

Министерство образования и науки
Национальный технический университет Украины
«Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»

Международная торговля: КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ

Рекомендовано Методическим советом КПИ им. Игоря Сикорского
как учебное пособие для студентов – иностранных граждан, которые
обучаются на русском языке по специальности 051 «Экономика»,
специализации «Международная экономика»



Киев
КПИ им. И. Сикорского
2018

УДК 339.56

Международная торговля: конспект лекций [Электронный ресурс] : учеб. пособ. для студ. специальности 051 «Экономика», специализации «Международная экономика» / КПИ им. Игоря Сикорского ; составит.: Моисееко Т. Е. – Электронные текстовые данные (1 файл: 5,14 Мбайт). – Киев : КПИ им. Игоря Сикорского, 2018. – 289 с. – Название с экрана.

*Гриф предоставлено Методическим советом КПИ им. Игоря Сикорского
(протокол № 2 от 18.10.2018 г.)
по представлению Ученого совета факультета менеджмента и маркетинга
(протокол № 2 от 24.09.2018 г.)*

Электронное сетевое учебное издание

Международная торговля: конспект лекций

Составитель:

Т. Е. Моисееко – к.э.н., доцент кафедры международной экономики НТУУ «КПИ имени Игоря Сикорского».

Ответственный редактор:

С. В. Войтко – д.э.н., профессор, заведующий кафедрой международной экономики факультета менеджмента и маркетинга НТУУ «КПИ имени Игоря Сикорского».

Рецензент:

Е. Н. Савицкая – к.э.н., доцент, доцент кафедры менеджмента НТУУ «КПИ имени Игоря Сикорского».

Учебное пособие по дисциплине «Международная торговля: конспект лекций» предназначено для студентов высших учебных заведений экономических специальностей, предпринимателей, аспирантов и молодых ученых, а также для обучения студентов из других стран, получающих образование на территории Украины.

В учебном пособии собрана необходимая теоретическая информация для проведения лекций со студентами. Материал предназначен для формирования представления о процессе международной торговой деятельности. В данной работе представлены практические ситуации и обзор исторических фактов, которые помогают получить наиболее комплексное восприятие дисциплины. В приложениях так же представлены необходимые для осуществления международных торговых сделок шаблоны и примеры документов.

СОДЕРЖАНИЕ

Вступление.....	4
Структура лекций.....	5
Лекция 1. История возникновения и развития международной торговли.....	6
Лекция 2. Организация международной торговли.....	30
Лекция 3. Организация международной торговли услугами.....	50
Лекция 4. Международные торговые операции и риски, связанные с ними...	66
Лекция 5. Международные организации по вопросам торговли и торговые палаты.....	76
Лекция 6. Стандартные документы и системы. Документарные продажи.....	90
Лекция 7. Характеристика экспортно-импортных операций. Обзор документов.....	108
Лекция 8. Стандартные торговые термины. ИНКОТЕРМС 2010.....	120
Лекция 9. Страхование грузов в международной торговле.....	133
Лекция 10. Международные грузоперевозки морем.....	141
Лекция 11. Международная перевозки автотранспортом.....	158
Лекция 12. Международная перевозки авиатранспортом.....	167
Лекция 13. Электронная коммерция в международной торговле.....	174
Лекция 14. Практические аспекты применения электронной коммерции в международной торговле.....	184
Лекция 15. Интеллектуальная собственность в международном бизнесе.....	205
Лекция 16. Качество в международной торговле.....	227
Лекция 17. Менеджмент торговых предприятий.....	245
Лекция 18. Юридическое сопровождение международного бизнеса.....	260
Рекомендованная литература.....	276
Приложения.....	280

ВСТУПЛЕНИЕ

Дисциплина «Международная торговля» составлена в соответствии с профессиональной программой подготовки студентов образовательной степени «Магистр» по специальности 051 «Экономика», специализации «Международная экономика».

Международная торговля является ведущей формой внешнеэкономической деятельности, основой для развития международного бизнеса. Основные проблемы, которые отображены в рамках данной дисциплины, концентрируются вокруг теорий международной торговли, имеющих длительную историю, современного состояния международной торговли, закономерностей и тенденций внешнеторговой и международной торговой политики, организации внешнеторговых операций, торговли услугами, электронной коммерции, интеллектуальной собственности, менеджмента торговых предприятий.

Предметом учебной дисциплины является изучение совокупности экономических отношений в сфере международного обмена товарами и услугами.

Целью дисциплины является формирование у студентов понимания закономерностей, логики и механизмов осуществления международной торговли, получения знаний и практических навыков о применении различных форм организации и методов международного обмена товарами и услугами, заключения международных коммерческих контрактов, страхование торговых сделок, а также поиск инновационных и перспективных подходов к организации международной торговой деятельности.

Представленная в учебном пособии структура лекций построена таким образом, чтобы последовательно и полно проиллюстрировать студентам основную суть организации и функционирования процессов в международной торговле. Материал лекций составлен на основе данных, собранных Международной торговой палатой (ICC, International Chamber of Commerce), региональными торговыми палатами, ведущими экспертами в сфере международных экономических отношений, чтобы помочь студентам расширить свой кругозор знаний в области международной торговли, бизнеса, анализа иностранного рынка товаров и услуг, быть готовым к работе в профильной организации, а так же обладать минимально необходимыми знаниями для начала собственного международного бизнеса.

Теоретические аспекты дополнены практическими примерами, в тексте приведены бизнес-кейсы, сделан упор на практическую реализацию приобретенных в процессе обучения знаний.

В конце учебного пособия размещены приложения, в которых представлены необходимые для осуществления международных торговых сделок шаблоны и примеры документов.

СТРУКТУРА ЛЕКЦИЙ

В структуру кредитного модуля включено 36 часов для проведения лекционных и 18 часов для практических занятий для студентов стационарной формы обучения. Структура дисциплины с разбивкой на лекции приведена ниже в таблице 1.

Таблица 1

Структура дисциплины с разбивкой на лекции

№ лекции	Название темы
1	История возникновения и развития международной торговли
2	Организация международной торговли
3	Организация международной торговли услугами
4	Международные торговые операции и риски, связанные с ними
5	Международные организации по вопросам торговли и торговые палаты
6	Стандартные документы и системы. Документарные продажи
7	Характеристика экспортно-импортных операций. Обзор документов
8	Стандартные торговые термины. ИНКОТЕРМС 2010
9	Страхование грузов в международной торговле
10	Международные грузоперевозки морем
11	Международная перевозки автотранспортом
12	Международная перевозки авиатранспортом
13	Электронная коммерция в международной торговле
14	Практические аспекты применения электронной коммерции в международной торговле
15	Интеллектуальная собственность в международном бизнесе
16	Качество в международной торговле
17	Менеджмент торговых предприятий
18	Юридическое сопровождение международного бизнеса

ТЕМА 1.

ЛЕКЦИЯ 1. ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

1.1. Развитие международной торговли и бизнеса

1.2. География международной торговли Украины

- Как считаете вы, что такое «международная торговля»? В каких сферах вам могут быть полезны знания по данной дисциплине?

Есть множество определений данного понятия, но в целом оно сводится к тому, что *международная торговля* — это ни что иное, как процесс купли-продажи, который осуществляется между продавцами, покупателями, посредниками из разных стран.

Впервые этот термин использовал в XII веке итальянский ученый-экономист Антонио Маргаретти, автор экономического трактата *«Власть народных масс на Севере Италии»*.

Зародившись в глубокой древности, мировая торговля достигает значительных масштабов и приобретает характер устойчивых международных товарно-денежных отношений на рубеже XVIII и XIX вв.

- А что означает понятие «международный бизнес»? Чем отличается от международной торговли?

Понятие международного бизнеса несколько сложнее. Историческое и логическое возникновение международного бизнеса произошло в связи с расширением *международного разделения труда*, а также в связи с *формированием мирового рынка, международной торговли*.

***Международный бизнес** – это взаимодействие организаций различных форм собственности или подразделений компании, которые находятся в разных государствах, цель которых получить доход именно за счет преимущественной выгоды международных операций в сфере деловых отношений.*

То есть это предпринимательская деятельность, которая связана с тем, что капитал используется в разных формах и в условиях высокой деловой активности, а также существует для получения прибыли и распространяется на международную сферу экономики.

Включает в себя различные хозяйственные операции, которые осуществляются двумя-тремя и более государствами. Подобные деловые отношения могут происходить и между коммерческими организациями, и между государственными учреждениями.

Но, прежде чем вникать в детали дисциплины, предлагаю вспомнить историю развития международной торговли и международного бизнеса.

РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ И БИЗНЕСА

До конца 19 в. фактически повсюду большинством населения являлись *крестьяне*, которые производили продовольствие, а также изготавливали орудия труда и многие предметы первой необходимости. То, что они не могли произвести сами, *покупалось в близлежащих городах в обмен* на излишки сельскохозяйственной продукции (обычно небольшие) и некоторые ремесленные изделия.

Дальние поездки по торговым делам были большой редкостью, поскольку:

1. практически все продукты производились в небольших количествах;
2. перевозка товаров сопровождалась рисками – даже опасностями (разбойники, пираты, отсутствие дорог и т.д.);
3. перевозка товаров сопровождалась большими расходами;
4. перевозка товаров занимала много времени.

Но предприниматели того времени готовы были идти на такие высокие риски, так как казалась привлекательной перспектива получить доход во много раз, превышающий их затраты.

Там, где, несмотря на риск и трудности, существовала МТ, она была *монополизирована* получившими государственную лицензию частными организациями, вроде британской Ост-Индской компании.

За границу имело смысл вывозить лишь товары, обладавшие высокой стоимостью при малом весе, например, драгоценные камни, благородные металлы,

пряности, некоторые виды тканей (особенно шерстяные и шелковые), меха и вино, иногда – зерно, но в небольших количествах.

i **Исторические факты**

В средневековой Европе в преддверие зимы начинались массовый убой скота и заготовка мяса. Если мясо просто солить, оно теряет свой изначальный вкус. Сохранить его почти в первозданном виде помогают пряности, которые привозили в основном из Азии. Но так как турки монополизировали почти всю торговлю пряностями, их цена была заградельной. Этот фактор был одним из мотивов бурного развития мореплавания и начала эпохи великих географических открытий. А на Руси из-за суровых зим острой необходимости в пряностях не было.

Веками международная торговля велась на побережье Средиземного и Балтийского морей и вдоль азиатских караванных путей, ведущих к этим морям.

Главными центрами международного обмена товарами были:

- итальянские города: Венеция, Генуя, Флоренция;
- немецкие города: Аугсбург, Нюрнберг;
- торговые города Фландрии (нынешней Бельгии);
- портовые города Ганзейского союза на южном и восточном побережье Балтийского моря.

Ганзейский союз (рис.1) возник в результате договора Любека с Гамбургом в 1241 году. Членами Ганзы в разное время были более 200 больших и малых городов, расположенных главным образом в бассейне Северного и Балтийского морей. Для выработки общих правил и законов представители городов регулярно собирались на съезды в Любеке.

Ганзейские купцы и компании пользовались определенными правами и привилегиями.

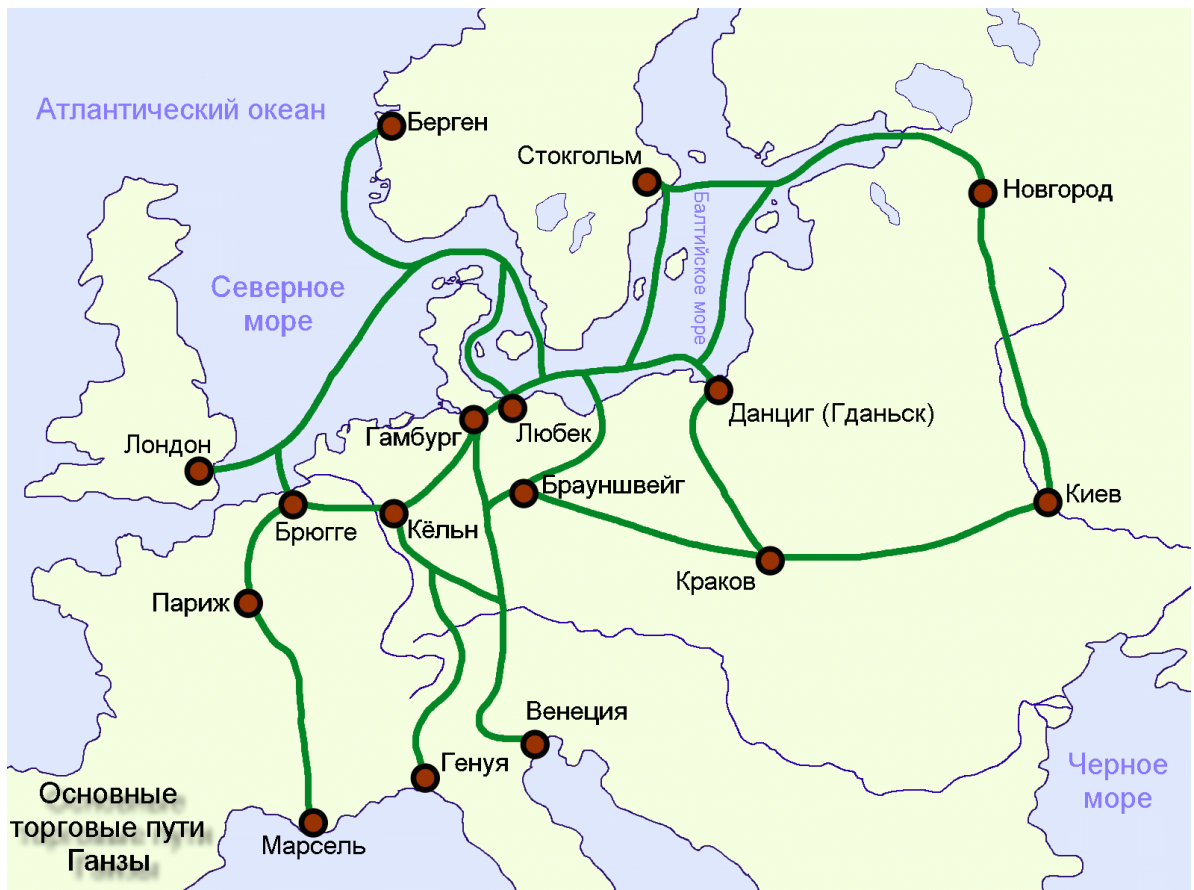


Рис. 1. Карта торговых городов Ганзейского союза

Основой интересов Ганзы вдали от германских земель и вне городов, входивших в этот средневековый торговый союз, были так называемые *конторы* – *Kontor* (рис.2).



Рис. 2. Города в которых базировались конторы Ганзейского союза

Филиалы поменьше (фактории и торговые посты) можно было встретить повсюду – от Португалии до Норвегии, от Исландии до России.

Обратите внимание, что, несмотря на значительное количество филиалов, только четыре стали конторами.

Такая ситуация обусловлена следующим:

1. наличием крупного и интересного для немцев рынка (шерсть – в Лондоне, сукно – в Брюгге, пушнина и воск – в Новгороде, вяленая рыба – в Бергене);
2. расположением (в случае с Великим Новгородом и Бергеном – их расположение, удаленность от немецких земель, необходимость создать условия для зимовки);
3. наличием торговых, таможенных и налоговых привилегий (готовность их предоставить и регулярно подтверждать со стороны иноземных князей, их заинтересованность в развитии торговли).

Например, в Копенгагене не было достаточного количества интересных для немцев товаров. Стокгольм мог бы стать подходящим местом, но в этом городе Ганза не смогла добиться для себя торговых привилегий.

Еще один *пример* – ежегодный рынок в Шонии, в те времена – датская территория, а сейчас шведская провинция Скания.

На протяжении нескольких столетий немцы ездили на *Шонский рынок* за *соленой сельдью*. Время проведения рыбного рынка было ограничено ходом сельди – с конца июля по конец октября, соответственно, необходимости держать здесь постоянный крупный филиал у Ганзы не было.

Позже исчезновение сельди у берегов Шонии станет одной из экономических причин распада Ганзейского союза.

Богатые косяки переместятся к берегам *Голландии* – вечного конкурента Ганзы. Одновременно быстрое распространение идей Реформации в Северной Европе приведет к резкому уменьшению спроса на рыбу. А также тот факт, что пик сбыта рыбы на протяжении столетий приходился на постное время, а новая протестантская религия постов не предусматривала.

Однако в жизни простых людей торговля не играла заметной роли, и открытие Америки и кругосветные плавания вокруг Африки и Южной Америки мало что в ней изменили. Тем не менее, результатом проявленного моряками мужества и мастерства стало смещение европейских морских торговых путей в сторону Атлантического и Индийского океанов.

ПРОМЫШЛЕННАЯ РЕВОЛЮЦИЯ

Значительный прорыв в развитии МТ был связан с промышленной революцией. Британские технологические инновации 17–18 вв. способствовали повышению производительности труда, сначала в сельском хозяйстве, а затем и в промышленности. Новые машины и оборудование сделали возможным появление более крупных предприятий по производству дешевых тканей, выплавке стали (подрывные инновации).

Во второй половине 19 в. появились новые отрасли производства: машиностроение, электротехническая и химическая промышленность.

Эти первые шаги в направлении массового производства привели к резкому увеличению объема перевозок товаров из страны в страну.

Вскоре на путь промышленного развития вступили Франция и Бельгия. Постепенно промышленная революция распространилась на Германию, США и (несколько позднее) Японию.

Обратите внимание, что еще в 19 в. объем международной торговли товарами и услугами не превышал 3% от стоимости мирового выпуска продукции.

С развитием транспорта и появлением средств связи все процессы значительно активизировались:

- по железным дорогам и на пароходах перевозились большие партии грузов на дальние расстояния;
- телеграф существенно упростил распространение информации по всему миру.

В результате этих изменений объем внешней торговли значительно вырос.

Можно отметить, что в Европе интенсивно происходило развитие международного бизнеса, инициированное революцией в сфере промышленности и эрой массового производства.

Появились государства, производящие промышленные товары и государства, торгующие этими товарами. Такое межгосударственное разделение труда было связано с различием в темпах развития стран Европы, с различием наличия тех или иных природных ресурсов, с разным уровнем образования европейского населения и другими факторами.

В результате предприятия и их филиалы в сфере производства активно развивались в зарубежных странах. Происходило развитие международного транспорта и финансовых услуг.

ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ

Далее, индустриализация способствовала спросу на сырье: сначала на хлопок и лес, а затем на металлы и топливо.

ЭПОХА СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Далее выделяют период – эпоха свободной торговли. В основе ее – устранение ограничений на передвижение товаров и услуг из страны в страну.

В начале 20го века международная торговля все еще регулировалась золотым стандартом, в соответствии с которым национальные валюты имели фиксированную стоимость в золоте и диспропорции в платежах между странами погашались передачей золота на соответствующую сумму.

Ни одна страна не могла поддерживать конкурентоспособность своих товаров на мировом рынке путем девальвации национальной валюты; кроме того, невозможно было сохранять дефицит платежного баланса в течение неопределенно долгого времени. Поэтому все страны-участницы международной торговли стремились обеспечивать конкурентоспособность своих товаров за счет *снижения издержек производства*.

ДЕПРЕССИЯ

Далее следовал период – депрессии. В ходе Первой мировой войны золотой стандарт был подорван и в 1920-х годах заменен золотодевизным стандартом, в соответствии с которым все международные расчеты производились в английских фунтах стерлингов и американских долларах.

Многие государства реагировали на депрессию усилением контроля над внешней торговлей. Одно за другим они официально выходили из системы золотого стандарта, старались поднять конкурентоспособность товаров путем *девальвации своих валют и введения тарифов и квот*. Это защищало национальное производство от иностранной конкуренции. Но, подобная цель могла быть достигнута только за счет других стран – проведением *политики «разорения соседа»*.

Многие страны могли играть в эту игру и действительно делали это, соответственно результатом стала международная разобщенность, а мировая торговля переживала застой и даже упадок. Объем промышленного производства в большинстве стран сокращался, и, как следствие, снижался промышленный спрос на первичные продукты, что подрывало международную торговлю.

ПОСЛЕВОЕННЫЕ ГОДЫ

Подрыв международной торговли в 1930-х годах, усиленный последствиями Второй мировой войны, оказался столь значительным, что абсолютный объем торговли в 1940-х годах не превысил уровня 1913 года.

Отметим, что весомую роль сыграл период Первой мировой войны, итогом которой стало поражение Германии, приводящее к переделу мирового рынка; и период Великой депрессии 1929-1932 годов, который заострил вопрос эффективности развития международного бизнеса, используя интернационализацию человеческих ресурсов.

Озабоченные негативными последствиями такого застоя, союзники еще до завершения военных действий приступили к разработке планов по улучшению системы мировой торговли:

1. было решено создать **Международный валютный фонд (МВФ)**, который должен был стоять на страже стабильности валют;
2. во второй половине 1940-х годов с помощью **Генерального соглашения о тарифах и торговле (ГАТТ)** удалось добиться нормализации и определенной унификации торговой политики почти всех несоциалистических стран мира.

В 1970-е годы, после окончания Второй мировой войны, разница в темпах инфляции между странами на протяжении 1950–1960-х годов время от времени приводила к торговым диспропорциям.

Великобритания и особенно США не могли ни контролировать рост цен, ни адаптироваться к нему посредством корректировки обменных курсов валют.

Когда в 1970-х годах валютные курсы окончательно «поплыли» – стали колебаться на спекулятивных валютных рынках в соответствии с инфляцией и другими экономическими показателями, – профсоюзы потребовали увеличения заработной платы в качестве компенсации роста цен на импортные товары (в частности, на нефть). В результате меры по сокращению импорта за счет повышения курсов иностранных валют часто оказывались недостаточно эффективными.

1980–1990-Е ГОДЫ

В 1980-е годы начался **Уругвайский раунд ГАТТ**, на котором обсуждались сельскохозяйственные субсидии, а также ограничения в торговле услугами. Отметим, что лишь после восьми лет переговоров участники раунда достигли

соглашения о принятии новой масштабной программы развития свободной торговли.

1 января 1995 года на смену ГАТТ пришла **Всемирная торговая организация (ВТО)**, на которую возложена ответственность за:

- практическую реализацию принятых в ходе Уругвайского раунда решений;
- продолжение либерализации в сферах телекоммуникаций, банковских услуг, страхования, туризма и морских перевозок.

1 января 1994 года вступило в силу **Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА)**, заключенное между Канадой, США и Мексикой. Основной задачей было уничтожение существующих тарифов и прочих торговых барьеров в регионе. Первичная роль – промежуточный шаг к созданию зоны свободной торговли, охватывающей все Западное полушарие.

Так, первыми, кто осуществил мультинациональный бизнес, стали крупные корпорации США, пользовавшиеся преимуществами своей страны в послевоенное время.

Именно в это время произошло мощное международное развитие бизнеса, когда во всем мире перестают существовать закрытые структуры. Международный бизнес выходит на новый качественный уровень развития, нуждаясь при этом в таком же новом и качественном управлении.

Чем больше расширяется бизнес по миру, тем эффективнее бизнес, а системы управления иностранными операциями и деятельностью в сфере экономики необходимо заменить на международный менеджмент.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ. ГЛОБАЛИЗАЦИЯ

Глобализация заключается в том, что экономические международные связи охватили почти все государства мира, и каждая из этих стран в той или иной степени зависит от международного бизнеса.

Последствия могут быть разные: казалось бы, государство пользуется всеми положительными моментами международного бизнеса при этом не испытывает последствий отрицательного характера в отсутствии каких-либо возможностей или ресурсов. Но есть и другая сторона: государство становится зависимым от мирового рынка и, соответственно, несет определенные риски.

Несмотря на усиливающуюся интеграцию мировых рынков, политические, психологические и технические преграды на пути передвижения товаров и услуг между странами все еще остаются существенными.

Устранение этих преград привело бы к весьма значительной трансформации мирового хозяйства, а также национальных хозяйств всех стран мира.

По мнению многих экономистов, первые очевидные признаки такой трансформации появились уже в 1970-е годы.

В большинстве промышленно развитых стран мира начали осознавать, что такие новые индустриальные державы, как Южная Корея, Гонконг и Бразилия, вполне способны производить многие виды промышленной продукции (например, одежду, электронное оборудование, суда и автомобили) с меньшими издержками, чем в развитых странах.

ГЕОГРАФИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В КОНТЕКСТЕ УКРАИНЫ

Внешняя торговля является важным источником наполнения государственного бюджета Украины. В свою очередь, критическая зависимость Украины от конъюнктуры внешних рынков является весомым сдерживающим фактором, который влияет на темпы экономического развития государства. В этой связи масштабные кризисные явления в международной экономике ограничивают возможности для наращивания и географической диверсификации отечественного экспорта, что, в свою очередь, негативно отражается на экономике Украины.

Рассмотрим особенности международной торговли Украины с различными регионами.

ПОСТСОВЕТСКОЕ ПРОСТРАНСТВО

Позиции и влияние Российской Федерации (РФ) на постсоветском пространстве достаточно сильные, несмотря на рост негативных тенденций в российской экономике, а также постепенное ухудшение показателей инновационно-технологического развития большинства стран региона. Между странами-участницами Таможенного союза/Единого экономического пространства (ТС/ЕЭП) продолжается негативная динамика падения объемов взаимной торговли. Такое падение вызвано влиянием как общемировых тенденций, так и развитием экономического сотрудничества государств региона с третьими странами. Кроме того, в центрально-азиатском регионе продолжается усиление влияния внешних факторов, в частности, экономической экспансии Китая, постепенного налаживания

отношений США и ЕС с Ираном, роста региональных амбиций Турции, ухудшения общего состояния в сфере безопасности и возникновения дополнительных угроз стабильности в Центральной Азии.

РОССИЙСКАЯ ФЕДЕРАЦИЯ, СТРАНЫ ТС/ЕЭП И ДРУГИЕ

Усиление влияния РФ на страны постсоветского пространства несет для Украины следующие риски:

- сокращение экспортных поставок в Казахстан, Беларусь, Армению, Киргизию, Таджикистан;
- ухудшения показателей экспорта в Азербайджан, Туркменистан, Узбекистан;
- осложнение процессов торгово-экономических отношений с Молдовой, Азербайджаном и Грузией из-за вопросов безопасности в Черноморско-Каспийском регионе (Приднестровье, Нагорный Карабах, Южная Осетия).

Основные риски для внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами постсоветского пространства, которые на сегодня не являются странами-членами ТС/ЕЭП:

- развитие национального судоходства Молдавии на р. Дунай при поддержке румынской стороны, что значительно усилит позиции Молдовы в Придунайском регионе, создаст конкуренцию порту Рени и портам Большой Одессы;
- сдерживающим фактором для развития украинско-азербайджанской торговли является нарушение со стороны Баку положений действующего договора между Украиной и Азербайджаном о введении зоны свободной торговли (ЗСТ). Следствием этого является установление таможенными органами неофициальных ограничений на объемы ввоза в страну продукции украинского производства, в отдельных случаях отечественные товары облагаются дополнительными «теневыми» сборами;
- в отношениях с Арменией сдерживающим фактором являются планы вступления этой страны в Таможенный союз, высокая вероятность монополизации ее рынка со стороны РФ, недостаточный транзитный потенциал (закрытость границ с Турцией и Азербайджаном), задолженность армянской стороны перед отечественными

предприятиями, что приведет к сокращению объемов товарооборота с Украиной;

- узкоспециализированное наполнение внешнеэкономической политики Туркменистана, направленной на поддержку экспортеров (состоит преимущественно из правовых инструментов обеспечения безопасности экспорта энергоресурсов), а также высокая степень ее централизации и консерватизма (любые значимые внешнеэкономические контракты должны быть одобрены лично президентом страны) может привести к снижению темпов развития сотрудничества с Украиной;
- осложненный характер украинско-узбекских отношений на фоне соблюдения Узбекистана принципа сохранения приоритета политической стабильности над экономическими интересами.

ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА

Значительные различия в темпах развития государств Западной Европы обуславливают не простую макроэкономическую ситуацию в регионе. Это связано с неравномерным влиянием кризиса на состояние национальных финансовых систем, рынков труда и недвижимости, а также различными уровнями эффективности шагов правительств по преодолению кризисных явлений.

Основные риски для внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами Западной Европы:

- обострение российско-украинского конфликта провоцирует отток из Украины инвестиций, в первую очередь из сектора финансовой и страховой деятельности;
- ориентация стран-лидеров ЕС, задействованных в урегулировании украинского кризиса, на получение индивидуальных выгод от сложившейся ситуации и политико-экономических бонусов на перспективу, в т. ч. тех, которые могут непосредственно влиять на экономический суверенитет Украины;
- координация действий между Великобританией, Францией, Италией и Испанией в процессе обмена информацией с целью противодействия использованию европейскими компаниями оффшорных юрисдикций для уклонения от уплаты налогов и усиление регулирования традиционных финансовых институтов, что несет

опасность перевода части рисков сделок, в т.ч. с участием украинского бизнеса, в «теневой» банковский сектор.

ЦЕНТРАЛЬНО-ВОСТОЧНАЯ ЕВРОПА

Для стран региона актуальными остаются вопросы борьбы с безработицей, сокращения разрыва в экономическом развитии со странами Западной Европы, поиска новых источников внешнего финансирования. Перед большинством стран ЦВЕ стоит задача реконструкции и совершенствования железнодорожной, автотранспортной, портовой и энергетической инфраструктуры. Особое внимание уделяется вопросу разработки модели сотрудничества ЕС с РФ и КНР и укреплению структурной устойчивости Евросоюза. Значительную роль в восстановлении экономики региона играют действия стран по диверсификации внешнеторговых отношений и привлечению прямых иностранных инвестиций.

