure from Russian Federation). LICENSEE shall pay LICENSOR such dispatching fee within ____ (____) days after its receipt of LICENSOR's invoice therefor.

6.4. LICENSEE shall, at its cost, provide SPECIALIST with interpreters, international telephone and facsimile facilities required for technical assistance provided by SPECIALIST.

ARTICLE 7. CONSIDERATION

7.1. In consideration of LICENSOR TECHNOLOGY to be transferred and rights and licenses to be granted by LICENSOR to LICENSEE hereunder, LICENSEE shall pay LICENSOR the Down Payment and Royalty as specified below.

(7.1.1) Down Payment for this Agreement: ____ (____) USD shall be paid not later than within ____ (____) days after APPROVAL DATE.

(7.1.2.) Платежи за передачу технологии и лицензии на Лицензируемое Оборудование по цене, как определено в Приложении №3, должны быть выплачены в течение ____ (____) дней с даты завершения передачи технологии и лицензии соответственно. Оплата производится по Акту о завершении передачи технологии и лицензии, подписанному Сторонами.

(7.1.2.) Payment for transfer of technology and license for LICENSED EQUIPMENT on the price as defined in Annex No 3 shall be made within ____ (____) calendar days after the date of completion of transfer of technology and license accordingly. Payment is done against Act on completion of transfer of technology and license, signed by the Parties.

(7.1.3) Лицензионный Платеж: ____ (____) процента от ЧИСТОЙ ПРОДАЖНОЙ ЦЕНЫ ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ, произведенного ЛИЦЕНЗИАТОМ из компонентов, поставленных ЛИЦЕНЗИАРОМ, проданного или считающегося проданным ЛИЦЕНЗИАТОМ, должны быть выплачены в соответствии со Статьей 8.

(7.1.3) Royalty: _____ () % of NET SELLING PRICE of LICENSED EQUIPMENT manufactured by LICENSEE from components supplied by LICENSOR, sold or deemed sold by LICENSEE, shall be paid in accordance with Article 8 hereof.

7.2. Используемый в настоящем Соглашении термин «ЧИСТАЯ ПРОДАЖНАЯ ЦЕНА» означает суммарную цену по счету, выставленному ЛИЦЕНЗИАТОМ заказчиком за поставку ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ за вычетом налога на добавленную стоимость (НДС).

7.2. The term "NET SELLING PRICE", as used herein, means the total price invoiced by LICENSEE to customers for the supply of LICENSED EQUIPMENT, less the Value Added Tax (VAT).

7.3. Любое ЛИЦЕНЗИРУЕМОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, сданное в аренду, использованное или иным образом размещенное ЛИЦЕНЗИАТОМ, должно рассматриваться как проданное ЛИЦЕНЗИАТОМ, и такая продажа должна считаться совершенной от начала срока действия аренды, использования или иного размещения, если таковые имели место.

7.3. Any LICENSED EQUIPMENT leased, used or otherwise disposed of by LICENSEE shall be deemed to have been sold by LICENSEE and such sale shall be deemed to have been made at the commencement of such lease, use or other disposition, as the case may be.

7.4. Любое ЛИЦЕНЗИРУЕМОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, заказанное, находящееся в производстве или произведенное, но не проданное, использованное или иным образом размещенное ЛИЦЕНЗИАТОМ на дату расторжения или окончания срока действия настоящего Соглашения, должно рассматриваться проданным на дату такого расторжения или окончания срока действия.

7.4. Any LICENSED EQUIPMENT ordered to, being in process of manufacture or manufactured, but not sold, used or otherwise disposed of by LICENSEE as of the date of termination or expiration of this Agreement shall be deemed to have been sold on the date of such termination or expiration.

СТАТЬЯ 8. ОТЧЕТ И ПЛАТЕЖ ПО ЛИЦЕНЗИОННЫМ ПЛАТЕЖАМ

ARTICLE 8. ROYALTY REPORT AND PAYMENT

8.1. В течение ___ (___) дней после окончания каждого из шестимесячных периодов (от 1 января по 30 июня и от 1 июля по 31 декабря) в течение срока действия настоящего Соглашения, ЛИЦЕНЗИАТ должен представить ЛИЦЕНЗИАРУ письменный отчет, заверенный полномочным ответственным руководящим сотрудником ЛИЦЕНЗИАТА и содержащий разумные подробные сведения описанного далее содержания, в форме, приемлемой для ЛИЦЕНЗИАРА по любому и всему ЛИЦЕНЗИРУЕМОМУ ОБОРУДОВАНИЮ, проданному или считающемуся проданным ЛИЦЕНЗИАТОМ в течение данного шестимесячного периода:

8.1. Within _____ (___) days after the end of each six (6) month period (1st January to 30th June and 1st July to 31st December) during the terms of this Agreement, LICENSEE shall submit to LICENSOR a written report certified by a duly authorized officer of LICENSEE, stating in reasonable detail the following in a form acceptable to LICENSOR with respect to any and all LICENSED EQUIPMENT sold or deemed sold by LICENSEE during such six (6) month period:

(1) полные фактурные цены ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ по каждому из проектов или заказчиков;

(1) total invoiced prices of LICENSED EQUIPMENT for each project or customer;

(2) величина каждого из вычетов НДС, разрешенных согласно Статье 7.2 (1);

(2) amount of each deduction, as permitted under Article 7.2 (1) hereof, from such total price for each project or customer;

(3) суммарная величина ЧИСТОЙ ПРОДАЖНОЙ ЦЕНЫ и Лицензионных Платежей, подлежащих выплате по каждому проекту или заказчику;

(3) total amount of NET SELLING PRICE and royalties payable for each project or customer;

Если в течение предшествующего шестимесячного периода проданного или считающегося проданным ЛИЦЕНЗИАТОМ ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ нет, данный факт должен быть отражен в указанном письменном отчете.

If no LICENSED EQUIPMENT has been sold or deemed sold by LICENSEE during the preceding six (6) month period, such fact shall be shown in the said written report.

8.2. В течение _____ (_____) дней после окончания каждого соответствующего шестимесячного периода, указанного в Статье 8.1, ЛИЦЕНЗИАТ должен выплатить ЛИЦЕНЗИАРУ Лицензионные Платежи, которые причитаются к оплате и подлежат выплате согласно каждому из письменных отчетов, подготовленных ЛИЦЕНЗИАТОМ в соответствии со Статьей 8.1.

8.2. Within ____ (____) days after the end of each corresponding six (6) month period specified in Article 8.1 hereof, LICENSEE shall pay LICENSOR the royalties which are shown to be due and payable in each written report made by LICENSEE pursuant to Article 8.1 hereof.

8.3. В течение _____ (_____) дней после даты расторжения или окончания срока действия данного Соглашения ЛИЦЕНЗИАТ должен представить ЛИЦЕНЗИАРУ подобный отчет, подготовленный за период от даты, на которой заканчивается последний предшествующий отчет, до даты такого расторжения или окончания срока действия.

8.3. Within ____ (____) days after the date of termination of expiration of this Agreement, LICENSEE shall submit to LICENSOR a similar report covering the period from the end of that covered by the last preceding report to the date of such termination or expiration.

8.4. В течение _____ (_____) дней после даты расторжения или окончания срока действия настоящего Соглашения,

8.4. Within ____ (____) days after the date of termination or expiration of this Agreement, LICENSEE shall pay

ЛИЦЕНЗИАТ должен выплатить **ЛИЦЕНЗИАРУ** Лицензионные Платежи, которые причитаются к оплате и подлежат выплате согласно письменному отчету, подготовленному в соответствии со ст. 8.3.

LICENSOR the royalties which are shown to be due and payable in the written report made pursuant to Article 8.3 hereof.

СТАТЬЯ 9. ОТЧЕТНЫЕ ФИНАНСОВЫЕ ДОКУМЕНТЫ И ОТЧЕТНОСТЬ

ARTICLE 9. BOOKS AND RECORDS

9.1. **ЛИЦЕНЗИАТ** должен обеспечить ведение точных и достоверных отчетных документов, архивов, ведомостей и бухгалтерских книг, содержащих все сведения, разумно требуемые для полного расчета и проверки сумм, подлежащих выплате согласно Соглашению, и информации, приводимой в письменном отчете, подготавливаемом в соответствии со Статьей 8. **ЛИЦЕНЗИАТ** должен обеспечить допуск полномочного представителя (представителей) **ЛИЦЕНЗИАРА**, назначенного (назначенных) **ЛИЦЕНЗИАРОМ**, в течение обычного рабочего времени для проверки отчетных документов **ЛИЦЕНЗИАТА**, его архивов и бухгалтерских книг с целью контроля и подсчета сумм, подлежащих выплате **ЛИЦЕНЗИАТОМ**. **ЛИЦЕНЗИАТ** должен хранить такие отчетные документы, архивы, ведомости и бухгалтерские книги в течение, по крайней мере, двенадцати (12) месяцев от даты последней выплаты Лицензионного Платежа, произведенной в соответствии со Статьей 8.4, а **ЛИЦЕНЗИАР** имеет право проверять данные документы в течение данного двенадцатимесячного (12-ного) периода.

9.1. **LICENSEE** shall keep true and accurate records, files and books of account containing all the data reasonably required for the full computation and verification of the amounts payable hereunder and the information to be given in the written report set forth in Article 8 hereof. **LICENSEE** shall, during normal business hours, permit **LICENSOR's** duly authorized representative(s) to inspect **LICENSEE's** records, files and books of account for the purpose of checking and determining the amounts payable by **LICENSEE** hereunder. **LICENSEE** shall retain such records, files and books for at least twelve (12) months following the date of the last payment of royalty pursuant to Article 8.4 hereof and **LICENSOR** has the right to inspect the same during such twelve (12) month period.

9.2. Если при проведении таких проверок будут обнаружены какие-либо ошибки или недостатки, суммы платежей должны быть незамедлительно соответствующим образом откорректированы.

СТАТЬЯ 10. ПЛАТЕЖИ, ВАЛЮТА И НАЛОГИ

10.1. Все платежи, которые должны быть сделаны ЛИЦЕНЗИАТОМ ЛИЦЕНЗИАРУ, должны быть выполнены в долларах США и должны быть направлены телеграфным денежным переводом на счет ЛИЦЕНЗИАРА в указанном ниже банке:

Банк:
Отделение:
Адрес:
Счет:

Все сборы, связанные с таким денежным переводом, должны быть оплачены ЛИЦЕНЗИАТОМ.

10.2. Лицензионные Платежи, начисленные не в долларах США, а в других валютах, должны быть конвертированы в доллары США по официальному обменному курсу, установленному уполномоченными иностранными банками в Российской Федерации на последний рабочий день каждого отчетного периода, указанного в Статьях 8.1 и 8.3.

ЛИЦЕНЗИАТ должен известить ЛИЦЕНЗИАРА о таком использованном обменном курсе и привести

9.2. In case any errors or omissions shall be found in such inspection, adjustment shall be made promptly in payment.

ARTICLE 10. PAYMENT, CURRENCY AND TAXES

10.1. All payments to be made by LICENSEE to LICENSOR hereunder shall be made in USD and shall be remitted by telegraphic transfer to the account of LICENSOR at the bank designated below:

Bank:
Branch:
Address:
Account:

All charges for such remittance shall be borne and paid by LICENSEE.

10.2. Royalties accrued hereunder in other currencies than United States dollars shall be converted into United States dollars at the official exchange rate quoted by officially approved foreign exchange banks in Russian Federation on the last working day of each reporting period as specified in Articles 8.1 and 8.3 hereof.

LICENSEE shall notify LICENSOR of such applied exchange rate with appropriate evidence thereof.

соответствующие подтверждающие документы.

10.3. Все установленные здесь платежи не должны облагаться какими-либо налогами, сборами и пошлинами, за исключением подоходных налогов, подлежащих удержанию с источников в Российской Федерации по платежам, указанным в Статье 7.1, в том объеме, в каком такие удерживаемые налоги должны быть оприходованы как соответствующие подоходные налоги ЛИЦЕНЗИАРА в *(название страны)* согласно текущему соглашению по налогам, действующему между *(название страны)* и Российской Федерацией. Такие удерживаемые налоги должны быть вычтены ЛИЦЕНЗИАТОМ из платежа ЛИЦЕНЗИАРУ и должны быть оплачены ЛИЦЕНЗИАТОМ по поручению ЛИЦЕНЗИАРА в налоговые органы Российской Федерации. ЛИЦЕНЗИАТ должен немедленно представить ЛИЦЕНЗИАРУ соответствующие документальные подтверждения каких-либо удерживаемых налоговых платежей, произведенных ЛИЦЕНЗИАТОМ.

СТАТЬЯ 11. МОДИФИКАЦИЯ ОБОРУДОВАНИЯ

В течение действия настоящего Соглашения и в соответствии с условиями и положениями, подлежащими отдельному согласованию обеих сторон по каждой из ситуаций, и при условии получения разрешения Правительства *(название страны)*,

10.3. All payments hereunder shall be free and clear of all taxes, charges, and duties except the income taxes to be withheld at source in Russian Federation on the payments specified in Article 7.1 hereof to the extent such withholding taxes are to be credited against the income taxes of LICENSOR in *(country)* under the then current tax treaty between *(country)* and Russian Federation. Such withholding taxes shall be deducted by LICENSEE from the payment to LICENSOR and shall be paid by LICENSEE on behalf of LICENSOR to tax authorities of Russian Federation. LICENSEE shall furnish LICENSOR with appropriate evidence of any withholding tax payments made by LICENSEE without delay.

ARTICLE 11. MODIFICATION OF EQUIPMENT

During the term of this Agreement and under the terms and conditions to be separately agreed upon between both parties hereto on each occasion, and subject to approval, if necessary, by the government of *(country)*, LICENSOR will disclose to LICENSEE

если такое необходимо, ЛИЦЕНЗИАР будет знакомить ЛИЦЕНЗИАТА с технической информацией обо всех изменениях, модификациях и/или улучшениях, сделанных ЛИЦЕНЗИАРОМ В ЛИЦЕНЗИРУЕМОМ ОБОРУДОВАНИИ и его производстве, в том объеме, в каком такие изменения, модификации и/или улучшения действительно используются при коммерческом производстве ЛИЦЕНЗИАРОМ ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ и рассматриваются ЛИЦЕНЗИАРОМ как необходимые для производства и/или продажи ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ ЛИЦЕНЗИАТОМ в соответствии с настоящим Соглашением. После ознакомления ЛИЦЕНЗИАТА ЛИЦЕНЗИАРОМ с данной технической информацией, связанной с такими изменениями, модификациями и/или улучшениями, она рассматривается в качестве части ТЕХНОЛОГИИ ЛИЦЕНЗИАРА.

**СТАТЬЯ 12.
КОНФИДЕНЦИАЛЬНОСТЬ**

12.1. ЛИЦЕНЗИАТ понимает, что ТЕХНОЛОГИЯ ЛИЦЕНЗИАРА, предоставляемая ЛИЦЕНЗИАРОМ ЛИЦЕНЗИАТУ в соответствии с Соглашением, находится и продолжает находиться в исключительной собственности ЛИЦЕНЗИАРА. ЛИЦЕНЗИАТ не может использовать ТЕХНОЛОГИЮ ЛИЦЕНЗИАРА для иных целей, кроме тех, которые связаны с исполнением настоящего Соглашения.

technical information on the changes, modifications and/or improvements made by LICENSOR with respect to LICENSED EQUIPMENT and the manufacture thereof, to the extent such changes, modifications and/or improvements are actually used in LICENSOR's commercial production of LICENSED EQUIPMENT and judged by LICENSOR to be necessary for the manufacture and/or sale of LICENSED EQUIPMENT by LICENSEE under this Agreement. And the technical information relating to such changes, modifications and/or improvements shall be deemed a part of LICENSOR TECHNOLOGY upon disclosure by LICENSOR to LICENSEE.

ARTICLE 12. CONFIDENTIALITY

12.1. LICENSEE recognizes that LICENSOR TECHNOLOGY to be furnished by LICENSOR to LICENSEE hereunder is and shall continue to be the exclusive property of LICENSOR. LICENSEE shall not use LICENSOR TECHNOLOGY for any purposes other than the performance of this Agreement.

12.2. В течение срока действия настоящего Соглашения и в течение __ () лет после его окончания ЛИЦЕНЗИАТ должен обеспечить строгую конфиденциальность ТЕХНОЛОГИИ ЛИЦЕНЗИАРА. Если иное специально не разрешено ЛИЦЕНЗИАРОМ, ЛИЦЕНЗИАТ не может раскрывать ТЕХНОЛОГИЮ ЛИЦЕНЗИАРА любым лицам или организациям, кроме сотрудников ЛИЦЕНЗИАТА, причем ознакомление таких сотрудников производится только в той степени, в какой это необходимо для выполнения такими сотрудниками работ, связанных с целями настоящего Соглашения.

СТАТЬЯ 13. ГАРАНТИИ

13.1. ЛИЦЕНЗИАР гарантирует, что ТЕХНОЛОГИЯ ЛИЦЕНЗИАРА, предоставляемая ЛИЦЕНЗИАТУ по Соглашению, является достаточной для изготовления ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ. При обнаружении каких-либо ошибочных сведений в технической документации, поставленной ЛИЦЕНЗИАРОМ, ЛИЦЕНЗИАР должен предоставить ЛИЦЕНЗИАТУ исправленную версию документа без дополнительной оплаты.

13.2. В том случае, если ЛИЦЕНЗИРУЕМОЕ ОБОРУДОВАНИЕ, изготовляемое ЛИЦЕНЗИАТОМ, имеет дефект, обе стороны должны совместно проанализировать причину такого дефекта. И если после анализа выяснено, что причина тако-

12.2. During the term of this Agreement and __ () years thereafter, LICENSEE shall keep LICENSOR TECHNOLOGY strictly confidential. Unless specifically authorized by LICENSOR, LICENSEE shall not disclose LICENSOR TECHNOLOGY to any person or entity except to its employees only to the extent necessary for the work to be performed by such employees for the purpose of this Agreement.

ARTICLE 13. WARRANTY

13.1. LICENSOR warrants that LICENSOR TECHNOLOGY to be provided to LICENSEE hereunder shall be the same as used for manufacture of LICENSED EQUIPMENT. In case there is any erroneous information in the technical documentation supplied by LICENSOR, LICENSOR shall furnish to LICENSEE at no additional cost the corrected version thereof.

13.2. In case LICENSED EQUIPMENT to be manufactured by LICENSEE has a defect, both parties hereto shall jointly analyze the reason for such defect. And the reason for such defect is verified, after the analysis, to directly result from the erroneous information in the technical

го дефекта является прямым результатом ошибочной информации в технической документации, поставленной ЛИЦЕНЗИАРОМ, ЛИЦЕНЗИАР должен за свой счет поставить все дополнительные компоненты и материалы, требуемые для замены такого дефектного ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ.

СТАТЬЯ 14. ТОВАРНЫЙ ЗНАК

В течение срока действия настоящего Соглашения ЛИЦЕНЗИАТУ разрешается использовать на ЛИЦЕНЗИРУЕМОМ ОБОРУДОВАНИИ следующий текст:

“Manufactured under license from ____
____(producer name- LICENSOR)”

“Изготовлено по лицензии _(название
производителя- ЛИЦЕНЗИАРА)_”

СТАТЬЯ 15. ДАТА ВСТУПЛЕНИЯ В СИЛУ И СРОК ДЕЙСТВИЯ НАСТОЯЩЕГО СОГЛАШЕНИЯ

15.1. После официального подписания настоящего Соглашения обеими его сторонами, каждая из сторон получает разрешение от государственных органов ее страны или регистрирует Соглашение в них, если это необходимо для действительности и выполнения настоящего Соглашения. Каждая из Сторон по Соглашению должна своевременно проинформировать другую сторону в письменном виде о дате необходимого утверждения или регистрации Соглашения в правительственных органах своей страны

documentation supplied by LICENSOR, LICENSOR shall supply at its cost the additional components and materials required for the replacement of such defected LICENSED EQUIPMENT.

ARTICLE 14. TRADEMARK

LICENSEE is entitled to use the following indication on LICENSED EQUIPMENT during the term of this Agreement:

“Manufactured under license from _
(producer name- LICENSOR)_”

“Изготовлено по лицензии _(название
производителя- ЛИЦЕНЗИАРА)_”

ARTICLE 15. EFFECTIVE DATE AND TERM OF THIS AGREEMENT

15.1. After formal signature of this Agreement by both parties hereto, each party shall obtain approval from, or make registration to, its governmental authority necessary for the effectiveness and performance of this Agreement. Each party shall promptly notify the other party in writing of date of necessary approval to, or registration of, this Agreement by its governmental authority with appropriate evidence thereof. In case its governmental approval or registration is not required for the effectiveness and performance of this Agreement, each

и предоставить все тому доказательству. Если для действительности и выполнения настоящего Соглашения государственных утверждений или регистраций не требуется, то каждая из сторон ясно извещает другую сторону в письменном виде о таком факте.

15.2. Настоящее Соглашение становится действующим и вступает в силу в ДАТУ ВСТУПЛЕНИЯ В СИЛУ.

15.3. Если Соглашение не будет расторгнуто досрочно, настоящее Соглашение остается в силе в течение ____ (___) лет от ДАТЫ ВСТУПЛЕНИЯ В СИЛУ. По истечении этого периода срок действия настоящего Соглашения может быть продлен по взаимному письменному соглашению сторон, при условии его утверждения и/или регистрации государственными органами в (название страны) и Российской Федерации, если таковые разрешения необходимы в это время для действительности и выполнения такого продленного Соглашения.

СТАТЬЯ 16. ДОСРОЧНОЕ РАСТОРЖЕНИЕ

16.1. Если одна из сторон (именуемая в дальнейшем «НАРУШАЮЩАЯ СТОРОНА») не выполняет любое из своих обязательств по настоящему Соглашению, другая сторона (именуемая в дальнейшем «ПОСТРАДАВШАЯ СТОРОНА») может направить письменное извещение НАРУШАЮЩЕЙ СТОРОНЕ, указывающее на такое неисполнение

party shall promptly notify in writing the other party of such fact.

15.2. This Agreement shall become effective and come into force on EFFECTIVE DATE.

15.3 Unless sooner terminated pursuant, this Agreement shall remain in force for a period of ____ (___) years from EFFECTIVE DATE. Thereafter, the term of this Agreement may be extended upon written agreement between both parties hereto, subject to governmental approval and/or registration in (country) and Russian Federation, if necessary at that time for the effectiveness and performance of such extended Agreement.

ARTICLE 16. EARLY TERMINATION

16.1. If either party (hereinafter called "DEFAULTING PARTY") shall fail to perform any of its obligation under this Agreement, the other party (hereinafter called "AGGRIEVED PARTY") may give written notice to the DEFAULTING PARTY specifying such failure of the DEFAULTING PARTY and stating that the AGGRIEVED PARTY intends to terminate this Agreement in the event

НАРУШАЮЩЕЙ СТОРОНОЙ и сообщаящее, что ПОСТРАДАВШАЯ СТОРОНА намерена расторгнуть данное Соглашение в случае продолжения неисполнения обязательств. Если любое неисполнение, по которому было направлено указанное выше извещение, остается неисполненным НАРУШАЮЩЕЙ СТОРОНОЙ в течение девяноста (90) дней после получения указанного письменного извещения, ПОСТРАДАВШАЯ СТОРОНА может расторгнуть настоящее Соглашение немедленно, направив письменное извещение о расторжении НАРУШАЮЩЕЙ СТОРОНЕ.

16.2. ЛИЦЕНЗИАР может расторгнуть настоящее Соглашение, направив письменное извещение, обязательное для ЛИЦЕНЗИАТА, в том случае, если:

(1) ЛИЦЕНЗИАТ объявлен банкротом в судебном порядке, стал несостоятельным должником, перешел в учреждение доверительной собственности для выплаты долга кредиторам, либо начала его ликвидация или роспуск;

(2) ЛИЦЕНЗИАТ претерпел существенное изменение формы собственности (вне зависимости от того, явилось ли это результатом слияния, приобретения, укрупнения или иным образом) или де факто операциями или политикой ЛИЦЕНЗИАТА управляет любое иное лицо или организация, кроме ЛИЦЕНЗИАРА;

(3) ЛИЦЕНЗИАТ передает основную часть своих деловых операций третьей стороне;

of continued default. In the event that any default so specified is not remedied by the DEFAULTING PARTY within ninety (90) days after giving such written notice, the AGGRIEVED PARTY may terminate this Agreement forthwith by giving written notice of termination to the DEFAULTING PARTY.

16.2. LICENSOR may terminate this Agreement by giving written notice effective forthwith to LICENSEE in the event that:

(1) LICENSEE is adjudicated a bankrupt, becomes insolvent, makes a general assignment for the benefit of creditors, or enters dissolution or liquidation proceedings;

(2) LICENSEE undergoes a substantial change in ownership (whether resulting from merger, acquisition, consolidation or otherwise), or any person or entity other than LICENSOR de facto controls the operations or policies of LICENSEE;

(3) LICENSEE transfers major part of its business to a third party;

(4) ЛИЦЕНЗИАТ по любой из причин прекращает производство и/или продажу ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ.

(4) LICENSEE for any reason discontinues manufacturing and/or selling LICENSED EQUIPMENT.

СТАТЬЯ 17. ЭФФЕКТЫ ОКОНЧАНИЯ СРОКА ИЛИ РАСТОРЖЕНИЯ

ARTICLE 17. EFFECTS OF EXPIRATION OR TERMINATION

По окончании срока действия или расторжении настоящего Соглашения, все права, предоставленные по нему, и обязательства, взятые обеими сторонами, утрачивают силу за исключением следующих положений:

Upon expiration or termination of this Agreement, all the rights granted to and the obligations undertaken by both parties hereto hereunder shall cease to exist forthwith except the following:

(1) обязательство ЛИЦЕНЗИАТА обеспечить строгую конфиденциальность ТЕХНОЛОГИИ ЛИЦЕНЗИАРА в соответствии со Статьей 12;

(1) the obligation of LICENSEE to keep LICENSOR TECHNOLOGY in strict confidence under Article 12 hereof;

(2) обязательство ЛИЦЕНЗИАТА выполнить любые и все платежи, подлежащие выплате на дату или перед датой такого окончания срока действия или расторжения, а также представить письменные отчеты и хранить отчетные документы и бухгалтерские книги в соответствии со Статьями 8 и 9;

(2) the obligation of LICENSEE to make any and all payments accrued hereunder on or prior to the date of such expiration or termination and to make written reports and to keep records and books under Articles 8 and 9 hereof;

(3) право ЛИЦЕНЗИАРА проверить отчетные документы, архивы, ведомости и бухгалтерские книги ЛИЦЕНЗИАТА в соответствии со Статьей 9.

(3) the right of LICENSOR to inspect LICENSEE's records, files and books under Article 9 hereof.

СТАТЬЯ 18. ФОРС-МАЖОР

ARTICLE 18. FORCE MAJEURE

18.1. Ни одна из сторон не должна рассматриваться как не выполнившая своих обязательств по настоящему

18.1. Either party hereto shall not be considered in default in performance of its obligations under this Agreement

Соглашению, если неисполнение или задержка выполнения была вызвана войной, гражданской войной, бунтом, рабочими волнениями, эпидемиями, пожарами, наводнениями, землетрясением, тайфуном, эмбарго, действиями правительства или любыми другими причинами, сходными или несходными с вышеперечисленными, неподконтрольными стороне, попавшей под действия таких обстоятельств непреодолимой силы (называемых в дальнейшем «Обстоятельствами непреодолимой силы»). Сторона, попавшая под действие Обстоятельств непреодолимой силы, должна своевременно направить другой стороне письменное извещение о наступлении Обстоятельств непреодолимой силы вместе с соответствующими свидетельствами их наступления. Как только Обстоятельства непреодолимой силы прекратят влиять на выполнение обязательств стороной, попавшей под их действие, такая сторона должна известить другую сторону о прекращении действия Обстоятельств непреодолимой силы, информировать другую сторону о продолжительности действительной задержки исполнения своих обязательств из-за Обстоятельств непреодолимой силы.

18.2. Если одна из сторон не может выполнить свои обязательства из-за действия Обстоятельств непреодолимой силы непрерывно в течение трех (3) месяцев, обе стороны должны провести консультации по вопросу дальнейшего исполнения настоящего Соглашения.

if such performance is prevented or delayed because of war, civil war, riots, labor problems, epidemic, fires, floods, earthquakes, typhoon, embargo, governmental acts or for any other causes, whether similar to the foregoing or not, beyond the reasonable control of the party so affected (hereinafter collectively called "Force Majeure"). The party affected by a state of any Force Majeure shall send promptly the other party a written notice of such Force Majeure with reasonable evidence. As soon as such Force Majeure has ceased to affect the performance of obligations hereunder by the party affected, such party shall notify the other party of such cessation and inform the other party in such notice of the actual delay incurred in its performance of obligations by such Force Majeure.

18.2. Should either party hereto be prevented from fulfilling its obligations hereunder by a state of Force Majeure for a continuous period of three (3) months, both parties hereto shall consult on further performance of this Agreement.

СТАТЬЯ 19. ПЕРЕУСТУПКА

Настоящее Соглашение и права и обязательства, вытекающие из настоящего Соглашения, не могут быть ни переуступлены, ни переданы любой из сторон любой третьей стороне без предварительного письменного разрешения другой стороны.

СТАТЬЯ 20. ПРИМЕНИМОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

Толкование и интерпретация настоящего Соглашения должны производиться в соответствии с законодательством _____ (название страны).

СТАТЬЯ 21. АРБИТРАЖ

21.1. В случае каких-либо разногласий, споров и противоречий между сторонами, которые могут возникнуть из настоящего Соглашения или в связи с ним, обе стороны должны, прежде всего, попытаться разрешить разногласия, споры и противоречия путем взаимных конструктивных переговоров.

21.2. Если сторонам не удалось разрешить разногласия, споры и противоречия путем переговоров в течение девяносто (90) дней от даты получения письменного извещения о наличии таких разногласий, направленного одной из сторон другой стороне, разногласия, споры и противоречия должны быть окончательно разрешены в _____ (город, страна), в соответствии с Правилами урегулирования и Арбитража Международной

ARTICLE 19. ASSIGNMENT

This Agreement and the right and obligations resulting from this Agreement shall be neither assignable nor transferable by either party hereto to any other party without the prior written consent of the other party.

ARTICLE 20. APPLICABLE LAW

This Agreement shall be constructed and interpreted in accordance with the laws of _____ (country).

ARTICLE 21. ARBITRATION

21.1. In the event that any dispute, controversy or difference arises between both parties hereto out of or in connection with or in relation to this Agreement, both parties hereto shall in the first instance do their utmost to settle such dispute, controversy or difference amicably.

21.2. If the parties hereto fail to settle such dispute, controversy or difference amicably within ninety (90) days after the written notice of its existence given by either party to the other party, then the dispute, controversy or difference shall be finally settled by arbitration in _____ (city, country) under the Rules of Conciliation and Arbitration of the International Chamber of Commerce by three (3) arbitrators. The language to be used in arbitration shall be English.

торговой палаты тремя (3) арбитрами. Арбитражный процесс должен идти на английском языке.

Решение арбитража будет окончательным и обязательным для обеих сторон и на него не должна подаваться апелляция ни в один из судов, а решение арбитража может быть внесено в суд соответствующей юрисдикции для его исполнения.

The award of arbitration shall be final and binding upon both parties hereto and shall not be subject to appeal to any court, and may be entered into the court of competent jurisdiction for its execution forthwith.