Основные риски для внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами Центрально-Восточной Европы:

- формирование в сфере внешнеэкономической деятельности Польши тенденции опережения темпов роста экспорта над импортом, а также существенные изменения его товарной структуры. На сегодня страна специализируется на экспорте продукции машиностроения, а также электрического, электротехнического и транспортного оборудования, что предопределяет дальнейшее снижение зависимости РФ от сырьевого импорта из Украины;
- учитывая экспортную ориентированность экономики Чехии, Украина имеет приоритетное значение в контексте открытия украинского внутреннего рынка для европейских товаров;
- зависимость Словакии от поставок российских энергоносителей, вопросы ценовой политики в отношениях с российским «Газпромом», а также взаимодействия в сфере атомной энергетики образуют риски использования РФ этих возможностей с целью влияния на украинско-словацкое торгово-экономическое сотрудничество;
- высокая зависимость стабильности экономической ситуации в Венгрии от финансирования из структурных фондов ЕС может привести к частичному замораживанию реализации значимых для Украины инфраструктурных трансграничных проектов.

БАЛТИЯ И СКАНДИНАВИЯ

Следует отметить общую слабость национальных экономик стран Балтийско-Скандинавского региона, кроме Латвии и Литвы, которые продемонстрировали одни из самых высоких темпов прироста ВВП среди стран ЕС за последние годы. Положительную динамику темпов экономического развития правительствам стран Балтии удается сохранить благодаря масштабным евродотациям (внешний фактор) и растущему спросу в связи с улучшением покупательной способности граждан (внутренний фактор). Социальными вызовами остаются структурная безработица и значительное неравенство в доходах. Ухудшение их экспортных позиций связано с замедлением экономического роста в государствах Евросоюза и РФ — основных торговых партнеров Латвии, Литвы и Эстонии.

Основные риски для внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами Балтии и Скандинавии:

- низкая емкость внутреннего рынка прибалтийских стран;
- ограниченные возможности для увеличения объемов поставок украинской продукции на рынки стран Скандинавии даже в условиях либерализации торговых отношений «Украина-ЕС».

БАЛКАНСКИЙ РЕГИОН

Развитие социально-экономической ситуации на Балканах характеризуется фактическим пребыванием в кризисном состоянии экономик большинства стран региона (Греция, Республика Кипр, Сербия, Болгария) и их значительной зависимостью от внешних источников финансирования.

Основные риски для внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами Балканского региона:

- Греция в отношениях с Украиной намерена активизировать экономическое взаимодействие, что обусловлено стремлением греческой стороны преодолеть последствия глубокого финансово-экономического кризиса. Для этого предполагается увеличить объемы греческого экспорта в Украину с сосредоточением приоритетного внимания на сельскохозяйственной продукции и диверсификации номенклатуры товаров;
- экономика Сербии демонстрирует наибольшую в рамках региона открытость для российского капитала. Белград проводит курс на укрепление стратегического партнерства с РФ, пытаясь привлечь

российские инвестиции в экономику (прежде всего энергетический сектор);

- инвестиции Румынии в экономику Украины осуществляются, как правило, в виде поступлений капитала в уставной фонд совместных предприятий, открываемых румынскими компаниями. Однако на нынешнем этапе Бухарест не выражает прямой заинтересованности в этом, прежде всего, из-за отсутствия реальных возможностей участвовать в масштабных проектах на территории Украины;
- руководство Болгарии планирует усилить экономическое направление внешней политики. Новые приоритеты включают активизацию работы дипломатических представительств, поиск новых рынков для болгарских производителей и содействие привлечению иностранных инвестиций.

СРЕДНИЙ ВОСТОК

Основные риски для внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами Среднего Востока формируются под влиянием следующих факторов:

- несмотря на положительные для Украины результаты торгово-экономического сотрудничества с Турцией, политика официальной Анкары по освоению внутреннего рынка Украины является более эффективной, чем украинская;
- Турция стремится сохранить тесные отношения с Россией, которая рассматривается важным источником поставок энергоресурсов и альтернативным Украине источником импорта чугуна, стали, сплавов на основе железа, древесины, зерновых культур;
- ориентация украинского экспорта в Иран на поставки сельскохозяйственной продукции и продуктов питания на фоне сохранения чрезвычайной сложности осуществления банковских расчетов между двумя странами, вызывает уязвимость такой структуры экспорта к действиям Тегерана по проведению товарных взаимозачетов с Индией, Пакистаном и КНР за поставки аналогичных групп товаров.

БЛИЖНИЙ ВОСТОК

Большинство стран региона демонстрирует рост в «не-нефтяном» секторе, что обеспечивается привлечением государственных средств и постепенным ростом

объемов частного кредитования. В тоже время в связи с сохранением нестабильности в регионе, страны-аутсайдеры испытывают усиление кризисных явлений в экономике, что приводит к снижению уровня конкурентоспособности, занятости, заработных плат, росту потребительских цен. Нестабильная ситуация в сфере безопасности снижает туристические потоки и иностранные инвестиции.

Основные риски для внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами Ближнего Востока:

- значительная зависимость объемов будущих поставок в Саудовскую Аравию украинских черных металлов и изделий из них от позиции руководства страны о введении мер по защите интересов национальных производителей на внутреннем рынке страны;
- использование саудовской стороной при импорте продуктов питания схемы, согласно которой часть суммы (6-10 %) внешнеэкономического контракта возвращается на личные счета принцев, которые обеспечивают принятие соответствующих решений и финансирование сделок. В тоже время в государстве существует запрет на выезд за пределы страны (без разрешения наследного принца) принцев молодого поколения (с целью искоренения «ненормативного» поведения членов королевской семьи за рубежом), что затрудняет установление и развитие контактов с ними;
- в рамках сотрудничества в сфере машиностроения эмиратская сторона ориентируется на сотрудничество с компаниями США, ФРГ, Швеции, Великобритании, а в медицинской отрасли — Индии, КНР и США. При строительстве крупных промышленных объектов и жилых массивов предпочтение отдается взаимодействию со специализированными компаниями Малайзии, Индонезии, Индии и Турции;
- незначительный уровень взаимодействия с Катаром в сфере инвестиционного сотрудничества создает риски снижения актуальности для катарской стороны этого вопроса. Учитывая высокий уровень централизации системы принятия решений в Катаре, для украинской стороны является необходимым установить и развивать контакты высокого и высшего уровня, так как получение от катарской стороны любых крупных заказов на производство или приобретение украинской продукции авиастроения и ОПК невозможно без одобрения эмира (правителя) соответствующих контрактов;
- даже при условии создания ЗСТ между Украиной и Израилем экспорт отдельных видов продукции из Украины может быть затруднен,

поскольку Израиль широко использует методы нетарифного регулирования торговли, в частности, практику запрета импорта товаров, объясняя это соображениями защиты здоровья, нравственности и вопросами безопасности нации;

- израильские бизнесмены демонстрируют заинтересованность и готовность сотрудничать с Украиной только при условии государственных гарантий по их капиталовложениям, что затруднено при существующей экономической ситуации в Украине;
- потребительская емкость внутренних рынков стран региона, прежде всего Ливана и Иордании, для украинской продукции может продолжит сокращаться с учетом ожидаемого роста зависимости экономик соответствующих государств от внешнего финансирования, а также постепенной утраты ими статуса ведущих ре-экспортеров иностранных товаров и услуг в рамках ближневосточного региона.

ВОСТОЧНАЯ АЗИЯ

Главные факторы, которые будут влиять на развитие внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами Восточной Азии:

- сравнительно низкая ценовая конкурентоспособность украинской продукции (оборудования и оснащения) и ее технологическое отставание от аналогичной продукции основных мировых производителей будет продолжать ограничивать рост объемов украинского экспорта в КНР;
- согласно позиции китайского руководства, непременным условием для начала новых масштабных проектов с Украиной в различных отраслях экономики является неуклонная, качественная и своевременная реализация в полном объеме подписанных контактов и соглашений по пилотным проектам в сельскохозяйственной, энергетической и инфраструктурной сферах, а также четкое соблюдение всеми сторонами-участниками своих обязательств по договорам и контрактам;
- масштабные инвестиции Китая в развитие собственной горно-металлургической отрасли несут угрозу для украинских металлургов. Наиболее уязвимыми к китайской экспансии на мировой металлургический рынок являются украинские производители ферроникеля;

- в сфере ведения международного бизнеса в КНР активно и широко используют практику использования подставных одноразовых компаний (фирмы под разными предложениями предоставляют о себе недостоверную информацию, или вообще не предоставляют) с целью получения сведений о ценах, продукции, потребностях и, в особенности, клиентской базе;
- значительное влияние США на внешнеэкономическую деятельность Японии в сочетании со стратегическим форматом украинско-китайских отношений, а также введение Украиной специального налога на импорт новых автомобилей являются основными факторами, которые будут определять характер украинско-японского торгово-экономического сотрудничества;
- внимание руководства Южной Кореи сконцентрировано на мерах по развитию «креативной» экономики, а также развитию отношений со странами Азиатско-Тихоокеанского региона. Это будет предопределять низкий интерес официального Сеула к масштабному инвестированию в проекты на территории Украины, что подтверждает восприятие украинского рынка исключительно как потребительского для корейской продукции.

ЮЖНАЯ АЗИЯ

Особенностями развития Южной Азии являются значительный демографический потенциал, низкий уровень жизни и значительная роль государства, которая реализуется через широкие регуляторные полномочия и контроль над отдельными отраслями и предприятиями. Главными факторами экономического роста стран региона являются развитие инфраструктурных отраслей (электроэнергетика, транспорт, тяжелая промышленность) и экспортных производств (легкая промышленность, фармацевтика, сельское хозяйство, сфера информационных технологий) за счет масштабного привлечения иностранных инвестиций. В тоже время девальвация национальных валют, а также ухудшение для них условий по привлечению внешних заимствований и прямых иностранных инвестиций будут предопределять медленные темпы экономического роста региона.

Основные риски для внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами Южной Азии формируются под влиянием следующих факторов:

- возможности украинских предприятий участвовать в тендерах на территории Индии, а также выполнять ими контрактные обязательства, значительно ограничивают финансовые сложности, связанные с требованиями индийской стороны предоставлять дополнительные финансовые гарантии со стороны украинских государственных предприятий и компаний при осуществлении предконтрактной и контрактной работы с индийскими государственными учреждениями. Неурегулированность этого вопроса может усложнить или сделать невозможным взаиморасчеты между украинскими и индийскими партнерами;
- негативно повлиять на дальнейшее развитие сотрудничества с Индией может дальнейшее непризнание индийским правительством рыночного статуса украинской экономики (несмотря на то, что такой статус уже длительное время подтвержден и признается рядом стран-членов ВТО, США и странами ЕС). Это создает угрозу распространения практики применения антидемпинговых расследований по отношению к отечественным товарам;
- сохранение негативных тенденций в экономике Пакистана может непосредственно привести к сокращению экспортных поставок в эту страну. Под угрозой оказываются перспективные для украинских компаний проекты (строительство и модернизация электроэнергетических объектов, реализация проектов по газификации угля, ТЭС, проекты по улучшению сети линий электропередач и распределительных устройств).

ЮГО-ВОСТОЧНАЯ АЗИЯ

Основные риски для внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами Юго-Восточной Азии:

- Украина должна использовать сбалансированный подход к реализации своей торгово-экономической политики в регионе АСЕАН с целью предотвращения образования линий потенциальной напряженности в украинско-китайских отношениях;
- сотрудничество с Сингапуром в научно-технической сфере не имеет системного характера из-за отсутствия необходимой договорно-правовой базы. Такое сотрудничество основывается преимущественно на эпизодических контактах между представителями отечественных предприятий высокотехнологичной сферы, учеными и их

сингапурскими коллегами, что не исключает осложнений характера двусторонних отношений;

- приоритетная направленность сингапурского бизнеса на инвестирование проектов в Крыму (рассматривался как первичная площадка для прихода в Украину мощных компаний из Сингапура), с учетом аннексии полуострова можно считать утерянной;
- сдерживающим фактором развития сотрудничества с Индонезией является применение чиновниками этой страны практики искусственного блокирования переговорного процесса с иностранными поставщиками товарной продукции из-за «бюрократических формальностей». Учитывая это, установление необходимых контактов требует длительного переговорного процесса и непосредственной заинтересованности представителей деловых кругов Индонезии в ведении бизнеса с украинской стороной;
- весомым риском для развития отношений с Таиландом является уязвимость структуры экономики этой страны вследствие ее ориентации на иностранные инвестиции, экспорт и дешевую рабочую силу, а также высокую зависимость от импорта энергоносителей на фоне постоянного роста спроса. При этом Россия рассматривается как ключевой рынок сбыта таиландского риса и каучука, что может привести к влиянию российского фактора на вопросы сотрудничества с Украиной.

СЕВЕРНАЯ АФРИКА

Из-за высокого уровня террористической активности в регионе сохраняется сложная ситуация в сфере безопасности, в первую очередь в Ливии. С учетом усиления влияния кризисных явлений это приводит к нестабильности социально-экономической обстановки в результате роста потребительских цен, сокращения рабочих мест, осложнений с наполнением доходной части бюджета, снижения объемов золотовалютных резервов, а также в значительной степени блокирует возможности привлечения прямых иностранных инвестиций. Кроме этого, на фоне замедленного динамики роста мировой экономики, большинство стран региона испытывает снижение спроса на собственный экспорт.

Основные риски для внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами Северной Африки:

- проведение Египтом национально-прагматической внешнеэкономической политики может привести к вытеснению украинских поставщиков с этого рынка за счет их замещения поставщиками из числа стран первоочередного приоритета (например, пшеница — Россия/Казахстан, а металлопродукция — Китай);
- учитывая принятие новой конституции АРЕ, уровень дальнейшего сотрудничества с этой страной в экономической и военно-технической сферах будет напрямую зависеть от способности украинской стороны обеспечить развитие контактов с армейской верхушкой страны, которая сохранила контроль над стратегическими секторами египетской промышленности и получила расширенные полномочия;
- сохранение на египетском рынке значительных финансово-экономических рисков приведет к осложнениям в работе иностранных компаний и проведении внешнеэкономических операций. Основными среди них могут быть — вопросы платежеспособности; риски, связанные с национализацией ранее приватизированных компаний; неопределенность законодательной, регламентной и договорной базы; проблемы, связанные с безопасностью предприятий и условиями окружающей среды;
- развитию сотрудничества Украины с Алжиром в высокотехнологичных секторах (авиация, энергетика, металлургия, ВТС) угрожает ориентация этой страны на партнерство с мировыми лидерами в каждой конкретной отрасли и налаживание на своей территории производственных мощностей;
- рынок зерновых АНДР характеризуется почти полной привязкой к Франции (80 % рынка пшеницы). Потенциальные возможности для увеличения экспорта украинских зерновых, будут ограничиваться только кукурузой и ячменем;
- приоритетность внутреннего рынка Алжира для отдельных стран ЕС, прежде всего Франции, а также существование режима свободной торговли между Алжиром и ЕС не будет обеспечивать возможности получения украинскими экспортерами весомых ценовых преимуществ над европейскими поставщиками;
- из-за сложной ситуации в экономике (вследствие внутривосточного кризиса) Тунис будет испытывать существенный недостаток собственных финансовых ресурсов для оплаты импорта.

ЗАПАДНАЯ И ЦЕНТРАЛЬНАЯ АФРИКА

Рост ВВП подавляющего большинства стран региона сдерживают жесткие внешние условия (неблагоприятная ценовая конъюнктура на сырьевые товары, снижение динамики на развивающихся рынках, рост расходов на финансирование) и внутренние факторы (медленные темпы инвестирования, сокращение потребительского спроса, возникающие проблемы поставок товаров на внешние рынки). В условиях замедления динамики роста мировой экономики, предоставление иностранными инвесторами приоритета инвестированию в добывающую промышленность приведет к сокращению экспорта товаров из африканских стран и росту отрицательного сальдо счета текущих операций. Это вызывает падение курса национальных валют, что требует от правительств проводить денежно-кредитную политику, направленную на снижение уровня инфляции. Для подавляющего большинства стран региона дальнейшее сохранение инфляции под контролем требует осуществления значительных валютных интервенций в условиях дефицита золотовалютных резервов, что де-факто обуславливает ключевое влияние на состояние их экономики внешних игроков, в т. ч. транснациональных компаний.

Основные риски для внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами региона:

- в соответствии с заявлением министра иностранных дел Сенегала, поиск экономических партнеров, иностранных инвесторов и финансовых спонсоров является главной задачей иностранных дипломатических учреждений страны, а их деятельность будет оцениваться именно по результатам этой работы. Учитывая ограниченные возможности Украины в этом направлении, существует угроза стагнации или сокращения объемов торгово-экономического сотрудничества с этой страной;
- ухудшение инвестиционной привлекательности Нигерии из-за пересмотра ранее заключенных контрактов с иностранными инвесторами, а также намерения нигерийских властей ввести ограничительные меры по защите внутреннего рынка. Такие действия могут привести к сокращению поставок украинской продукции в Нигерию;
- низкий уровень платежеспособности Кении, а также ориентация руководства страны на реализацию экономически емких проектов в основном за счет средств иностранного инвестора может сдерживать развитие украинско-кенийского сотрудничества. При этом

иностранные государства вроде Украины используются руководством страны с целью получения уступок в отношениях со стратегическими инвесторами, прежде всего Китаем.

ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА

Активизация инфляционных процессов, сокращение объемов экспорта и притока иностранных инвестиций, уровня делового и потребительского доверия являются характерными чертами экономической ситуации в регионе. Основные риски для экономик Тихоокеанского альянса будут заключаться в возможности роста внутривластной нестабильности в Колумбии.

Основные риски для внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами Латинской Америки:

- руководство Бразилии будет делать ставку на превращение страны в глобального игрока не путем расширения собственной роли в региональных интеграционных процессах, а, прежде всего, обеспечивая собственное экономическое и военное лидерство. Учитывая это, а также текущее состояние торгово-экономического сотрудничества с Бразилией, возможности Украины по использованию формата стратегического партнерства для продвижения с помощью бразильской стороны отечественной продукции на другие рынки региона будут ограниченными.

СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА

Основные факторы влияния на развитие внешнеэкономического сотрудничества Украины со странами Северной Америки приведены ниже:

- ориентация стран Северной Америки на активизацию торгово-экономического сотрудничества со странами АТР, в т.ч. за счет введения более либеральных торговых режимов, грозит сокращением объемов поставок отечественной продукции и услуг в Азиатско-Тихоокеанский регион;
- динамика развития торговых отношений с США в значительной степени будет определяться прогрессом в вопросе заключения Трансатлантического соглашения «США-ЕС» в контексте подписания соглашений об ассоциации и зоне свободной торговли Украины с ЕС. Главными проблемными вопросами в двусторонних экономических

отношениях Украины с США являются — антидемпинговые меры по отношению к некоторым видам украинской продукции, проблемы в сфере защиты прав интеллектуальной собственности, намерения Украины пересмотреть в рамках ВТО более 350 тарифных позиций на основные сельскохозяйственные и промышленные товары, а также гарантии защиты американских инвестиций в Украину;

- перспективы развития торгового сотрудничества с Канадой: наиболее привлекательны отрасли для двустороннего сотрудничества — сельское хозяйство, сельскохозяйственное машиностроение, энергетика, технологии.



Дополнительные материалы по теме:

1. Обзор маркетинговых исследований по типам товаров и услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.rbc.ua/>
2. 11 графиков о том, как Украина борется за мировые рынки продовольствия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://businessviews.com.ua/ru/economy/id/dinamika-ukrainskogo-agrarnogo-eksporta-za-pervoe-polugodie-2016-goda-jarkie-kraski-skuchnyh-cifr-1286/>

ТЕМА 2. ЛЕКЦИЯ 2. ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

- 2.1. Особенности организации международной торговли
- 2.2. Формы организации международной торговли

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Международная торговля – это устоявшаяся и одна из самых развитых форм внешних экономических отношений. Она составляет примерно 80% всех экономических отношений между государствами, чем заслуживает особое внимание предпринимателей. Для того, чтобы успешно продавать товар или услуги в других странах, необходимо изучить особенности организации международной торговли.

Почему организация международной торговли выгодна?

Вспомним, что природные ресурсы в мире распределены в различном соотношении между государствами, что стало первой причиной для появления международной торговли.

Почему государства занимаются торговлей товарами, производить которые могут и сами?

США ввозит автотранспортные средства и телевизоры производства Японии, несмотря на то, что сами являются крупными производителями автомобильной и телевизионной промышленности.

По статистике Соединенные Штаты ввозят около 21% автомобилей, а вывозят на экспорт около 11%. Зачем заниматься ввозом иностранных автомобилей, чтобы потом расплатиться за них продажей другим странам продукции национального автомобилестроения?

Экспорт – продажа, вывоз на территории других стран товаров, которые были произведены различными отраслями национальной экономики.

Импорт – покупка, ввоз в одно из государств товаров, изготовленных на территориях других стран.

Приведем пример, который поможет разобраться в ситуации. Возьмем затраты России и Украины при выращивании сахарной свеклы и льна. Разная почва и климат этих стран делает различной и объемы выращенного продукта. Если в Украине меньше урожай льна, то в России меньше урожай сахарной свеклы. Обе страны выиграют от того, что, специализируясь на своем продукте, будут обмениваться им друг с другом. Сельскохозяйственные земли в этом случае будут максимально эффективно использованы.

Поэтому Россия еще во времена СССР выращивала лен и продавала в Украину ткани из льна, а Украина поставляла в Россию сахар, полученный путем переработки сахарной свеклы. На языке экономики такую международную специализацию торговли и производства называют принципом абсолютного преимущества.

Абсолютное преимущество – это принцип экономики, основанный на различиях одной страны перед другими в том, сколько производится затрат на создание идентичных продуктов.

Принцип абсолютного преимущества – это, когда выигрышная позиция государства заключается в специализации на производстве конкретных товаров, изготавливаемых или выращиваемых с наименьшими расходами, чем в других странах.

Такая специализация, в основе которой лежит принцип абсолютного преимущества, приводит к наиболее эффективному использованию ресурсов планеты. В результате возникает мировое хозяйство, обеспечивающее производство того или иного товара странами, которые могут потратить минимум ресурсов. Большое внимание уделяют международные организации и правительства государств развитию международной торговли.

Неравномерное распределение природных ресурсов и основа принципа абсолютного преимущества не дают полной картины понимания международной торговли. И это для экономики, как науки, было понятно еще в начале XIX века при завершении начального процесса индустриализации. Появились страны-лидеры, у которых производственные затраты на товары самых разных отраслей были гораздо ниже, чем в других странах.

Используя принцип абсолютного преимущества, лидирующие страны должны были прекратить поставки продукции менее развитым странам, но этого не произошло.

В Англии экономист и великий ученый Давид Риккардо (годы жизни 1772-1823) приоткрыл завесу тайн международной торговли и смог разглядеть в процессе развития внешней экономики принцип относительного преимущества.

***Принцип относительного преимущества** – выгода любого государства, которая заключается в экспорте тех товаров, стоимость выбора которых гораздо ниже, чем в других государствах, то есть государству есть смысл специализированно производить товары, расширенный выпуск которых связан с наименьшей стоимостью выбора, чем в государствах, где будут продавать эти товары.*

Никто не проводит таких расчетов в реальной практике коммерческих отношений. Заменой расчетам служит анализ соотношения цены на национальном и зарубежном рынках. Такое соотношение при наличии других одинаковых условий отвечает различиям в относительной производительности товаров.

i Пример

Предположим, что в Венгрии 1 тонна цемента и 1 м² стекла стоят по 1000 евро, а в Украине стоимость 1 тонны цемента составляет 15 тыс. гривен, 1 м² стекла – 30 тыс. гривен (предположим, что курс 1:30). Соответственно, если бизнесмен из Венгрии ввезет в Украину 1 м² стекла, то на выручку от сделки он может приобрести 2 тонны цемента, а у себя на родине – всего одну. При ввозе и продаже цемента в Венгрии, бизнесмен выручит 2000 евро, т.е. в 2 раза больше, чем затраты на ввезенное в Украину стекло (2000 – 1000 = 1000 евро – прибыль венгерского бизнесмена).

Как и в примере, но в больших размерах, построена вся внешняя торговая деятельность. Каждый бизнесмен делает простые умозаключения: организация международной торговли экономически выгодна, когда на прибыль от продажи за рубежом экспортного товара можно приобрести другой товар импортного производства в гораздо большем объеме, чем точно такой же товар у себя на родине.

ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Основные формы организации международной торговли представлены импортом и экспортом товаров.

По назначению товаров и их происхождению выделяют такие виды экспорта:

- вывоз товара, который был произведен или переработан в определенной стране;
- вывоз сырья/полуфабрикатов с целью дальнейшей переработки в другой стране под контролем таможни и с дальнейшим возвратом;
- вывоз товара, который уже был ввезен из иностранного государства, в т.ч. товары, участвовавшие в продаже на международном аукционе, товарной бирже и т.п. Вывоз товара по представленной схеме называется реэкспортом;
- вывоз в иностранное государство национальных товаров на короткий срок с дальнейшим возвратом, например, участие в выставках, ярмарках и

т.п., а также вывоз уже ввезенных зарубежных товаров, например, участие в аукционах, в выставках и т.п.;

- вывоз товаров в рамках транснациональной корпорации (ТНК) и в системе прямо производственных связей.

По назначению товаров и их происхождению выделяют такие виды импорта:

- ввоз из-за рубежа товара или определенных технологий для их дальнейшей реализации на национальном рынке страны-импортера и получение возмездного оказания производственных или потребительских услуг от страны-контрагента;
- ввоз из зарубежного государства отечественных товаров, которые были туда ввезены. Такой ввоз называется реимпорт;
- ввоз сырья/узлов/полуфабрикатов/деталей с целью дальнейшей переработки и затем обратный вывоз за рубеж;
- ввоз товаров на определенное время для участия в выставках, ярмарках, аукционах и т.п.;
- ввоз товаров в рамках ТНК и в системе прямо производственных связей.

В связи с постоянным развитием торговли между государствами существуют разнообразные формы организации международной торговли.

Классической торговой операцией является оплата покупателем денежными средствами приобретенного товара, но применяют и более современные формы организации международной торговли такие, как:

- международный лизинг;
- международные торги;
- биржевая торговля;
- лицензионная торговля;
- международная встречная торговля;
- международная аукционная торговля;
- международная посылочная торговля.

Международный лизинг

Распространен с середины XX века и представляет собой способ купли-продажи производственного оборудования. Первые сделки международного лизинга были



заключены американскими лизинговыми компаниями в 50-х годах XX века. Различное оборудование, произведенное в США, было передано по контрактам международного лизинга в другие страны. В этом случае лизингодатель — резидент

США имел возможность применять ускоренную амортизацию предмета договора лизинга, а также получать инвестиционные налоговые льготы и таким образом уменьшать стоимость сделки международного лизинга для лизингополучателя — нерезидента. Позднее к этому опыту присоединились фирмы Великобритании и других стран Европы.

Применение ускоренной амортизации в отношении предмета лизинга является одним из основных преимуществ лизингового финансирования.

i Практическая ситуация

Минимальная либо нулевая остаточная стоимость может быть выгодна лизингополучателю, например, в случае продажи выкупленного по лизингу оборудования или автомобиля. Лизингополучатель на вполне законных основаниях может продать это имущество по цене, например, 1 000 грн. Такая схема часто используется руководителями лизингополучателей, которые выкупают в собственность автомобили после лизинга по минимальной цене.

Преимущества применения ускоренной амортизации предмета лизинга заключаются в следующем:

- уменьшение налога на имущества по предмету лизинга;
- уменьшение налога на прибыль в период действия лизинговой сделки;
- возможность выкупить предмет лизинга по окончании лизинговой сделки по минимальной остаточной стоимости.

Лизинг – аренда на длительный срок производственных станков, оборудования, транспортных средств и т.п.

Суть сделки лизинга состоит в следующем: лизинговая фирма является арендодателем и на срок действия договора лизинга является собственником сданного в аренду оборудования. В качестве лизингодателя может выступить, как специализированная компания, так и коммерческая организация или представитель банковской системы. При истечении срока договора лизинга арендатор имеет право выкупить оборудование, вернуть его лизингодателю или продлить срок аренды.

То есть неиспользованное оборудование арендодателем с помощью лизинга дает возможность получать с него определенную прибыль, а арендатору – начать вести бизнес с меньшим вложением денежных средств. Лизинг помогает перестраивать производство и дает возможность приобрести современное оборудование импортного производства без огромных трат в валюте другого государства. Часто расчетом служит экспортируемая продукция, которая производится на лизинговом оборудовании.

Если Вам нужны деньги – берите кредит, а если оборудование, транспортные средства и прочее оборудование – лизинг.

В условиях международной торговли арендодатель и арендатор являются субъектами разных стран. Лизинговая фирма одного государства покупает оборудование у производителя своей же страны, а в аренду предоставляет арендатору иностранного государства.

Международный лизинг — это предоставление лизингодателем (лизинговой компанией) материальных ценностей иностранному лизингополучателю в аренду на разные сроки.

Международный лизинг применяется для стимулирования экспорта-импорта товаров. Виды аренды производственного оборудования представлены на рис. 3.

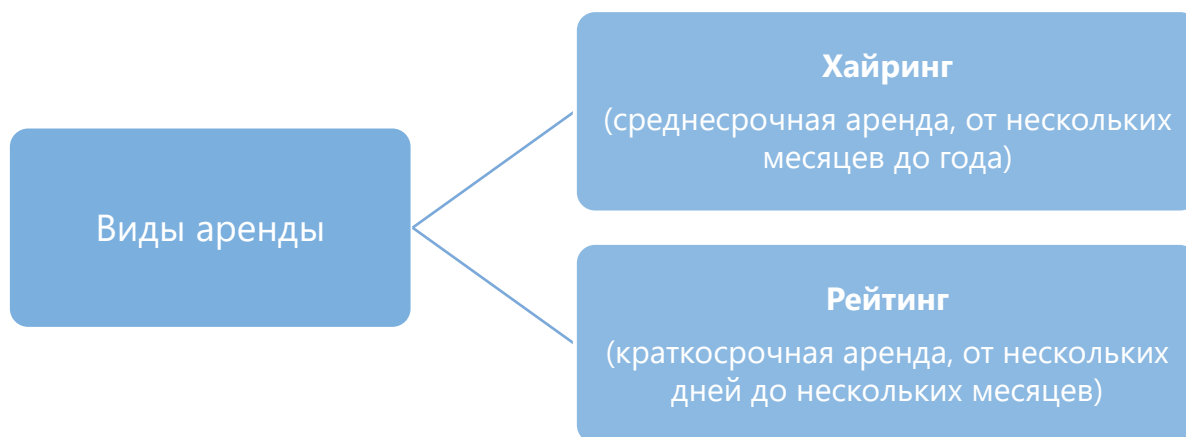


Рис. 3. Виды аренды производственного оборудования

Операции по рейтингу и хайрингу предусматривают многократную передачу машин и оборудование от одного арендатора к другому. Их объектом является стандартное оборудование, которое отвечает требованиям многочисленных арендаторов.

Любое государство мировой системы поощряет развитие международного лизинга в интересах стимулирования экономического роста. Однако, острая конкуренция на мировом рынке, несовпадение национального законодательства, методики расчетов налогообложения создают трудности для развития международного лизинга.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТОРГИ

Сегодня одной из наиболее популярных и перспективных форм международной торговли являются тендеры (торги). Сущность таких сделок проста. Заказчик (покупатель) объявляет конкурс среди потенциальных подрядчиков (продавцов) на поставку какого-либо товара, выполнение конкретных работ или предоставление услуг. При этом требования заказчика в отношении технических и экономических характеристик заранее известны. Продавцы (подрядчики) выдвигают свои предложения, из которых тендерный комитет выбирает наиболее перспективное предложение. Главная особенность международных торгов – участие в них представителей других стран.

Международные торги – популярный способ товарообмена между странами, основой которого является оформление стандартных соглашений купли-продажи между сторонами или договоров подряда, когда заказчик (покупатель) организует конкурс для подрядчиков (продавцов) на поставку объекта сделки или предоставление услуг. После изучения предложения делается выбор в пользу лучшего варианта.

Такие международные торги так же называют тендерами.



В качестве объектов международных торгов могут выступать самые различные заказы – на оказание инжиниринговых услуг, на поставку продукции народного потребления, на возведение крупных объектов, на разработку месторождений природных ресурсов и прочие.

Как правило, крупные заказы на возведение строительных объектов включают в себя и

комплекс дополнительных услуг – проектирование, поставку, наладочные работы, обслуживание и так далее. Также на международных торгах может производиться распределение экспортных квот.

Во многих странах законы заставляют компании размещать заказы на покупку услуг и товаров только через торги. В качестве исключения выступают лишь нестандартные технологические процессы, которые не имеют конкурентов на рынке. Кроме этого, без проведения тендеров допускается размещение заказов на запасные части или покупку товаров для устранения последствий стихийных явлений.

В качестве организаторов международных торгов выступают:

- муниципальные советы;
- частные компании различных государств;
- общественные организации;
- правительство той или иной страны.

Крупные финансовые учреждения, такие как Всемирный банк и Международный валютный фонд (МВФ) часто предоставляют возможность международных конкурсных торгов в странах третьего мира. Многие из консорциумов, которые

заявлены на эти проекты, базируются в нескольких странах, но все они, как требуют правила торгов, должны содержать компании в стране – организаторе.

Для исключения недоразумений в языках и валюте, большинство из заявок выполняются на английском языке и устанавливаются в долларах США. Это означает, что, когда компании предлагают цену для этих проектов, они должны застраховать свои собственные валюты против доллара США, и часто на много лет. Это обеспечивает дополнительный уровень риска в том, что часто и так является чрезвычайно опасными проектами. При этом, конечно, некоторые страны требуют, чтобы заявки на их торги были написаны на родном языке, а цена указана в родной валюте. Это означает, что международные компании-участники должны нанимать переводчиков.

Найти информацию о международных конкурсных торгах можно на различных веб-сайтах правительств и крупных финансовых организаций.

Все международные проекты являются рискованными, особенно в странах третьего мира.

Типовые риски:

- поиск квалифицированных сотрудников, которые готовы жить вдали от дома в течение нескольких месяцев или даже лет;
- транспортировка товаров, материалов, инструментов и т.д. в другую страну или поиск их внутри этой страны;
- покупка товаров и услуг для работы над проектом в одной валюте, а получение прибыли в другой;
- политические волнения, которые могут воспрепятствовать полному исполнению проекта;
- работа с персоналом в стране с другой культурой, традициями, другим языком.

При подписании любых международных конкурсных контрактов, компания должна быть очень квалифицирована и опытна в управлении крупными рисками для того, чтобы получать прибыль от этого проекта.

В то же время, популярность международных торгов обусловлена большей эффективностью, если сравнивать их с обычными (внутренними) торгами. При этом *проведение торгов регламентируется следующими ключевыми документами:*

1. *Соглашение о правительственных закупках.* Такое соглашение было принято еще в 1979 году и стало результатом переговоров группы стран в Токио. Основная задача документа – ликвидация явных и скрытых условий в тендерных законах

стран-участниц ВТО, а также надежная защита поставщиков продукции или отечественных товаров. Благодаря договору была обеспечена должная конкуренция и открытость процедуры торгов.

В документе есть все основные правила проведения международных торгов, в том числе сроки и особенности проведения конкурса, принципы выставления предложений, требования к документации, порядок переквалификации всех участников, правила принуждения контрактов и так далее. По сути, именно соглашение «О правительственных закупках» является типовым документом, который считается основным при организации законодательства в сфере международных закупок внутри страны.

2. Второй по популярности документ – это *руководство по оформлению договоров в развивающихся странах*. Разработкой этого документа занималась ЮНИДО. В руководстве есть информация по совершению сделок на возведение капитальных объектов. В документе можно найти утвержденные типовые формы договоров, основные требования к тендерным документам, перечень информации и нормативных актов, которые можно использовать в процессе подготовительных мероприятий. Кроме этого, в руководстве по оформлению договоров указывается множество полезных рекомендаций для всех участников торгов.

3. *Руководство по составлению международных соглашений между государствами* почти полностью посвящено решению проблем участия группы компаний в торгах. Источник такого документа – ЕЭК ООН.

4. *Типовой закон о закупках*. Разработчик – ЮНСИТРАЛ. При составлении документа преследовалась цель объединить и унифицировать существующие противоречия в отношении тендерных закупок.

Нормативные документы в отношении торгов в каждой стране имеют существенные отличия по форме и содержанию. Основные правила могут иметь вид директивных материалов или законодательных актов. В ряде случаев правила проведения международных торгов могут быть отражены и в других документах.

Сам процесс организации международных торгов включает следующие этапы:

- покупатель принимает решение о размещении заказов на покупку оборудования, получение услуг и создает тендерный комитет. В данный орган входят эксперты (коммерческие и технические) и представители администрации;

- сотрудники сформированного комитета дают объявление о будущих торгах, раскрывают условия сделок, осуществляют оценку и анализ предложений для выбора наиболее выгодного из них. На данном этапе определяются условия торгов и договоров, которые будут заключаться между сторонами сделки (поставщиками и заказчиками), а также список гарантий для участников сделок;
- в течение 1-3 месяцев тендерные комитеты рассматривают все представленные предложения. При этом уделяется внимание всем аспектам – условиям платежей и займов, техническим характеристикам и другим. Как правило, у каждого тендерного комитета своя методика определения победителя;
- заключительный этап – это оценка текущих предложений и выбор лучшего из них.

На современном этапе есть несколько основных видов международных торгов, у каждого из которых есть свои особенности и правила проведения:

1. *Открытые торги.* К ним так же относят *открытые торги с квалификацией*. Особенность таких тендеров в том, что вся информация заблаговременно публикуется в специальных журналах или газетах. Благодаря открытым торгам может быть заявлено большее число участников, что подразумевает более высокую конкуренцию. На практике в таких видах международных торгов принимает участие несколько десятков различных компаний или консорциумов. Что касается закрытых торгов (о них речь пойдет ниже), то в них число участников может быть значительно меньше - до 5-7 человек.

2. *Закрытые торги.* Организация таких мероприятий, как правило, производится для поставки дорогого и уникального оборудования, необходимого для выполнения сложных работ. Закрытые торги – это распространенная практика при объявлении поставок высокотехнологического оборудования, а также на работы «под ключ».

3. *Гласные и негласные торги.* Все условия и состав участников гласных торгов находятся в открытом доступе. Что касается негласных международных торгов, то цены, условия и состав участников являются тайной. Решение о победителе не объявляется во всеуслышание – об этом узнает непосредственно сам победивший. Проведение негласных торгов актуально в том случае, когда в дальнейшем нужно будет размещать такие же заказы, и нет смысла давать информацию подрядчикам и поставщикам по условиям, которые будут применяться в отношении заказчиков. В некоторых странах негласные торги являются обязательными.

БИРЖЕВАЯ ТОРГОВЛЯ

Биржевая торговля является важной формой организации международных торгов. Эта форма торгов ведется на товарных биржах, где государства заключают крупные сделки по оптовой купле-продаже товаров.

i Исторические факты

*Первые упоминания о биржевых торгах начинаются с 13 века в Европе. Термины **Биржевая торговля** и **Биржа** (с латыни – «кожаный мешок») появились в городе Брюгге, где на торговой площади начали проходить первые вексельные торги. Там же находился дом семейства van der Burse, герб которого украшали три кожаных мешка (ter buerse) и собрания купцов на этой площади начали называть «Borsa» (биржа). К середине XIV века — это название стали использовать во всех городах, где проходили торги.*

Появление биржи обусловлено переходом от натурального производства и обмена к свободной продаже товаров и потребности в существенном увеличении скорости оборота товаров и капитала. Первые биржи были товарными и главной их задачей было создать возможность срочных сделок купли-продажи. Позже купцы поняли, что физическое присутствие товара не обязательно и стали оформлять сделки при помощи договоров (векселей), в которых указывались все условия сделки – от цены и количества товара, до сроков поставки.

В 1608 г. создана крупнейшая по тем временам биржа, вместительностью 4,5 тысячи человек, в городе Амстердам, что послужило началом формирования современной биржи. На этой бирже впервые кроме торговли векселями и государственными долговыми обязательствами, стали проводиться публичные подписки на акции, появились биржевые лоты и биржевой клиринг обязательств.

В настоящее время основная часть торгов перешла в США. Самые крупные трейдеры и брокерские фирмы находятся в Америке. Этому способствовала хорошо налаженная инфраструктура, законодательная база, а торговля на бирже очень жестко регулируется.

Существует несколько основных видов биржевой торговли, они приведены ниже.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВАЛЮТНЫЙ РЫНОК (FOREX)

Единственным товаром этого рынка являются национальные валюты различных государств. Торговать можно круглосуточно с понедельника по пятницу, торговля не останавливается ни на секунду в течении всей рабочей недели.

i Факты о Forex

Психология

Большинство участников этого рынка проигрывают свой первый депозит. По мнению психологов, когда трейдер играл на демо-счете он был хладнокровным и сдержанным, но открыв реальный счет с своими собственными сбережениями он поддается панике.

По статистике торговая система Forex приносит 70% выигрышных сделок. Но учитывая большие периоды с нулевыми результатами и несколько потерь подряд, психическое состояние трейдера оказывается под сильным негативным давлением.

Психология

Самой популярной валютой для торговли на рынке Forex является американский доллар(USD), евро(EUR), Йена(JPY), швейцарский франк(CHF), а также австралийский(AUD) и канадский доллар(CAD). 90% всех сделок на валютной бирже заключается при участии американского доллара.

Самой популярной валютной парой считается, американский доллар-Евро, японская Йена -американский доллар и швейцарский франк – американский доллар.

По мнению экспертов, если трейдер не склонен рисковать тогда ему лучше делать инвестиции в низкопрофильные валюты, например, швейцарский франк.

ТОВАРНЫЙ РЫНОК (ТОРГОВЛЯ ФЬЮЧЕРСАМИ)

Торговля различными товарными и энергетическими фьючерсами, к ним относятся фьючерсы на газ, нефть, золото, платину, пшеницу, мясо и прочее.

Отличие от валютного рынка в том, что все фьючерсы имеют ограниченный по времени срок действия, так как сам **фьючерс**.

Фьючерс – это срочный биржевой контракт купли-продажи, в котором кроме цены есть и сроки поставки товара.

Поэтому при торговле следует учитывать не только предполагаемое направление движения выбранного продукта, но и время действия фьючерса. По истечении этого времени произойдет автоматическая продажа фьючерса по текущей цене.

РЫНОК АКЦИЙ

Торговля акциями различных крупных компаний. Основное отличие ее в том, что основная торговля происходит внутри страны эмитента.

ТОРГОВЛЯ ОПЦИОНАМИ

Торговля опционами очень похожа на торговлю валютой, за исключением того, что заранее известна прибыль и убытки от успешной или не успешной сделки, тут не имеет значения на сколько подорожала или подешевела валюта, важно только подешевела она, или подорожала в указанный в опционе срок. Часто опционы сравнивают со страховым полисом от неверно заключенных сделок на рынке, но кроме этого их очень широко используют в качестве основного торгового инструмента для извлечения прибыли.

При идеальном подходе биржевая торговля должна призывать к установлению справедливых цен, к формированию международных обменных курсов, к увеличению капитализации фирм. Но стоит отметить, что на биржевую торговлю имеются свои определенные рычаги управления, поэтому в справедливость цен верить едва ли возможно.

ЛИЦЕНЗИОННАЯ ТОРГОВЛЯ

Современная форма международной торговли. Этот вид торговли появился, как только научные и технические знания превратились в товар.

Лицензионная торговля – это торговлю какими-либо интеллектуальными товарами, в том числе патентами, основой которой выступает лицензионное соглашение (договор).

Договор содержит пункты, касающиеся прав лицензиата, сроков и объемов поставок, территориальные границы. Это основная форма, по которой в современной бизнес-среде реализуется передача всех инновационных технологий.

Лицензионное соглашение (licensing agreement) осуществляет передачу прав собственника на активы нематериального типа покупателю в установленный и указанный в договоре срок, и за определенную плату.

Объектами данного договора могут выступать:

- патенты, инновационные изобретения;
- франшизы;
- торговые марки;
- схемы, конструкции и формулы;
- программные файлы и т.д.

i **Важно знать**

Как следует из определения Международной Торговой Палаты, нечто становится ноу-хау, когда оно полезно для производственных целей. Технология, лишь будучи признана коммерчески завершенной и экономичной (приносящей прибыль), может стать предметом купли-продажи. Результат самых дорогостоящих исследований, если он не обладает экономичностью, не подпадает под понятие ноу-хау.

При передаче своих прав на технологию, продавец лишается права обладания данной технологией, поэтому возникают риски, которые при составлении лицензионного соглашения должны быть учтены. Необходимо учитывать факторы, при которых может быть расторгнут договор, а также должна быть учтена территориальная область использования и проверка качества.

Проблема, которая требует особого внимания, – конфиденциальность. В случае широкого распространения информации о новой технологии, уровень ее ценности значительно снижается. Поэтому условие сохранения полной конфиденциальности – это один из главных пунктов при составлении лицензионного соглашения.

Для получения прав на новую технологию, покупатель должен выплатить определенную сумму. Ее размер, условия выплат и прочие нюансы обсуждаются сторонами в процессе переговоров.

На уровень стоимости оказывают влияние такие факторы, как:

- преимущества и особенности интеллектуального товара;
- способ его использования;
- тип лицензии;
- уровень конкуренции в области применения инноваций;
- а также умение сторон идти на уступки/компромиссы.

Особенности лицензионной торговли заключаются в том, что каждая из сторон указывает свои низшие и высшие ценовые пределы, после чего в процессе переговоров устанавливается реальная цена на патент. Данная ситуация возникает из-за того, что ни одна из сторон не владеет информацией о реальной стоимости объекта, и сумма, соответственно, выстраивается только на расчетах продавца и покупателя.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ВСТРЕЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

Является современной формой торговли между государствами, где вместо денежного расчета применяют поставки товаров страны, являющейся покупателем.

Выделим пять основных форм встречной торговли (рис. 4).



Рис. 4. Формы встречной торговли

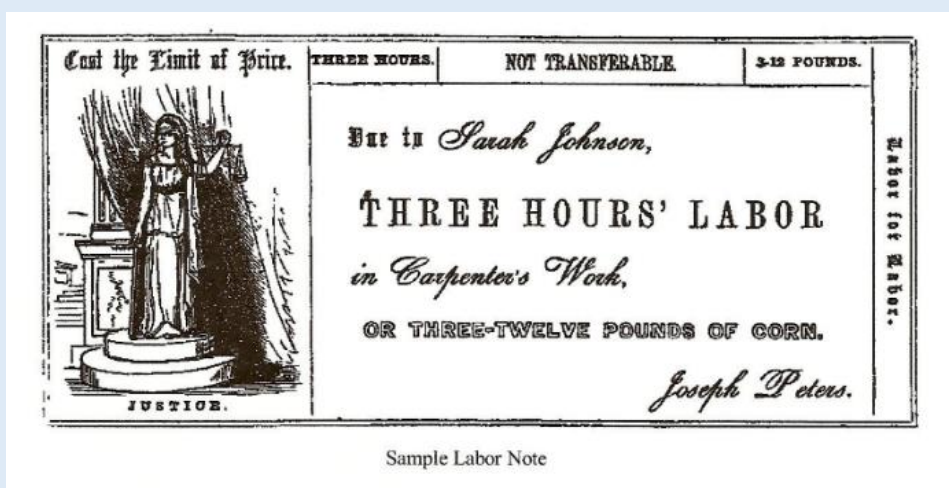
Чистый бартер – недлительная сделка, представляющая собой обмен одного товара на другой.

Свитч – продолжительная сделка, не имеющая денежных расчетов. Со стороны покупателя и продавца участвуют группы товаров, могут привлекаться третьи лица в качестве стороны для урегулирования отношений между экспортером и импортером.

i Исторические факты

Американский анархист Джосайя Уоррен в 1827 году открыл магазин Cincinnati Time Store, где можно было купить товары по их себестоимости с наценкой 7% — намного дешевле, чем у конкурентов. Причём рассчитывались покупатели не деньгами, а обязательствами выполнить эквивалентную этой сумме работу. Стандартной ценой был один рабочий час за 5 кг зерна. Такими обязательствами люди могли оплатить не только товары, но и услуги других людей по объявлениям на доске в этом магазине.

Документ трудового бартера (образец):



Бай-бэк (обратный выкуп) – сделка, предусматривающая расчеты денежными средствами, но экспортер берет на себя обязательство произвести закупку товара у импортера, а закупаемые товары производятся самим импортером с применением товаров, который был приобретен у экспортера.

Клиринговое соглашение – продолжительная сделка, не имеющая денежных расчетов. Со стороны покупателя и продавца участвуют группы товаров без привлечения третьих лиц.

Оффсет – сделка, предусматривающая расчеты денежными средствами, обязательства, которые не ограничиваются лишь закупкой товара той и другой стороной.

МЕЖДУНАРОДНАЯ АУКЦИОННАЯ ТОРГОВЛЯ

Еще одна из форм организации международной торговли, представляющей собой продажу товаров путем проведения публичных торгов в виде международного аукциона, который устраивается для покупателей разных государств. На такие аукционные торги выставляются товары, обладающие особыми качествами. Исторически сложился определенный перечень товаров, которые продаются с аукционов: антикварные предметы, чай, шерсть, пушнина, табак, скаковые лошади, отдельные виды пряностей, предметы искусства и вещи, представляющие историческую ценность. Например, на Сиднейском аукционе сбывается наибольшая часть, производимой во всем мире, овечьей шерсти, на аукционах Коломбо, Калькутты и в Джакарте – чай, на аукционах Сингапура – каучук, а на Лондонских аукционах Сотбис и Кристи – предметы антиквариата.



Исторические факты

В 1984 году на аукционе продавались издательские права на песни Beatles. Его выиграл Майкл Джексон, заплатив почти 50 миллионов долларов — больше, чем предлагал сам Пол Маккартни. С этого времени Джексон получал половину доходов от продаж Beatles (другую половину получали авторы песен, главным образом Маккартни). В 1995 году компания Sony выкупила у Джексона половину его прав, так что в последнее время он получал только четверть доходов.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ПОСЫЛОЧНАЯ ТОРГОВЛЯ

Это новая форма торговли, суть которой состоит в том, что основная компания забирает товары других предприятий, порой созданных с ее участием. Товары в основном бытового характера (посуда, мебель, одежда, обувь, постельное белье и т.д.), опубликованные в специализированных каталогах или интернет-магазинах, которые распространяют по различным государствам. Покупатель имеет возможность выбрать интересующий его товар, оплатить его и получить по почте или на складе.

Основными принципами посылочной торговли являются:

- торговля по адресам;
- персональная работа с покупателями;
- организованная сеть складов в разных странах.

Компания «Отто» стала основателем такого вида торговли. Центральный офис расположен в Гамбурге, а филиалы в 40 странах мира. Концерн «Отто» обеспечивает занятость 55 тыс. человек. «Отто» постоянно изучает особенности вкусов потребителей стран Европы, Азии и Северной Америки, делая при этом акцент на продажу экологически чистых товаров. Компания занимает лидирующее место в международной посылочной торговле.



Дополнительные материалы по теме:

1. Зачем нужна специализация и торговля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://xumera.com/view_economics.php?id=4
2. Роялти [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://utmagazine.ru/posts/8205-royalti>

ТЕМА 3. ЛЕКЦИЯ 3. ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

- 3.1. Международная торговля услугами. Понятие и классификация
- 3.2. Роль услуг в экономике
- 3.3. Регулирование международной торговли услугами
- 3.4. Особенности международной торговли услугами
- 3.5. Методы организации международной торговли

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ. ПОНЯТИЕ И КЛАССИФИКАЦИЯ

Международный рынок услуг сложился вместе с международным рынком товаров, труда, капитала и охватил собой определенную систему отношений между разными странами, заключающуюся в предоставлении различных услуг.

***Международная торговля услугами** – это структура международных товарных и денежных отношений в сфере купли-продажи услуг, организованной между разными государствами.*

***Услуга** – деятельность, направленная на удовлетворение потребностей других лиц на основе договорных отношений между производителем и потребителем услуг, за исключением деятельности, осуществляемой на основе трудовых правоотношений.*

Услуга представляет собой специфический продукт труда, который не приобретает вещественной формы, и потребительная стоимость которого в отличие от вещевого продукта труда заключается в полезном эффекте живого труда.

Быстрое развитие сферы услуг и повышение ее доли в валовом национальном продукте (ВНП) является характерной чертой перехода страны в постиндустриальную стадию развития. Однако сравнительно недавно пришло понимание того, какую роль могут играть услуги в процессе вовлечения страны в глобальную экономику и международное разделение труда.

Так, Индия стала признанным лидером в области оффшорного программирования и информационных услуг; Дубай превратился в туристический и растущий финансовый хаб; Сингапур расширяет сеть клиник для обслуживания пациентов из всех стран Азии; Филиппины активно развивают колл-центры.

Существуют предубеждения, связанные с низкими заработками, неквалифицированной рабочей силой (например, в сетях быстрого питания) и другими чертами, присущими сфере услуг. Однако в действительности на такие сегменты приходится меньшая часть занятости в этом секторе. Даже в США число низкоквалифицированных работников не более 22% от общего количества занятых. Большую часть сектора составляют такие ключевые для экономического роста и высокооплачиваемые услуги, как транспортные, телекоммуникационные, финансовые, бухгалтерские и др.

Рыночные услуги в современной экономике разнообразны. Директива Европейского Союза разделяет их на три категории: услуги, предоставляемые потребителям; услуги, предоставляемые бизнесу; услуги, предоставляемые одновременно потребителям и бизнесу (комбинированные) (рис. 5).

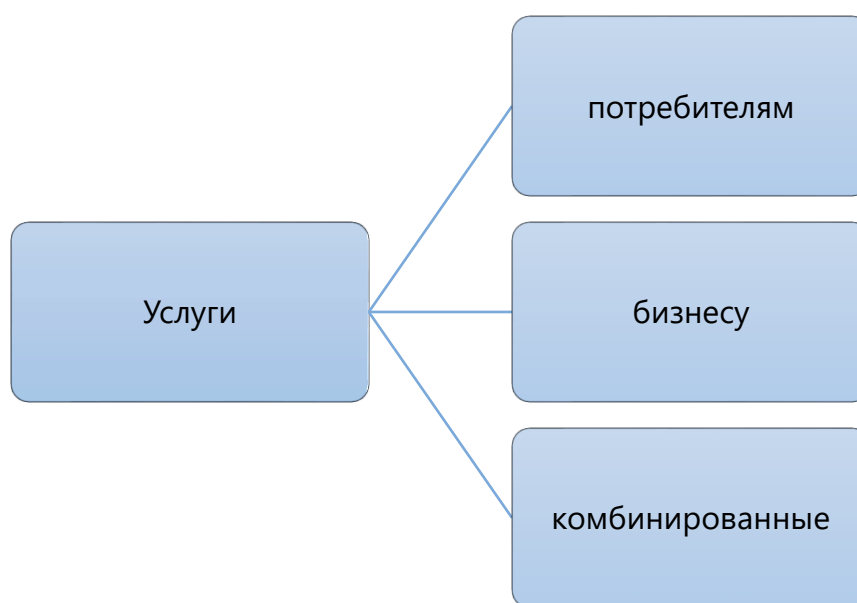


Рис. 5. Классификация услуг

i Цифры

В США примерно 30% из 100 млн работников сферы услуг занято предоставлением услуг потребителям (розничная торговля, общественное питание и гостиничный бизнес, а также услуги, предоставляемые авторемонтными мастерскими, химчистками, косметическими салонами).

Кроме того, принято выделять следующие категории услуг в международной торговле:

а) классификация по возможному участию в международной торговле услугами:

- услуги как объект внешнеторговой деятельности (международное кредитование, пассажирские и грузовые перевозки, услуги связи);
- услуги внутренней торговой деятельности, которые не могут экспортироваться (социальные, инфраструктурные, государственные, персональные).

б) классификация по использованию способов доставки услуг:

- инвестиционные услуги (банковские, профессиональные, гостиничные);
- торговые услуги (транспортные услуги и услуги страхования);
- комбинированные – инвестиционные услуги и торговые услуги (строительные, персональные, рекреационные, информационные, компьютерные, услуги связи и т.д.).

Существует официальная классификация услуг международной торговли, согласно которой услуги делятся по группам:

- услуги торговли в розницу и оптом, услуги ресторанов и гостиниц, туристических баз и кемпингов;
- строительные и коммунальные услуги;
- транспортные услуги, услуги финансового посредничества, услуги связи и хранения;
- оборонные и социальные услуги;
- услуги в сфере образования, здравоохранения и общественных работ.

В соответствии с положениями ВТО все услуги подразделяют на 12 секторов:

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

Наиболее неоднородным является сектор услуг для бизнеса, включающий следующие услуги: профессиональные, компьютерные, в сфере исследований и разработок, в сфере оборота недвижимостью, по аренде оборудования без обслуживающего персонала и др.

Роль услуг в ЭКОНОМИКЕ

По мере того как экономика становится более развитой, доля услуг бизнесу возрастает. Нынешний быстрый рост бизнес-услуг в развитых странах является результатом специализации. По мере сосредоточения компаний на своих ключевых компетенциях они приобретают все больше разнообразных услуг. В США, например, преобладают услуги профессиональные (юридические, аудиторские, консультационные), технологические (в том числе информационные и компьютерные), оптовая торговля, услуги по подбору кадров.

Как только страна достигает среднего уровня благосостояния, услуги начинают играть в создании рабочих мест более важную роль, чем обрабатывающая промышленность. Чем динамичнее и конкурентоспособнее сектор услуг, тем больше новых рабочих мест и тем выше темпы роста ВВП. Занятость в обрабатывающей промышленности сокращается вследствие более эффективного

использования рабочей силы, автоматизации производства и широкого применения информационных технологий. В сфере услуг сегодня создается больше высококвалифицированных рабочих мест, чем в обрабатывающей промышленности (рис. 6).