СТАТЬЯ 22. ЦЕЛОСТНОСТЬ

ARTICLE 22. SEPARABILITY

В том случае, если какое-либо из положений настоящего Соглашения вступает в противоречие с каким-либо из законов _____ (название страны) или Российской Федерации, такое положение должно рассматриваться как не имеющее юридической силы. Эта частичная недействительность настоящего Соглашения не влияет на другие его положения, которые остаются в силе, если только такая частичная недействительность не изменила основные положения достигнутого взаимопонимания между сторонами, вытекающего из данного Соглашения. В этом случае обе стороны должны предпринять необходимые меры по замене такого упрядненного положения на новое, находящееся в соответствии с применимым законодательством и сохраняющее дух и баланс интересов настоящего Соглашения.

In the event that any provision of this Agreement should be in contradiction with any law or regulation of _____ (country) or Russian Federation, such provision shall be considered as unenforceable. This partial nullity of this Agreement shall not affect the other provisions hereof which shall remain in force, unless such partial nullity changes the major conditions of the understanding between the parties resulting from this Agreement. Both parties hereto shall endeavor in each case to replace such provision which is thus avoided, by a new provision in accordance with the applicable law and with the spirit and the balance of this Agreement.

СТАТЬЯ 23. ПРАВИТЕЛЬСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

ARTICLE 23. GOVERNMENT REGULATIONS

23.1. Ни одно из содержащихся здесь положений не может требовать от

23.1 Nothing contained herein shall require LICENSOR and LICENSEE to

ЛИЦЕНЗИАРА и ЛИЦЕНЗИАТА предприятия каких-либо действий, противоречащих законодательству, регулирующему экспорт и импорт, или любые другие применимые законы, правила или нормы, которые обнародованы или могут быть обнародованы правительствами _____ (название страны) и Российской Федерации.

take any action contrary to the export and import control laws or any other applicable laws, regulations or guidelines which are or may be promulgated by the government of _____ (country) and Russian Federation.

23.2. ЛИЦЕНЗИАТ подтверждает, что ЛИЦЕНЗИАТ не передает, не экспортирует или реэкспортирует, прямо или опосредованно, ТЕХНОЛОГИЮ ЛИЦЕНЗИАРА, в целом или по частям, любой третьей стороне.

23.2. LICENSEE confirms that LICENSEE shall not transfer, export or re-export, directly or indirectly, LICENSOR TECHNOLOGY, in whole or in part, to any other party.

23.3. Прежде чем предложить любое ЛИЦЕНЗИРУЕМОЕ ОБОРУДОВАНИЕ заказчику, ЛИЦЕНЗИАТ должен письменно сообщить ЛИЦЕНЗИАРУ следующие сведения:

23.3. Prior to offer of any LICENSED EQUIPMENT to customer, LICENSEE shall notify LICENSOR in writing of the following information:

- (1) наименование и адрес заказчика;
- (2) место установки и объект конечного применения ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ; и
- (3) конфигурация системы и количество ЛИЦЕНЗИРУЕМОГО ОБОРУДОВАНИЯ.

- (1) name and address of customer;
- (2) installation site and object of end-use of LICENSED EQUIPMENT; and
- (3) system configuration and quantity of LICENSED EQUIPMENT.

23.4. ЛИЦЕНЗИРУЕМОЕ ОБОРУДОВАНИЕ должно продаваться ЛИЦЕНЗИАТОМ только для гражданских целей.

23.4. LICENSED EQUIPMENT shall be sold by LICENSEE for civilian purposes.

СТАТЬЯ 24. ОТКАЗ ОТ ПРАВА

Неспособность одной из сторон в какое-либо время надлежащим образом потребовать исполнения любого из положений настоящего Соглашения или воспользоваться какими-либо правами, предоставленными Соглашением, не должна рассматриваться в качестве отказа такой стороны от права потребовать впредь исполнения любого или всех положений Соглашения.

СТАТЬЯ 25. ИЗВЕЩЕНИЯ

Все извещения или другие уведомления, необходимые по настоящему Соглашению или предусмотренные им для выполнения любой из сторон, должны отправляться предваритель- но оплаченным заказным письмом авиапочтой или факсом, по адресу, приведенному ниже, или по другому адресу, который может быть сообщен в письменном виде:

(а) ЛИЦЕНЗИАРУ:

(б) ЛИЦЕНЗИАТУ:

Notices and communications by registered air mail shall be effective upon deposit in the mail.

Notices and communications by facsimile shall be effective when received.

СТАТЬЯ 26. ОФИЦИАЛЬНЫЙ ТЕКСТ

Официальным текстом настоящего Соглашения считается текст, испол-

ARTICLE 24. NO WAIVER

The failure of either party hereto at any time to properly enforce any of the provisions of this Agreement or to exercise any rights herein granted shall not be considered a waiver thereof or affect such party's right thereafter to enforce any or all of the provisions hereof.

ARTICLE 25. NOTICE

All notices or other communications required or permitted to be made to either party under this Agreement shall be delivered by postage pre-paid, registered air mail or by facsimile, to its address set forth below, or to such other address as may be designated by written notice:

(a) To LICENSOR:

(b) To LICENSEE:

ARTICLE 26. OFFICIAL TEXT

The official text of this Agreement shall be in the English language. Any

ненный на английском языке. Любая интерпретация или толкование настоящего Соглашения производится только на основании официального текста на английском языке.

**СТАТЬЯ 27. СОГЛАШЕНИЕ
В ЦЕЛОМ**

Настоящее Соглашение и Приложения к нему представляют собой полный и законченный договор между сторонами по рассмотренным вопросам. Соглашение отменяет все предыдущие устные или письменные соглашения, переговоры, договоренности и/или переписку между сторонами.

Всекие изменения или дополнения к настоящему Соглашению действительны и обязательны для обеих сторон лишь при условии, если они совершены в письменном виде и подписаны полномочными представителями сторон и утверждены правительствами _____ (название страны) и/или Российской Федерации, если таковые разрешения необходимы.

В ПОДТВЕРЖДЕНИЕ, полномочные представители сторон заключили настоящий Договор на дату, нижеуказанную в настоящем Соглашении.

For and on behalf of

Name:

Date:

interpretation or construction of this Contract shall be based solely on this English language official text.

ARTICLE 27. ENTIRE AGREEMENT

This Agreement and Annexes to it constitute the sole and entire agreement between both parties hereto relating to the subject matter hereof and supersedes and cancels all previous agreements, negotiations, commitments and/or representations made between both parties hereto either oral or in writing.

No amendments or modifications of this Agreement shall be valid or binding upon both parties hereto unless in writing and signed by their duly authorized representatives, and approved by the governments of _____ (country) and/or Russian Federation, if necessary.

IN WITNESS WHEREOF, both parties hereto have executed this Agreement by their duly authorized representatives on the mentioned above date.

For and on behalf of

Name:

Date:

ОБРАЗЕЦ ДИСТРИБЬЮТЕРСКОГО СОГЛАШЕНИЯ

DISTRIBUTOR'S AGREEMENT

No.

This agreement is made between _____ organized and existing under the laws of _____ and having its juridical address _____ (herewith referred as "*Distributor*") by _____, General Director, and _____, a corporation organized and existing under the laws of _____ and having its juridical address _____ (herewith referred as "*Company*") by _____, Manager, having notarization certificate.

In consideration of the terms and covenants contained herein, the parties hereto agreed as follows:

Article 1. Appointment of Distributor

Subject to the terms and conditions contained in this *Agreement*, the *Company* hereby appoints distributor and the *Distributor* hereby accepts its appointment as a non-exclusive distributor of *Company's* products specified in enclosed *Attachment No1 ("Products")* in the geographic area of _____ and CIS countries ("*Territory*") on condition that an offer by *Distributor* to CIS countries except

ДИСТРИБЬЮТЕРСКОЕ
СОГЛАШЕНИЕ

№

Настоящее соглашение составлено между _____, основанной и действующей в соответствии с законами _____ и имеющей юридический адрес: _____ в (именуемой в дальнейшем "*Дистрибьютер*") лице _____, Генерального Директора, действующего на основании Устава, и _____, основанной и действующей в соответствии с законами _____ и имеющей юридический адрес: _____ (именуемой в дальнейшем "*Компания*") в лице _____, Менеджера, действующего на основании нотариального сертификата.

Принимая во внимание условия и обязательства, изложенные в настоящем документе, вышеуказанные стороны договорились о нижеследующем

Статья 1. Назначение

Дистрибьютера

В соответствии с условиями и положениями, содержащимися в данном *Соглашении*, *Компания* настоящим назначает Дистрибьютера, и Дистрибьютер подтверждает настоящее назначение в качестве неэксклюзивного дистрибьютера продукции *Компании*, перечисленной в *Приложении №1* к настоящему *Соглашению ("Продукция")* в географических границах _____ и

for _____ (country) shall be made after *Company's* written approval only.

стран СНГ ("Территория") при условии подачи предложения Заказчиком в странах СНГ кроме _____ (страна) только с письменного согласия Компании.

Article 2. Terms of appointment of Distributor

2.1 During the term of this *Agreement*, the *Distributor* shall not sell, lease or otherwise dispose of the *Products* outside *Territory*; Also the *Distributor* shall not sell, lease or otherwise dispose of the *Products* to any person in *Territory* who intends to resell or use the *Products* outside *Territory*.

2.2. The *Distributor* should provide consultations of its clients for all questions related to installation, operation and maintenance of the *Products*, familiarize the clients with safety instructions and appropriate rules established by the legislation on the *Territory*.

Article 3. Sales promotion

3.1 The *Distributor* shall promote the sales of the *Products* in *Territory* by:

Статья 2. Условия назначения Дистрибьютера

2.1. В течение срока действия настоящего *Соглашения*, *Дистрибьютер* не должен продавать, предоставлять в лизинг, либо каким либо иным образом передавать *Продукцию* за пределы обозначенной выше *Территории*; *Дистрибьютер* настоящим обязуется также не продавать, не предоставлять в лизинг либо иным образом передавать *Продукцию* кому-либо лицу в пределах указанной *Территории*, которое в свою очередь имеет намерение перепродать либо использовать *Продукцию* вне пределов обозначенной выше *Территории*.

2.2. *Дистрибьютер* должен обеспечивать консультации своих клиентов по всем вопросам, связанным с монтажом, эксплуатацией и обслуживанием *Продукции*, а также ознакомить клиентов с инструкциями по технике безопасности и соответствующими процедурами по безопасности, установленными законодательством на данной *Территории*.

Статья 3. Осуществление продаж

3.1. *Дистрибьютер* обязуется осуществлять продажи *Продукции* на

- (1) realization of the *Products* and effectively assistance by the *Distributor* to sales of the *Products* on the *Territory*;
- (2) supporting at its own expense technical support service to provide consultations both existing and potential customers on the *Territory*;
- (3) all-round cooperation with the *Company* to establish and maintain good reputation of the *Products* and to fulfil all reasonable recommendations made by *Company* for the sales promotion of the *Products*.

During the performance by the *Distributor* of its obligations under the present *Agreement*, the *Distributor* shall comply with applicable laws, regulations and requirements of governmental authorities in *Territory*.

3.2 The *Distributor* bears all expenses related to sales of the *Products*. The Parties should negotiate additionally all matters concerning compensation of expenses for advertising of the *Products*.

Article 4. Licenses and Regulations

4.1. The *Distributor* shall obtain and maintain in full force and effect all

указанной *Территории* посредством:

- (1) реализации *Продукции* и эффективного содействия *Дистрибьютером* продажам *Продукции* на *Территории*;
- (2) поддержки за свой собственный счет сервисной службы по обеспечению технической поддержки и консультированию как существующих так и потенциальных заказчиков на *Территории*;
- (3) всестороннего сотрудничества с *Компанией* с целью создания и обеспечения хорошей репутации *Продукции*, а также выполнения всех обоснованных рекомендаций со стороны *Компании*, направленных на содействие продажам *Продукции*.

При исполнении своих обязательств по данному *Соглашению*, *Дистрибьютер* обязан руководствоваться соответствующими законами, правилами и требованиями, установленными государственными органами управления на данной *Территории*.

3.2 *Дистрибьютер* несет все расходы, связанные с осуществлением продаж *Продукции*. Вопросы по компенсации расходов, связанных с рекламой *Продукции*, стороны оговаривают дополнительно.

Статья 4. Лицензирование и правовое регулирование

4.1. *Дистрибьютер* обязуется получать и продлевать в полном объ-

licenses and permissions required to carry on distributor's activity for the promotion of *Products* in Territory, and shall comply with all laws and regulations governing such activity Territory.

Article 5. Sales amount

5.1. The Parties should agree to sales amount on the coming year annually.

5.2. The Parties are obliged to take best efforts to reach the agreed sales amount, but fail to reach the agreed sales amount should not be considered as a break of the *Agreement* obligations.

Article 6. The placement of the Order

6.1. Any purchase and sale of *Products* between the *Distributor* and the *Company* under this *Agreement* shall be carried out by means of a written *Order* placed by the *Distributor* and a written acceptance of the *Order* by *Company*. Each order from the *Distributor* should contain (1) description and quantity of ordered *Products*, (2) applicable price, (3) requested delivery date(s).

6.2. *Company's* written notice of acceptance or rejection of the *Order* shall be sent to the *Distributor* at

еме все лицензии и разрешения, необходимые для ведения дистрибьютерской деятельности по распространению *Продукции* на указанной *Территории*, а также соблюдать все законы и правила, регламентирующие подобную деятельность на *Территории*.

Статья 5. Объемы продаж

5.1. Об объеме продаж на предстоящий год стороны договариваются ежегодно.

5.2. Стороны обязуются прилагать все усилия для достижения согласованного объема продаж, однако его невыполнение не рассматривается как нарушение обязательств договора.

Статья 6. Размещение заказа

6.1. Любые сделки по закупке и продаже *Продукции* между *Дистрибьютером* и *Компанией* по настоящему *Соглашению* должны осуществляться посредством передачи *Заказа* в письменной форме со стороны *Дистрибьютера* и письменного подтверждения *Заказа* со стороны *Компании*. Каждый из *Заказов* от *Дистрибьютера* должен содержать: (1) описание, и количество заказываемой *Продукции*, (2) соответствующей цены, (3) требуемой даты поставки.

6.2. Письменное уведомление о подтверждении либо отказе от подтверждения *Заказа* со сто-

the address agreed between the *Distributor* and the *Company*. Each *Order* placed by the *Distributor* shall not be binding upon the *Company* unless and until accepted in writing by the *Company*.

роны *Компании* должно быть направлено *Дистрибьютеру* по адресу, согласованному между *Дистрибьютером* и *Компанией*. Любой *Заказ*, размещенный *Дистрибьютером* не является обязательным для *Компании* до момента подтверждения заказа в письменной форме как сказано выше.

Article 7. Reports

7.1 The *Distributor* shall every year submit to the *Company* a sales report describing its sales activities for current year.

7.2. The *Distributor* shall once every three (3) months submit to the *Company* its preliminary information on monthly requirements of *Products* to be ordered by the *Distributor* in the next six (6) months. Such information shall not be considered as an obligation of the *Distributor* to purchase and by the *Company* to sell the *Products*.

7.3. The *Company* should inform the *Distributor* in time about technical modifications, current versions of the *Products*.

Статья 7. Отчеты

7.1. *Дистрибьютер* обязуется ежегодно передавать в *Компанию* отчет о продажах за текущий год.

7.2. Каждые три (3) месяца *Дистрибьютер* обязуется передавать в *Компанию* предварительную информацию о возможной ежемесячной потребности *Дистрибьютера* в поставках *Продукции* на следующие шесть (6) месяцев. Такая предварительная информация не должна рассматриваться как обязательство со стороны *Дистрибьютера* по закупке оборудования, равно как и обязательство со стороны *Компании* по продаже *Продукции*.

7.3. *Компания* обязуется оперативно информировать *Дистрибьютера* о технических изменениях, текущих версиях *Продукции*.