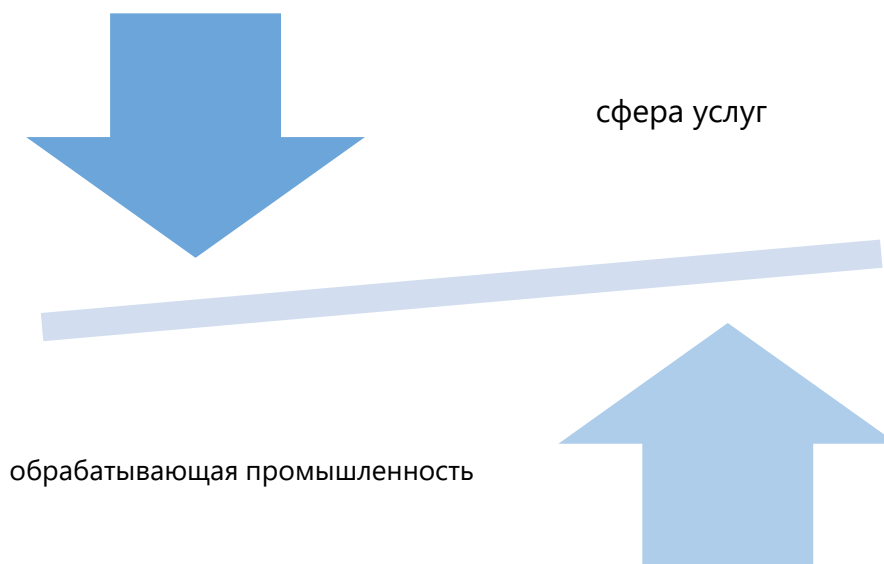


Рис. 6. Взаимосвязь сферы услуг и обрабатывающей промышленности

Степень доступности высококачественных услуг воздействует на темпы роста во всех других секторах экономики, поскольку каждое предприятие или компания в той или иной степени пользуется такими услугами.

Отметим, что спрос на ИТ-услуги обеспечивается растущим многообразием и сложностью используемых корпоративных ИТ-систем, требующих больших затрат на установку, интеграцию, обучение и обслуживание. ИТ-аутсорсинг, то есть передача сторонним организациям функций по поддержке и обслуживанию ИТ-инфраструктуры, является одним из перспективных направлений на данном рынке.

Надежные локальные услуги способны привлекать в страну и прямые иностранные инвестиции.

i Исторические факты

В Индии в начале 1990-х годов развитие зарождающегося оффшорного бизнеса сдерживалось недостатком надежной телефонной связи и развития Интернета. Лишь после коренного совершенствования телекоммуникационных услуг начался бурный рост оффшорного программирования в этой стране.

Сегодня услуги рассматриваются в качестве нового источника динамического преимущества. В этом контексте возникает шесть взаимосвязанных вопросов, рассмотрение которых необходимо для коммерческих целей и целей разработки торговой политики:

- глобальные цепочки создания стоимости (ГЦСС);
- ключевая роль услуг;
- широкий охват торговли услугами;
- имплементация сервиса в работу производителей;
- взаимосвязь между торговлей и инвестициями;
- услуги – определяющий фактор конкурентоспособности экономики и качества жизни граждан.

ГЛОБАЛЬНЫЕ ЦЕПОЧКИ СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ (ГЦСС)

Компании распределяют свои операции по всему миру, от разработки продукта до производства запчастей, сборки и маркетинга. Это стало причиной появления международных производственных цепочек. ГЦСС сейчас играют важную роль в международной торговле, подразумевая, что любой индивидуальный продукт производится и приобретает добавленную стоимость в более чем одной стране. Соответственно, корректным будет отметить то, что в наше время многие товары «сделаны в мире».

***Добавленная стоимость** – это часть стоимости продукта, которая создается в данной организации. Рассчитывается как разность между стоимостью товаров и услуг, произведенных компанией (то есть выручка от реализации), и стоимостью товаров и услуг, приобретенных компанией у внешних организаций (стоимость купленных товаров и услуг будет состоять, в основном, из израсходованных материалов и прочих расходов, оплаченных внешним организациям, например, расходы на освещение, отопление, страхование и т. д.).*

Добавленная стоимость = труд (с начислениями налогов и обязательных платежей) + рента + проценты + прибыль

Но в последнее время, экономисты все же склоняются к тому, что ГЦС на самом деле не «глобальные», а «региональные».

По природе своего действия ГЦС «региональные» и концентрируются в трех центрах:

- Северная Америка;
- Европа;
- Восточная Азия.

Первые два региона – преимущественно центры спроса, а последний – центр предложения, хотя эта тенденция может измениться по мере реформирования Китая своей экономики в сторону роста потребительского спроса.

Факторы, благодаря которым была создана такая структура, – это стоимость транспортировки, расстояние, средства связи и качество инфраструктуры.

КЛЮЧЕВАЯ РОЛЬ УСЛУГ

Ни одна ГЦСС не может существовать без налаженного транспортного сообщения, логистики, финансов, связи и других профессиональных услуг. Расстояние является важным фактором в объяснении того, почему ГЦС в действительности функционируют как «региональные производственные модели». Причем роль играет не только расстояние между поставщиками производственных ресурсов, но и расстояние до рынков сбыта. Фактор расстояния, однако, можно преодолеть, но только если работа инфраструктуры морских портов и аэропортов и сопутствующих поставщиков услуг (ИКТ, процедуры растормаживания, системы управления запасами и т.д.) компенсирует большое расстояние высокой эффективностью.

Производство и торговля были бы значительно усложнены без сферы услуг.

ШИРОКИЙ ОХВАТ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

Согласно ГАТС, торговля услугами, в отличие от торговли товарами, осуществляется посредством четырех различных способов поставки:

- трансграничной поставки услуг;
- потребления за рубежом;
- коммерческого присутствия;
- присутствия физических лиц.

Таким образом, существуют различные варианты торговли услугами, в том числе путем комбинации указанных способов поставки (рис.7).

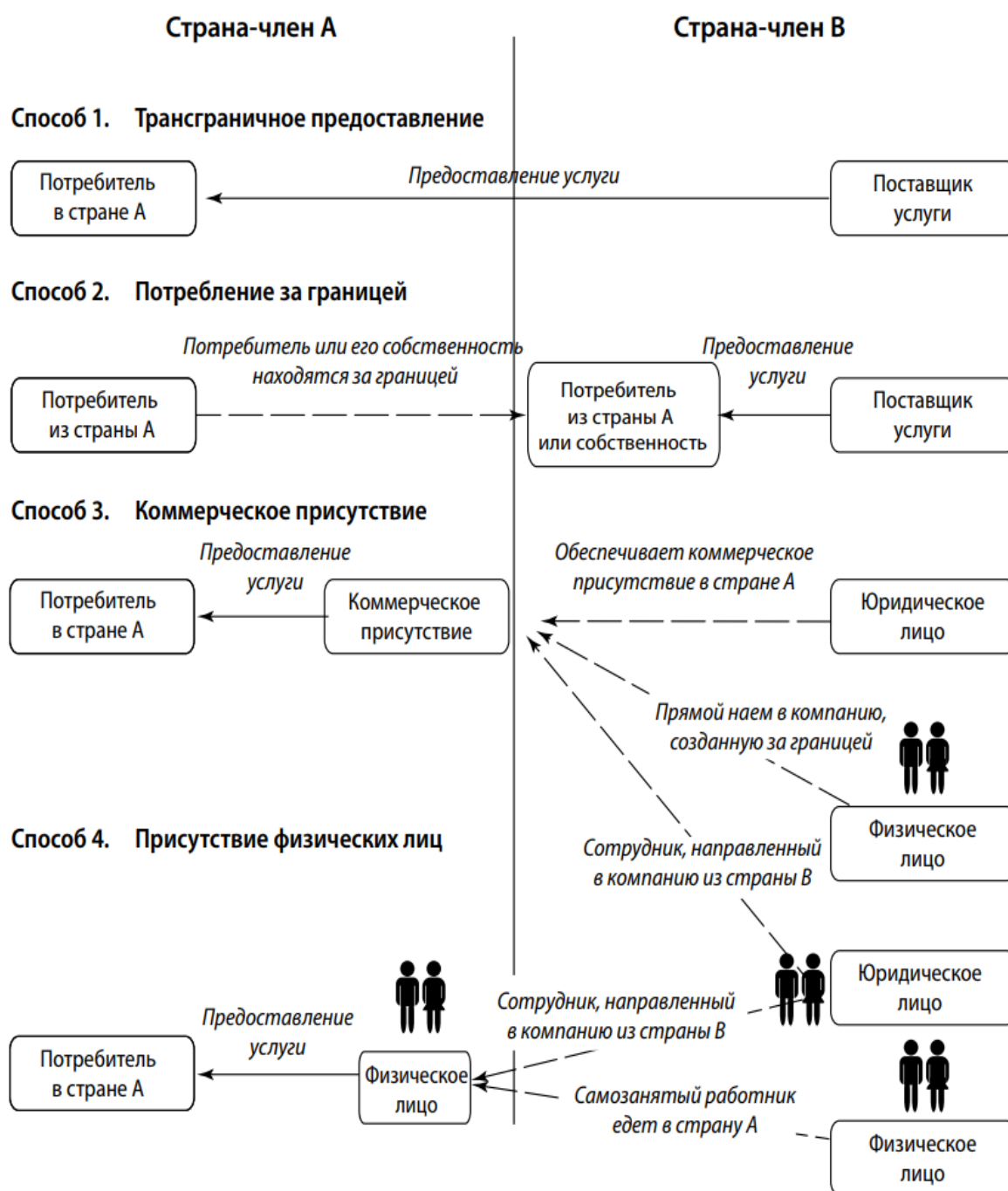


Рис.7. Совмещенная визуализация способов предоставления услуг [5]

Трансграничная поставка (cross-border trade) – оказание услуги из одного государства в другое, т.е. услуга предоставляется физическому или юридическому лицу страны из-за границы.

Продавец и покупатель услуги не перемещаются через границу, ее пересекает только услуга.

Например, международные транспортные услуги, услуги посредством почты или телекоммуникаций, предоставление юридических консультаций из-за границы по телефону, скайпу (или факсу, электронной почте) либо участие в корреспондентской обучающей программе зарубежного учебного заведения.

Услуга может быть облачена в экспортируемый товар, например, записана на диск, изображена в инженерных чертежах и т.д.

Трансграничная торговля услугами занимает важное место в поставке почтовых, медицинских, туристических и других видов услуг. Одна из тенденций, характеризующих торговлю услугами, заключается в том, что новые технологии повышают относительное значение трансграничной поставки услуг. В настоящее время в ВТО и в ряде других международных организаций ведется работа по созданию стандартов, методов электронного обмена данными, совместимости технических требований, а также по вопросам, связанным с правовой защитой поставки услуг трансграничным способом.

Потребление за границей (consumption abroad) – оказание услуги на территории одного государства потребителю, находящемуся в другом государстве, то есть ситуация, когда потребитель из одной страны приобретает и потребляет услугу, находясь на территории другой страны.

В этом случае услуга и продавец услуги не перемещаются через границу, ее пересекает потребитель услуги. Например, услуга по выполнению ремонтных работ судов одного государства на территории другого, услуги медицинской помощи иностранному гражданину, поездки туристов за рубеж, получение образование в зарубежном учебном заведении.

Коммерческое присутствие (commercial presence, либо — right of establishment) – оказание услуг из одного государства за счет коммерческого присутствия на территории другого, т.е. предоставление услуги через представительство зарубежной компании исполнителя.

В этом случае фирма, предоставляющая услугу, пересекает границу и, находясь на территории другой страны, открывает представительство или дочернюю фирму, через которую предоставляет услугу потребителю услуги данной страны. Например, любая услуга банка может быть оказана через филиал банка, находящегося в другой стране.

Присутствие физических лиц (presence of natural persons providing services) – оказание услуги за счет присутствия физических лиц государства-исполнителя на территории любого другого. Это ситуация, когда услуга предоставляется путем деятельности людей, которые приезжают из-за границы в страну, где находится ее потребитель.

Такой способ оказания услуг рассчитан на постоянное передвижение физического лица из одной страны в другую, например, специалист из иностранного государства стабильно дает консультации на территории другого или сотрудник компании может быть командирован для предоставления услуги за рубежом, ТО и оказания ремонта оборудования, купленного в другой стране и т.д.

Таким образом, услуги могут продаваться (поставляться) четырьмя способами. Термины первый, второй, третий, четвертый способы поставки услуг в терминологии ВТО имеют самостоятельное значение и применяются как специальные термины.

Для оказания услуги можно использовать сразу несколько способов. Так, услугу консультации можно предоставить лично через представителя компании, а можно через Интернет. Есть государства, которые ограничивают въезд физическим лицам, в этом случае оказать услугу можно посредством телекоммуникации.

ИМПЛЕМЕНТАЦИЯ СЕРВИСА В РАБОТУ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

При производстве товаров большая часть их добавленной стоимости связана с торговлей услугами. Это означает, что при формировании промышленной политики должны учитываться составные части производства, которые включают как товары, так и услуги. Данные о добавленной стоимости демонстрируют «сервисификацию» производимых товаров в различных странах.

Отметим, что, как правило, важность услуг в общей экономической деятельности значительно выше, чем показывает традиционная статистика.

ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ ТОРГОВЛЕЙ И ИНВЕСТИЦИЯМИ

Торговля и инвестиции становятся все более взаимосвязанными и рассматриваются как две стороны одной монеты. По мере развития инвестиционных отношений между странами развиваются и связи между ГЦСС. Это означает, что различие между внешнеторговой и внутренней политикой становится все менее очевидным, а ограничения в одной области обычно снижают эффективность другой.

Услуги являются важным направлением для прямых иностранных инвестиций.

Согласно результатам опросов, проведенных компанией McKinsey, для транснациональных корпораций (ТНК) надежная инфраструктура и качественные услуги имеют гораздо большее значение, чем прямые государственные льготы компаниям. В частности, менеджеры бразильских автопроизводителей и индийских компаний по программному обеспечению заявляли, что те деньги, которые они получили от государства в качестве налоговых и других льгот, лучше было бы направить на развитие портов и дорог в Бразилии и телекоммуникационных услуг в Индии.

УСЛУГИ – ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЭКОНОМИКИ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ГРАЖДАН

Услуги – основа экономической и социальной эффективности государства. В сочетании с подходящим регуляторным режимом они вносят значительный вклад в повышение конкурентоспособности как на уровне компаний, так и в экономике в целом.

РЕГУЛИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

Всемирная торговая организация (ВТО) регулирует международную торговлю, как товарами и интеллектуальной собственностью, так и услугами.

Генеральное соглашение о торговле услугами является основным международным документом и приложением к соглашению о ВТО. С помощью ВТО образовалось регулирование права международной торговли, которое динамично развивает экономику и делает систему международных торговых связей прозрачными, а также создает благоприятные возможности для улучшения положения экономики во многих государствах мира. Соглашение ВТО, являясь основой экономики и права международной торговой деятельности, делает торговлю прозрачной с отсутствием дискриминации, с реальной и честной конкуренцией для менее развитых стран.

Сфера услуг обычно в большей степени защищена государством от иностранной конкуренции, чем сфера материального производства. Урегулирование основных принципов международной торговли услугами было одним из дискуссионных вопросов Уругвайского раунда переговоров в рамках ГАТТ. До этого времени в международном масштабе регулирование в этой сфере происходило только в рамках специализированных организаций.

ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ УСЛУГАМИ

Интересно знать, что в международной торговле услугами существуют следующие особенности:

1). Производство и потребление услуг происходит одновременно, и этим отличается от производства и потребления товаров.

Международная торговля товарами основана на взаимоотношениях торговых посредников и на осуществлении складирования товаров, тогда как основные виды международной торговли услугами основаны на прямом контакте между производителем услуги и их потребителями.

2). Международная торговля услугами в большей мере нуждается в наличии на территории другой страны производителей услуг или же нахождение потребителей иностранного государства на территории страны-производителя услуг. Но, оказание услуг, связанных с информационными технологиями, возможно и без выезда в другое государство.

3). Международная торговля услугами, несомненно, связана с торговлей товарами и оказывает немаловажное влияние на нее. Необходимо оказывать большое количество услуг для осуществления ввоза товаров в другую страну, например, проведение анализа рынка, транспортные услуги и т.д. Торговля товарами, являющихся продуктами научного прогресса, очень зависима от оказания услуг консультационного, технического и информационного характера. Успешность продажи товаров на внешнем рынке прямо зависит от качества оказываемых услуг при их создании, реализации, техническом обслуживании, гарантийном обеспечении и т.д.

4). Международная торговля услугами тесно взаимосвязана с международным движением капитала и рабочей силы, в связи с чем невозможно ее осуществление без оказания транспортных, банковских, информационных и других видов услуг. Происходит усиление и расширение международного рынка услуг за счет развития мирового рынка товара, капитала и рабочей силы.

5). Сфера оказания международных услуг является наиболее защищенной государством, чем сфера производства товаров. Как правило, такие услуги, как транспортные, страховые, научные, финансовые, услуги образования и здравоохранения, услуги связи, находятся под тщательным контролем государства, потому что являются его национальной собственностью.

6). Существует мнение, что на пути развития международной торговли услугами много препятствий, так как чрезмерное потребление страной иностранных услуг может содержать в себе угрозу ее безопасности и независимости.

7). Далеко не все виды услуг можно оказывать на международной арене. Например, услуги бытового и коммунального характера оказываются отечественными производителями. Страны, успешно отличившиеся в той или иной отрасли производства услуг, привлекают иностранных граждан. Так успех страны в здравоохранительной или образовательной сфере привлекает иностранцев для получения качественной медицинской помощи или образования; успех в сфере искусства и культуры увеличивает прибыль за счет гастролей актеров, проката

кинофильмов на территории других стран; успех в туристической сфере привлекает иностранных граждан для работы в розничной торговле, в учреждениях культуры, в сфере общественного питания и т.д.

8). Основными в международной торговле услуг, являются услуги, которые связаны с обслуживанием деятельности труда.

МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

В основе международной торговли лежит договор купли-продажи товаров в материальной вещественной форме, согласно которой продавец берет на себя обязанность передать определенный товар в собственность покупателю в оговоренные сроки и на договорных условиях, а покупатель берет на себя обязанность принять товар и выплатить обусловленную договором сумму денежных средств.

Методы международной торговли — это способы осуществления торговой сделки между ее участниками, как одной страны, так и разных стран мира.

Выделяют следующие методы организации международной торговли:

ПРЯМОЙ МЕТОД

Данный метод подходит для компаний, находящихся на рынке длительный период и имеющих большие объемы продаж. Компании, которые применяют прямой метод, как правило, имеют достаточный уровень финансовых активов для создания и содержания собственного внешнеторгового аппарата, состоящего из специализированных служб и органов, исполняющих организационные, кредитно-расчетные, транспортные, рекламные, аналитические и другие внешнеторговые функции. Такие компании реализуют свою продукцию на зарубежных рынках через созданные там филиалы и дочерние фирмы, которые на мировом рынке имеют статус оптовых или розничных предприятий, а их функциональные задачи, права и обязанности определяются по договоренности с учредителями.

Преимущества:

- снижение издержек в связи с отсутствием вознаграждения в виде комиссии посреднику, соответственно идет повышение рентабельности;
- уменьшение рисков, нет зависимости от третьих лиц в сфере торговли, соответственно проще контролировать ход реализации;
- через прямые контакты легче получить информацию о сбыте товара.

КОСВЕННЫЙ МЕТОД

Метод работает по системе: производитель товара – посредник – конечный потребитель. Такой метод эффективен для удаления с рынка конкурентов, работающих с одними и теми же посредниками, но на лучших условиях.

Подходит для:

- более узкоотраслевого рынка и для разовых заказчиков;
- рынка, на котором много сильных конкурентов, и у компании нет своего канала сбыта, она ищет возможности выхода на новые рынки.

Операции, выполняемые посредниками, происходят на основе договора поручения, агентского договора, договора комиссии, консигнации, обычного посреднического соглашения и дистрибьюторского соглашения.

***Посредническое соглашение** – договор, заключенный между основной организацией (продавец, поставщик, заказчик, покупатель, арендодатель) и посредником.*

***Договор поручения** – это, когда поверенный берет на себя обязательство от своего имени, но за счет доверителя совершить определенное действие по купле-продаже. Вознаграждением выступают проценты от проданных товаров. Посредники при сбыте: дистрибьюторы, агенты, консигнаторы. Посредники при проведении переговоров: поверенные, комиссионеры.*

***Комиссионная форма** – выполнение международными компаниями комиссионных поручений юридических лиц по закупке иностранных товаров за рубежом и по поставке товара на*

экспорт за рубеж. Они изучают рынок, занимаются рекламной деятельностью, строят сети сбыта и техобслуживания, при этом сделки заключают от своего имени, но за счет продавца либо покупателя.

КООПЕРАТИВНЫЙ ЭКСПОРТ ИЛИ ИМПОРТ

Суть состоит в совершение международной торговой сделки с привлечением особого посредника, который представляет собой организационную форму бизнеса, сформированную группой инициаторов этого соглашения, если совершение сделки каждым участником указанной группы по отдельности представляется неэффективным, невозможным или достаточно рискованным.

ВСТРЕЧНЫЙ МЕТОД

Представляет собой торговлю, которая подразумевает подготовку, сопровождение и завершение таких международных коммерческих сделок, которые в проведении оплаты используют твердую валюту, отличается способом и процедурой осуществления международных сделок.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЙ МЕТОД

Институциональный метод предполагает проведение операций с привлечением специальных институтов: международных аукционов, бирж и торгов, которые устанавливают качество и цену продаваемых через них товаров.



Дополнительные материалы по теме:

1. *Глобальные цепочки создания стоимости: теоретические и практические аспекты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/9977.pdf>*
2. *Шоул Д. Первоклассный сервис как конкурентное преимущество / Джон Шоул., 2017. – 347 с. – (8).*
3. *Прайс Б. Лучший сервис — это отсутствие сервиса. Как избавить клиента от необходимости в обслуживании и сэкономить деньги компании / Б. Прайс, Д. Джаффе., 2010. – 368 с.*
4. *Руководство по статистике международной торговли услугами ООН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/seriesM_86Rev1r.pdf*

ТЕМА 4.

ЛЕКЦИЯ 4. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТОРГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ И РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С НИМИ

- 4.1. Коммерческие продажи и право
- 4.2. Риски, связанные с экспортом и импортом. Пути их решения
- 4.3. Культурные и языковые различия

С момента становления международных торговых отношений прошел значительный период, за это время профессиональные экспортеры и импортеры опираются на ряд международно-признанных процедур, документов и стандартных правил. В рамках курса «международная торговля» мы будем рассматривать этапы процесса международной торговли, начиная с подготовки основных договоров купли-продажи и заканчивая дополнительными договорами и соглашениями, которые требуют банки, транспортные компании и страховые организации. Далее мы обсудим вопросы международного дистрибьюторства, интеллектуальной собственности и электронной торговли.

КОММЕРЧЕСКИЕ ПРОДАЖИ И ПРАВО

В своем большинстве международные торговые операции осуществляются в виде коммерческих продаж.

***Коммерческие продажи** – это продажи реальных товаров между коммерсантами, иногда именуемые как оптовые сделки или сделки «B2B».*

Такой тип продаж регулируется специальными правовыми системами и правовыми кодексами в отношении национальных операций и конкретным международным договором в случае международных сделок – Конвенцией ООН о договорах международной купли-продажи (Венская конвенция 1980г.).

Отметим, что определение коммерческих продаж не включает в себя продажи конечным потребителям (которые не есть коммерсантами), а также

продажи финансовых инструментов, недвижимости или интеллектуальной собственности.

Международные коммерческие операции аналогичны национальным коммерческим операциям в том, что в них так же используются стандартные формы, такие как счета-проформы и заказы на поставку, коносаменты и т.д.

Коммерсантам, знакомым с национальными коммерческими операциями, должно быть не сложно обучиться основам экспорта-импорта. Но стоит учесть такие особенности как расстояния, другие валюты и т.д., что заставляют применять особые инструменты, такие как ИНКОТЕРМС или аккредитив не характерные для национальной торговли.

РИСКИ, СВЯЗАННЫЕ С ЭКСПОРТОМ И ИМПОРТОМ. ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В ходе изучения курса, мы обязательно рассмотрим риски так как это важная составляющая, которая обязательно должна быть учтена при осуществлении торговых операций. Следует отметить, что для международной торговли выделяют дополнительные специфические риски (рис. 8).

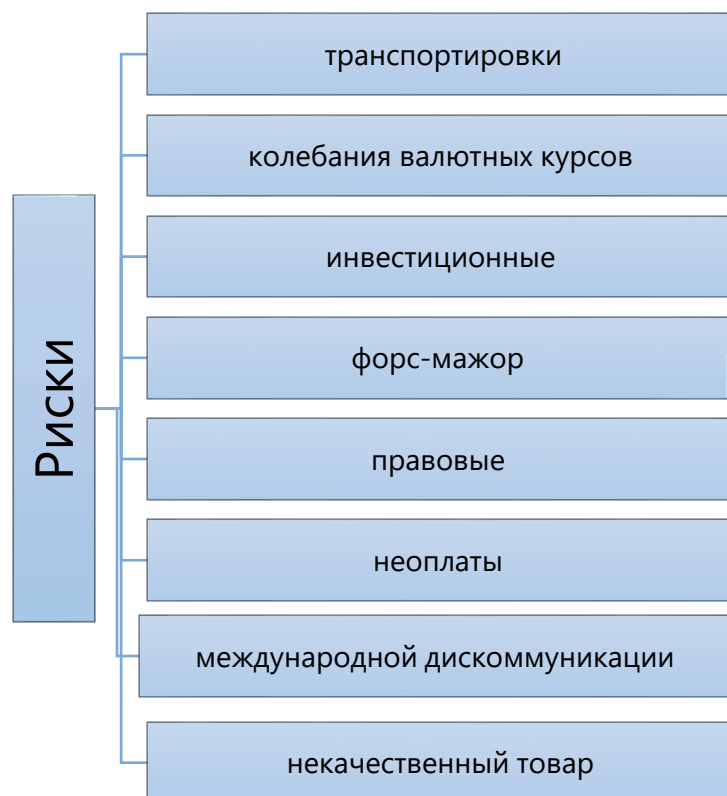


Рис.8. Специфические риски, связанные с международной торговлей

Риски, связанные с транспортировкой. Особенностью рисков транспортировки при осуществлении международной торговли является то, что международные перевозки сопровождаются дальними расстояниями, а груз, в свою очередь, часто передается из рук в руки либо длительное время находится на хранении. Такая ситуация часто приводит к тому, что уровень риска утраты, повреждения, кражи товара значительно выше по сравнению с внутренними перевозками (в рамках национальной торговли).

Что делать?

Экспортеры и импортеры должны понимать свои юридические права по отношению к перевозчикам. Так как в случае повреждения товара по вине транспортировщика (умышленно или случайно) его ответственность может зависеть от условий, предварительно зафиксированных в договоре, и от информации о условиях перевозки, которая содержится в коносаменте.

Коносамент – документ, подтверждающий условия договора перевозки, регулирует взаимоотношения между перевозчиком и получателем груза.

Отметим, что и импортеру так же необходимо понимать объем страхового покрытия, который обеспечивается страховым полисом. Дело в том, что в случае повреждения товара в процессе перевозки он может столкнуться с необходимостью предъявить требования согласно положениям такого полиса.

Риск колебания валютных курсов. Важно отметить, что если в каком-либо из международных контрактов цена была зафиксирована в определенной валюте, то последующие колебания валютных курсов (между валютой договора и расчетной валютой сторон) создадут преимущества для одной стороны за счет другой.

Что делать?

При желании избежать неопределенности – необходимо установить договорную цену в собственной валюте.

Для мелких организаций это удобно так как они стандартизируют валюту платежа, что в результате может облегчить бухгалтерский учет и прогноз движения денежных средств.

Но, как показывает практический опыт, чаще, с коммерческой точки зрения, необходимо установить цены в разных валютах. При такой ситуации экспортеры пытаются защитить себя от колебаний валютных курсов, например, с помощью приобретения валютных форвардных контрактов или опционов.

Форвардный контракт – обязательный для исполнения срочный контракт, в соответствии с которым покупатель и продавец соглашаются на поставку товара оговоренного качества и количества или валюты на определенную дату в будущем. Цена товара, валютный курс и другие условия фиксируются в момент заключения сделки.

Опционы – договор, по которому покупатель опциона получает право, но не обязательство, совершить покупку или продажу данного актива по заранее оговорённой цене в определённый договором момент в будущем или на протяжении определённого отрезка времени. При этом продавец опциона несёт обязательство совершить ответную продажу или покупку актива в соответствии с условиями проданного опциона.

Инвестиционные риски. Важно помнить, что обычные коммерческие риски, связанные с продажей товара, существенно возрастают в экспортном контракте. Такая ситуация обусловлена дополнительными инвестициями, предусмотренными программой экспорта.

Пример: на рынке, на котором на протяжении нескольких лет наблюдается устойчивый рост, внезапно может произойти спад (из-за валютных курсов, к примеру). Более того такая ситуация может возникнуть до того, как экспортер успеет окупить свои инвестиции в местную дистрибьюторскую сеть.

Что делать?

Прежде всего, компания, которая планирует заниматься экспортом должна взвесить все «за» и «против», удостовериться, что она действительно готова к международной деятельности. Для того, чтобы надлежащим образом начать процесс экспорта необходимо подготовить определенные ресурсы и осознавать, что они могут быть безвозвратно потеряны. Даже всемирно известные крупные компании сталкиваются с финансовыми потерями при осуществлении экспортных операций.

Поэтому необходимо всегда учитывать и оптимистический и пессимистический сценарии.

Форс-мажорные обстоятельства. Непредвиденные обстоятельства могут значительно повлиять на запланированные экспортные процедуры: существенно изменить стоимость транспортировки, а также сделать поставку невозможной.

Что делать?

Детально учитывать все возможные нюансы в договоре. Еще на этапе подготовки проекта договора важно учесть:

- четкий перечень обстоятельств, которые могут считаться форс-мажором и быть основанием освобождения от ответственности за невыполнение договорных обязательств;
- детальный порядок и сроки уведомления контрагента о наступлении препятствий выполнения обязательства, которые могут быть отнесены к форс-мажору;
- перечень организаций, которые могут свидетельствовать наступления форс-мажорных обстоятельств и требования к документам-свидетельств;
- возможность досрочного расторжения контракта в случае превышения предельного срока существования форс-мажорных обстоятельств.

Правовые риски. Случается, что экспортер или импортер вынужден заключать договор, который подчиняется юрисдикции иностранных судов. В таком случае, судебный порядок разрешения споров может оказаться невозможными или слишком дорогим. По этой причине и импортеры и экспортеры стремятся навязать собственные оговорки о выборе права и подсудности, требуют, чтобы споры разрешались в судах их стран.

Что делать?

Пытаться навязать собственные оговорки о выборе права и подсудности. Если это не получилось, то предусмотреть в договоре разрешение споров международным коммерческим арбитражем.

Риск неоплаты. Случаются ситуации, при которых экспортеру может быть затруднительно проверить кредитоспособность иностранных покупателей. Такие обстоятельства повышают риск неоплаты, задержки оплаты либо мошенничества.

Что делать?

Настаивать на платеже посредством безотзывного документарного аккредитива или на использовании других инструментов, выступающих в качестве обеспечения.

Безотзывный документарный аккредитив – твердое платежное обязательство банка, открывшего этот аккредитив в пользу экспортера, обособленное от внешнеторгового контракта, на котором он основан. Не может быть отозван, аннулирован.

Риск получения некачественного товара. Физическая проверка качества товара при отправке может быть затруднительной для импортера, что может привести тому, что полученный товар не будет соответствовать ожиданиям.

Что делать?

Импортер должен включить в договор положение об акте осмотра. Процесс предотгрузочной проверки является важным элементом в международной торговле и часто выступает в качестве документарного условия в аккредитивах. Акты осмотра могут выдаваться специализированными независимыми организациями-экспертами.

Риск международной дискommunikации. Так как приходится работать, выходя за национальные рамки, существует риск столкнуться с непониманием,

связанным с разностью культуры, языков, традиций, подходов в организации рабочих процессов.

Что делать?

Внимательно изучать культурные особенности и традиции в организации рабочих процессов всех стран, с которыми придется столкнуться в процессе осуществления экспортных операций. Учитывать этот опыт в процессе подготовки документов и отслеживания груза.

КУЛЬТУРНЫЕ И ЯЗЫКОВЫЕ РАЗЛИЧИЯ

Профессор глобальной стратегии бизнес-школы IESE в Испании (международная бизнес-школа, расположенная в Мадриде) Пэнкейдж Гемавэт выяснил, что, если две страны имеют общий язык и используют его в торговых отношениях, – эти отношения складываются на 42% успешнее, нежели в странах, ведущих совместный бизнес, но говорящих на разных языках.

При этом страны, в которых когда-то существовали колониальные торговые связи, гораздо успешнее – на 188%.

Например, в Китае, 68% прямых иностранных инвестиций в экономику Китая составили инвестиции из Сингапура, Гонконга. То есть, тех стран, где китайские этнические группы – самые большие.

Прошлое помогает Великобритании быть более успешной, и ее торговля на 13% более эффективна именно благодаря общему культурному и торговому наследию между страной и ее колониями.

Однако, что делать тем компаниям и странам, у которых нет общего исторического прошлого или языка?

В первую очередь необходимо не забывать о том, что недоразумения в процессе международных сделок могут возникнуть из-за того, что стороны происходят из разных культур и выражают свои мысли с использованием отличающейся терминологии.

Важно выстраивать правильные отношения с партнерами из других стран. Так как международное присутствие положительно влияет на финансовые показатели

компаний. Многие компании уверены, что это – решающий фактор в повышении производительности, поскольку преодолеваются культурные барьеры, необходимые для развития бизнеса. Стратегия и бизнес-операции должны извлекать максимум выгоды из международного сотрудничества.

Так же было замечено, что улучшение отношений с клиентами на зарубежных рынках положительно сказывается на продажах.

С другой стороны, существуют и риски – международное сотрудничество может ударить по кошельку. Например, бразильские и китайские бизнесмены отмечают, что из-за международного сотрудничества они понесли финансовые потери, при том, что эти потери не были следствием неудачных сделок. Считают, что причиной могло быть отсутствие ясности в их международных связях: именно это привело к уменьшению производительности.

То есть культурное многообразие нужно правильно использовать, иначе различия в менталитете лишь навредят. Исследования и практический опыт подтверждают, что различия в культурных традициях (ценностях, привычках, обычаях) в сочетании с языковым разнообразием представляют наибольшую угрозу для этого.

i *Практическая ситуация*

Австралийский импортер одежды вспоминает историю из своей бизнес-практики: он заказал у иностранного поставщика партию изготовленных на заказ рубашек-теннисок в количестве 5 000 штук. Импортер потребовал образец рубашки для тестирования содержания хлопка в ткани. Он отрезал один рукав рубашки, извлек несколько нитей и протестировал качество ткани. Удовлетворенный результатом, он вернул рубашку с комментарием: «Хорошо, направляйте партию согласно договоренности». Спустя несколько месяцев раздался разгневанный звонок от основного дистрибьютора одежды, которому партия товара была направлена напрямую. Клиент получил 5 000 рубашек-теннисок, в каждой из которых отсутствовал один рукав!

Стоит отметить, что между странами существуют не только культурные и деловые различия, но и различия в налоговых системах, регулировании, методах бухгалтерского учета, валютном контроле и таможенных системах.

Например, два самых распространенных налога во всем мире налог на прибыль и налог на добавленную стоимость (НДС).

В Украине, базовая ставка налога на прибыль составляет 18 процентов. В то время как налогом на прибыль не облагаются товары и услуги в оффшорных зонах. Так, на острове Мэн, Каймановых и Бермудских островах ставка налога на прибыль составляет 0 процентов. Тем не менее, Украина не может позволить себе ввести нулевую ставку на данный налог. Так как Украина большая страна, имеющая немало расходов, ставку в 0 процентов налога на прибыль может позволить себе применить отдельный город либо регион.

Существуют и такие страны, где действует низкая процентная ставка. Так, например, в Лихтенштейне ставка налога на прибыль составляет 12,5 процентов. Аналогичная ставка действует и на Кипре. Низкие ставки налога на прибыль притягивают зарубежные активы. Однако не стоит перенимать данный опыт и вводить подобные ставки в Украине. Иностранцы ориентируются не только на размер ставок налога на прибыль. Так, например, в Молдове действует ставка в 12 процентов, а в Македонии и того меньше – лишь 10 процентов. Однако иностранные вкладчики не торопятся вкладывать свои активы в данные страны. Быть оффшорной страной не так-то просто и одного низкого налога недостаточно.

Существуют и такие страны, где ставка налога на прибыль значительно выше, чем в Украине. Например, в Соединенных штатах Америки ставка налога на прибыль составляет 40 процентов, в Японии – 35,65 процентов, в Бельгии – 34 процента, в Италии – 31,4 процента, в Германии – 29,6 процентов. Однако данные страны имеют стабильную экономическую модель. Рассмотрим ставки НДС в различных странах мира (табл. 2).

Таблица 2

Ставки НДС в различных странах

Страна	%
Бутан	50
Греция	23
Италия	22
Украина	20
Германия	19
Россия	18
Гондурас	15
Япония	9
Канада	5

Это свидетельствует об отсутствии во всем мире единого мнения, относительно того какой должен быть размер ставки НДС.

По мнению экспертов, завышение ставки по НДС должно привести к уменьшению ввозимых товаров, и как следствие, увеличению производства и покупательского спроса на товары отечественного производителя. Однако в Украине данная теория не работает. В сложившейся ситуации выгоду получают крупнейшие экспортеры, регулярно получающие возмещение налога на добавленную стоимость из государственного бюджета. Однако большая часть менее крупного бизнеса в Украине получить возмещение НДС не имеет возможности, и по факту платит налог со стоимости всего товара.

Кроме того, один и тот же юридический термин, например, «агент», может иметь различное правовое значение в различных юрисдикциях. Могут различаться технические и торговые стандарты, вкусы потребителей.

Обеспечение послепродажного обслуживания продукции, поставленной на удаленные рынки, может оказаться чересчур затратным, и, как следствие, ее репутация будет подпорчена. Так же и перевод маркетинговых брошюр и технических руководств на иностранные языки может неожиданно потребовать слишком много времени и затрат, в особенности, если документы должны часто пересматриваться или обновляться.



Дополнительные материалы по теме:

1. Дюльгер А. И. Классификация рисков в международных мультимодальных перевозках // Молодой ученый. — 2014. — №8. — С. 457-459.
2. Риски экспорта и импорта. Как ими управлять? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iccwbo.ru/blog/2016/riski-eksporta-i-importa/>
3. Международное страхование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iccwbo.ru/blog/2016/mezhdunarodnoe-strakhovanie/>

ТЕМА 5.

ЛЕКЦИЯ 5. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ ПО ВОПРОСАМ ТОРГОВЛИ И ТОРГОВЫЕ ПАЛАТЫ

- 5.1. Торговые палаты
 - 5.2. Международные организации, которые участвуют в международной торговле
 - 5.3. Многосторонняя рамочная основа для мировой торговли: Всемирная торговая организация (ВТО)
-

ТОРГОВЫЕ ПАЛАТЫ

Первая торговая палата была основана в 1599 году в г. Марсель. Далее они начали появляться в Нью-Йорке (1768), Калькутте (1834), Париже (1873). Так, в настоящее время, практически каждый крупный город в мире имеет свою действующую торговую палату. В Киеве, в том числе, существует торгово-промышленная палата Украины (1972 г. основана на базе ТПП СРСР, с 1992 г. в рамках независимой Украины, на уровне законодательства с 1997 г.).

Местные, региональные и национальные торговые палаты часто имеют в своем составе подразделения, основная задача которых состоит в том, чтобы оказывать содействие импортерам и экспортерам.

Многие палаты организуют различные семинары, на которых представляют информацию для торговых и связанных с торговыми процедурами организаций.

Для бизнеса такие палаты оказывают всестороннюю поддержку и практическую помощь в вопросах международной торговли. К примеру, ТПП Украины предоставляет помощь предпринимателям в проведении торгово-экономических операций на внутреннем и внешнем рынках, способствует развитию экспорта украинских товаров и услуг, для чего предоставляют своим членам широкий спектр профессиональных услуг, в том числе консультационных по вопросам внешней торговли и оценке рынков, проводит независимую экспертизу товаров, осуществляет оценку движимого и недвижимого имущества, нематериальных активов, предоставляют услуги штрихового кодирования товаров, патентно-лицензионные услуги, оформляет документацию с целью обеспечения

защиты прав на интеллектуальную собственность и прочее. Палата так же предоставляет украинским и иностранным предпринимателям деловую и юридическую информацию, организывает семинары, конференции, выставки в Украине и за рубежом, обеспечивает деловые переговоры по экономическим вопросам.

Крупные или имеющие хорошее финансирование торговые палаты также создают торговые миссии, которые направлены на оказание содействия новым экспортерам в поиске агентов и дистрибьюторов на, еще не знакомых им, иностранных рынках.



Международная торговая палата (ICC – International chamber of commerce) – всемирная организация бизнеса, неправительственная организация, которая играет ключевую роль в международной торговле.

Основана в 1919 году

Штаб-квартира: Париж

В 1919 году несколько бизнесменов приняли решение о создании организации, представляющей интересы предпринимателей всего мира. Группа инициаторов, куда входили финансисты, торговые представители, промышленники, твердо решила привести расцвет мировой экономики на планету, которая не восстановилась еще от последствий Первой мировой войны. С их помощью была создана Международная торговая палата, а сами себя они называли «купцами мира».

В начале XX века существовало несколько подобных организаций. Но, тем не менее, отсутствовала единая мировая система норм для того, чтобы регулировать торговлю, инвестиции, финансовые и коммерческие отношения. Основатели ICC хотели восполнить этот пробел именно через инициативность и за счет сил коммерческого сектора вне зависимости от господдержки. Созданная международная торговая палата стала частью всей экономики в мире.

Сегодня, основной интерес ICC вызывает у экспортеров и импортеров благодаря своим разработкам в сфере международных торговых, правовых и банковских стандартов.

i *Исторические факты*

С целью предупреждения противоречий между торговыми партнерами Международная торговая палата разработала и опубликовала впервые в 1936 году сборник толкований наиболее часто встречающихся торговых обычаев стран.

Международная торговая палата, начиная с 1936 г. публикует свод правил толкования торговых терминов под наименованием ИНКОТЕРМС. Ныне действует ИНКОТЕРМС 2010 г., приспособленный к использованию средств компьютерной связи и новым способам перевозки товаров.

На сегодняшний день Палата представлена несколькими сотнями тысяч организаций, являющихся ее членами, из 120 стран мира. В ICC входят как небольшие организации, так и крупнейшие корпорации.

Следует отметить, что так как в члены ICC часто вступают развивающиеся страны, то она увеличила требования к открытию международного рынка той продукции, которую производит страна, претендующая на членство в ICC. Особенно высокие требования ICC выдвигаются к странам производителям сельскохозяйственных культур.

i *Примеры*

- нормы регулирующие международную практику для документарных аккредитивов – UCP;*
- правила Инкотермс ICC (кроме стандартных торговых терминов определяют правовое содержание ценовых котировок в международных сделках).*

На территории бывшего СССР действуют Российский (ICC Russia), Украинский (ICC Ukraine), Литовский (ICC Lithuania), Эстонский (ICC Estonia) и Грузинский (ICC Georgia) национальные комитеты ICC.

Ежегодно обновляемая программа ICC включает в себя проведение международных и национальных конференций и семинаров, является важным каналом доведения экспертных оценок до широкой аудитории. Конференции проводятся в различных странах мира.

Каждые два года ICC проводит Всемирные конгрессы, являющиеся для бизнеса событием глобального масштаба, на которых обсуждаются международные проблемы, с которыми могут столкнуться предприятия и компании в ближайшие годы, и разрабатывается стратегия решения этих проблем. Конгрессы проводятся в разных странах мира по приглашению национальных комитетов ICC.

При ICC работает Международный арбитражный суд, который считается самым авторитетным в мире негосударственным арбитражем для разрешения частных коммерческих споров.

Всемирная организация бизнеса всегда ищет потребности своих членов и расширяет виды своей деятельности. Например, в 1950 году была организована Всемирная федерация торговых палат, которая направлена на обеспечение централизации более чем 12 тысяч палат по всему миру.

Один из отделов ICC, созданный в Лондоне в 1980 году, называется Отдел по борьбе с коммерческими преступлениями, созданный с целью расследования и анализа преступлений в сфере коммерции.

В 2004 году под эгидой ICC стартовала новейшая инициатива в сфере международного бизнеса BASCAP (Business Action to stop Counterfeiting and Piracy – Бизнес против контрафакции и пиратства). Этот проект был создан для того, чтобы скоординировать бизнес и настроить его против контрафактной и пиратской продукции.

По мере того, как развивалась инициатива ICC, BASCAP объединила такие крупнейшие компании экономики мира, как NBC Universal, Chanel, Procter & Gamble, Apple, Unilever, Nike, Microsoft, Packard, Lacoste, Shell International, Universal Music, Nestle, Hewlett, Pfizer и многие другие.

Вся деятельность ICC связана с реализацией главенствующего принципа, который был отражен в Конституции ICC:

«Идти по пути содействия развития открытой мировой экономики и твердо верить, что международный обмен товарами приведет к мировому процветанию и будет содействовать мирному существованию народов».

Отметим также деятельность торгово-промышленной палаты Украины (ТПП Украины).

Основана в 1992 году

Штаб-квартира: Киев

Интересно знать, что после периода социальных потрясений и гражданской войны, одной из первых дореволюционных организаций стала Экспортная палата как негосударственный независимый орган.

В Украине отделение Российско-Восточной палаты начало функционировать в Харькове в 1924 году. А через год, по инициативе правительства, вместо него была основана Украинская-Восточная торговая палата.

Действующая торгово-промышленная палата Украины была создана в 1972 году на базе отделения ТПП СССР. А в качестве Палаты независимой Украины она начала активно развиваться с 1992 года. Отметим, что 2 декабря 1997 года Верховная Рада приняла Закон Украины «О торгово-промышленных палатах в Украине», чем утвердила ее существование на законодательном уровне.



ТПП Украины – это негосударственная неприбыльная самоуправляемая организация, которая на добровольных началах объединяет юридические лица и граждан Украины, зарегистрированных как предприниматели, а также их объединения.

В настоящее время членами ТПП Украины являются почти 10 000 хозяйствующих субъектов различных форм собственности.

ТПП Украины является членом Международной торговой палаты и Всемирной федерации палат, Ассоциации торгово-промышленных палат Европы, Делового совета Черноморского экономического сообщества, Ассоциации ТПП Центральной Европейской Инициативы.

ТПП Украины имеет представителей в 11 странах мира, поддерживает партнерские связи с аналогичными национальными и региональными структурами почти в 90 странах мира.

А основной задачей ТПП Украины остается создание благоприятных условий для предпринимательской деятельности, содействие всестороннему развитию

научно-технических и торговых связей между украинскими предпринимателями и их зарубежными партнерами, представление интересов ее членов по вопросам хозяйственной деятельности, как в Украине, так и за ее пределами.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ, КОТОРЫЕ УЧАСТВУЮТ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Сегодня значительное количество международных организаций осуществляет свою деятельность в сфере международной торговли. Перечень таких организаций и направление их основной деятельности важно знать каждому коммерсанту. Такая информация пригодится для регулирования внешнеэкономических сотрудничеств и решения возможных проблемных вопросов, к примеру, во время импорта и экспорта (рис. 9).

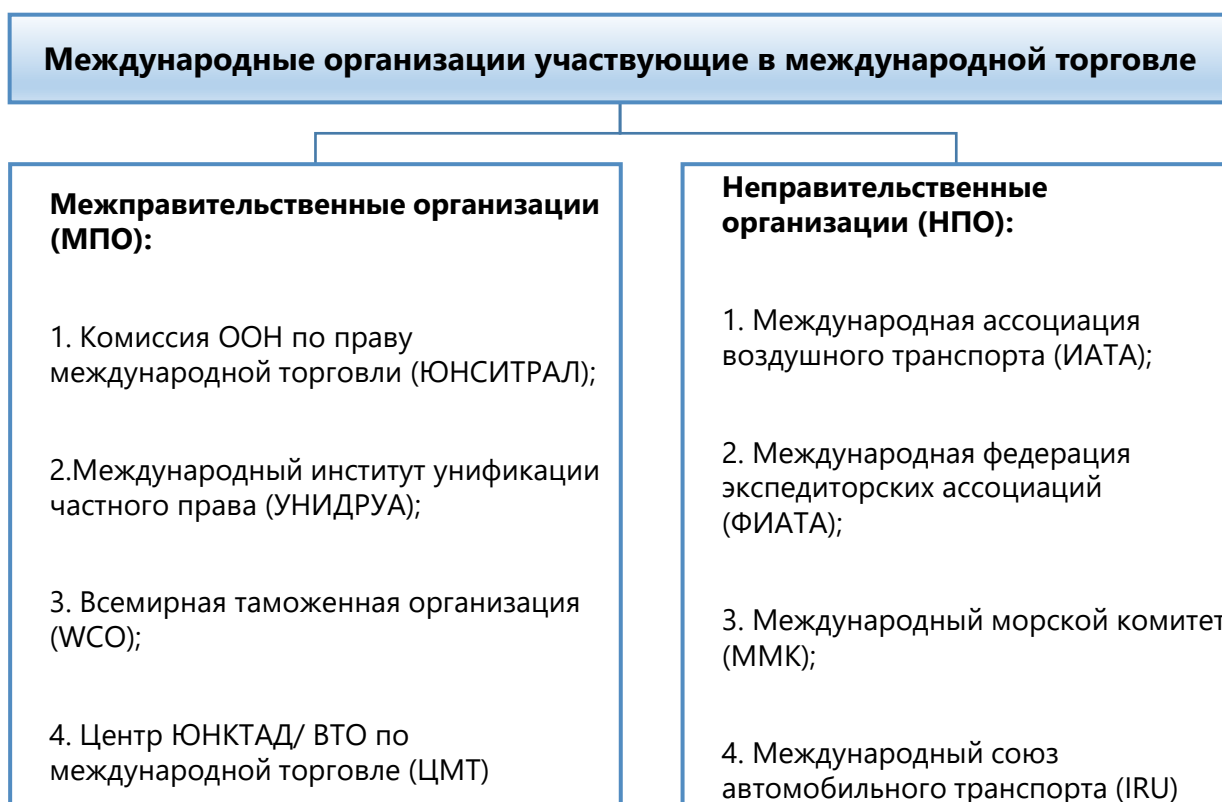


Рис.9. Категории международных организаций, участвующих в международной торговле

Далее рассмотрим детальней краткую характеристику организаций, принимающих участие в международной торговле.

МЕЖПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ (МПО)

Комиссия Организации Объединенных Наций по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ)

Штаб-квартира: Вена



ЮНСИТРАЛ – это орган ООН по содействию развитию международного частного права. Юридический орган с универсальным членским составом уже в течение более 40 лет специализирующийся в проведении реформ в области коммерческого права во всем мире.

Деятельность: разрабатывает документы, предназначенные для того, чтобы стать частью международного или национального права (международные договоры, конвенции, типовые законы).

Весомым вкладом ЮНСИТРАЛ в международную торговлю стала Венская конвенция о договорах международной купли-продажи товаров, которая вступила в силу в 1988 году и действует до сих пор.

Международный институт унификации частного права (УНИДРУА)

Штаб-квартира: Рим



УНИДРУА – международная межправительственная организация, осуществляющая подготовку международных документов в области частного права.

Деятельность: исследования в сфере частного права, связанного с договорами лизинга, франчайзинга, инспектирования и агентскими договорами, в целях разработки международных правовых конвенций.

Всемирная таможенная организация (ВТО)

Штаб-квартира: Брюссель

Прежде называлась – Совет по таможенному сотрудничеству (СТС).



WCO – это компетентная международная межправительственная организация по таможенным вопросам. Членами ВТО/СТС являются национальные таможенные службы практически всех стран мира, которые сотрудничают между собой в целях повышения эффективности таможенных процедур.

Деятельность ВТО/СТС сосредоточена в сфере разработки международных инструментов, конвенций по таким вопросам, как классификация товаров, оценка таможенной стоимости, правила происхождения товаров, таможенные сборы, безопасность цепи поставок, упрощение процедур международной торговли, борьба с правонарушениями в таможенной сфере и в отношении контрафактной продукции (защита прав интеллектуальной собственности), а также борьба с коррупцией.

i Исторические факты

В среднем срок вступления стран в ВТО составляет 5-6 лет, но отмечены и не стандартные ситуации:

- Молдавия присоединялась за шесть месяцев;*
- Болгария присоединялась за 41 месяц.*

Переговоры о присоединении Российской Федерации длятся на протяжении 18 лет, а Алжир присоединяется с 1987 года.

Центр ЮНКТАД/ ВТО по международной торговле (ЦМТ)

Штаб-квартира: Женева

ЦМТ – является центральным агентством существующей в рамках ООН системы по содействию экспорту из развивающихся стран.

Деятельность ЦМТ реализует широкий спектр обучающих программ для экспортеров и импортеров, а также преподавателей из местных торговых палат; публикует различные руководства по экспорту с акцентом на конкретные сферы торговли, например, упаковка, маркетинг, продвижение товаров.

В целом, можно отметить, что ЦМТ работает в шести областях:

- продукт и развитие рынка;
- развитие торговой службы поддержки;
- информация о торговле;
- развитие трудовых ресурсов;
- международная покупка и управление поставками;
- оценка потребностей, дизайн программы для торгового поощрения.

НЕПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ (НПО)

Международная ассоциация воздушного транспорта (ИАТА)

Штаб-квартира: Монреаль и Женева



ИАТА – отраслевая организация мировых авиакомпаний, играет важную роль в упрощении и стандартизации авиатранспортных документов (например, авиатранспортные накладные).

Организация имеет 101 представительство по всему миру.

Деятельность: ассоциация выступает координатором и представителем интересов авиатранспортной отрасли в таких областях, как: обеспечение безопасности полетов, производство полетов, тарифная политика, техобслуживание, авиационная безопасность, разработка международных стандартов.

i Факты и цифры

Коммерческая авиация за свою 60-летнюю историю стала рентабельной лишь в 2015 году.

«За свою 60-летнюю историю коммерческая авиация - в целом и за исключением крупных лоукостеров – стала рентабельной лишь в 2015 году» – глава Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) Александр де Жюньяк в интервью для *Le Temps*.

Международная федерация экспедиторских ассоциаций (ФИАТА)



Штаб-квартира: Цюрих

ФИАТА – международная организация, занимающаяся разработкой стандартов и повышением качества международных экспедиторских услуг.

Объединяет национальные экспедиторские ассоциации 150 стран мира.

Важным вкладом в международную торговлю стали такие документы, разработанные ФИАТА, как коносамент, а также руководство по таможенной очистке товаров.

Деятельность ФИАТА направляет свою деятельность на достижение следующих целей:

- объединение экспедиторов из различных стран в единую организацию и представление их интересов на мировом экспедиторском рынке;
- защита интересов экспедиторов путём участия в международных организациях, занимающихся поставками товаров и перевозками грузов, а также выполнением различных функций, связанных с поставками товара и перевозками грузов;
- ознакомление деловых кругов и широкой общественности с целями, задачами и ролью экспедиторской отрасли экономики в перемещении товаров мировой торговли;
- содействие профессиональной подготовке кадров для экспедиторской отрасли;
- разработка и внедрение в практику унифицированных экспедиторских документов;
- другие направления деятельности по повышению качества экспедиторских услуг.

Международный морской комитет (ММК)

Штаб-квартира: Брюссель



ММК – организация, которая создана в 1897 году для содействия унификации морского и торгового права, морских обычаев и практик.

Деятельность: результатом деятельности организации за период с 1910 по 1971 год стало введение 18 «Брюссельских» конвенций и протоколов по морскому праву, включая ключевые инструменты международного регулирования коносаментов, известные как Гагские и Гааго-Висбийские правила.

Международный союз автомобильного транспорта (IRU)

Штаб-квартира: Женева



IRU – международная федерация, представляющая интересы автомобильных операторов.

Членами IRU являются 180 национальных союзов и ассоциаций в области транспортных перевозок различными видами автотранспортных средств: грузовиков, автобусов, такси и прочие.

Деятельность: управляет таможенной системой TIR, позволяющей грузовикам, опечатанным таможенными органами, пересекать национальные границы без прохождения всех таможенных формальностей.

У союза есть учебное подразделение – **Академия IRU**, в которой проходят повышение квалификации работников отрасли в соответствующих секторах автотранспорта. Данный международный союз в качестве своих задач рассматривает также представление интересов автотранспортной отрасли в отношении с властями, общественными организациями, средствами массовой информации. IRU также способствует гармонизации отношений между автотранспортом и другими видами транспорта.

i **Перспективы**

Беспилотные грузовики. Самоуправляемые грузовики позволят сократить расходы, снизить объемы вредных выбросов и повысить безопасность на дорогах. При этом согласно одному из сценариев развития, автоматизированные грузовики в США и Европе к 2030 году сократят потребность в водителях на 50 – 70 %, то есть около 4,4 миллиона из 6,4 миллиона прогнозируемых рабочих мест для профессиональных водителей грузовиков станут избыточными. Даже если все более широкое использование беспилотных грузовиков снизит приток новичков в отрасль, количество сокращенных водителей в США и Европе может превысить 2 миллиона.

МНОГОСТОРОННЯЯ РАМОЧНАЯ ОСНОВА ДЛЯ МИРОВОЙ ТОРГОВЛИ: ВСЕМИРНАЯ ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (ВТО)

ГЕНЕРАЛЬНОЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО ТАРИФАМ И ТОРГОВЛЕ (ГАТТ) И РАЗВИТИЕ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ

После Второй мировой войны в международном сообществе возник твердый консенсус в отношении необходимости создания международной торговой организации, для осуществления контроля над постепенной либерализацией торговли на международных рынках.

Либерализация **торговли** –
*процесс уменьшения или устранения ограничений на внешнюю тор
говлю*

Всемирное ГАТТ эффективно функционировало в период с 1947 по 1995 года в качестве координатора многосторонней торговой системы. В результате

появления ГАТТ тарифы, которые в промышленных странах в среднем составляли 40% в конце 40-х годов, к началу 90-х годов снизились до 5%. Мировой экспорт вырос с 61 млрд долларов США в 1950 году до 4090 млрд долларов США в 1994 году. По результатам Уругвайского раунда в 1994 году в качестве правопреемника ГАТТ, была создана ВТО.

Уругвайский раунд, который проводился с 1986 по 1993 года, являлся самым сложным и всесторонним раундом по либерализации торговли из всех когда-либо проводившихся.

Уругвайский раунд многосторонних переговоров в рамках ГАТТ является первым раундом за всю историю Генерального соглашения по тарифам и торговле, на котором проблемы торговли сельскохозяйственными товарами стали главной темой для обсуждения.

Основными итогами Раунда стали: принятие новой редакции ГАТТ (так называемый ГАТТ-1994), ГАТС и ТРИПС и формальное образование ВТО. По сути, были заложены основы ныне действующей всемирной торговой системы.