Article 8. Price

8.1. The price of *Products* is understood on FCA- (city, country) terms in accordance with INCOTERMS 2000 and to be specified in United States Dollars in accordance with

Статья 8. Цена

1.1. Цена *Продукции* понимается FCA- (город, страна) в соответствии с INCOTERMS 2000 и указывается в долларах США, согласно соответствующему прайс-лис-

the applicable *Company's* price list effective at the date when the *Company* receives an order from the *Distributor*.

ту *Компании*, действительному в день получения заказа от *Дистрибутора*.

8.2. The *Company* has the rights to change its price-list of the *Products* at any time, except prices for the *Products* ordered by the *Distributor* in accordance with cls. 6.1 and confirmed by the *Company*.

8.2. *Компания* сохраняет за собой право изменять цены на *Продукцию* в любое время, за исключением *Продукции*, заказанной *Дистрибьютеру* в соответствии с п. 6.1 и подтвержденной *Компанией*.

8.3. The *Distributor* has rights to establish their own prices on the *Products* sold to final customers.

8.3. *Дистрибьютер* имеет право самостоятельно устанавливать цены на *Продукцию*, реализуемую конечным покупателям.

Article 9. Terms of payment

Статья 9. Условия платежа

9.1. The *Distributor* should effect payments to the *Company* as per *Orders* in accordance with the following terms:

9.1. *Дистрибьютер* обязуется осуществлять платежи *Компании* в соответствии с *Заказами* согласно следующим условиям:

9.2. Terms of Payment

9.2. Условия Платежа

_____ (_____ percent) of each Ordered amount shall be paid to the *Company* by the *Distributor* as advance payment within ____ (____) calendar days from the date of the *Company's Order* confirmation against commercial invoice of the *Company* at the day of the *Order* confirmation.

_____ (_____ процентов) от стоимости каждого заказа должны быть выплачены *Компании Дистрибьютером* в течение _____ (_____) календарных дней с даты получения *Дистрибьютером* официального подтверждения заказа от *Компании* на основании коммерческого счета, выставленного *Компанией* в день подтверждения *Заказа*.

_____ (_____ percent) of each amount of the *Order* shall be paid within ____ (____) working days before shipping date as per FCA (city, country) terms against commercial invoice submitted by the *Company* to the *Distributor* _____ (____) working days before

_____ (_____ процентов) от стоимости каждого *Заказа* должны быть выплачены в течение _____ (_____) рабочих дней до даты отгрузки на условиях FCA- (город, страна) на основании ком-

expected shipment date as per FCA terms. The shipment of the *Product* under appropriate *Order* should be effected after the *Company's* receipt of whole amount of the *Order*.

9.3. All payments shall be made in US Dollars by bank transfer to the *Company's* account, specified in clause 9.4 herein.

9.4. The *Company's* Bank Information:

9.5. In case of changes in the terms of payment the *Company* and the *Distributor* shall come to an mutual agreement and fix the changes in the terms of payment in writing form before the placement of the order.

Article 10. Delivery and packing

10.1. The delivery date of the *Products* shall be considered as a date of delivery of *Products* by the *Company's* forwarder or carrier to a first forwarder/carrier of the *Distributor* in _____ (country, city) in accordance with FCA-terms as per Incoterms 2000.

10.2. The following shipping documents to be passed by the *Company* to the *Distributor* for each shipment

мерческого счета, передаваемого *Дистрибьютеру* от *Компании* за _____ (_____) рабочих дней до ожидаемой даты отгрузки на условиях FCA. Отгрузка *Продукции* по соответствующему *Заказу* осуществляется после получения *Компанией* полной стоимости *Заказа*.

9.3. Все платежи должны осуществляться в долларах США банковским переводом на счет *Компании*, указанный в п. 9.4 настоящего Соглашения.

9.4. Банковские реквизиты *Компании*:

9.5. В случае изменения условий платежа *Компания* и *Дистрибьютер* должны взаимно согласовать и зафиксировать эти изменения условий платежа в письменном виде до размещения заказа.

Статья 10. Доставка и упаковка

10.1. Датой поставки *Продукции* считается дата доставки *Продукции* экспедитором/ перевозчиком *Компании* до первого экспедитора/перевозчика *Дистрибьютера* в _____ (страна, город) в соответствии с условиями FCA-(город, страна) по Инкотермс 2000.

10.2. Следующие отгрузочные (товаро сопроводительные) документы должны быть переданы *Компа-*

(lot) of the *Products* as per the *Order*:

- (1) shipping invoice;
- (2) packing list.

нией Дистрибьютеру для каждой отгрузки (партии) *Продукции* в соответствии с *Заказом*:

- (1) отгрузочный инвойс;
- (2) упаковочный лист.

10.3. The packing must ensure safety of the equipment during sea, air and truck transportation.

10.3. Упаковка должна обеспечивать сохранность оборудования во время морской, авиа и автомобильной транспортировки

Article 11. Inspection and acceptance test

Статья 11. Инспектирование и приемочные испытания

11.1. The *Products* shall be deemed satisfactory and acceptable with respect to quality and quantity when *Products* have passed the tests and inspections performed by the *Company* at the enterprise designated by the *Company* in accordance with its standard test procedures, and shall be subject to no claim thereafter, except warranty obligations of the *Company* in accordance with Article 12 of present *Agreement*.

1.1. *Продукция* должна считаться удовлетворительной и приемлемой в отношении качества и количества после того как *Продукция* прошла тестирование и инспекционный контроль осуществленный *Компанией* на своем предприятии в соответствии со стандартной процедурой, и в дальнейшем свободной от каких-либо претензий за исключением случаев, предусмотренных гарантийными обязательствами *Компании* в соответствии со статьей 12 настоящего *Соглашения*.

Article 12. Warranty

Статья 12. Гарантия

12.1. The *Company* guarantees that the *Products* purchased under this *Agreement* shall conform to the technical description specified in the *Attachment No.2* to this *Agreement* and shall be free from defects in material and workmanship during normal use and service in accordance with manuals and other instructions given by the *Company*

12.1. *Компания* гарантирует, что *Продукция*, приобретенная в по данному *Соглашению* соответствует техническому описанию, приведенным в *Приложении № 2* к настоящему *Соглашению*, и гарантирует отсутствие каких либо дефектов материалов или сборки в течение 12 (двенадцати) месяцев с даты поставки в соответс-

for a period of 12 (twelve) months after the date of the *Company's* delivery in accordance with article 10.1.

12.2. During carrying out of any in-warranty or after-warranty repair and/or replacement of faulty *Products* the *Company* and the *Distributor* should follow to Attachment No.3 to this Agreement, where warranty obligations are specified. The repair time of the *Products* shall not exceed ____ (____) working days from the date when the faulty *Products* arrive at _____ (country). The *Company* will notify the *Distributor* if the repair time is longer than ____ (____) working days due to extensive damage(s) of a faulty equipment or due to any complex problem(s) under repair.

12.3. In case of inability of repair the *Company* will provide replacement of faulty *Products*.

12.4. Notwithstanding article 12.1 above, the *Company* shall have no obligation to repair or replacement of faulty *Products* or faulty parts of *Products*, if such repair or replacement is required due to normal wear, negligence or any fault of the *Distributor* or its customers, due to the *Distributor's* or its customers' improper use or installation or

твии со статьей 10.1. при условии нормальной эксплуатации и обслуживании в соответствии с инструкцией по эксплуатации и другими инструкциями, предоставленными *Компанией*.

12.2. При проведении гарантийных работ по ремонту и/или замене неисправной *Продукции*, *Компания* и *Дистрибьютер* должны руководствоваться Приложением №3 настоящего Соглашения, в котором изложены обязательства по гарантийному обслуживанию. Время ремонта *Продукции* не должно превышать ____ рабочих дней с даты доставки неисправной *Продукции* в _____ (страна). *Компания* известит *Дистрибьютера* о продлении сроков ремонта более ____ дней в случае значительных повреждений неисправного оборудования или комплексных проблем по ремонту.

12.3. В случае невозможности ремонта *Компания* произведет замену неисправной *Продукции*.

12.4. Несмотря на сказанное выше в статье 12.1, *Компания* не несет никаких обязательств ремонту или замене неисправной *Продукции* или частей *Продукции* в том случае, если этот ремонт или замена требуется в связи с износом, небрежностью или по вине *Дистрибьютера* или его заказчиков, в связи с ненадлежащим испол-

modification of the *Products* without the *Company's* prior written approval, or due to the *Distributor's* or its customer's integration of parts or components not approved by the *Company*.

12.5. All warranties that the *Company* provides to the *Distributor* under this *Agreement* are only in favour of the *Distributor*. The *Distributor* may not transfer or assign any of these warranties to any third party, including customers of the *Distributor*.

Article 13. Inventory of components and parts

13.1. To ensure its prompt maintenance and repair service of the *Products* in *Territory*, during the term of this *Agreement* the *Distributor* shall purchase and maintain in its stock adequate quantities of components, spare parts of the *Products* as agreed separately by the *Parties*.

Article 14. Servicing

14.1. The *Distributor* shall have the responsibility to undertake installation, maintenance and servicing of the *Products* sold in *Territory* in accordance with the *Company's* manual.

зованием или монтажом или модификацией *Продукции* без предварительного письменного согласия *Компании* со стороны *Дистрибьютера*, либо его заказчиков, либо в связи с соединением частей или компонентов *Продукции*, осуществленным *Дистрибьютером* либо его заказчиками, и/или не согласованным с *Компанией*.

12.5. Все гарантии, предоставляемые *Компанией* для *Дистрибьютера* по настоящему *Соглашению*, предоставляются исключительно в пользу *Дистрибьютера*. *Дистрибьютер* не может передавать или переуступать эти гарантийные обязательства какой-либо третьей стороне, включая заказчиков *Дистрибьютера*.

Статья 13. Инвентаризация частей и компонентов

13.1. С целью обеспечения незамедлительного технического обслуживания и замены *Продукции* на указанной *Территории*, в течение срока действия настоящего *Соглашения* *Дистрибьютер* обязуется закупать и обеспечивать на своем складе достаточное количество компонентов, запасных частей, согласуемое дополнительно *Сторонами*.

Статья 14. Услуги

14.1. *Дистрибьютер* должен нести обязательства по монтажу, техническому обслуживанию *Продукции*, проданной на *Территории* в соответствии с техническим руководством *Компании*.

Article 15. Discontinuance of the Products; availability of spare parts

- 15.1. The *Company* may discontinue supplying any of the *Products* at its option and at any time during the term of this *Agreement*, provided that the *Company* shall notify the *Distributor* not later than _____ (____) months prior to such discontinuance.
- 15.2. During _____ (____) years from the last delivery date under the *Agreement* the *Company* will provide the *Distributor* by spare parts of the *Products* or equivalent spare parts at *Company's* standard price, providing that this article 15.2 shall not apply in case of termination of this *Agreement* pursuant to article 19.

Article 16. Trademark

- 16.1. The *Products* shall bear *Company's* trademarks only. The *Company* will provide relevant name, plates or legends fixed on the *Products*. The *Distributor* shall not remove, change or obscure such trademarks, name plates, legends, patent notices or serial numbers fixed or stamped on *Products*, and also not combine such trademarks with any other mark, labels or symbols. Under the terms of this *Agreement* any rights, to any *Company's* trademark or service mark are not transferred

Статья 15. Прекращение поставок Продукции; обеспечение запасными частями

- 15.1. В любое время в течение срока действия настоящего *Соглашения* Компания может прекратить поставку любой *Продукции* по своему усмотрению при условии что Компания обязуется уведомить *Дистрибьютера* о таком прекращении не позднее чем за _____ (____) месяца до такого прекращения.
- 2.2. В течение _____ (____) лет с последней даты поставки *Продукции* по настоящему *Соглашению* Компания будет обеспечивать *Дистрибьютера* запасными частями для *Продукции* либо эквивалентными частями по стандартной цене Компании, при условии того, что данная статья 15.2 не применима в случае прекращения действия настоящего *Соглашения* в соответствии со статьей 19.

Статья 16. Товарный знак

- 16.1. *Продукция* должна нести только товарный знак Компании. Компания обеспечит соответствующие надписи или знаки, закрепленные на *Продукции*. *Дистрибьютер* не должен удалять, изменять либо закрывать товарные знаки, таблички, надписи, патентные надписи либо заводские номера, закрепленные или иным образом размещенные на *Продукции*, а также размещать любые иные знаки и символы. По условиям данного *Соглашения* какие-либо

to the *Distributor*.

права на фирменное наименование *Компании*, товарный знак *Компании* или знак обслуживания не передаются *Дистрибьютеру*.

Article 17. Force Majeure

17.1. Both parties will be released from responsibility for partial and/or complete non-fulfilment of their obligation under the *Agreement*, if it is a consequence of force-majeure circumstances such as war, riots, fires, floods, epidemics, quarantine restriction, strikes of the *Company's* personnel, embargoes and typhoons, earthquakes of extreme severe intensities, volcanic eruptions or any other unforeseen causes beyond the both parties.

17.2. The such force- majeure circumstances and its duration should be officially confirmed by the Chamber of Trade and Commerce or other competent authorities or organization.

17.3. If such force-majeure circumstances last over three (3) months, either party shall have the right to refuse from further fulfilment of their obligations under the *Agreement* and in that event neither party will have the right to claim compensation of eventual losses from the other party.

Статья 17. Обстоятельства непреодолимой силы

17.1. Обе стороны освобождаются от ответственности за частичное и/или полное невыполнение обязательств по *Соглашению*, если оно явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы таких, как войны, гражданские волнения, пожары, наводнения, эпидемии, карантинные ограничения, забастовки персонала *Компании*, эмбарго, тайфуны, сильные землетрясения, извержения вулканов или другими обстоятельствами, неподконтрольными сторонам.

17.2. Подобные обстоятельства непреодолимой силы и их продолжительность должны быть документально подтверждены Торгово-промышленной Палатой или другими компетентными органами или организациями.

17.3. Если эти обстоятельства непреодолимой силы длятся свыше трех (3) месяцев, то любая из сторон имеет право отказаться от дальнейшего исполнения своих обязательств по настоящему *Соглашению* и, в этом случае, ни одна из сторон не будет иметь права на предъявление претензий другой стороне за возможные убытки.

Article 18. Confidential Treatment

18.1. During the term of this *Agreement* and thereafter the *Distributor* shall keep confidential text of this *Agreement* and especially attached prices to the *Product* and also any and all information of *Company's* activity which has been marked by "Confidential" stamp and which has been disclosed to the *Distributor* or of which the *Distributor* becomes aware during the term of this *Agreement*. The *Distributor* shall not pass mentioned above information to any third party *Company's* written approval. The *Distributor* shall not use any *Company's* information for any purpose other than the performance of this *Agreement*.

Article 19. Termination

19.1. The *Company* may terminate this *Agreement* without any compensation to the *Distributor*, by giving written notice of termination to the *Distributor* in the event that the *Distributor* commits any breach of the terms of this *Agreement*, and such breach is not corrected within _____ (____) days after notice specifying the nature of the breach.

Статья 18. Конфиденциальность

18.1. В течение срока действия настоящего *Соглашения* и в дальнейшем, *Дистрибьютер* обязуется сохранять конфиденциальность в отношении текста настоящего *Соглашения* и цен на *Продукцию*, а также любой информации в отношении *Продукции Компании* либо деятельности *Компании*, которая оказалась в распоряжении *Дистрибьютера* в связи с настоящим *Соглашением*, и была помечена грифом «Конфиденциально». *Дистрибьютер* обязуется не передавать вышеуказанную информацию третьей стороне без письменного согласия *Компании*. *Дистрибьютер* обязуется не использовать какую-либо информацию, полученную от *Компании* для целей, отличных от исполнения соответствующих обязательств по настоящему *Соглашению*.