ВСЕМИРНАЯ ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (ВТО)

ВТО пришла на смену ГАТТ, но характер ее деятельности значительно отличался. ГАТТ преимущественно представляло собой свод правил, администрируемых временным органом, а ВТО уже является постоянно действующей организацией, имеющей свой собственный секретариат. Так, если сфера применения ГАТТ ограничивалась только торговлей товарами, то ВТО, кроме этого, охватывает торговлю услугами и коммерческими аспектами прав интеллектуальной собственности.

Большое практическое значение имеет тот факт, что теперь решение споров в рамках механизма ВТО осуществляется намного быстрее и более технологично. При таком подходе торговые барьеры могут быть преодолены намного быстрее и эффективнее.

Устоявшиеся принципы, воплощенные в ГАТТ, не исчезли с появлением ВТО, а скорее, стали поглощены новой структурой. Таким образом, ГАТТ, основанное в 1947 году, продолжает свое существование, но уже как так называемое ГАТТ 1994 года, то есть в измененном и обновленном виде и является неотъемлемой частью соглашения об учреждении ВТО.

В ноябре 2001 года в столице Катара – Дохе ВТО инициировала девятый раунд многосторонних торговых переговоров под названием «Дохийская повестка развития», проводящийся под эгидой ГАТТ/ВТО в целях дальнейшей либерализации мировой торговли и усиления интеграции развивающихся стран во всемирную торговую систему.



Дополнительные материалы по теме:

1. Справочник по ЮНСИТРАЛ. Основные факты о Комиссии Организации Объединенных Наций по праву международной торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uncitral.org/pdf/russian/texts/general/12-57493-Guide-to-UNCITRAL-r.pdf>
2. ICC Trade Register Report 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iccwbo.org/publication/icc-trade-register-2016/>
3. 2017 Annual subscription - ICC Dispute Resolution Bulletin [Electronic resource]. - Access mode: <http://store.iccwbo.org/annual-subscription-icc-dispute-resolution-bulletin>

ЛЕКЦИЯ 6. СТАНДАРТНЫЕ ДОКУМЕНТЫ И СИСТЕМЫ. ДОКУМЕНТАРНЫЕ ПРОДАЖИ

- 6.1. Документарные продажи
- 6.2. Мошенничество в международной торговле

ДОКУМЕНТАРНЫЕ ПРОДАЖИ

Профессионалы международной торговли выстраивают любую сделку на основе ясно и четко прописанных условий контракта, что часто выражается в использовании счета-проформы или заказа на поставку, которые сопровождаются детальными юридическими условиями.

***Счет-проформа** – документ, предоставляемый продавцом покупателю и содержащий сведения о цене и стоимости товара.*

***Заказ на поставку** – это формальный запрос, который направляется закупочной организацией поставщику или заводу с просьбой проинформировать о возможности поставки к определенной дате указанного количества/объема материалов и/или услуг.*

Договор купли-продажи между экспортером и импортером является основным договором в экспортно-импортной операции, находится в центре внимания, поскольку может определять многие из других связанных с ним обстоятельств, таких как представление надлежащего транспортного документа (например, коносамента или транспортной накладной) или соответствующих

документов, связанных с осуществлением платежа (например, в рамках документарного аккредитива).

Управление экспортно-импортными рисками основывается на документарных системах и обычаях, которые регламентируют права, расходы, обязанности сторон при осуществлении экспорта. Отмеченные особенности должны быть грамотно оформлены в виде документов.

Процесс осуществления экспорта на самом деле является двояким и включает в себя:

- физическую поставку товара;
- дополнительный обмен документами.

Такая документарная система возникла на основе сделок, которые назывались «документарными продажами» или «продажами документов» в рамках классических торговых терминов «отгрузки» FOB и CIF.

FOB – международный торговый термин Инкотермс, использующийся для обозначения условий поставки груза и определения стороны, на которую возлагаются расходы по транспортировке и/или определения точки передачи ответственности за груз от продавца к покупателю.

Условия FOB предусматривают, что продавец обязан доставить товар в порт и погрузить на указанное покупателем судно; расходы по доставке товара на борт судна ложатся на продавца. В некоторых портах, при поставках на условиях FOB, расходы по погрузке несёт покупатель. Риск случайной гибели имущества или его повреждения возлагается на продавца — до момента пересечения товаром борта судна, и на покупателя — с указанного момента.

CIF – международный коммерческий торговый термин Инкотермс.

Поставка на условиях CIF означает, что продавец выполнил поставку, когда товар погружен на транспортное средство в порту отгрузки, а продажная цена включает в себя стоимость товара, фрахт или транспортные расходы, а также стоимость страховки при перевозке.

Условия поставки CIF в значительной степени идентичны с условиями CFR. Дополнительно к ответственности по условиям поставки CFR, продавец для условий CIF должен получить страховой полис, допускающий передачу для покрытия рисков, связанных с доставкой груза, страховыми компаниями. Страхование должно покрывать, как минимум, предусмотренную в договоре купли-продажи цену плюс 10 % (то есть 110 %) и должно быть заключено в валюте договора купли-продажи. Ответственность продавца за товар заканчивается, когда товар был доставлен до порта покупателя и был принят наёмным экспедитором покупателя.

Документарные продажи рассматривались судами, действующими по нормам общего права, как операции с документами в той же степени, как и операции с товарами. Для экспортера предоставить правильные документы так же важно, как и поставить правильные товары.

Основные документы в данной схеме приведены ниже:

1. Договор купли-продажи;
2. Коносамент (или другой транспортный документ, например, транспортная накладная);
3. Документы, связанные с осуществлением платежа (в частности, документарный аккредитив, вексель или банковская тратта);
4. Страховой документ (страховой полис, свидетельство или талон).

Проверка указанных документов должна быть такой же тщательной, как и проверка товара.

Хотя такая документарная система и имеет преимущества, ей также присущи и определенные риски.

Например, бумажные документы могут быть подделаны, изменены, либо могут содержать заведомо ложные сведения. В некоторых случаях импортеры сталкиваются с ситуациями, когда представленные документы выглядят соответствующими требованиям, но поставленный товар оказывается бракованным. При этом пострадавший импортер может не иметь возможности не исполнить или остановить платеж, не смотря на нарушение договора экспортером. Импортеры могут защищать себя от таких рисков, потребовав от экспортера предоставления акта предварительной проверки.

С точки зрения экспортера, недостатком документарной системы является то, что осуществление физической поставки не является оправданием для недостатков в документах. Экспортер может в значительной степени исполнить обязательства по договору, и, тем не менее, не получить оплату своевременно или в полном объеме в результате невыполнения каких-либо формальностей, связанных с документами. Это представляется проблемой, в особенности, для мелких экспортеров, которые предусмотрели оплату посредством документарного аккредитива, но позднее обнаружили, что их собственные погрешности в системе учета не позволяют вовремя предоставить подтверждающие документы. То, что должно было быть безотзывным аккредитивом, теперь превращается в кредит, обусловленный

готовностью импортера согласиться принять документы с расхождениями. Очень часто результатом таких ситуаций являются задержки платежа или иные сложности.

Единственный выход как для экспортера, так и для импортера – это еще до подписания международного договора купли-продажи убедиться в том, что они оба четко понимают документарные обязательства, которые должны будут выполнять.

i *Практическая ситуация*

В одном из судебных дел, касающихся продажи товаров на условиях «CIF Гонконг отправка из континентального порта не позднее 29 октября», товары были фактически отправлены после указанной даты (29 октября), однако коносамент был подделан, и в нем была указана своевременная дата отправки.

Подделку обнаружили только после того, как покупатель осуществил физическую приемку товаров, не выразив при этом претензий к качеству товаров.

Решение суда было следующим: «Существует право отказаться от принятия документов и существует право отказаться от приема товаров и эти две вещи не связаны. Контракт, заключенный на условиях CIF, влечет за собой определенные обязательства со стороны продавца, некоторые из которых касаются товаров, а некоторые – документов. Что касается товаров, то продавец обязан погрузить товары на борт судна в порту отгрузки в соответствии с содержащимся в контракте описанием, но он так же должен отправить документы, и такие документы должны соответствовать контракту».

Документарные средства защиты, такие, как, например, документарный аккредитив или акт осмотра, лишь частично помогут решить задачу по предотвращению рисков в международных торговых сделках. Для полной реализации плана снижения рисков также могут быть полезны другие актуальные услуги, такие как анализ платежеспособности, страхование экспортного кредита и факторинг. Более того, коммерсанты должны взять за правило проводить процедуры проверки в отношении всех планируемых международных операций.

СТРАХОВАНИЕ ЭКСПОРТНОГО КРЕДИТА

Страхование экспортных кредитов используется как один из инструментов внешнеторговой политики, которая дает возможность регулировать объемы и географию экспортного кредитования.

Например, страхование экспортного кредитования в странах-членах ОЕСР, обеспечивает в среднем до 3% объема ежегодного экспорта, из которых государственная поддержка составляет около 30%. Такая поддержка дает возможность экспортерам из указанных стран осуществлять и увеличивать снабжение товаров и услуг на новые рынки даже с имеющимся политическим риском.

Страхование экспортных кредитов включает:

- страхование коммерческих кредитов, предоставляемых поставщиком покупателю;
- страхование банковских ссуд поставщику или покупателю;
- страхование обязательств и поручительств по кредиту;
- страхование долгосрочных инвестиций;
- специфические виды страхования (например, страхование валютных рисков, страхование от инфляции, страхование расходов по вступлению экспортера на новый рынок и прочие).

Всего при страховании экспортных кредитов насчитывается до 50 отдельных рисков.

Страховые риски принято группировать по следующим признакам:

- экономическому (банкротство частного покупателя, отказ от платежа или принятия товара, неоплата долга в обусловленный срок, прочее);
- политическому (война, революция, запрет на платежи за границу, консолидация долгов, национализация, конфискация, введение эмбарго, неплатежи покупателя, являющегося государственной организацией, отмена импортной лицензии, другое).

До подписания внешнеторгового контракта, по запросу экспортера, страховая компания тщательно проверяет платежеспособность будущего покупателя и устанавливает кредитный лимит.

***Кредитный лимит** — максимальную сумму допустимой текущей задолженности иностранного покупателя и максимальный период допустимой рассрочки платежа, при превышении которых вступает в силу страховая защита.*

Страхование экспортных кредитов в современном понимании является одним из наиболее молодых направлений страховой деятельности. Как отдельное направление страхового бизнеса оно начало формироваться со середины XX столетия. Предпосылкой страхования политических рисков считается страхование военного риска.

Страхование экспортных кредитов развивается по двум основным направлениям:

- 1) увеличение размера страхового покрытия, которое составляет, как правило, 80-90% возможных убытков страхователя, но в ряде случаев может достигать и 100%;
- 2) расширение перечня страховых рисков и внедрение новых видов страхования.

Большинство операций по страхованию иностранных кредитов обеспечивается на основе программ, реализуемых при поддержке государства, но некоторые схемы страхования предполагают проведение операций страхования на основе совместного участия в них государства и частных страховщиков.

В мировой практике страхование экспортных кредитов и инвестиций является одним из средств экспортного производства и расширения экспорта, который отвечает нормам ВТО и используется всеми странами ОЭСР.

Учреждения по развитию экспорта функционируют в более чем 70 странах мира, в том числе почти во всех странах Восточной Европы (Польша, Чехия, Венгрия, Болгария, Словакия, Румынии, Словения, Хорватия), а также Прибалтики (Литва, Эстония).

В некоторых европейских странах функции страхования возложены на частные страховые компании, осуществляющие эти операции за счет предоставляемых государством средств.

Германия

- страхованием экспортных кредитов занимается страховая компания Гермес (Hermes Kreditversicherung AG), основанная в 1917 г.

Франция

- КОФАСЕ (Compagnie Francaise D'assurance pour le Commerce Exterieur) — акционерное общество, основанное в 1945г. и контролируемое государством.

Великобритания

- Департамент гарантии экспортных кредитов (Export Credits Guarantee Department), который по закону является специальным правительственным органом, подчиняющимся министерству торговли.

Италия

- подразделение по страхованию экспортных кредитов (САЧЕ) государственного страхового концерна ИНА.

Япония

- специальный отдел в министерстве внешней торговли и промышленности.

США

- основное государственное учреждение, ответственное за страхование экспортных кредитов, является Экспортно-импортный банк (Export-Import Bank).

Существует несколько требований, которым американские предприятия должны соответствовать, чтобы их проекты были рассмотрены:

- оказывает содействие только экспорту товаров и услуг, которые содержат как минимум 50% американского участия;
- при краткосрочном страховании покрытие относится к стоимости всей поставки, а при осуществлении средне- и долгосрочных программ, в том случае, если экспортная американская продукция содержит компоненты иностранного производства, банк покрывает до 100% американской доли при условии, что оказываемая им помощь не превышает 85% экспортной цены.

Другим правительственным агентством США, занимающимся страхованием, является Корпорация по частному инвестированию за рубежом (Overseas Private Investment Corporation — ОПИС) при Министерстве финансов США. ОПИС проводит страхование американских инвестиций в развивающихся странах и возникающих новых экономических системах от трёх видов политического риска:

- политическое насилие (война, революция, мятеж и гражданское неповиновение), оказывающее воздействие на активы или доходы предприятия;
- экспроприация;
- неконвертируемость валюты.

В дополнение к страхованию активов и инвестиций материнской компании ОПИС также обеспечивает покрытие институциональных ссуд, аренды, застрахованной собственности и договоров об оказании технической помощи по

менеджменту, а также риск подрядчиков, связанный с обязательствами по ценам и исполнению работ, таможенными закладными, оборудованием, спорами по контрактам и другим видам риска.

В странах Восточной Европы аналогичные институты были созданы лишь в 90-х годах. Например, в Республике Польша успешно функционирует Корпорация страхования экспортных кредитов «КУКЕ», которая создана в 1991 году как национальное агентство по страхованию экспортных кредитов.

Идея создания международной системы страхования экспортных кредитов и инвестиций возникла еще в 50-е года XX-го столетия. А реализация ее состоялась лишь в 1985 году, когда ведущие страны Запада подписали в Сеуле Конвенцию «Об учреждении Многостороннего агентства гарантирования инвестиций».

Среди рисков, которые страхуются Агентством, наиболее распространенные:

- экспроприация инвестиций или другие ограничения прав частной собственности инвестора со стороны государства-реципиента;
- нарушение договорных обязательств принимающей стороной, что вызвало материальный ущерб иностранным инвесторам;
- убытки в случае войны и социальных неурядиц;
- невозможность свободного перевода валюты (перевод прибыли (дивидендов) и репатриация капиталов).

Например, риск задержки трансферта из-за недостатка конвертируемой валюты в стране местонахождения контрагента предприятия, объявление моратория на обслуживание внешнего долга, ограничивающие платежи между страной предприятия и страной местонахождения его контрагента может быть застрахован страховщиком – членом Бернского (стран Запада) или Пражского клуба.

Пражский Клуб – ассоциация организаций страхования экспортных кредитов Центральной, Восточной Европы, Африки и Азии, предоставляет возможность обмена информацией и опытом между национальными учреждениями по страхованию экспортных кредитов. На сегодня в этот Клуб входят 25 экспортных кредитных агентств и международных организаций со всего мира.

Украина, в отличие от всех главных торговых конкурентов (Россия, страны ЕС, Центральной и Восточной Европы), не имеет собственной системы страхования и гарантирования экспортных кредитов и, таким образом, не может стимулировать экспорт высокотехнологической продукции и услуг на условиях отсрочки платежей. Это делает продукцию отечественного машиностроительного комплекса неконкурентоспособной на мировых рынках и в международных тендерах и не дает

возможности банкам и предприятиям экспортировать украинскую продукцию с отсрочкой оплаты путем товарного кредитования.

ФАКТОРИНГ

Факторинг – комплекс услуг, важнейшим звеном которого является уступка (продажа) дебиторской задолженности компании.

Сущность факторинга очень проста, если отбросить специфические термины, разобраться в нем не составляет труда.

Долги одних компаний перед другими – это широко распространенное явление. Долги в пользу конкретной фирмы называются ее дебиторской задолженностью.

Как возникает дебиторская задолженность?

Например, оптовый продавец может отгрузить покупателю партию товара, а покупатель рассчитывается с ним не сразу, а через неделю (по определенным причинам). Или: консалтинговая фирма провела анализ бизнеса другой организации, представила свои рекомендации, полностью выполнив условия договора. Фирма-клиент, по тому же договору, должна провести оплату в течение 10 дней (не мгновенно).

Очевидно, что пробелы в оплате серьезно мешают бизнесу, снижая его устойчивость и способность к развитию. Возвращаясь к примеру торговли, отметим, что пока покупатель не оплатил выставленный оптовиком счет, продавец не может приобрести новую партию товара для обслуживания других контрагентов.

Сущность факторинга заключается в ликвидации этих пробелов. Третье лицо (банк, специализированная факторинговая компания) выкупает обязательства покупателя, предоставляя продавцу «живые» деньги сразу после продажи товара. Разумеется, это делается не бесплатно – однако, возможность бесперебойного функционирования бизнеса обычно позволяет легко окупить комиссию фактора.

Механизм работы факторинга достаточно прост, сложности в понимании возникают в связи с необходимостью хорошо понимать роли участников сделки. Участников трое (таблица 3).

Позиции участников факторинговой сделки

	Кредитор	Дебитор	Фактор
Роль	поставщик товаров или услуг	покупатель, клиент кредитора	банк или специализированная компания
Выгода от сделки	бесперебойный бизнес, привлекательность товара для покупателя за счет отсрочки, удобное управление задолженностью	получение отсрочки платежа	комиссия за предоставленные услуги

Представленный процесс имеет следующие этапы:

1. Клиент факторинговой компании оказывает услуги или предоставляет покупателю товары и услуги с отсрочкой платежа.
2. Клиент (продавец) передает фактору документы, подтверждающие факт появления дебиторской задолженности.
3. Фактор покрывает большую часть задолженности (до 95%).
4. Дебитор проводит оплату за товар/услуги.
5. Кредитор и фактор проводят окончательные расчеты между собой: банк получает обратно свои деньги с дополнительной комиссией за услуги, продавец получает остаток полагающихся ему средств (5 - 30%).

Закрытый тип факторинговой сделки, при которой фактор проводит расчеты только с кредитором, представлен на рис.10.



Рис.10. Механизм факторинговой сделки закрытого типа

В более сложном варианте – открытом – отношения есть между всеми тремя участниками. Покупатель рассчитывается уже с банком, то есть задолженность полностью уступается фактору (рис. 11).

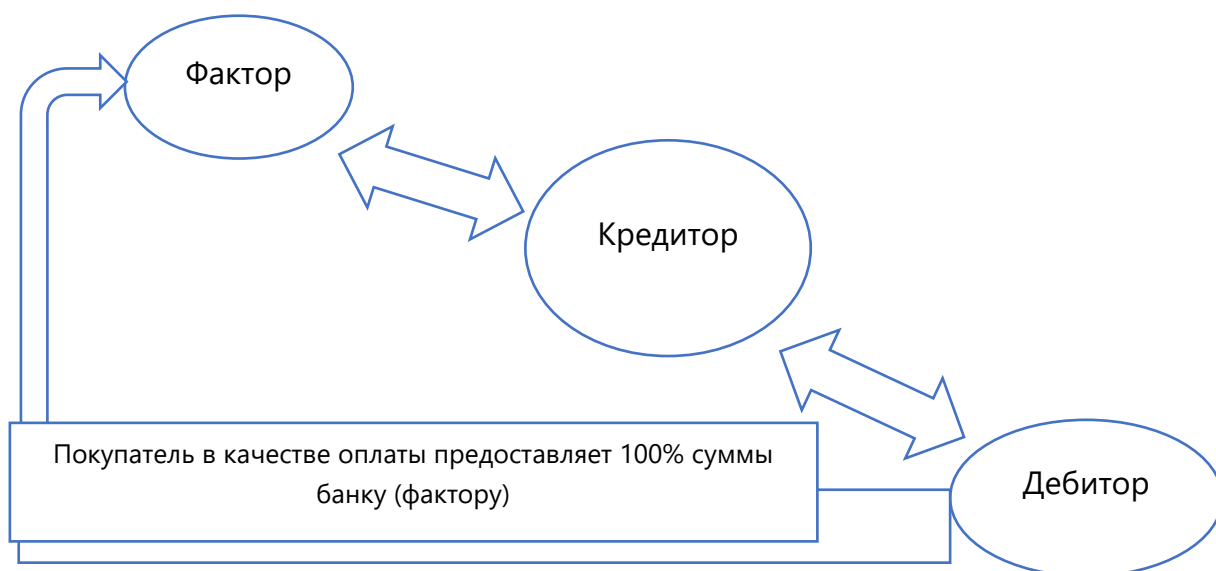


Рис.11. Механизм факторинговой сделки открытого типа

МЕЖДУНАРОДНОЕ МОШЕННИЧЕСТВО

Международная торговля, исходя из своих особенностей (большие расстояния между партнерами, различия в законодательстве, языке, часто непростая организация перевозки товаров и прочее), представляет собой привлекательную для мошенников сферу. Их деятельность облегчают современные технические средства, с помощью которых достаточно несложно можно изготовить необходимые документы. Кроме того, реализации мошеннических операций способствует и человеческое желание обогатиться за короткое время.

Международное мошенничество – это широко распространенная реальность, и все профессионалы в области торговли обязаны знать о необходимости проверять все «верительные грамоты» и иметь дело только с проверенными и хорошо известными партнерами.

Значительная часть мошенничества в международной торговле связана с документарными операциями с участием банковских гарантий и документарных аккредитивов.

Как мы уже успели отметить из предыдущего материала, документарные аккредитивы являются надежным инструментом расчетов в международной торговле и отвечают интересам как продавца, так и покупателя по сделке. Но стоит отметить, что все указанное верно при одном условии: продавец и покупатель являются добросовестными. При этом условии даже представление бенефициаром документов с расхождениями не приведет к длительному отказу покупателя платить и тем более не приведет к неоплате честно заработанных средств за отгруженные товары или выполненные работы.

Как мы уже знаем, документарный аккредитив, который выпускает банк-эмитент по просьбе клиента-приказодателя, может быть обеспечен или не обеспечен покрытием со стороны клиента.

В случае, если по аккредитиву имеется покрытие от приказодателя, сформированное из его собственных средств, риски по исполнению торговой сделки несет приказодатель, в том числе если его партнер поставит ему ненадлежащий товар или вообще не отгрузит товар и представит фальшивые

документы. Банки, которые участвуют в аккредитивной операции, не несут ответственности за подлинность документов или за наличие товаров, принимая к оплате представленные документы при их соответствии по внешним признакам условиям аккредитива и UCP600.

Конечно, если специалист банка по документарным операциям каким-либо образом понимает, что документы являются или могут являться поддельными, или приказодатель аккредитива, являющийся добросовестным клиентом банка, сообщил своему банку информацию о том, что товар не был отгружен или отгружен ненадлежащего качества, то, если это возможно, специалист банка постарается найти любые формальные расхождения в документах и откажется от платежа до урегулирования вопроса между приказодателем и бенефициаром. Однако, несмотря на то, что по статистике, документы с расхождениями занимают значительную долю, иногда крайне сложно найти какие-либо расхождения. Кроме того, подложные документы могут не вызвать никаких подозрений. Таким образом, единственный способ обезопасить себя от мошенничества — это знать своего партнера по контракту и максимально проверять его до заключения контракта.

Если же аккредитив выпускается без покрытия со стороны клиента или с покрытием, сформированным за счет кредитных средств, то фактически риски приказодателя переходят на банк-эмитент, поскольку в случае не поступления товара или поступления товара ненадлежащего качества приказодатель не сможет реализовать товар и расплатиться по кредитному продукту, предоставленному банком. Поэтому, если при покрытом аккредитиве банк может только порекомендовать клиенту проверить партнера по сделке, то при непокрытом аккредитиве (или покрытом за счет кредитных средств) одним из условий организации сделки со стороны банка должна являться максимально полная ее проверка (проверка текста контракта на соответствие обычным правилам ведения внешнеторговых операций; при необходимости проверка приказодателя; проверка существования бенефициара и его репутации; проверка соответствия перечня отгрузочных документов условиям поставки и транспортировки и др.).

Как распознать мошенников?

Обычно мошенники выбирают сырьевые товары, пользующиеся большим спросом (нефть и нефтепродукты, сахар, цемент, пальмовое масло, карбамид и др.), и предлагают их по умеренным ценам, предоставляя убедительную документацию.

ВИДЫ МОШЕННИЧЕСТВА

В документарном мошенничестве существует значительное количество возможных видов. Наиболее распространенными можно считать следующие:

1. **Обман продавца.** Продавец, отгрузив товар, представляет в банк оригиналы коносамента и направляет необоротную (non-negotiable) копию коносамента в адрес покупателя для уведомления его о деталях отгрузки. На базе этой копии покупатель изготавливает поддельный оригинал коносамента и получает товар, не произведя за него платеж.

Существуют также компании-перевозчики, не имеющие судов (**NVOCC — Non Vessel Owing Common Carrier**). Такие компании принимают на себя обязательства перевозчика, но не имеют активов для их выполнения. Если продавец отгружает товар на условиях FOB, а в качестве перевозчика покупатель назначает NVOCC, то продавец очень уязвим в случае мошенничества, т.к. теряет контроль над грузом, а если покупатель отказывается платить, у продавца остается только возможность выдвинуть требования по коносаменту к NVOCC.

2. **Обман покупателя.** Продавец-мошенник заключает контракт с потенциальной жертвой, которая открывает в его пользу аккредитив.

Далее возможны несколько вариантов действий продавца:

2.1. Отгрузить практически не имеющий стоимости товар покупателю (например, в контейнеры грузится песок, камни и т.п.). В коносаменте, который выписывается на основе «said to contain» («содержимое по заявлению»), будет указан другой товар, который никогда не поступит в адрес покупателя;

2.2. Отгрузить товар в меньшем количестве или более низкого качества. В случае задержания продавец сможет избежать уголовной ответственности и в гражданском производстве может быть признан только ответственным за убытки, причиненные покупателю.

Как решить?

Для предотвращения двух вышеуказанных видов мошенничества импортер в случае, если он имеет дело с новым поставщиком, может заказать независимую инспекцию.

- 2.3. Не отгрузить ничего. Самый распространенный вариант обмана. В этом случае продавец представляет в банк поддельные документы, подтверждающие погрузку товара на борт судна и его отгрузку в адрес покупателя. Документы полностью соответствуют условиям аккредитива, поэтому, при значительном расстоянии между портом погрузки и портом выгрузки, покупатель узнает об отсутствии товара слишком поздно, когда платеж по аккредитиву уже будет произведен.

i **Практическая ситуация**

Расследование Международного морского бюро (International Maritime Bureau) Международной торговой палаты: поставка партии кусковой серы, якобы была отгружена из балтийского порта и направлялась в Китай.

Документы по данной отгрузке полностью соответствовали аккредитиву, однако расследование установило, что указанное судно никогда не прибывало в порт погрузки, более того, оно не существовало вообще.

Коносаменты сопровождалась другими документами, такими как сертификат инспекции и сертификат происхождения. Сертификат инспекции не был выписан страховой компанией, известной в регионе, а сертификат происхождения не был выдан местной торговой палатой, как было в них заявлено. Бенефициаром была эстонская компания, зарегистрированная в надлежащем национальном регистре и торговой палате, имеющая правдоподобный сайт в Интернете с указанием контактов. Однако попытки связаться с ней были безуспешны, телефонные звонки переключались на персональный голосовой почтовый ящик и оставались без ответа. Хотя в данном случае были представлены комплексные и убедительные поддельные документы, можно было принять простые меры, которые могли защитить покупателя. Например, проверка по самому судну сразу же подтвердила бы, что его не существует.

i **Практическая ситуация**

Отгрузка леса из Малайзии в Северную Африку и на Ближний Восток: в ряде коносаментов были указаны один и тот же поставщик и перевозчик.

Расследование установило, что указанные в коносаментах суда не заходили в порт погрузки в районе указанной даты погрузки. В порту погрузки указанный товар не был зарегистрирован. Товар не выгружался в портах назначения. Более того, проверка номеров контейнеров, указанных в коносаментах, установила, что большинство из них не соответствовали отраслевым стандартам. Контейнеры, номера которых были указаны правильно, в это время плыли совсем в другом направлении.

- 2.4. Ввод в сделку третьей стороны. Когда мошенничество будет обнаружено покупателем, продавец скажет, что он сам стал жертвой мошенничества со стороны поставщика. Если такой поставщик — третья сторона и существует, то он обычно располагается в стране, где затруднена его идентификация. Иногда используются посредники, которые могут знать о мошенническом характере сделки. В случае выявления мошеннического характера сделки, такой посредник будет доказывать, что он тоже жертва.

Кроме того, продавец может попросить покупателя выставить переводной аккредитив. Затем он переведет его компании, которую сам же и контролирует. После обнаружения мошенничества он объявляет себя также его жертвой. Расследование может не найти владельцев компании, в пользу которой переведен аккредитив.

МЕРЫ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ ДОКУМЕНТАРНОГО МОШЕННИЧЕСТВА

Несмотря на многообразие видов мошенничества, существующих в мире, у них есть одна общая черта — мошенник пользуется доверчивостью и жадностью жертвы. Обычно, в самом начале мошеннической сделки, имеются предупредительные сигналы, которые сразу могут насторожить. Однако часто такие сигналы игнорируются.