Статья 19. Прекращение срока действия

19.1. *Компания* может прекратить действие настоящего *Соглашения* посредством передачи *Дистрибьютеру* письменного уведомления о прекращении действия *Соглашения* без предоставления какой-либо компенсации *Дистрибьютеру* в случае, если *Дистрибьютер* совершает нарушение любых обязательств по настоящему *Соглашению* и такое нарушение не исправлено в течение _____ (_____) дней после уве-

домления, разъясняющего суть нарушения.

19.2. The *Company* may terminate this *Agreement* without any compensation to the *Distributor* by giving written notice of termination to the *Distributor*, in the event that the *Distributor* is adjudicated bankrupt, becomes insolvent, makes a general assignment for the benefit of creditors, or enters dissolution or liquidation proceedings.

19.2. Компания может прекратить действие настоящего Соглашения без предоставления Дистрибьютеру какой-либо компенсации путем передачи Дистрибьютеру соответствующего письменного уведомления в том случае, если Дистрибьютер объявлен банкротом, является неплатежеспособным, переходит в доверительную собственность для выплаты долгов кредиторам, либо подлежит разделению или ликвидации.

Article 20. Validity of the Agreement

Статья 20. Срок действия Соглашения

20.1. This *Agreement* shall effect for a period of one (1) year from the date of signing of the *Agreement*. Thereafter, this *Agreement* shall be extended on a year-to-year basis unless and until terminated by either party by giving to the other at least _____ (_____) days prior written notice of termination.

20.1. Настоящее Соглашение должно считаться действующим в течение одного (1) года с даты подписания Соглашения. Впоследствии настоящее Соглашение должно продлеваться ежегодно при условии, что ни одна из сторон не прекратила действие Соглашения посредством передачи соответствующего уведомления другой стороне по крайней мере за _____ (_____) дней до такой даты прекращения.

Article 21. Arbitration

Статья 21. Арбитраж

21.1. All disputes and differences which may arise out or relating to the *Agreement* will be settled as far as possible by means of negotiations between the parties.

21.1. Все споры и разногласия, которые могут возникнуть в связи с исполнением настоящего Соглашения или вытекать из него, по мере возможности будут разрешаться путем переговоров между сторонами.

- 21.2. If the parties do not come to the agreement within thirty (30) days after the written notice given by either party to the other party of its existence, such disputes and differences are to be finally settled by the Arbitration Court.
- 21.2. Если стороны не придут к соглашению в течение тридцати (30) дней после выдачи письменного уведомления одной стороной другой стороне о наличии таких споров и разногласий, то дело подлежит передаче в Арбитражный Суд.
- 21.3. The arbitration should be held at the Arbitration Court of the Chamber of Commerce and Industry of _____ in accordance with the rules of the Arbitration Court. The awards of the Arbitration Court shall be final and binding upon both parties hereto.
- 21.3. Все арбитражные разбирательства должны проходить в Арбитражном Суде при Торгово-Промышленной Палате _____ в соответствии с правилами этого Арбитражного Суда. Решение такого арбитража окончательное и выполняется обеими сторонами.

Article 22. Transfer of rights

22.1. The *Distributor* shall not, nor shall it attempt to, assign, delegate, transfer or otherwise dispose of the rights or the obligations under this *Agreement* without the prior written consent of the *Distributor*.

Статья 22. Право передачи

22.1. *Дистрибьютер* не должен уступать либо иным образом передавать права либо обязательства по данному *Соглашению* без предварительного согласия со стороны *Компании*, предоставленного в письменной форме.

Article 29. Relationship between Parties

23.1. The relationship between the parties hereto under this *Agreement* shall be solely as relationship between seller and buyer. The *Distributor* shall not be understood as an agent or representative of the *Company* for any purpose. The *Distributor* shall have no rights or authority to create or assume any obligation or responsibility of any kind, express or implied, in the name on behalf

Статья 23. Взаимоотношения сторон

23.1. Отношения между сторонами данного *Соглашения* должны быть исключительно как взаимоотношения между продавцом и покупателем. *Дистрибьютер* не должен считаться агентом либо представителем *Компании* для каких либо целей. *Дистрибьютер* не обладает правами и не имеет полномочий действовать от имени *Компании*, а именно

of the *Company* or to bind the *Company* by any obligations .

23.2. The *Distributor* shall sell the *Products* in *Territory* for its own account and risk.

Article 24. Attachments

24.1. The following attachments are the integral part of this *Agreement*:

Attachment No.1.: Price List for the Products

Attachment No.2.: Technical Description of the Products

Attachment No.3.: Warranty and Outwarranty Obligation

Article 25. Effective date of the agreement

25.1. The present *Agreement* becomes effective upon signing of the *Agreement*. The official text of this *Agreement* shall be in the English language. Any interpretation or construction of this Contract shall be based solely on this English language official text.

Date:

The Company:
Manager

The Distributor:
General Director

принимать какую-либо ответственность либо обязательства от имени *Компании* либо иным образом связывать *Компанию* обязательствами любого рода.

23.2. *Дистрибьютер* должен осуществлять продажи *Продукции* на указанной *Территории* за свой счет и риск.

Article 24. Приложения

24.1. Следующие приложения являются неотъемлемой частью настоящего *Соглашения*:

Приложение №1. Прайс-лист на Продукцию

Приложение №2. Техническое описание Продукции

Приложение №3. Обязательства по гарантийному и послегарантийному обслуживанию

Статья 25. Дата вступления соглашения в силу

25.1. Настоящее *Соглашение* вступает в силу с даты его подписания. Официальным текстом настоящего *Соглашения* считается текст, исполненный на английском языке. Любая интерпретация или толкование настоящего *Соглашения* производятся только на основании официального текста на английском языке.

Дата:

Компания:
Менеджер

Дистрибьютер
Генеральный Директор

РАЗДЕЛ 2. ТОРГОВЫЕ ТЕРМИНЫ "ИНКОТЕРМС"

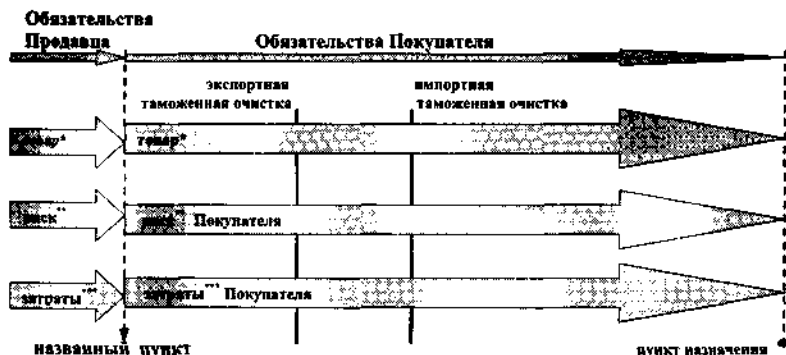
Торговые термины "Инкотермс 2000" (в публикации Международной торговой палаты № 560) и основные обязательства экспедиторов, назначенных продавцом и покупателем, в зависимости от условий поставки в соответствии с Инкотермс 2000*

EXW EX WORKS (...named place) / Франко-завод (...названный пункт)

Продавец выполняет свои обязательства по поставке, когда передает товар в распоряжение Покупателя на своем предприятии или в другом названном месте (складе, заводе и т.п.).

Обязанности экспедитора, назначенного Продавцом	Обязанности экспедитора, назначенного Покупателем
нет необходимости использовать экспедитора	<ul style="list-style-type: none"> — осуществляет погрузку товара (груза)⁵ на предприятии Продавца; — проходит экспортные и импортные таможенные формальности в стране Продавца и Покупателя соответственно (импортная очистка может осуществляться непосредственно Покупателем без участия экспедитора); — осуществляет перевозку¹ товара до конечного пункта назначения, указанного Покупателем; — уведомляет Покупателя о датах отгрузки и доставки товара до пункта назначения.

EXW



*Комментарии, обозначенные здесь и далее как *, **, ***, 1, 2, 3, 4, 5, подробно даны после условия поставки DDP.

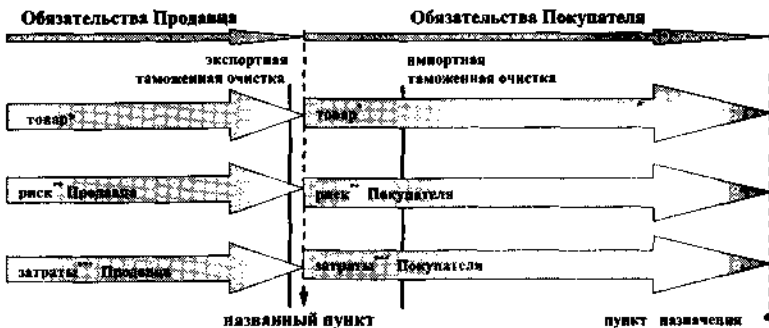
FCA

**FREE CARRIER (... named place) / Франко-перевозчик
(...названный пункт)**

Продавец выполняет свои обязательства по поставке товара, прошедшего таможенную очистку, с момента передачи товара в распоряжение перевозчика, назначенного Покупателем в названном (согласованном) месте. FCA используется для всех видов транспорта, включая смешанные (интермодальные) перевозки.

Обязанности экспедитора, назначенного Продавцом	Обязанности экспедитора, назначенного Покупателем
<ul style="list-style-type: none"> — осуществляет перевозку товара⁵ до пункта назначения, указанного Продавцом, а также погрузку товара, если в этом пункте находятся склад или иные площади Продавца, приспособленные для погрузо-отгрузочных работ; — проходит экспортные таможенные формальности (экспортная очистка может осуществляться непосредственно Продавцом без участия экспедитора); — уведомляет Продавца² о доставке товара в названный пункт и передаче товара перевозчику/экспедитору Покупателя. 	<ul style="list-style-type: none"> — передает Покупателю товар⁵, представленный Продавцом в названном пункте назначения; — осуществляет погрузку товара в названном пункте, если в этом пункте НЕ находятся склад или иные приспособленные для погрузо-отгрузочных работ площади Продавца; — осуществляет перевозку¹ товара до конечного пункта назначения, указанного Покупателем; — проходит импортные таможенные формальности (импортная очистка может осуществляться непосредственно Покупателем без участия экспедитора); — уведомляет Покупателя о датах отгрузки и доставки товара до конечного пункта назначения, указанного Покупателем.

FCA

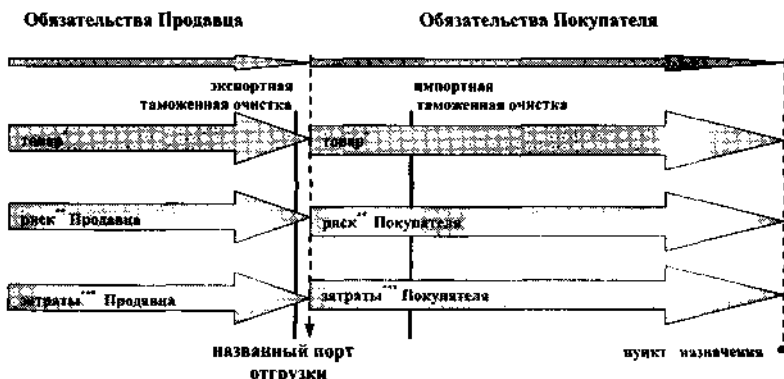


FAS FREE ALONGSIDE SHIP (...named port of shipment)/Свободно
вдоль борта судна (... названный порт отгрузки)

Продавец выполняет свои обязательства по поставке, когда товар размещен вдоль борта судна в названном (согласованном) порту отгрузки. Это означает, что с этого момента Покупатель должен нести все расходы и риски утраты или повреждения товара. FAS применяется при перевозке товара морским или внутренним водным транспортом.

Обязанности экспедитора, назначенного Продавцом	Обязанности экспедитора, назначенного Покупателем
<ul style="list-style-type: none"> — доставляет товар⁵ до названного порта отгрузки и размещает товар вдоль борта судна в указанное Продавцом место погрузки в названном порту отгрузки; — проходит экспортные таможенные формальности (экспортная очистка может осуществляться непосредственно Продавцом без участия экспедитора); — уведомляет Продавца² о дате доставки товара в порт и его размещении вдоль борта судна. 	<ul style="list-style-type: none"> — осуществляет погрузку товара в порту отгрузки, перевозку¹ товара⁵ до конечного пункта назначения, указанного Покупателем; — проходит импортные таможенные формальности в порту (импортная очистка может осуществляться непосредственно Покупателем без участия экспедитора); — уведомляет Покупателя о датах доставки до конечного пункта назначения, указанного Покупателем.

FAS



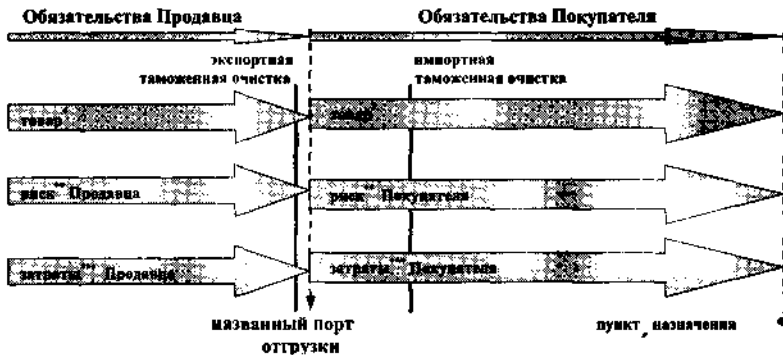
FOB

FREE ON BOARD (...named port of shipment)/Свободно на борту (...названный порт отгрузки)

Продавец выполняет свои обязательства по поставке с момента перехода товара через поручни судна в названном порту отгрузки. FOB применяется при перевозке товара морским или внутренним водным транспортом.

Обязанности экспедитора, назначенного Продавцом	Обязанности экспедитора, назначенного Покупателем
— доставляет товар ⁵ до названного порта отгрузки, грузит товар на борт судна, указанного Продавцом; — проходит экспортные таможенные формальности (экспортная очистка может осуществляться непосредственно Продавцом без участия экспедитора); — уведомляет Продавца ² о датах отгрузки и доставки товара в названный порт.	— осуществляет перевозку ¹ товара ⁵ из порта отгрузки до конечного пункта назначения, указанного Покупателем; — проходит импортные таможенные формальности (импортная очистка может осуществляться непосредственно Покупателем без участия экспедитора); — уведомляет Покупателя о датах доставки до конечного пункта назначения, указанного Покупателем.

FOB



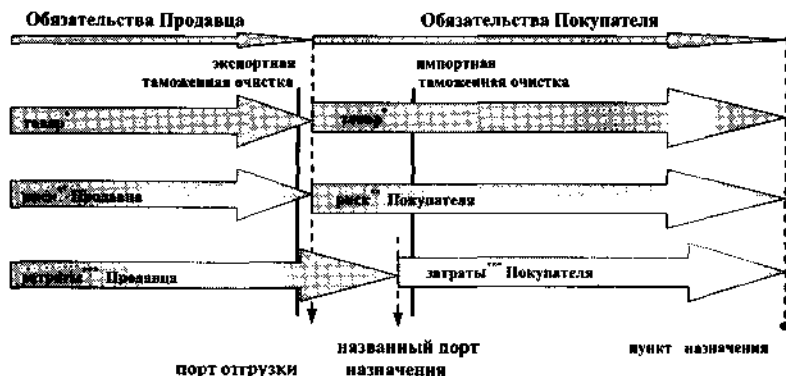
CFR

COST AND FREIGHT (... named port of destination)/Стоимость и фрахт (... названный порт назначения)

Продавец выполняет свои обязательства³ по поставке с момента перехода товара через поручни судна в порту отгрузки. Продавец обязан оплатить фрахт и другие расходы, связанные с доставкой товара в названный порт назначения, однако риск утраты или повреждения товара, а также любое увеличение расходов, возникающих с момента перехода товара через поручни судна в порту отгрузки, переходит с Продавца на Покупателя с этого же момента в порту отгрузки. CFR применяется при перевозке товара морским или внутренним водным транспортом.