Следует обратить внимание, если случаются следующие обстоятельства:

- предложение поставки сырьевых товаров по необычно низкой цене от компании, с которой ранее не сотрудничали и о которой мало что известно;
- поставка сырьевых товаров, которые пользуются большим спросом, но предложение которых ограничено;
- требование необычных платежных условий;
- использование наименований, которые напоминают, но не являются наименованиями известных торговых домов;
- использование давления для получения быстрого согласия на предложение и на открытие аккредитива.

Для того чтобы не стать жертвой мошенничества в международной торговле необходимо придерживаться следующих процедур:

- проверка данных на продавца через банки, посольства и другие торговые источники;
- запрос полного комплекта товарораспорядительных документов на товар для представления по аккредитиву;
- выдвижение требования предоставления гарантии исполнения от банка поставщика;
- требование выдачи сертификатов инспекции, анализа, веса независимыми третьими сторонами;
- проверка судна, назначенного для перевозки, т.е. имеет ли оно грузоподъемность и возможность для перевозки конкретного груза, будет ли оно заходить в названный порт погрузки и назначено ли к заходу в порт выгрузки;
- организация поездки судового инспектора в порт погрузки для проверки груза и надзора за погрузкой. Кроме того, если требуется, судовой инспектор может остаться на судне на время транспортировки.

Следовательно, чтобы избежать мошенничества, прежде всего необходимо быть внимательным к своим бизнес-партнерам и владеть информацией об особенностях рынка, на котором производятся торговые операции.



Дополнительные материалы по теме:

1. Распознавание и предотвращение коммерческого мошенничества Показатели коммерческого мошенничества Подготовлено Секретариатом ЮНСИТРАЛ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.uncitral.org/pdf/russian/texts/fraud/Recognizing-and-preventing-commercial-fraud-r.pdf>
2. Интересная аналитика о способах мошенничества в электронной коммерции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://fondy.ua/ru/blog/security/ways-of-fraud-in-e-commerce/>
3. Документарные аккредитивы. Актуальная практика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.beiten-burkhardt.com/de/component/attachments/download/1865>
4. Мировой рынок нефти и мошенники [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iccwbo.ru/blog/2016/mirovoy-rynok-nefti-razvitietseny-i-moshenniki/>

ЛЕКЦИЯ 7. ХАРАКТЕРИСТИКА ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ. ОБЗОР ДОКУМЕНТОВ

- 7.1. Характеристика экспортно-импортных операций на основе применяемых документов
- 7.2. Механизм осуществления международной торговой сделки на основе типовых документов
- 7.3. Внешнеторговый контракт

ХАРАКТЕРИСТИКА ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ НА ОСНОВЕ ПРИМЕНЯЕМЫХ ДОКУМЕНТОВ

Экспортные и импортные коммерческие операции, как правило, связаны с использованием определенных стандартных документов и форм. Коммерсанты, которые заниматься международной торговлей должны иметь представление о правильном использовании таких документов и форм, о том, какие потенциальные трудности могут их ожидать при работе с данными документами. В данной лекции мы рассмотрим примеры типовых документов и форм: счет-проформа, заказ на поставку, инвойс, документарный аккредитив, коносамент, сертификат происхождения товара, акт об осмотре товара, консульский счет, упаковочный лист, страховое свидетельство).

Некоторые стандартные формы документов можно представить в виде схемы (рис. 12).

Международные коммерческие операции, как и операции на местном рынке, как правило, основываются на обмене коммерческими формами между сторонами участницами.

В международных сделках договор купли-продажи предусматривает заключение сторонами ряда дополнительных соглашений с банками, транспортными и страховыми компаниями, так же представленных в виде стандартных документов.

Требования к документам, предъявляемые в рамках международных торговых операций, могут иметь решающее значение, особенно если это случай «документарной продажи».

Вспомним, что документарная продажа – это классическая сделка, которая предусматривает предоставление продавцом отгрузочных документов в банк для получения платежа в рамках документарного аккредитива.

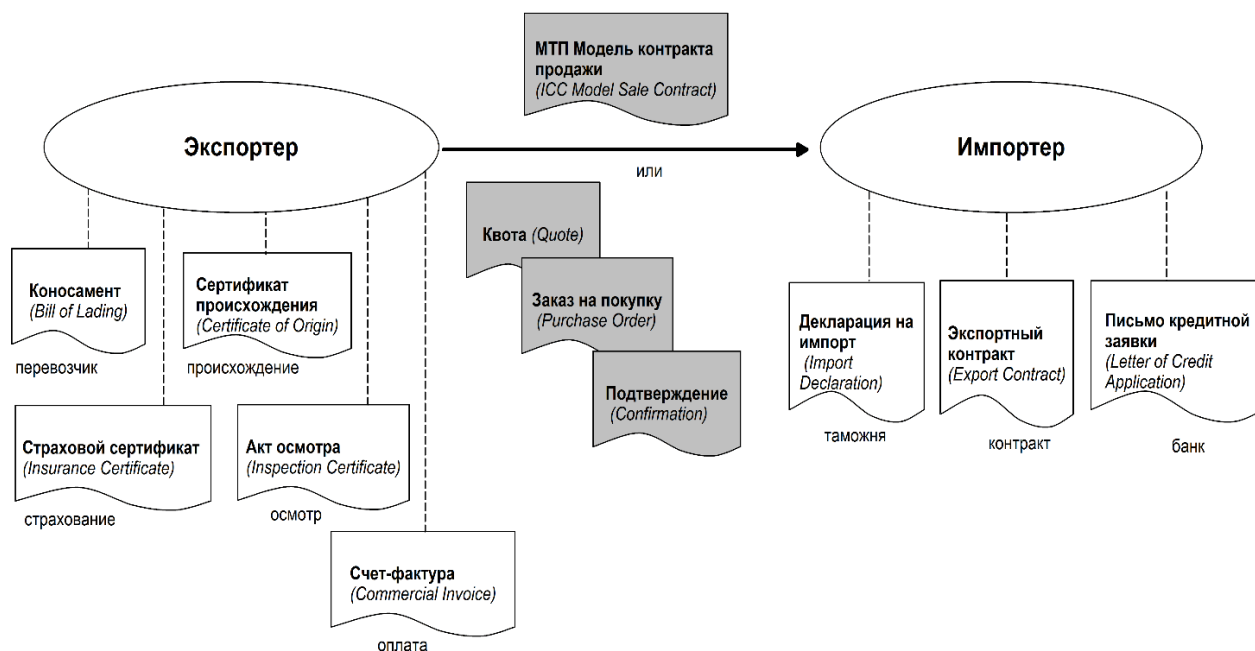


Рис. 12. Документальное оформление экспортно-импортных операций

МЕХАНИЗМ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВОЙ СДЕЛКИ НА ОСНОВЕ ТИПОВЫХ ДОКУМЕНТОВ

Началом сделки можно считать **маркетинг**. Экспортер предлагает и рекламирует свои товары на торгово-промышленных выставках, через глобальную сеть Internet или путем распространения своей рекламной продукции (каталоги, презентации, прочее).

На этом этапе происходит запрос цены. Запрос импортера обычно происходит на бланке **RFQ (request for quote, запрос цены)** или **RFP (request for proposal, запрос предложения)**.

Отметим, что импортер может запросить цену у экспортера различными способами, но самым распространенным из них будет именно RFQ/ RFP.

Примеры документов приведены в приложении А.1.

Следующим шагом будет – **Оферта (предложение)**. На данном этапе наряду с указанием цены экспортер может затребовать полное договорное предложение, которое включает:

1) Счет-проформу (Pro Forma Invoice)

Общепринятой практикой является направление экспортером счета-проформы, документа, в котором указываются основные условия купли-продажи, включая цену, условия поставки и оплаты.

Данный документ должен отображать окончательный коммерческий счет, но направляется экспортером заранее. В одних случаях он может быть применен как юридически обязывающее предложение, в других – использоваться экспортером для подтверждения заказа импортера на поставку.

Данный документ уточняет основные условия купли-продажи, включая цену, условия поставки и оплаты.

Пример документа приведен в приложении А.2.

2) Типовой контракт ICC международной купли-продажи (ICC Model International Contract of Sale)

Альтернативный путь к заключению международного договора купли-продажи – это возможность у экспортера или импортера сделать предложение на бланке, используя форму Особых условий Типового контракта ICC международной купли-продажи.

Данный бланк может быть полезен так как он является комплексным и предлагает сторонам принять решение по всем ключевым вопросам.

Пример документа приведен в приложении А.3.

3) Типовые общие условия ICC для купли-продажи (ICC Model General Conditions of Sale)

Типовой контракт ICC международной купли-продажи состоит из двух частей и в том случае, если стороны используют первую часть (форму, называемую «Особые условия», которая аналогична счету-проформе или заказу на поставку), то предполагается, что они намерены использовать так же и вторую часть – «Общие условия».

Следующим этапом выступает – **Акцепт (согласие)**. С юридической точки зрения, договор считается заключенным после того, как предложение продавца акцептовано покупателем.

4) Заказ на поставку (Purchase order)

Акцепт обычно содержится в заказе покупателя на поставку, указывающем на согласие с ценами и условиями, содержащимися в счете-проформе (либо другом предложении о продаже).

В сделках, в которых участвует крупный коммерческий покупатель, заказом на поставку выступает форма основного контракта, что представляет собой первичное юридически обязывающее предложение. В таком случае акцептом будет подтверждение заказа на поставку продавцом.

Пример документа приведен в приложении А.4.

Следующий шаг — это **Условия оплаты**. В случаях, когда экспортер не знает импортера или не имеет возможности получить полную и достоверную информацию о нем, экспортер может настаивать на платеже посредством подтвержденного безотзывного документарного аккредитива («документарный аккредитив»). Такой способ оплаты содержит определенный уровень безопасности для экспортера.

5) Документарный аккредитив/ Аккредитив (The documentary Credit/ Letter of Credit)

В том случае, если оплата будет осуществляться через документарный аккредитив, покупатель обязан открыть или выставить аккредитив до отправки товара.

При идеальных условиях, договор купли-продажи должен предусматривать для покупателя крайний срок для открытия аккредитива.

Завершающим этапом выступает **Отгрузка**. На этом этапе актуальны различные отгрузочные документы, к ним относятся документы, связанные с международной транспортировкой.

Примеры таких документов:

- 1) Коммерческий счет (инвойс);
- 2) Свидетельство об осмотре;
- 3) Сертификат происхождения;
- 4) Страховое свидетельство;
- 5) Упаковочный лист;
- 6) Экспортная лицензия;
- 7) Консульский счет.

Однако, самым важным транспортным документом выступает коносамент (либо один из его вариантов).

Коммерческий счет (инвойс) представляет собой счет за проданный товар. В нем должна быть отображена вся информация, которая относится к продаже, включая точное описание товара, адрес и наименование экспортера и импортера, а также данные относительно поставки и оплаты. Во многих странах таможенные органы используют инвойс в качестве основания для расчета импортных пошлин.

Были зафиксированы случаи, когда недобросовестные коммерсанты готовили для предъявления на таможне отдельные инвойсы на специально заниженную стоимость для того, чтобы уменьшить сумму пошлин. Такая мошенническая практика имеет название «двойное выставление счетов» и в случае ее выявления может привести к серьезным штрафам.

Свидетельство об осмотре выдается независимым агентством (желательно чтобы оно было авторитетным), которое подтверждает, что качество количество и спецификации отгруженных товаров соответствуют договору купли-продажи.

Сертификат происхождения выдается в форме свидетельства местной торговой палатой. В документе указывается страна производства/ изготовления товара. Используется, например, в случае, если экспортер из развивающейся страны смог воспользоваться льготными тарифами.

Страховое свидетельство представляет собой подтверждение вида и объема страхового покрытия. Часто необходимо в рамках документарного аккредитива (особенно в соответствии с терминологией Инкотермс).

***Упаковочный лист** представляет собой детальный и подробный перечень с указанием веса, объема, содержимого и упаковки каждой отдельной единицы товара.*

Упаковочный лист очень похож на инвойс и часто много информации в этих документах дублируется. Основным отличием упаковочного листа от инвойса является отсутствие информации о цене каждой позиции и груза в целом. Но и запретить указывать эти данные невозможно. Нет определенной формы, каждая компания сама придумывает форму упаковочного листа.

***Экспортная лицензия** – это официальное разрешение, выдаваемое государственным органом страны экспортера, без которого товары не могут экспортироваться.*

Некоторые страны требуют получения официальной государственной экспортной лицензии. Опасные товары (например, токсичные вещества, горючие) или политически чувствительные товары (например, оружие) часто требуют наличия специальных экспортных лицензий, в дополнение к этому к ним могут быть применены квоты и ограничения.

***Консульский счет** – это экспортный счет-фактура, который заверяется консулом страны-импортера в стране-экспортере.*

Эта форма необходима для предъявления на таможне в некоторых странах (особенно в странах Латинской Америки) для правильной калькуляции импортной таможенной пошлины с товара. Такие счета, как правило, приобретаются в местном консульстве такой страны, расположенном в стране экспортера.

***Коносамент** – центральный документ в традиционной экспортной сделке, который объединяет в себе договор купли-продажи, договоры документарной оплаты и договор перевозки.*

Существует множество видов коносаментов, с которыми в процессе практического осуществления экспортно-импортных операций сталкиваются участники этих операций, например, такие:

- морской коносамент;
- коносамент смешанной перевозки;
- необоротный коносамент.

Детального рассмотрения каждого вида коносамента курс лекций не предусматривает, но важно отметить, что в любом случае коносамент (bill of lading) выполняет три основные функции:

1. Является официальной квитанцией судовладельца (перевозчика), подтверждающей, что товары, которые предположительно находятся в указанном виде, количестве и состоянии, отправлены в указанное место назначения на конкретном судне или, по крайней мере, получены под охрану судовладельца для цели отправки.
2. Удостоверяет заключение договора морской перевозки, который фактически заключается до подписания коносамента, и повторяет в деталях его содержание.
3. Является товарораспорядительным документом на товары, позволяющим покупателю распорядиться ими путем передаточной надписи и предоставления коносамента. Таким образом, коносамент предоставляет право собственности на товары.

Коносамент или другой транспортный документ является основным и выступает в качестве расписки, свидетельствующей о том, что товар был принят к перевозке без видимых внешних повреждений и в надлежащем качестве; он также устанавливает предусмотренные договором права держателя коносамента по отношению к перевозчику.

В рамках договора, заключенного на условиях, например, CIF экспортер, как правило, должен предоставить импортеру особый тип контракта: оборотный коносамент.

Оборотный коносамент (negotiable bill of lading) – документ, владелец которого может распоряжаться грузом, который еще не прибыл в порт, а находится в пути. Оборотный коносамент может быть продан, куплен, заложен в банке и т.д.

Таким образом, оборотный коносамент позволяет продавать товар во время его нахождения в пути и является основным документом в рамках документарного аккредитива.

Следует отметить, что существует и ряд других документов, которые могут использоваться вместо коносамента, например, штурмовая расписка в приеме груза, коносамент ФИАТА, авианакладная и прочие. Каждый из этих документов имеет отличия в правовой природе и практическом значении.

Такая детализация документов актуальна непосредственно в практической деятельности по экспортно-импортным операциям.

ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ КОНТРАКТ

Для реализации международных торговых взаимоотношений часто используют такой инструмент как внешнеторговый контракт, который может иметь несколько разновидностей.

Чтобы получить четкое представление о возможностях правового и экономического регулирования различных видов внешнеторговых операций целесообразно рассмотреть определение внешнеторгового контракта опираясь на Венскую конвенцию (1980 г.).

***Внешнеторговая сделка** – это взаимодействия, результатом которых является изменения гражданско-правовых отношений в области торговых сделок между компаниями из разных государств.*

Признаки внешнеторговой сделки:

- пересечение границ государства происхождения продукцией, являющейся предметом договора купли продажи;
- осуществление расчетов в валюте другой страны.

Оформление взаимоотношений между субъектами таких сделок осуществляется при помощи особого соглашения, которое называют *внешнеторговым контрактом*.

Внешнеторговый договор, контракт – это основная форма оформления внешнеэкономических торговых сделок. Этот документ предполагает договоренность участников по условиям поставки продукции экспортером покупателю.

Особенности оформление контракта:

1. Оформляется в письменном виде;
2. Содержит следующую информацию:
 - 2.1. обязательства продавца по организации поставки;
 - 2.2. условия принятия поставляемого товара покупателем;
 - 2.3. осуществление расчета за товар в определенной сумме.
3. Партнерами согласовывается и фиксируется применимое национальное право, а также обязательства сторон при возникновении споров и их разрешении.
4. Условия внешнеторгового контракта включают передачу прав собственности на предмет договора (товар) от экспортера к импортеру.

Перечисленные положения отличают договор по сделкам купли продажи от лицензионных, страховых, арендных и других контрактов, в которых в качестве предмета договора выступают права на использование товара или услуги.

Внешнеторговый контракт – это торговое соглашение компаний, расположенных в различных государствах.

Содержание договоров зависит от сути предстоящей операции. Но, тем не менее все виды внешнеторговых контрактов в обязательном порядке содержат основные положения торговых сделок.

Рассмотрим основные виды внешнеторговых контрактов в таблице 4.

Виды внешнеторговых контрактов

Вид контракта	Характеристика
1	2
по времени поставки	<ul style="list-style-type: none"> – разовые: <ul style="list-style-type: none"> с краткосрочной поставкой; с поставками в течение продолжительного периода времени; – регулярные поставки с согласованной периодичностью и объемами продукции в течение короткого (год) или продолжительного периода (пять – десять лет); – срочные (импортер выставляет условие в точном соблюдении срока. При нарушении условия покупатель может признать внешнеторговый контракт аннулированным и выдвинуть оговоренные санкции); – долгосрочные поставки (для сделок с комплектующими, сырьем, полуфабрикатами, если речь идет о больших объемах поставок).
по форме оплаты	<ul style="list-style-type: none"> – с оплатой в денежных единицах; – с полным расчетом в товарном виде.
по характеру и особенностям оформления	<ul style="list-style-type: none"> – предварительные. Обязательство сторон по заключению через определенное время внешнеторговых контрактов по сделкам купили/продажи на определенных условиях. Участник контракта, который уклоняется от проведения сделки несет расходы, покрывающие потенциальные убытки другой стороны; – специальные. Заключается для заказов на проектные, технические, наладочные или монтажные работы; – рамочные внешнеторговые контракты включают наиболее важные из договоренностей, а остальные условия прописываются не в окончательном варианте. Причина – сложность точного определения необходимых объемов и стоимости поставок при оформлении контракта; – намерения, как форма внешнеторгового контракта, применяются для установления факта существования намерения покупателя получить определенную продукцию.

1	2
в зависимости от объекта купли-продажи	<ul style="list-style-type: none"> – купля/продажи продукции в вещественно материальном виде; – купля/продажа продуктов творчества, включая лицензии.

i **Важно знать**

1. *Контракт или договор?*

В терминологии внешнеторговой практики оформление договоров во время сделки называется составлением "контракта". Однако слово "договор" также можно использовать для определения этого документа. Под договором понимают и юридический факт, лежащий в основе обязательства, и само договорное обязательство, и документ, в котором закреплён факт установления обязательственного правоотношения. Контракт – только письменное соглашение.

2. *Что делать, если у иностранного контрагента отсутствует печать?*

В случае отсутствия печати, можно обойтись только его подписью, что во внешнеторговом договоре считается достаточным. Также это относится и к нестандартным печатям, которые не имеют юридической силы.



Дополнительные материалы по теме:

1. В. Шулековский Характеристика и особенности внешнеторговых договоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/bv/articles/1058.pdf>
2. Договора международной купли-продажи. ВЭД-контракты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://donetskcci.com/images/files/Tranings/Contracts.pdf>
3. Контрагенты из стран ЕС: как заключать договоры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rtp.com.ua/4business/10/kontragenty-iz-stran-es-kak-zaklyuchat-dogovory.html>
4. Голубчик А.М. Практические аспекты составления и исполнения международных контрактов купли-продажи товаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ved.tomsk.ru/upload/files/pdf/PRAKTIChESKIE_ASPEKTY.pdf

ЛЕКЦИЯ 8. СТАНДАРТНЫЕ ТОРГОВЫЕ ТЕРМИНЫ. ИНКОТЕРМС 2010

- 8.1. История возникновения и развития правил Инкотермс
- 8.2. Характеристика и сущность Инкотермс
- 8.3. Применение Инкотермс в договорах
- 8.4. Различия между терминами групп С и D
- 8.5. Применение Инкотермс для внутренних перевозок

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРАВИЛ ИНКОТЕРМС

Прежде чем изучать правила применения стандартных торговых терминов (Инкотермс) необходимо понять какая их сущность.

Инкотермс (Incoterms, International commercial terms) – это стандартные международные торговые термины, разработанные ИСС, представленные в виде перечня общепринятых сокращений.

В начале XX столетия в международной торговле возникла проблема, которая заключалась в том, что крупные страны, занимающиеся торговлей, использовали различные правовые определения таких общих торговых терминов, как FOB и CIF. Так, идея создания Инкотермс зародилась у специалистов Международной торговой палаты (ICC) в 1921 году.

В 1923 году Комитет по торговым терминам ICC при поддержке национальных комитетов разработал первые шесть правил для терминов: FOB, FAS, FOT, FOR, CIF и C&F, которые стали предшественниками будущих правил Инкотермс.

Так, в 1936 году были представлены миру международные термины Инкотермс, разработанные с целью предоставить коммерсантам согласованный набор международных правил толкования наиболее часто используемых торговых терминов, отражающих самые распространённые в международной торговле коммерческие условия.

С тех пор, правила пересматривались и обновлялись уже несколько раз, следуя за развитием практики международной торговли (появляются новые виды товаров, способы транспортировки).

Отметим, что механизм пересмотра правил Инкотермс достаточно детальный. Вначале подготавливается проект пересмотренных правил и проверяется небольшой международной Редакционной группой, объединяющей экспертов из разных стран. Далее, подготовленный проект обновленной редакции правил через сеть национальных комитетов ИСС представляется профессиональным кругам практически во все страны мира для широкого обсуждения и комментариев. Финальный проект документа после одобрения на уровне Комиссии по коммерческому праву и практики ИСС выносится на рассмотрение Исполнительного комитета ИСС для утверждения.

С 1 января 2011 года вступила в силу новая редакция правил Инкотермс 2010, которая на сегодня является актуальной.

История Инкотермс в Украине берет свое начало с октября 1994 года, когда вступил в силу Указ Президента № 567 «О применении Международных правил интерпретации коммерческих терминов», которым предлагалось применять правила Инкотермс, в том числе во внешнеэкономической деятельности. С этого времени Инкотермс в нашем государстве начали публиковать открыто в официальной прессе, таких изданиях как «Урядовий кур'єр». Таким образом Украина нарушила авторские права Международной торговой палаты на этот продукт, поскольку распространение этих правил во всем мире осуществляется официальными каналами ИСС, а именно через Национальные комитеты ИСС в виде официального издания.

Подобная практика вскоре привела к печальным последствиям для Украины. Европейские предприниматели сразу заметили эту оплошность. Украинская сторона все чаще стала проигрывать арбитражные споры, так как в контрактах с украинскими контрагентами отечественное право перестало быть применимым. Соответственно, иностранные партнеры избегали применения контрактного права Украины, через потенциальные риски.

Такая ситуация продолжалась до 19 мая 2011 года, когда Президент Украины подписал Указ, который признал утратившими силу Указы Президента от 4 октября 1994 года № 67 и от 1 июля 1995 года № 505, обеспечив таким способом введения в действие правил Инкотермс в редакции 2010 года в Украине. 26 мая Указ был опубликован в газете «Урядовий кур'єр».

Следует отметить, что на сегодняшний день эти термины являются неотъемлемой составляющей корректно составленного международного договора купли-продажи, так как они информируют покупателя о том, что включено, а что нет в продажную цену. Они стали стандартом международного бизнеса и помогают

коммерсантам избегать дорогостоящих последствий возможных недоразумений, чётко разъясняя обязанности, распределение расходов и рисков, связанных с поставкой товаров от продавцов покупателям.

ХАРАКТЕРИСТИКА И СУЩНОСТЬ ИНКОТРЕМС

В основе своей сущности Инкотермс лежат следующие принципы:

- распределение между продавцом и покупателем транспортных расходов (какие расходы и до каких пор несет продавец, и какие, с какого момента — покупатель);
- момент перехода с продавца на покупателя рисков повреждения, утраты или случайной гибели груза;
- экспортную и импортную таможенную очистку, и уплату пошлин (если это применимо);
- обязанности по страхованию (в случае терминов CIF и CIP).

При правильном употреблении термина в сочетании с местом, правила Инкотермс так же информируют покупателя о точном месте, в котором продавец осуществляет поставку товара (или передает перевозчику).

За рамками Инкотермс остаются правила перехода права собственности с продавца на покупателя, а также последствия невыполнения сторонами обязательств по договору купли-продажи товаров, включая основания освобождения сторон от ответственности, что регламентируется нормами применимого права или Венской конвенцией.

В Инкотермс так же ничего не говорится о цене, способе платежа. Такие вопросы хорошо прописывать специально, так как может произойти ситуация, в которой местный, имеющий силу закон может перечеркнуть правила Инкотермс.

В практической деятельности случается, что участники экспортно-импортных операций характеризуют правила Инкотермс как условия «перевозки» или «поставки», но это ошибочно, так как они касаются не только обязанностей по транспортировке. Поэтому, правильно характеризовать их сущность именно как «торговые правила/термины».

Пример. Мы имеем информацию о том, что продавец в Пекине сообщает покупателю в Будапеште, что определенный товар стоит «1 000,00 евро за единицу».

– *достаточно ли этой информации?*

– нет, так как мы все равно не знаем, куда товар будет поставлен, кто будет платить за перевозку из Пекина в Будапешт, кто будет нести ответственность за прохождение таможенных формальностей и уплачивать страховые сборы или импортные пошлины?

– *как решить этот вопрос?*

– добавить в формулировку термин Инкотермс с указанием места: **«1 000,00 евро за единицу DDP Будапешт Инкотермс 2010»**.

Сегодня, в практике международной торговли применяют 11 торговых терминов (Инкотермс 2010). Разница в этих терминах состоит в уровне ответственности сторон за товар при его перемещении от помещений продавца до помещений покупателя.

Минимальная ответственность продавца предусматривается термином EXW (Ex Works, франко завод). Применяется этот термин в случаях, когда поставка осуществляется на заводе или складе продавца. А покупатель, в свою очередь, видит EXW и понимает, что в продажную цену не включено ничего кроме стоимости этого товара. Покупатель при таких условиях сам осуществляет все транспортные процессы (транспортировка, таможня, страховка).

Максимальная ответственность продавца регламентируется термином DDP. В данном случае продавец берет на себя ответственность поставить товар на территорию покупателя. Покупатель при этом знает, что указанная цена включает в себя все транспортные расходы, риски, таможенные пошлины и формальности до конечного места поставки.

Между этими крайними терминами размещены еще девять терминов в которых отображены различные варианты распределения рисков, ответственности и расходов.

Перечень актуальных терминов Инкотермс 2010 представлен в таблице 5, схематично детализация терминов и зон ответственности представлена в приложении Б и рис. 13.

Перечень терминов Инкотермс 2010

Термин	Расшифровка	Перевод
<i>Правила для любого вида или видов транспорта</i>		
EXW	Ex Works	Франко завод
FCA	Free Carrier	Франко перевозчик
CPT	Carriage Paid to	Перевозка оплачена до
CIP	Carriage and Insurance Paid to	Перевозка и страхование оплачены до
DAT	Delivered at Terminal	Поставка на терминале
DAP	Delivered at Place	Поставка в месте назначения
DDP	Delivered Duty Paid	Поставка с оплатой пошлин
<i>Правила для морского и внутреннего водного транспорта</i>		
FAS	Free Alongside Ship	Свободно вдоль борта судна
FOB	Free on Board	Свободно на борту
CFR	Cost and Freight	Стоимость и фрахт
CIF	Cost Insurance and Freight	Стоимость, страхование и фрахт

В таблице 5 представлено две группы терминов, первая группа включает семь терминов, которые могут быть использованы независимо от выбранного способа перевозки и независимо от того, используется один или несколько видов транспорта.

Вторая группа объединяет термины, в которых оба – пункт поставки и место, до которого товар перевозится покупателем, являются портами (из порта в порт), и поэтому эти термины именуется «морские и внутренние водные правила».