Обязанности экспедитора, назначенного Продавцом	Обязанности экспедитора, назначенного Покупателем
— доставляет товар ⁵ до названного порта назначения и грузит товар на борт судна;	— осуществляет перевозку ¹ товара ⁵ из порта назначения до конечного пункта назначения, указанного Покупателем;
— проходит экспортные таможенные формальности (экспортная очистка может осуществляться непосредственно Продавцом без участия экспедитора);	— проходит импортные таможенные формальности (импортная очистка может осуществляться непосредственно Покупателем без участия экспедитора);
— уведомляет Продавца ² о том, что товар доставлен в названный порт и погружен на судно.	— уведомляет Покупателя о датах доставки товара до конечного пункта назначения, указанного Покупателем.

CFR

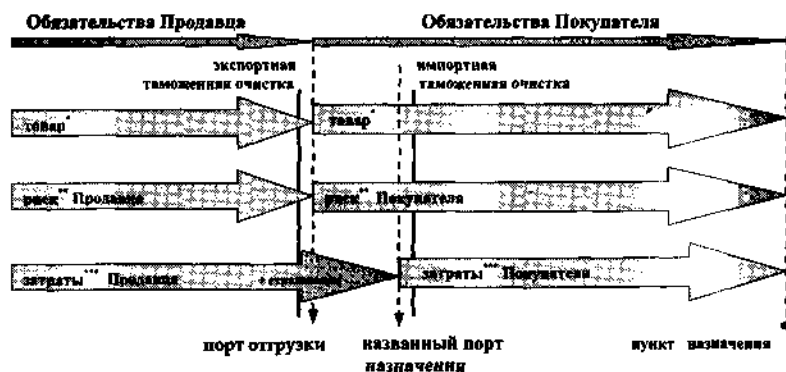


**CIF COST INSURANCE AND FREIGHT (...named port of destination)/
Стоимость, страхование и фрахт (... названный порт назначения)**

Продавец выполняет свои обязательства³ по поставке с момента перехода товара через поручни судна в порту отгрузки, но при этом Продавец обязан оплатить расходы и фрахт, необходимые для доставки товара в названный порт назначения, а также страховую премию страховщику за страхование от риска утраты или повреждения товара во время морской перевозки, т.е. обеспечить морское страхование товара. CIF применяется при перевозке товара морским или внутренним водным транспортом.

Обязанности экспедитора, назначенного Продавцом	Обязанности экспедитора, назначенного Покупателем
— доставляет товар ⁵ до названного порта отгрузки, грузит товар на борт судна, осуществляет перевозку товара из порта отгрузки до названного порта назначения, указанного Продавцом; — проходит экспортные таможенные формальности (экспортная очистка может осуществляться непосредственно Продавцом без участия экспедитора); — уведомляет Продавца ² о датах отгрузки и доставки до пункта назначения.	— осуществляет перевозку ¹ товара ⁵ от названного порта назначения до конечного пункта назначения, указанного Покупателем; — проходит импортные таможенные формальности (импортная очистка может осуществляться непосредственно Покупателем без участия экспедитора); — уведомляет Покупателя о дате отгрузки и доставки товара до конечного пункта назначения, указанного Покупателем.

CIF



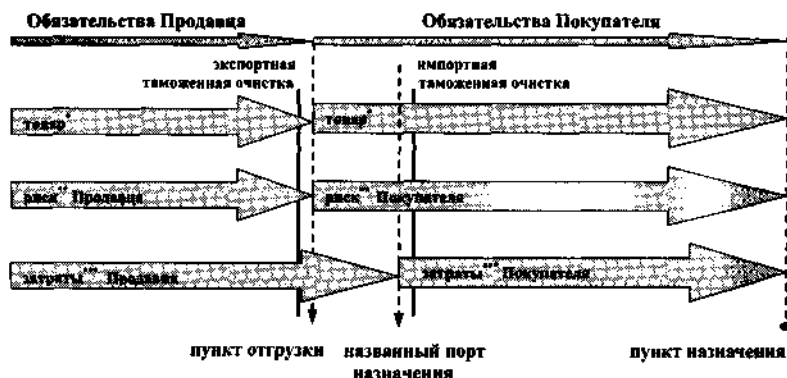
СРТ

**CARRIAGE PAID TO (...named place of destination) Перевозка
оплачена до (... названный пункт назначения)**

Продавец выполняет свои обязательства⁴ по поставке с момента доставки товара до перевозчика, назначенного им, а в случае нескольких перевозчиков — первому из них, но Продавец должен оплатить стоимость перевозки до названного, согласованного между Продавцом и Покупателем пункта (места) назначения. Покупатель несет все риски и любые издержки, возникающие после передачи товара перевозчику. СРТ используется для всех видов транспорта, включая смешанные перевозки.

Обязанности экспедитора, назначенного Продавцом	Обязанности экспедитора, назначенного Покупателем
<ul style="list-style-type: none"> — доставляет¹ товар⁵ до названного Продавцом пункта назначения; — проходит экспортные таможенные формальности (экспортная очистка может осуществляться непосредственно Продавцом без участия экспедитора); — уведомляет Продавца² о датах отгрузки и доставки товара до пункта назначения. 	<ul style="list-style-type: none"> — проходит импортные таможенные формальности (импортная очистка может осуществляться непосредственно Покупателем без участия экспедитора); — осуществляет перевозку товара⁵, прошедшего импортную таможенную очистку, до конечного пункта назначения, указанного Покупателем (например, от таможенного склада СВХ до склада Покупателя и т.д.); — уведомляет Покупателя о дате доставки товара до конечного пункта назначения.

СРТ

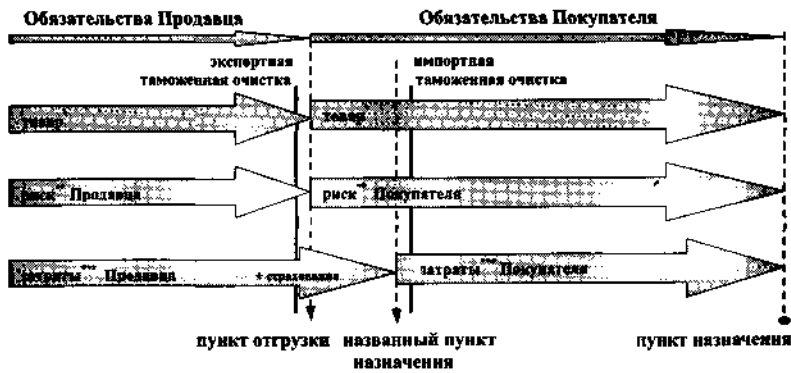


CIP CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO (...named place of destination). Перевозка и страхование оплачены до (... названный пункт назначения)

Продавец выполняет свои обязательства⁴ по поставке с момента доставки товара до перевозчика, назначенного им, а в случае нескольких перевозчиков — первому из них, но Продавец должен оплатить стоимость перевозки, страхования товара до названного, согласованного между Продавцом и Покупателем пункта (места) назначения. CIP используется для всех видов транспорта, включая смешанные перевозки.

Обязанности экспедитора, назначенного Продавцом	Обязанности экспедитора, назначенного Покупателем
— доставляет ¹ товар ⁵ до названного Продавцом пункта назначения; — проходит экспортные таможенные формальности (экспортная очистка может осуществляться непосредственно Продавцом без участия экспедитора); — уведомляет Продавца ² о датах отгрузки и доставки до пункта назначения.	— проходит импортные таможенные формальности (импортная очистка может осуществляться непосредственно Покупателем без участия экспедитора); — осуществляет перевозку товара ⁵ , прошедшего импортную таможенную очистку, до конечного пункта назначения, указанного Покупателем (например, от таможенного склада СВХ до склада Покупателя и т.д.); — уведомляет Покупателя о дате доставки товара до конечного пункта назначения, указанного Покупателем.

CIP



DAF

DELIVERY AT FRONTIER (... named place)

Поставка до границы (... названный пункт)

Продавец выполняет свои обязательства по поставке товара, когда доставляет товар, прошедший экспортную таможенную очистку, в названный (указанный) пункт на границе, но до таможенной границы принимающей страны. Под термином "граница" понимается любая граница, включая границу страны экспорта. DAF используется для всех видов транспорта, когда товар должен быть доставленным до указанного пункта на границе, однако, чаще всего, применяется для поставки товара железной дорогой или автомобильным транспортом.

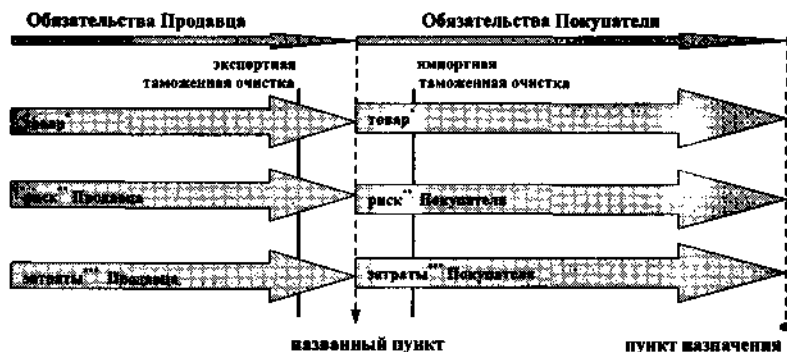
Обязанности экспедитора,
назначенного Продавцом

- доставляет¹ товар⁵ до названного пункта на границе, но до таможенной границы принимающей страны;
- проходит экспортные таможенные формальности (экспортная очистка может осуществляться непосредственно Продавцом без участия экспедитора);
- уведомляет Продавца о дате отгрузки и доставки товара в согласованный пункт на границе.

Обязанности экспедитора, назначенного
Покупателем

- осуществляет перевозку товара⁵ от названного пункта на границе до конечного пункта назначения, указанного Покупателем;
- проходит импортные таможенные формальности (импортная очистка может осуществляться непосредственно Покупателем без участия экспедитора);
- уведомляет Покупателя о дате доставки товара до конечного пункта назначения, указанного Покупателем.

DAF



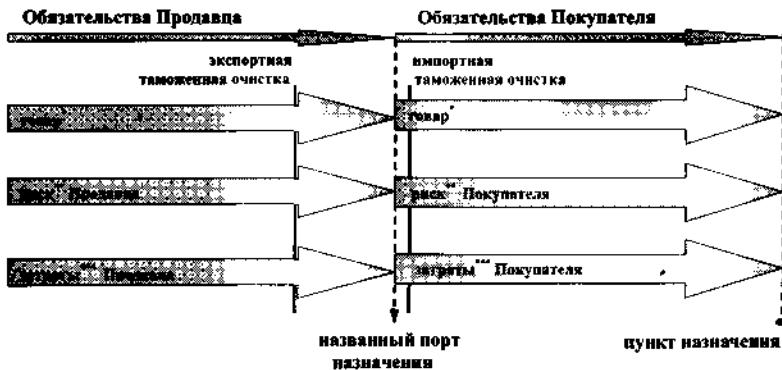
DES

DELIVERED EX SHIP (... named port of destination)/ Поставка с судна (... названный порт назначения)

Продавец выполняет свои обязательства по поставке товара, когда предоставляет товар, НЕ прошедший импортную таможенную очистку, в распоряжение Покупателя в названном порту назначения. Все расходы и риски по доставке товара в названный порт назначения несет Продавец. DES применяется только при перевозке товара морским или внутренним водным транспортом.

Обязанности экспедитора, назначенного Продавцом	Обязанности экспедитора, назначенного Покупателем
<ul style="list-style-type: none"> — доставляет товар⁵ до названного порта отгрузки, грузит товар на борт судна, осуществляет перевозку товара из порта отгрузки до названного порта назначения, указанного Продавцом; — проходит экспортные таможенные формальности (экспортная очистка может осуществляться непосредственно Продавцом без участия экспедитора); — уведомляет Продавца² о датах отгрузки и доставки до порта назначения. 	<ul style="list-style-type: none"> — осуществляет перевозку¹ товара⁵ от названного порта назначения до конечного пункта назначения, указанного Покупателем; — проходит импортные таможенные формальности (импортная очистка может осуществляться непосредственно Покупателем без участия экспедитора); — уведомляет Покупателя о дате доставки товара до конечного пункта назначения, указанного Покупателем.

DES



DEQ

DELIVERED EX QUAY (... named port of destination)/Поставка с причала (...названный порт назначения)

Продавец выполняет свои обязательства по поставке товара, когда предоставляет товар, НЕ прошедший импортную таможенную очистку, в распоряжение Покупателя с причала в названном (согласованном) порту назначения. Продавец несет все расходы и риски по доставке товара в названный порт назначения и расходы по разгрузке товара на причал. DES применяется при перевозке товара морским или внутренним водным или смешанным транспортом при разгрузке с судна на причал в названном порту назначения.

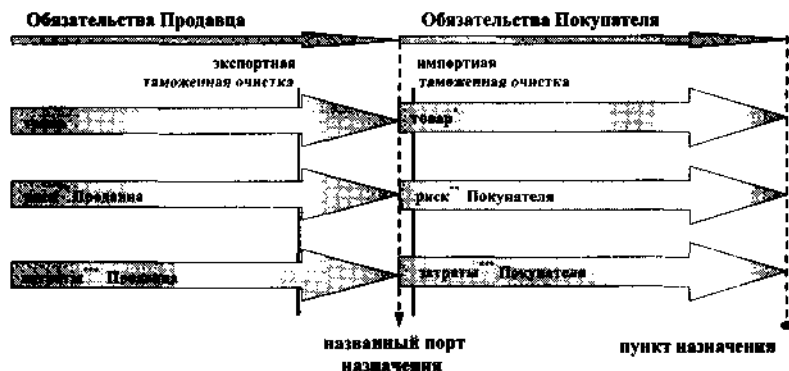
Обязанности экспедитора, назначенного Продавцом

— доставляет товар⁵ до названного порта отгрузки, грузит товар на борт судна, осуществляет перевозку товара из порта отгрузки до причала указанного порта назначения, названного Продавцом;
 — проходит экспортные таможенные формальности (экспортная очистка может осуществляться непосредственно Продавцом без участия экспедитора);
 — уведомляет Продавца² о датах отгрузки и доставки до порта назначения.

Обязанности экспедитора, назначенного Покупателем

— осуществляет перевозку¹ товара⁵ от указанной пристани названного порта назначения до конечного пункта назначения, указанного Покупателем;
 — проходит импортные таможенные формальности (импортная очистка может осуществляться непосредственно Покупателем без участия экспедитора);
 — уведомляет Покупателя о дате доставки товара до конечного пункта назначения, указанного Покупателем.

DEQ



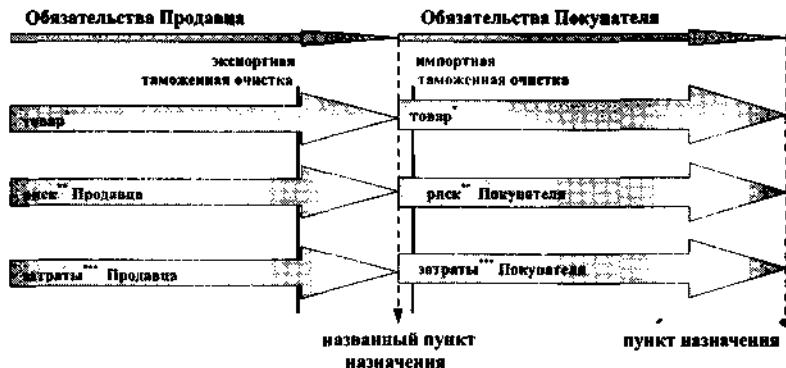
DDU DELIVERY DUTY UNPAID (... named place of destination)

Поставка без оплаты пошлины (... названный пункт назначения)

Продавец выполняет свои обязательства по поставке товара, не прошедшего таможенные формальности при ввозе, с момента доставки товара в названный, согласованный между Продавцом и Покупателем пункт назначения в стране ввоза. DDU используется для всех видов транспорта, включая смешанные перевозки.

Обязанности экспедитора, назначенного Продавцом	Обязанности экспедитора, назначенного Покупателем
<ul style="list-style-type: none"> — доставляет¹ товар⁵ до названного Продавцом пункта назначения; — проходит экспортные таможенные формальности (экспортная очистка может осуществляться непосредственно Продавцом без участия экспедитора); — уведомляет Продавца² о датах отгрузки и доставки до пункта назначения. 	<ul style="list-style-type: none"> — осуществляет перевозку товара⁵ от названного пункта назначения до конечного пункта, указанного Покупателем; — проходит импортные таможенные формальности (импортная очистка может осуществляться непосредственно Покупателем без участия экспедитора); — уведомляет Покупателя о дате доставки товара до конечного пункта назначения, указанного Покупателем.

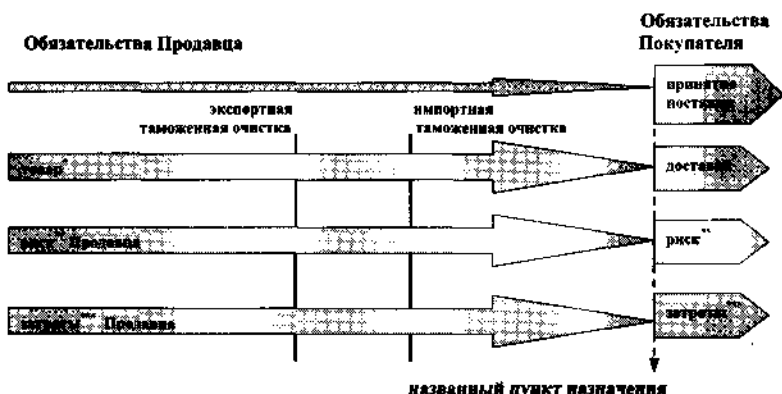
DDU



DDP**DELIVERY DUTY PAID (... named place of destination)****Поставка с оплатой пошлины (... названный пункт назначения)**

Продавец выполняет свои обязательства по поставке товара с момента доставки товара в названный, согласованный между Продавцом и Покупателем пункт назначения в стране ввоза, при этом Продавец несет все риски и затраты, связанные с вывозом, транзитом и ввозом товара, включая оплату экспортных, импортных таможенных пошлин, сборов, налогов при вывозе, транзите и ввозе товара. DDP используется для всех видов транспорта, включая смешанные перевозки.

Обязанности экспедитора, назначенного Продавцом	Обязанности экспедитора, назначенного Покупателем
<ul style="list-style-type: none"> — доставляет¹ товар⁵ до названного Продавцом пункта назначения; — проходит экспортные и импортные таможенные формальности, необходимые для вывоза, транзита и ввоза, а также может оплачивать по договоренности с Продавцом импортные, экспортные таможенные пошлины, сборы, налоги при вывозе и ввозе; — уведомляет Продавца² о датах отгрузки и доставки до пункта назначения. 	нет необходимости использовать экспедитора

DDP

Комментарии к графическим иллюстрациям

¹ также обеспечивает оформление и предоставление ДКД в таможенные органы РФ (подробно изложено в разделе “Доставка товаров под таможенным контролем”). Если импортная таможенная очистка производится в пункте назначения, являющемся пограничным (например, в порту, аэропорту РФ), то в этом случае пограничная таможня выполняет функции таможенного органа назначения, и документ контроля за доставкой товаров и транспортных средств не оформляется. После импортной таможенной очистки доставка до конечного пункта, например склада получателя, осуществляется без таможенного контроля.

² Продавец, в свою очередь, должен уведомить Покупателя об этой доставке. По просьбе Продавца экспедитор Продавца может также уведомить и Покупателя.

³ Продавец выполняет свои обязательства по поставке с момента перехода товара через поручни судна в порту отгрузки, однако при том Продавец поручает своему экспедитору доставить товар до названного порта назначения.

⁴ Продавец выполняет свои обязательства по поставке товара с момента его доставки до перевозчика, назначенного им, а в случае нескольких перевозчиков — первому из них, однако при этом Продавец поручает своему экспедитору доставить товар до названного пункта назначения.

⁵ Термин “товар” используется при взаимоотношении продавца и покупателя, термин “груз” — между перевозчиками/экспедиторами и грузовладельцем (покупателем и продавцом).

* товар: схематично показан переход товара от Продавца к Покупателю.

** риск: имеется в виду переходящий от Продавца к Покупателю риск утери, повреждения товара.

*** затраты: имеются в виду затраты Продавца или Покупателя, соответственно, по доставке/транспортировке товара, включая затраты по прохождению таможенных формальностей, оплате таможенных пошлин, налогов и иных затрат, связанных с обеспечением экспорта (вывоза), импорта (ввоза) товара в зависимости от условий согласно Инкотермс.

Дополнительный комментарий: в отличие от существующих изданий Инкотермс 1990 г., 2000 г. или дополнительных пояснений Инкотермс в виде различных публикаций в данной книге использован более совершенный и лаконичный способ отображения Инкотермс, более понятные для читателей пояснения благодаря тому, что отдельно выделены основные обязательства экспедиторов, назначенных продавцом и покупателем, в зависимости от условий поставки в соответствии с Инкотермс 2000, а также добавлен новый вариант геометрических иллюстраций Инкотермс 2000, сделанных авторами книги и отличающихся от уже существующих графических интерпретаций Инкотермс.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- [1] Абрамишвили Г.Г. Операция «маркетинг». — М.: Международные отношения, 1976.
- [2] Абрамишвили Г.Г. Проблемы международного маркетинга. — Международные отношения, 1984.
- [3] Андреева О.Д. Технология бизнеса. — Маркетинг, Инфра. М-Норма: Москва, 1997.
- [4] Бабаев Ю.А., Макаров Л.Г., Оболенская Ю.А., Петров А.М., Самохвалова Ю.Н. Бухгалтерский учет / под ред. Ю.А. Бабаева. — М.: ТК Велби, изд-во «Проспект», 2005.
- [5] Бакланов И.Г. Диалектика телекоммуникационных технологий. — Вестник связи, № 9, 1998.
- [6] Бартенев С.А. Экономические теории и школы. — М.: изд-во «Бек», 1996.
- [7] Беляков М.М. «Вексель как важнейшее платежное средство». — М.: МП «Трансферт», 1992 г.
- [8] Брокгауз Ф.А., Ефрон И.А. «Энциклопедический словарь». — Изд-во «Русское слово», 1996, infolio.asf.ru
- [9] Булатов А.С. / под ред. Экономика, ВАВТ, из-во «Бек», 1995.
- [10] Булатов А.С. / под ред. Экономика внешних связей России, ВАВТ, изд-во «Бек», 1995.
- [11] Васильев А. История Византийской империи (от начала Крестовых походов до падения Константинополя) — СПб.: Алетейя, 1998 или www.kulichki.com/~gumilev/VAA/vaa1.htm
- [12] Васильев Е.А. / отв. ред. Гражданское и торговое право капиталистических государств. — Москва: «Международные отношения», 1993.
- [13] Витортов С.В. Внешнеторговые операции с давальческим сырьем (толлинг), ВАВТ, 2001.
- [14] Воробьев А.К. Принципы маркетинга во внешнеэкономической деятельности, лекционные материалы, ВАВТ, 1996
- [15] Вишневский А.А. Вексельное право. — Издательство «Юрист», 1996.
- [16] Воробьев А.К. Принципы маркетинга во внешнеэкономической деятельности. — М.: ВАВТ МВЭС РФ, 1992
- [17] Гиро П. Частная и общественная жизнь римлян. — СПб.: изд-во «Алетейя», 1995, www.sno.7hits.net/lib/
- [18] Гинзбург А.И. Страхование. — СПб.: «Питер», 2002.
- [19] Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. — М.: Издательство «Дело», 1995.
- [20] Долгов С.И., Кретов И.И. Предприятие на внешних рынках: Внешнеторговое дело, ВАВТ, изд. БЕК, 1997.
- [21] Дьяконова И.М. Ред. История древнего Востока: Зарождение древнейших классовых обществ и первые очаги рабовладельческой цивилизации: Ч.1. Месопотамия. — Москва: «Наука», Гл.ред.восточной литературы, 1983.
- [22] Идрисов А., Картышев С., Постников А. Стратегическое планирование и анализ эффективности инвестиций. — ИИД «Филинь», Москва, 1997
- [23] Императрица Екатерина II «О величии России». — М.: «ЭКСМО», серия «Антология мысли», 2003.
- [24] Ионичев Н.П. Внешние экономические связи России (IX — начало XX века): учебное пособие. — «Аспект-Пресс», 2001.

- [25] История Европы с древнейших времен до наших дней / коллектив авторов, том I, Древняя Европа, АН СССР, Институт всеобщей истории, Институт истории СССР, Институт славяноведения и балканистики, www.gumilevica.kulichki.net/HEU/heu1.html
- [26] Казакова Н.А., Балашова Ю.В. Вексель в торговом обороте. Составление и применение. — М.: Издательский дом «Консультант», 1994.
- [27] Карамзин Н.М. История государства Российского, Москва, 1988 <http://legends.by.ru/library/karamsin.htm>, www.magister.msk.ru/library/history/history1.htm и др. ссылки через поисковые системы в Интернет
- [28] Красавина Л.Н. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. — Москва: «Финансы и статистика», 1994
- [29] Кирхгоф Г. История войны на море в ее важнейших проявлениях с точки зрения морской тактики Альфреда Штенцеля, Свиты Его Величества Германского Императора отставного капитана 1-го ранга. (перевод с немецкого, с некоторыми сокращениями и дополнениями). Петроград, 1918, изд-во «ЭКМО», Москва, 2002.
- [30] Ключевский В.О. Курс русской истории. — М.: «Мысль», 1989, www.magister.msk.ru/library/history/ и др. ссылки через поисковые системы в Интернет.
- [31] Ковалев С.И. История Рима: курс лекций. — Ленинград: изд-во ЛГУ, 1986. www.sno.7hits.net/lib/kovalev/index.htm
- [32] Кондраков Н.П. Бухгалтерский учет. — М.: Инфра-М, 2004.
- [33] Конвенция ООН о договорах международной купли-продажи товаров (Вена 1980 г.), М.: «Приор», 1996
- [34] Красавина Л.Н. Международные валютно-кредитные и финансовые отношения. — Москва: «Финансы и Статистика», 1994.
- [35] Кремень В. Введение в эпоху телевидения. Информационно-технический журнал «625», №1, 2005.
- [36] Кретов И.И. Организация маркетинга на предприятии, Всероссийская Академия Внешней Торговли (ВАВТ). — Москва: «Юристъ», 2001.
- [37] Кретов И.И., Садченко К.В. Логистика во внешнеторговой деятельности. — Москва: издательство «Дело и сервис», Всероссийская Академия Внешней Торговли (ВАВТ), 2003. www.dis.ru/books/katalog/0179_0.html, (1-ое издание), 2005 г. (издание расширенное и переработанное), www.5B.ru или www.dis.ru или через поисковые системы Rambler, Yahoo и другие в Интернете.
- [38] Кретов И.И., Федоров С. Макросистемный анализ современного маркетинга, Bi-marketing, электронный маркетинговый журнал, www.bi-marketing.ru/journal, 2003.
- [39] Кузищин В.И., под ред. История Древнего Востока. — Москва: «Высшая школа», 1999.
- [40] Лебедев В.И. и др. Реформы Петра I: сборник документов. — М.: Гос.соц.-эк.изд-во, 1937, виртуальная библиотека Исторического факультета МГУ, www.hist.msu.ru/ER/Etext/1724.htm
- [41] Лурье И., Полтавский М. Происхождение человека, Всемирная история. Энциклопедия: в 10-ти т. — Москва: Государственное издательство политической литературы, 1955.
- [42] Маевский В.И. Эволюция макрогенераций и современные макроэкономические теории, сборник «Эволюционная экономика на пороге XXI века», РАН, Институт Экономики, издательство «Япония сегодня», 1997.
- [43] Маевский В.И. Экономическая эволюция и экономическая генетика / Вопросы экономики, №5, 1994.

- [44] Маевский В.И. Введение в эволюционную макроэкономику. — М.: издательство «Япония сегодня», 1997.
- [45] Маевский В.И. Эволюционная теория и неравновесные процессы / Экономическая наука современной России, № 4, 1999.
- [46] Маджаро С. Международный маркетинг. — М.: Международные отношения, 1979.
- [47] Макальская М.Л., Денисов А.Ю. Самоучитель по бухгалтерскому учету. — М.: Издательство «ДИС», 2005.
- [48] Маньков. А.Г. Российское законодательство X—XX вв. Т. 4. Законодательство периода становления абсолютизма. — М.: Юридическая литература, 1986, а также виртуальная библиотека Исторического факультета МГУ, www.hist.msu.ru/ER/Etext/list.htm
- [49] Матвеев А.Н. Молекулярная физика. — М.: «Высшая школа», 1981. — С. 149.
- [50] Матюхин И.С. Внешнеторговый контракт, его структура и содержание: учебное пособие, Всероссийская Академия Внешней Торговли (ВАВТ), Москва, 1994.
- [51] Миркин Я.М. Ценные бумаги и фондовый рынок. — М.: изд-во «Перспектива», 1995.
- [52] Панченков А.Н. Энтропия, издательство общества «Интелсервис». — Нижний Новгород, 1999, <http://entropyworld.narod.ru/>
- [53] Панченков А.Н. Энтропия-2: хаотическая механика. — Нижний Новгород, издательство общества «Интелсервис», 2002, http://entropyworld.narod.ru/e2_et.htm
- [54] Полное собрание законов Российской империи. Собрание первое: с 1649 по 12 декабря 1825 гг., тт. 1—45. — СПб.: 1830, Государственная публичная историческая библиотека России (ГПИБ России), www.shpl.ru
- [55] Пиленко А.А. Право изобретателя. — М.: Статут, 2001.
- [56] Портер М. Международная конкуренция. — «Международные отношения», 1993.
- [57] Прохоров А.М. и другие. Советский энциклопедический словарь. — Москва: Советская энциклопедия, 1990.
- [58] Путвинский С.В. Возможна ли будущая мировая энергетическая система без ядерного синтеза? Успехи физических наук, том 168, 1998, №11.
- [59] Розенберг М.Г. Венская конвенция ООН 1980 г. о договорах международной купли-продажи товаров. К 10-летию ее применения Россией. — М.: «Статут», ВАВТ, 2002.
- [60] Розенберг М.Г. Контракт международной купли-продажи. Современная практика заключения. Разрешение споров. — Москва, Международный центр финансово-экономического развития, ВАВТ, 1996.
- [61] Садченко К.В. Законы экономической эволюции. — М.: «Дело и сервис», в процессе публикации.
- [62] Садченко К.В. Экономические фазовые переходы и пирамидальный жизненный цикл компаний. III Всероссийская Интернет-конференция «Проблемы экономифизики» 1—10 апреля, Международный институт А. Богданова, издательство Уральского университета, Центр Эволюционной Экономики, Институт Экономики РАН, 2005, www.ephes.ru
- [63] Садченко К.В. Энтропия и пирамидальный жизненный цикл экономических структур. II Всероссийская Интернет-конференция «Проблемы экономифизики» 1-14 ноября, Международный институт А. Богданова, издательство Уральского университета, 2004, Центр Эволюционной Экономики, Институт Экономики РАН, www.ephes.ru
- [64] Садченко К.В. «Пирамидальный» жизненный цикл компаний, I Всероссийская Интернет-конференция «Проблемы экономифизики» 12-18 апреля, Международный институт А. Богданова, издательство Уральского университета, 2004, Центр Эволюционной Экономики, Институт Экономики РАН, <http://www.ephes.ru/>

- [65] Садченко К.В. Жизненные циклы экономических структур, сборник «Экономическая трансформация и эволюционная теория Й. Шумпетера», 5-ый Международный симпозиум по эволюционной экономике, г. Пущино, Московская область, Россия, научное издание, Институт экономики РАН, Центральный Экономико-Математический Институт РАН, 2004, Центр эволюционной экономики, Москва, 2004.
- [66] Садченко К.В. Жизненные циклы экономических структур (Life Cycles of Economic Structures), статья из сборника 5-ого Международного Симпозиума по Эволюционной экономике, сентябрь, Центр Эволюционной Экономики, Институт Экономики, РАН, 2003, www.inst-econ.org.ru/russian/news/main.htm
- [67] Садченко К.В. Эволюция экономических систем, материалы к IV Международной Кондратьевской конференции «Диалог и взаимодействие цивилизаций Востока и Запада: альтернативы на XXI век», 2001. — Москва.
- [68] Садченко К.В. Эволюция экономических систем на микро и макроэкономических уровнях, сборник «Эволюционная экономика: проблемы и противоречия теории и практики» / под ред. Л.И. Абалкина, Д.С. Львова, В.Л. Макарова, В.И. Маевского, М.Б. Березовской, Центр эволюционной экономики, Институт Экономики, Центральный Экономико-Математический Институт РАН, научное издание Института Экономики РАН, 2001. — Москва.
- [69] Садченко К.В. Вектор эволюции открытого общества, сборник докладов на международной научной конференции «Стратегия опережающего развития для России XXI века». Том 4, часть 2, 1999, Москва.
- [70] Садченко К.В. (научный руководитель Кретов И.И.) Универсальные законы в применении к экономике, маркетингу. Дипломная работа, Всероссийская Академия Внешней Торговли (ВАВТ), 1999.
- [71] Соколов А.И. Краткий морской коммерческий словарь-справочник. — М.: «Транспорт», 1976.
- [72] Соловьев С.М. История России с древнейших времен. — М.: Мысль, 1993 или www.hronos.km.ru/libris/solov0_00.html, www.magister.msk.ru/library/history/history1.htm и др. ссылки через поисковые системы в Интернете.
- [73] Тихомиров М.Н., Епифанов П.П. Соборное уложение 1649 года. — М.: изд-во Моск. ун-та, 1961. Виртуальная библиотека Исторического факультета МГУ, www.hist.msu.ru/ER/Etext/1649.htm
- [74] Ульянова Н.В. Экспорт-импорт: бухгалтерский и налоговый учет. — М.: «Бератор-Пресс», 2004.
- [75] Чеботарев М.Н., Амусин М.Д., Богданов Б.В., Иваницкий В.А., Честнов Е.И. Речное судоходство в России, 1985 <http://library.riverships.ru/Books/River>
- [76] Штенцель А. История войн на море. — М.: Изографус, ЭКСМО-Пресс, 2002. <http://militera.lib.ru/h/stenzel/>
- [77] Шумпетер Й. Теория экономического развития (исследование предпринимательства прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). — М.: «Прогресс», 1982.
- [78] Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия (перевод Автономова В.С.): <http://ek-lit.agava.ru/shumsod.htm>
- [79] Яковец Ю.В. История цивилизаций. — М.: Гуманитарный издательский центр Владос, Москва, 1997.
- [80] Ashburner W. (reprinted 2001) The Rhodian Sea-Laws. Edited from the Manuscripts. Oxford: Clarendon Press, 1909.
- [81] Black F. and Scholes M. The Pricing of Options and Corporate Liabilities, *Journal of Political Economy* 81 (1973).

- [82] Bouvier J. (1856). A Law Dictionary, rev. Sixth Edition, www.constitution.org/bouv/bouvier.htm
- [83] Britannica encyclopedia, <http://www.britannica.com>, <http://concise.britannica.com/>
- [84] Cave Roy C. & Coulson Herbert H, eds., *A Source Book for Medieval Economic History*, Milwaukee: The Bruce Publishing Co., 1936; reprint ed., New York: Biblio & Tannen, 1965, <http://www.fordham.edu/halsall>
- [85] Capmany A., ed., *Memorias Sobre la Marina, Comercio, y Artes de la Antigua Ciudad de Barcelona*, (Madrid, 1779-92), Vol. II, pp. 23-39; reprinted in Roy C. Cave & Herbert H. Coulson, eds., *A Source Book for Medieval Economic History*, (Milwaukee: The Bruce Publishing Co., 1936; reprint ed., New York: Biblio & Tannen, 1965), <http://www.fordham.edu/halsall>
- [86] Chernavskii D.S.(2003, September). Evolutionary Economics and the Development Theory, paper from book of the 5th International Symposium on Evolutionary Economics, Pushino, Moscow region, Russia.
- [87] Crawford H, Sumer and the Sumerians, Cambridge, Cambridge University Press, 1991.
- [88] Columbia Encyclopedia, Sixth Edition, 2004 www.encyclopedia.com/html/section/insurance_TheHistoryofInsurance.asp].
- [89] Daniel J. Boorstin (1985). *The Discoverers: A History Of Man's Search To Know His World And Himself*, New York: Vintage Books.. Originally published by Random House, 1983.
- [90] Derry T. K. and Williams Trevor I. (1961). *A Short History Of Technology From The Earliest Times To A.D. 1900*, New York: Oxford University Press.
- [91] Donald Clarke (ed.) (1977). *The Encyclopedia Of Inventions: The Story Of Technology Through The Ages*, New York: Galahad Books.
- [92] Foremski T. (5 November 2003) Intel claims chip breakthrough. *Financial Times*, p.19.
- [93] Geoffrey P. (2000). *The Early History of Financial Economics, 1478-1776 From Commercial Arithmetic to Life Annuities and Joint Stocks*, Published by: Edward Elgar Publishing Aldershot, UK.
- [94] Georgescu-Roegen N.(1971). *The Entropy Law and the Economic Process*, Harvard University Press, Cambridge.
- [95] George A. B., "Contracts," in *Assyrian and Babylonian Literature: Selected Transactions, With a Critical Introduction by Robert Francis Harper* New York: D. Appleton & Company, 1904.www.fordham.edu/halsall
- [96] Hirooka M (2003) Nonlinear dynamism of innovation and business cycles, *Journal of Evolutionary Economics*, Springer-Verlag, p. 549—576.
- [97] Hooker R. (1999). *The code of Hammurabi*, translated by L.W. King (1910), edited by Richard Hooker, Washington State University, <http://www.wsu.edu/~dee/MESO/CODE.HTM>
- [98] Keutgen F.,ed., *Urkunden zur Städtischen Verfassungsgeschichte*, Berlin: Emil Felber, 1901; reprinted in Roy C. Cave & Herbert H. Coulson, eds., *A Source Book for Medieval Economic History*, Milwaukee: The Bruce Publishing Co., 1936; reprint ed., New York: Biblio & Tannen, 1965 www.fordham.edu/halsall/source/1241lubeckhamburg.html
- [99] Levitt Th., *The Marketing Imagination*. London, New York, Collier Macmillan Publishers, 1983.
- [100] Levitt Th. *Marketing for Business Growth*. McGraw-Hill Book Company, New York, 1969.
- [101] Levitt Th. *Innovation in Marketing*. McGraw-Hill Book Company, New York, 1962.
- [102] Luders A., ed., *The Statutes of the Realm: Printed by Command of His Majesty King George the Third, in Pursuance of an Address of the House of Commons of Great Britain, From Original Records and Authentic Manuscripts, 11 vols., (London: Record Commission, 1810-1828), Vol. I, pp. 53-54, 98-100, 165, www.fordham.edu/halsall*

- [103] Mantegna R.N, Stanley H.E. (1999). *An introduction to econophysics: correlations and complexity in finance*, Cambridge university press.
- [104] Maevsky V.I., Kazhdan M. (1998). The evolution of macrogenerations. *Journal of Evolutionary Economics*, Springer-Verlag, 8, 407-422.
- [105] McNulty S., Labate J. (November 9 2001) Rivals are set to take advantage, *Financial Times*.
- [106] Mehr R. I. (1985) *Principles of Insurance*, publisher: R.D. Irwin.
- [107] Merton R. C. (1973). *Theory of Rational Option Pricing*, *Bell Journal of Economics and Management Science* 4.
- [108] Miles D., Scott A. (2001). «Macroeconomics: Understanding the Wealth of Nations», Wiley College textbooks, London, <http://mscmga.ms.ic.ac.uk/dkmmiles/chapter9.pdf>
- [109] Moore G.E. (April 19, 1965). Cramming more components onto integrated circuits, *Electronics*, vol.38, number 8, <ftp://download.intel.com/research/silicon/moorespaper.pdf>
- [110] Incoterms 1990, International Chamber of Commerce, ICC Publication No 461/90.
- [111] Incoterms 2000, International Chamber of Commerce, ICC Publication No 560, 1999.
- [112] Rorke K., Williamson J. (2001). «After Columbus: explaining the global trade boom 1500—1800», National Bureau of economic research, Cambridge, <http://papers.nber.org/papers/w8186.pdf>
- [113] Prowse M., Greying Europe will find it hard to shoulder the burden of old age, *Financial Times*, October 4/October 5, 2003.
- [114] Sadtchenko K.V. (2005). *The Pyramidal Life Cycle of Economic Structures*, *PHYSICA A: Statistical Mechanics and its Applications*, Elsevier Science Publishers, Volume 350, Issues 2-4, Pages 163-684 (15 May 2005), www.elsevier.com
- [115] Sadtchenko K.V. (2003, September) *Life cycles of economic structures*, paper from the book of the 5th International Symposium on Evolutionary Economics, Pushino, Moscow region, Russia. www.inst-econ.org.ru
- [116] Sadtchenko K.V. (2002). *Universal laws in application to evolutionary economics*, *Nonlinear Dynamics, Psychology, and Life Sciences*, Vol.6, No 2, 121-135, New York: Kluwer Academic/ Human Sciences Press. <http://www.kluweronline.com/issn/1090-0578/content>
- [117] Sadtchenko K.V. (2000). *Universal laws in application to evolutionary economics*. In A. Matsumoto, Y. Aruka (Eds.), *Evolutionary Economics in Tokyo* (49-52). *Papers of Fourth Annual Conference of the Japan Association for Evolutionary Economics (JAFEE)*, Tokyo.
- [118] Southgate George W., (1962) B.A. revisions, *English Economic History* J.M. Dent & Sons Ltd. Patterson, L. Ray, and Stanley W. Lindberg. *The nature of copyright*. Athens: University of Georgia Press, 1991.
- [119] Puu T. *Economic Development, Darwin, and Catastrophe Theory*. In A. Matsumoto, Y. Aruka (Eds.), *Evolutionary Economics in Tokyo* (p.7). *Papers of Fourth Annual Conference of the Japan Association for Evolutionary Economics (JAFEE)*, Tokyo, 2000.
- [120] Thatcher, Oliver J. ed., *The Library of Original Sources* (Milwaukee: University Research Extension Co., 1901, www.fordham.edu/halsall
- [121] Vernon R. *International Investment and International Trade in the Product Cycle*, *Quarterly Journal of Economics*. May, 1966.
- [122] Weiser & Brown (July 1996) «Designing Calm Technology», *PowerGrid Journal*, v. 1.01, <http://powergrid.electriciti.com/1.01>
- [123] Williams Trevor I. (1982). *A Short History Of Twentieth-Century Technology c. 1900—1950*, New York: Oxford University Press.
- [124] *World Investment Report. FDI Policies for Development: National and International Perspectives*, UNCTAD, 2003. <http://www.unctad.org/wir>

СОДЕРЖАНИЕ

От авторов	3
ГЛАВА 1. КРАТКАЯ ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ	5
ГЛАВА 2. ПОНЯТИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	46
2.1. Ресурсный подход в мировой экономике и внешней торговле.....	46
2.2. Цели внешнеторговой деятельности	52
ГЛАВА 3. ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫЕ ОПЕРАЦИИ.....	55
3.1. Импорт в Россию	55
3.2. Экспорт из России	61
3.3. Внешнеторговый контракт.....	64
3.4. Международные расчеты по внешнеторговому контракту.....	89
3.5. Бухгалтерский учет внешнеторговых операций	100
3.6. Товар во внешнеторговой деятельности	104
3.7. Услуги, интеллектуальная собственность.....	114
3.8. Расчет таможенных платежей.....	122
3.9. Транспортно-экспедиторское обеспечение внешнеторговых контрактов.....	137
ГЛАВА 4. МЕЖДУНАРОДНЫЕ И РОССИЙСКИЕ ПРАВИЛА ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	146
4.1. Государственный контроль за экспортом и импортом.....	147
4.2. Международные правила внешнеторговой деятельности.....	155
4.3. Международные правила толкования торговых терминов «Инкотермс»	158
ГЛАВА 5. МАРКЕТИНГ ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	161
5.1. Сущность, принципы, функции маркетинга.....	161
5.2. Международный маркетинг	167
5.3. Маркетинговые исследования.....	186
5.4. Методы расчета и установления внешнеторговых цен	195
5.5. Нелинейный жизненный цикл товара	214
ГЛАВА 6. СОВРЕМЕННЫЕ ДЕЛОВЫЕ КОНЦЕПЦИИ	226
6.1. Концепция «just-in-time»	226
6.2. Управление цепями поставок.....	229
ГЛАВА 7. СТРАХОВАНИЕ ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	233
7.1. Краткая история страхования	233
7.2. Условия страхования	245
7.3. Управление рисками.....	248

ГЛАВА 8. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	256
8.1. Принципы создания информационной системы.....	257
8.2. Информационные системы для внешнеторговой деятельности.....	264
8.3. Внешнеторговая статистика РФ.....	268
ГЛАВА 9. ПОСРЕДНИКИ ВО ВНЕШНЕТОРГОВОМ ДЕЛЕ	273
9.1. Компании — торговые посредники	273
9.2. Порядок и режим деятельности представительства иностранных фирм, банков и организаций на территории РФ	278
9.3. Транснациональные компании	282
ГЛАВА 10. ЖИЗНЕННЫЕ ЦИКЛЫ КОМПАНИЙ	287
10.1. Вектор эволюции компании	287
10.2. «Пирамидальный» жизненный цикл компаний	292
10.3. Будущее и внешнеторговое дело.....	303
ПРИЛОЖЕНИЯ	309
ТЕРМИНЫ	311
ДЕЛОВАЯ ПЕРЕПИСКА НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ WRITTEN ENGLISH FOR BUSINESS	319
Раздел 1. ПРИМЕРЫ КОНТРАКТОВ НА ИМПОРТ И ЭКСПОРТ ТОВАРОВ, ЛИЦЕНЗИОННОГО СОГЛАШЕНИЯ, ДИСТРИБЬЮТЕРСКОГО СОГЛАШЕНИЯ	324
Образец контракта на импорт в Россию (поставка авиа и/или смешанным морским и автомобильным транспортом)	324
Образец контракта на экспорт из России (поставка железнодорожным транспортом).....	330
Образец лицензионного договора на передачу и использование технологии	337
Образец дистрибьютерского соглашения	362
Раздел 2. ТОРГОВЫЕ ТЕРМИНЫ “ИНКОТЕРМС”	378
Торговые термины “Инкотермс 2000” (в публикации Международной торговой палаты № 560) с графическими иллюстрациями и основные обязательства экспедиторов, назначенных продавцом и покупателем, в зависимости от условий поставки в соответствии с Инкотермс 2000.....	378
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	392

**Игорь Иванович Кретов
Кирилл Вадимович Садченко**

ВНЕШНЕТОРГОВОЕ ДЕЛО

Учебное пособие

Редактор *Н.В. Токарева*
Компьютерная верстка *И.К. Чикиной*

Подписано в печать 04.11.2005
Формат 60/90×16. Объем 25 печ. л.
Тираж 5000 экз. Заказ № 3246

Издательство «Дело и Сервис»
Почтовый адрес: 107014, г. Москва, а/я 112.
Адрес: 121096, г. Москва, ул. В. Кожинной, 14.
Тел.: 964-97-57, 148-95-62
E-mail: zakaz@dis.ru
<http://www.dis.ru>