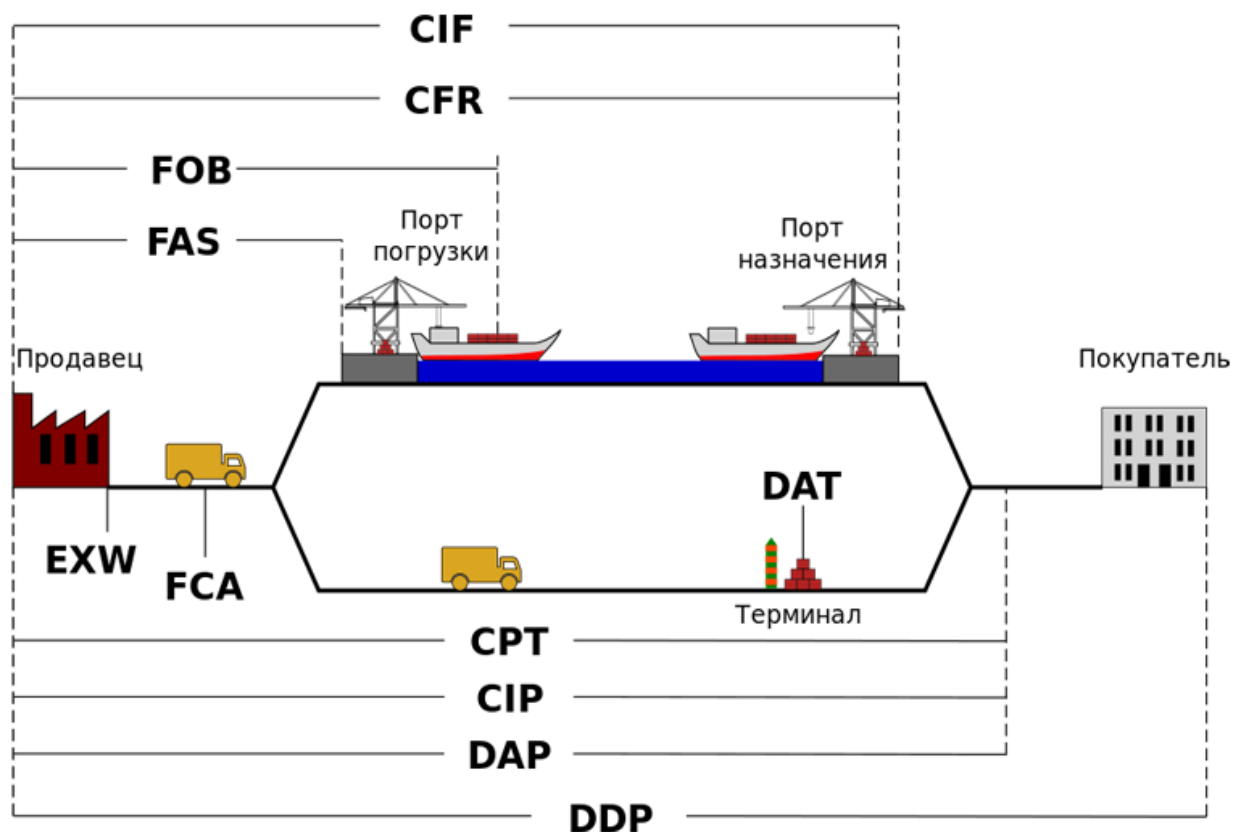


Рис.13. Перечень терминов Инкотермс 2010

Отметим, что на практике бывают случаи, когда компании ошибочно используют термины, предназначенные для морской перевозки (FOB, CIF) для не морской перевозки (контейнерной, автомобильной, воздушной). Такой практики следует избегать, так как эти правила специфичны и подготовлены именно для морских перевозок, часто связанных с определенной спецификой – продажей насыпных грузов и продажей «по цепочке» с участием нескольких посредников. В таком случае продавец должен предоставить транспортный документ, который позволяет покупателю продать товары в пути посредством передачи документа следующему покупателю или посредством уведомления перевозчика. В результате, продавец, который использует морской термин, а затем осуществляет, к примеру, воздушную транспортировку – нарушает договор.

Покупатели не всегда против такого нарушения, но для продавца это является опасной формой несоответствия, которая может иметь юридические последствия.

ПРИМЕНЕНИЕ ИНКОТЕРМС В ДОГОВОРАХ

Инкотермс должны быть прямо применены в тексте договора (ссылка на них), например, **«1 000,00 евро за единицу DDP Будапешт Инкотермс 2010»** либо оговоркой **«Все операции, охваченные настоящим документом, регулируются Инкотермс 2010»**.

– обязательно ли применение с точки зрения законодательства?

– нет, эти правила не являются требованием законодательства, они разработаны частной некоммерческой организацией в помощь международной торговле. Если стороны желают исключить Инкотермс и разработать свои собственные условия поставки и распределения рисков, он вправе это сделать.

Интересно, что, если стороны используют один из терминов, например, FOB, но при этом не делают специальной ссылки на Инкотермс, ситуация становится неоднозначной. Суды, как правило, ссылаются на Инкотермс как на авторитетный источник торговых обычаев в международных операциях даже при отсутствии явной ссылки на них. То есть, судьи и арбитры могут без доказательств принимать во внимание то или иное правило Инкотермс для решения дел, даже если нет явного указания на эти правила.

i Важно знать

Не смотря на указанное, следует знать, что в Украине таможенная служба «не пропустит» контракт, если он составлен на условиях, например, Инкотермс 1990 года. Ведь Государственная таможенная служба при оценке таможенной стоимости товаров, допускает использование во внешнеэкономических договорах терминов Инкотермс новой и предыдущей редакции (Инкотермс 2000). При этом украинские экспортеры и импортеры, составляя такой договор, должны четко указать, какую именно редакцию они применяют в своих сделках.

– являются ли контракты, в которых содержится ссылка на предыдущую редакцию Инкотермс, действительными?

– каждый контракт регулируется той редакцией Инкотермс, на которую в нем есть ссылка.

– а если в контракте есть только ссылка на Инкотермс без указания года?

– в случае спора, скорее всего, будет применена та редакция, которая действовала на момент заключения контракта.

Инкотермс так же, условно можно распределить на «контракты отгрузки» (когда продавец считается выполнившим свои обязанности по поставке в пункте отгрузки) и «контракты поставки» (когда продавец считается выполнившим свои обязанности по поставке в пункте поставки, в стране назначения) (рис. 14).

Контракты отгрузки	Контракты поставки
<ul style="list-style-type: none">• EXW• FAS• FOB• FCA• CFR• CIF• CPT• CIP	<ul style="list-style-type: none">• DAT• DAP• DDP

Рис. 14. Распределение терминов Инкотермс по группам относительно типа поставки

Интересно отметить, что контракты поставки были более популярны в те времена, когда риски морской перевозки были значительно выше. Продавцы не желали гадать, достигнет ли их товар зарубежного пункта назначения и произведут ли оплату иностранные покупатели, получив товар. Вместо этого, продавцы предпочитали получать оплату, как только они поставили товар на борт судна в

порту погрузки. Позднее, с развитием аккредитивов ситуация изменилась и сегодня возможны различные варианты в выборе способа доставки, оплаты и распределения рисков.

i **Практическая ситуация**

Истец: ООО «Сторона А» (Франция), покупатель

Ответчик: АО «Сторона Б» (Украина), продавец

Базис: FCA, Инкотермс-2000

Требование: взыскание основного долга за не поставленный товар

Решение суда: «Ответчик не доказал отправку и получение истцом письма, в котором, как утверждает ответчик, содержалось извещение о необходимости получить товар. В силу пункта А7 раздела А "Обязанности продавца" термина FCA (Инкотермс-2000) действия истца (покупателя) по принятию поставки всегда обусловлены наличием соответствующего извещения со стороны ответчика (продавца) о дате и месте поставки товара...».

i **Практическая ситуация**

Истец: ООО «Сторона А» (Украина), покупатель

Ответчик: АО «Сторона Б» (Чехия), продавец

Базис: FCA, Инкотермс-2000

Требование: взыскание убытков, понесенных истцом при доставке товара им не заказанного, но поставленного ответчиком

Решение суда: «К убыткам истец отнес транспортные расходы и таможенные платежи, уплаченные истцом при доставке товара в количестве, не соответствующем контракту. В соответствии с данным условием поставки [FCA] покупатель обязан за свой счет заключить договор перевозки товара от названного места и оплатить все пошлины, налоги и другие сборы, а также расходы на выполнение таможенных формальностей, подлежащих уплате при импорте товара. Таким образом, суд не может согласиться с позицией истца».

Грузоотправитель (SHIPPER) – и человек, который передает товар для перевозки, и человек, заключающий договор с перевозчиком. Это могут быть разные люди.

«Поставка»:

Смысл 1: термин используется с целью определения момента выполнения продавцом обязательств по поставке.

Смысл 2: термин применяется по отношению к обязанности продавца о получении либо принятии поставки товара. Слово «поставка» в данном случае предполагает – продавец выполняет обязанности отгрузки товаров, покупатель должен товар принять.

Последняя обязанность имеет важное значение, чтобы избежать ненужных платежей за хранение товара до момента, когда покупатель товар заберет. Если данное обязательство не соблюдается покупателем, может быть возложена обязанность о возмещении убытков для продавца либо оплата простоя, чтобы перевозчик ему выдал товар.

«Обычный»

Смысл 1: документы, которые требуются от продавца.

Смысл 2: время доставки.

Смысл 3: договор перевозки, который должен быть обеспечен продавцом.

Оценивается слово «обычный» с позиции мировой практики.

«Сборы», подлежащие оплате - относятся к сборам, представляющим собой обязательное следствие импорта как такового, подлежащие оплате по действующим правилам импорта.

Сборы за сохранение, которые не связаны с обязанностью по очистке товаров, в положения данных сборов не включаются. Но содержаться в этих сборах могут определенные расходы экспедиторов грузов и таможенных брокеров, если несущая данные обязательства сторона данную работу сама не выполняет.

«Порты», «Места», «Пункты» и «Помещения» - места, в которые требуется доставка товаров.

В терминах, которые предназначаются для применения лишь при морских перевозках, в числе которых FAS, FOB, CFR, CIF, DES и DEQ, применяются выражения «Порт назначения» и «Порт отгрузки». Для всех прочих случаев применяется слово «Место». Требуется в определенных случаях указание «Пункт» внутри места либо порта. Там, где «Место» продавца выступает пунктом доставки, применяется выражение «Помещение продавца».

«Судно» и «Корабль» - термины, которые предназначены для использования в морских перевозках, применяются в качестве синонимов.

«Проверка» - применяется по отношению к обязательствам продавца осуществить доставку.

«Осмотр» - применяется к конкретному случаю, когда производится осмотр перед отгрузкой – чтобы убедиться в соответствии товара положениям договора, либо официальным условиям, перед отгрузкой товара.

РАЗЛИЧИЯ МЕЖДУ ТЕРМИНАМИ ГРУПП С И D

Давайте рассмотрим, кто несет риск в случае гибели груза или при его повреждении (таблица 6).

Таблица 6

Распределение рисков по группам Инкотермс 2010

Покупатель:	
<i>- Я хочу свой товар!</i>	
Продавец на условиях группы С	Продавец на условиях группы D
- Извините, но товар был отгружен без повреждений!	<i>- Хорошо, я приложу все усилия для того, чтобы отправить товар взамен утраченного!</i>
Продавец на условиях, например, CIF должен только отгрузить товар; все риски, которые могут возникнуть в пути, несет покупатель	Продавец на условиях DAT, DAP, DDU должен доставить товар за рубеж
Основное различие между терминами группы С и D становится решающими, когда товар утрачен или поврежден в пути.	
Переход риска на покупателя в пункте отгрузки	Продавец несет риск на протяжении всего этапа международной перевозки

ПРИМЕНЕНИЕ ИНКОТЕРМС ДЛЯ ВНУТРЕННИХ ПЕРЕВОЗОК

Правила Инкотермс традиционно использовались в международной торговле (договорах купли-продажи), когда товар пересекает границы государства, но появление зон свободной торговли в различных частях света привело к устранению пограничных формальностей между странами. Новая редакция Инкотермс уже носит универсальный характер и применяется как для международных, так и для внутренних перевозок.

Кроме того, новые термины признают силу электронных сообщений на том же уровне, что и бумажных, если стороны договорились об этом заранее. Детальной об электронной коммерции речь пойдет далее в лекциях.



Дополнительные материалы по теме:

1. *Пособие для начинающих экспортеров: основы международной торговли. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://donetskcci.com/images/files/InternationalTrade_ver2015.pdf*
2. *Часто задаваемые вопросы о Инкотермс 2010*
<http://incoterms.zed.ua/ru/faq>

ЛЕКЦИЯ 9. СТРАХОВАНИЕ ГРУЗОВ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

- 9.1. История возникновения международного страхования
 - 9.2. Особенности страхования грузов в международной торговле
 - 9.3. Обязанность и необходимость страхования грузов
 - 9.4. Виды страхования грузов и страховые премии в международной торговле
-

ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО СТРАХОВАНИЯ

Потребность страхования существовала уже в давние времена. Хотя методы в те времена значительно отличались от привычных нам, были менее совершенными. Например, в средние века использовался договор об охранных деньгах в путешествии, в силу которого феодал в случае грабежа на большой дороге его владений обязывался возместить убытки.

С XX ст. известна англосаксонская гильдия, учредившая особую кассу для возмещения своим участникам стоимость украденного у них скота. В Дании члены одной гильдии составили соглашение на случай, если кто-то из них потерпит кораблекрушение или попадет к морским пиратам.

Стремительно начало развиваться морское страхование, о чем свидетельствует тот факт, что только у одного нотариуса в Генуе в 1393 году, на протяжении недели было заключено восемьдесят страховых договоров.

В это же время, как на итальянском берегу развивается морское страхование, оно появляется и в Испании и Португалии, хотя в другой форме – как государственные учреждения. В Германию морское страхование проникло через Голландию, и Гамбург с начала занимает самое важное место по развитию морского страхования. В 1588 году здесь было заключено первое морское страхование.

Так в XVII веке в Лондоне было уже создано первое в мире сообщество профессиональных морских страховщиков. В Лондоне в Кофейном доме Эдварда Ллойда происходили регулярные встречи купцов, судовладельцев, а в дальнейшем страховщиков. Таким образом была сформирована страховая корпорация Ллойда, обеспечивающая страхование дорогостоящих грузов (чай, пряности, кофе), которые переправлялись морскими парусными судами. У купцов и судовладельцев

сформировалось понимание необходимости освидетельствовать и страховать корабли для надежности доставки грузов. Таким образом, на базе страховой корпорации Ллойда в 1760 году было образовано первое общество регистрации судов под названием «Английский Ллойд». Страховая корпорация Ллойда положила начало международному страховому делу.

ОСОБЕННОСТИ СТРАХОВАНИЯ ГРУЗОВ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

В современных условиях страхование грузов связано с рядом других не менее сложных видов коммерческой деятельности, в первую очередь с мировой системой транспортных перевозок.

Страхование грузоперевозок актуально для любого бизнеса, связанного с перемещением материальных ценностей. Какой бы совершенной не была логистика, как бы серьезно ни охранялся груз, место случайным обстоятельствам может найтись всегда. Поэтому во всем мире сложился и эффективно функционирует экономический механизм защиты груза – страхование. Классификация международного страхования по организационному и правовому признакам приведена в таблице 7.

***Международные страховые операции** – это система хозяйственных связей между национальными экономиками различных стран по реализации страхового фонда.*

***Страхование грузов в международной торговле** – это международные экономические отношения, направленные на защиту имущественных интересов в случае наступления страхового случая за счет средств, формирующихся на основе страховых взносов.*

Классификация международного страхования по организационному и правовому признакам

№	Группа	Характеристика
1	Прямые международные договорные операции	Страхователь одной страны заключает договор страхования со страховщиком другой страны. Эти операции могут заключаться непосредственно, либо через страхового брокера.
2	Прямые страхования	Договоры страхования заключаются через агентские организации страховщика за границей. Эти операции осуществляются, когда отсутствует национальный страховой рынок.
3	Посреднические страхования	Договоры страхования заключаются заграничными дочерними компаниями.
4	Операции международного перестрахования	Страховщик, принимая на страхование риски, часть ответственности по ним передает на согласованных условиях другим страховщикам с целью создания сбалансированного портфеля страхования, обеспечения финансовой устойчивости страховых операций.

Перестрахование в международной практике называют фронтинг.

Фронтинг – это операция, в процессе которой компания оформляет страховой полис, но риск (часть или весь) передает другому страховщику, который не фигурирует в договорах и чаще всего, остается неизвестным для страхователя. Эта операция сопровождается оформлением ФОРТ ПОЛИСа.

Различают 4 основные сферы страхования грузов в международной торговле:

- транспортное;
- морское страхование;

- автотранспортное страхование;
- страхование финансово-кредитной сферы.

Морское страхование – включает соглашения по страхованию груза, фрахта, кораблей, а также ответственности владельцев судов перед третьими лицами.

Условия морских перевозок определены международными правилами Инкотермс-2010. Самые употребляемые термины:

- CIF - стоимость, страхование и фрахт (cost, freight);
- FOB - франко-борт (free on board);
- FAS - франко вдоль борта судна (free along side);
- CAF - стоимость и фрахт (cost and freight).

Только два термина Инкотермс – CIF и CIP – специально предусматривают обязанность страхования. В соответствии с данными терминами, продавец обязан получить страховой полис для покупателя. Минимальный объём покрытия установлен на уровне 110% от цены товара, а условиями, предусмотренными таким покрытием, являются условия Оговорок Института лондонских страховщиков.

Институт лондонских страховщиков – это профессиональная ассоциация страховых компаний; он разработал три стандартные оговорки, известные как Институтские оговорки А, В и С. Данные оговорки определяют риски, охватываемые полисом, и были предназначены для замены и усовершенствования существовавших до этого общих оговорок, известных как «от всех рисков» (against all risks), «с ответственностью за аварию» (With Average - WA) и «свободно от частной аварии» (Free of Particular Average - FPA).

Оговорка А Института лондонских страховщиков предусматривает самое широкое покрытие - «от всех рисков». Однако такая терминология обманчива, поскольку Оговорка А не охватывает такие риски как:

- риски забастовок или войн;
- риски повреждения товара вследствие неудовлетворительной упаковки;
- риски задержки,
- риски обычного износа транспорта;
- риски неплатёжеспособности перевозчика.

Оговорки В (среднее покрытие) и С (минимальное покрытие) являются более ограничительными и покрывают только риски, конкретно упомянутые в них.

Если необходим более высокий уровень безопасности перевозок, рекомендуется предусмотреть это в договоре купли-продажи как специальное условие о сфере действия, объёме и сроке страхового покрытия и, в частности, о том, распространяется ли покрытие на такие риски, как забастовки, беспорядки и гражданские волнения (такое покрытие называется покрытием "SRCC" (strikes, riots and civil commotions)).

Для многих мелких торговцев покрытие обеспечивает экспедитор. В качестве альтернативы, торговец может договориться со страховой компанией о предоставлении ему долгосрочного «открытого» или «генерального» покрытия, которое будет распространяться на ряд поставок в течение определённого периода времени. В других случаях можно застраховать конкретную поставку, получив полис морского, авиационного или наземного страхования. Несмотря на их названия, такие полисы, как правило, не ограничиваются страхованием только морского, воздушного или наземного сегмента транспортировки, и могут быть расширены для того, чтобы обеспечить покрытие «от склада до склада».

ОБЯЗАННОСТЬ И НЕОБХОДИМОСТЬ СТРАХОВАНИЯ ГРУЗОВ

Необходимо провести четкое различие между предусмотренной договором обязанностью обеспечить страхование и коммерческой потребностью в страховании.

В соответствии с терминами CIF и CIP Инкотермс, экспортёр имеет предусмотренную договором обязанность перед импортёром обеспечить минимальный уровень страхования товара (110%). В соответствии с другими Инкотермс, такой обязанности не предусматривается, но в то же время, стороны в своем договоре купли-продажи свободны указать любые дополнительные требования к страхованию.

В большинстве случаев отсутствие предусмотренной договором обязанности получить страховку не исключает практической необходимости в страховании. Такой подход является следствием коммерческой предусмотрительности.

Как правило, стороны хотят оплачивать покрытие только той части пути, в течение которой они подвергаются риску. Если взять пример поставки на условиях FOB, то риск переходит на борт судна. Поскольку до этого момента риск несёт продавец, он может захотеть застраховать груз до того момента, пока тот не окажется в трюме судна, но не далее. При этом в договоре нет ни строчки о такой обязанности продавца, но, как правило, он страхует товар сам, т.к. это в его интересах. Аналогично, покупатель может пожелать, чтобы его страховка начинала действовать только тогда, когда товар окажется в трюме судна, и не ранее этого момента.

Следует учесть, что чаще всего страховка выдаётся на условиях «от склада до склада», дробление покрытия в пункте перехода риска не является общепринятой практикой и имеет ряд недостатков.

Недостатки дробного покрытия:

- существует риск, что не произойдёт точной состыковки двух покрытий и какая-то часть транспортной цепочки останется не охваченной страховкой;
- если гибель или повреждение товара будет обнаружено только по прибытии, может быть сложно доказать, где именно произошли повреждения или гибель (и, следовательно, в рамках какого полиса), а в результате, вероятнее всего, обеим страховым компаниям удастся избежать выплаты;
- получение двух отдельных частичных страховых покрытий, как правило, обходится дороже, чем единое покрытие на условиях «от склада до склада» на всю перевозку.

i *Практическая ситуация*

Условия:

- *продавец отгружает товар на базе FOB или CFR;*
- *поставка по открытому счёту с оплатой после получения товара покупателем.*

Для такого продавца было бы не профессионально застраховать только отрезок перевозки до пункта перехода риска (на борту судна в порту отгрузки). В случае гибели или повреждения товара после пункта перехода риска покупатель может отказаться проводить оплату, оставив продавца ни с чем. Продавцу в таком случае пришлось бы подавать иск, вместо того чтобы предъявить более простое требование о выплате страховки.».

Предпочтительным вариантом представляется получение одной из сторон сплошного покрытия на всю перевозку «от склада до склада» в одной страховой компании. Однако, это не всегда возможно. В силу законодательства во многих странах требуется, чтобы импортёры и экспортёры страховали транспортные риски в национальных страховых компаниях. Также многие коммерсанты уже пользуются долгосрочным страхованием морских грузов по генеральным полисам или

открытым полисам с неоговорённой страховой суммой). Более того, многие коммерсанты могут принять решение об отсутствии страхования на свой отрезок транспортировки.

Поэтому коммерсанты должны внимательно изучить вопрос о том, какое страховое покрытие и на какую часть перевозки им требуется.

ВИДЫ СТРАХОВАНИЯ ГРУЗОВ И СТРАХОВЫЕ ПРЕМИИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Страхование грузов в международной торговле принято осуществлять, используя два основных вида полиса – открытый и генеральный (рис. 15). «Открытый» полис и «генеральный» полис предназначены для покрытия целого ряда поставок в течение определённого времени и, следовательно, содержат только общие условия договора страхования. В каждом случае застрахованная сторона уведомляет страховщика о конкретных рейсах, которые должны покрываться таким полисом.

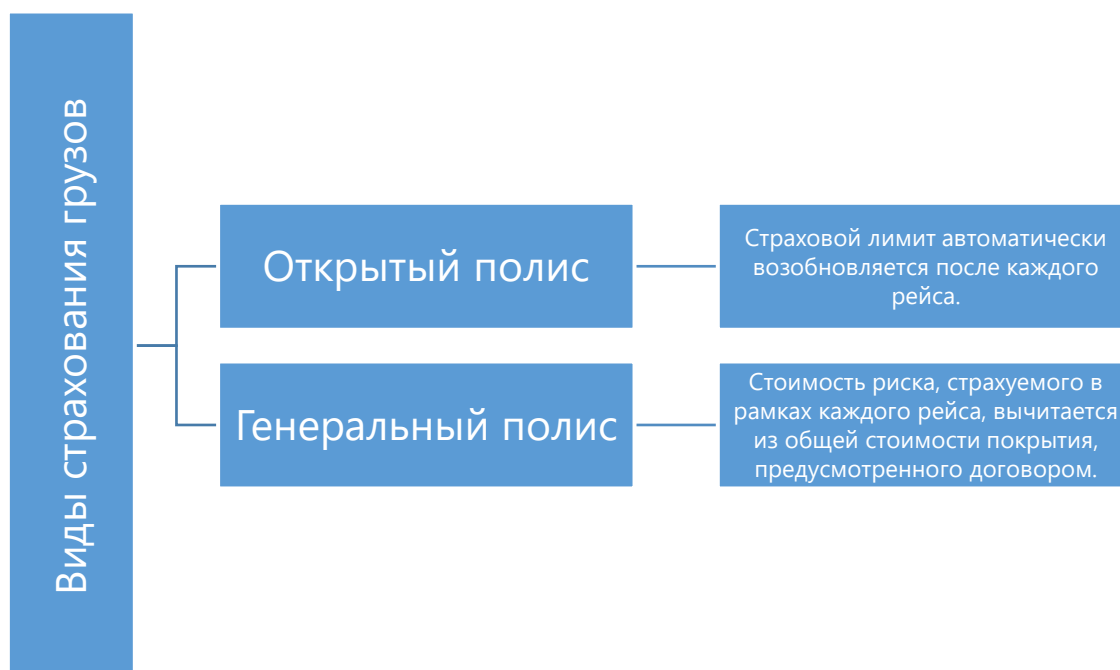


Рис.15. Виды страхования грузов в международной торговле

Открытый полис могут получать экспедиторы или перевозчики, которые затем используют его для страхового покрытия конкретных партий товара для своих клиентов.

В некоторых случаях, например, связанных с оплатой по аккредитиву, от грузоотправителя может потребоваться, чтобы страховой документ был включён в комплект отгрузочных документов. В рамках открытого полиса таким документом будет «страховой сертификат/свидетельство».

Важно знать

Аккредитив, который прямо предусматривает представление страхового полиса, не позволяет представить в качестве замены полиса страховой сертификат.

Страховые премии различаются в зависимости от способа транспортировки и характера товаров. Премии для авиаперевозок, как правило, являются самыми низкими, в районе 0,3% от стоимости товара. Такая ситуация связана с тем, что авиаперевозки признаны самыми безопасными в мире.

Самые высокие премии характерны для длинных участков автомобильной или железнодорожной перевозки (особенно, в развивающихся странах), которые могут достигать 2%.

Премии для морских перевозок колеблются в пределах 0,6% - 0,7%.



Дополнительные материалы по теме:

1. *UCP-600 и страхование экспортного груза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cargobroker.ru/sites/default/files/ucp_600_insurance.pdf*
2. *Страхование грузов в международной торговле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iccwbo.ru/blog/2016/strakhovanie-gruzov-v-mezhdunarodnoy-torgovle/>*
3. *Международное страхование [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iccwbo.ru/blog/2016/mezhdunarodnoe-strakhovanie/>*

ЛЕКЦИЯ 10. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ГРУЗОПЕРЕВОЗКИ МОРЕМ

- 10.1. Суть и особенности транспортировки товаров морем
- 10.2. Классификация, преимущества и недостатки морской транспортировки
- 10.3. Документы необходимые для морской транспортировки
- 10.4. Регулирование морских перевозок

СУТЬ И ОСОБЕННОСТИ ТРАНСПОРТИРОВКИ ТОВАРОВ МОРЕМ

Транспортировка грузов морем – это самый эффективный и распространенный в мире способ перевозить товары на дальние расстояния. Такой способ доставки известен человечеству еще с древних времен и не утратил актуальности по сей день, несмотря на то, что технологии стремительно развиваются. Инженеры изобрели и другие транспортные средства, которые осуществляют грузоперевозки более оперативно, однако, перемещение продукции морем все равно не теряет своей востребованности.

i Исторический факт

В Античную эпоху существовало два основных типа судов — военные, у которых были удлиненные пропорции, съемная мачта, весла как основное средство передвижения, называемые греками «длинными», и торговые — более короткие и широкие, движущиеся преимущественно при помощи парусов, — «круглые». Эпитеты «длинный» и «круглый» использовались для того, чтобы отличать вытянутый военный корабль от торгового судна [28].

Широкое развитие торговых связей обусловило создание специального торгового судна. В VII—VI вв. до н.э. появляются суда, совмещающие полезные качества военных и купеческих судов. Они были глубоко сидящими, с обрубленными носами, маневренными, быстроходными и могли перевозить большие грузы [29].

Транспортировка грузов морским транспортом успешно выдерживает конкуренцию с такими современными средствами перемещения, как трубопроводы и самолеты. Строительство нефтепроводов должно снизить актуальность водного транспорта, но морская транспортировка нефти по-прежнему занимает важное место в международной экономике.

Подтверждением актуальности применения судов различного типа служат статистические данные приведенные ниже.

Морская транспортировка характеризуется следующими особенностями:

- более 60% общего объема мирового грузооборота товаров и сырья;
- 90% всего объема международных перевозок занимает транспортировка грузов и перевозки пассажиров судами;
- эффективный трансконтинентальный транспорт для ведущих стран. Например, на долю США приходится 90% перевозок, а для Японии и Великобритании – 98%;
- основная отрасль экономики для многих государств (Япония, Новая Зеландия, Австралия, Индонезия и т.д.);
- служит единственным вариантом доставки товаров на некоторые территории;
- транспортировка, которая применяется для всех категорий грузов – жидких, сыпучих, наливных, хрупких, твердых и товаров, требующих соблюдения особого режима при перемещении. Для этих целей применяется специализированный морской транспорт – лихтеровозные, танкеры, баржи, рефрижераторные суда LO-RO, RO-RO и т.д.;
- транспортировка с наиболее дальними маршрутами. Средняя дальность морских перевозок намного выше, чем у других видов транспорта. Сегодня она составляет около 3,5 тыс. км.

Важно отметить и то, что выход к морю с обустроенными портами есть у большей половины мировых государств (120 стран), а дальняя морская транспортировка товаров, благодаря Суэцкому и Панамскому каналам сокращается по протяженности морских путей в несколько раз.

Таким образом, приблизительно 80% международных внешнеторговых отношений обслуживает транспортировка грузов морским транспортом. Основные пункты на карте морских международных перевозок являются Юго-восточная Азия и прилегающие к ней государства – Китай, Индия, Япония, которые входят в число наиболее густонаселенных регионов с интенсивной экономикой. Для государств этого региона морская транспортировка является наиболее доступной и выгодной.

В настоящее время во всем мире функционирует около 2200 морских портов, но портов-гигантов, в которых оборачивается 100 миллионов тонн грузов насчитывается только 17 (рис. 16).

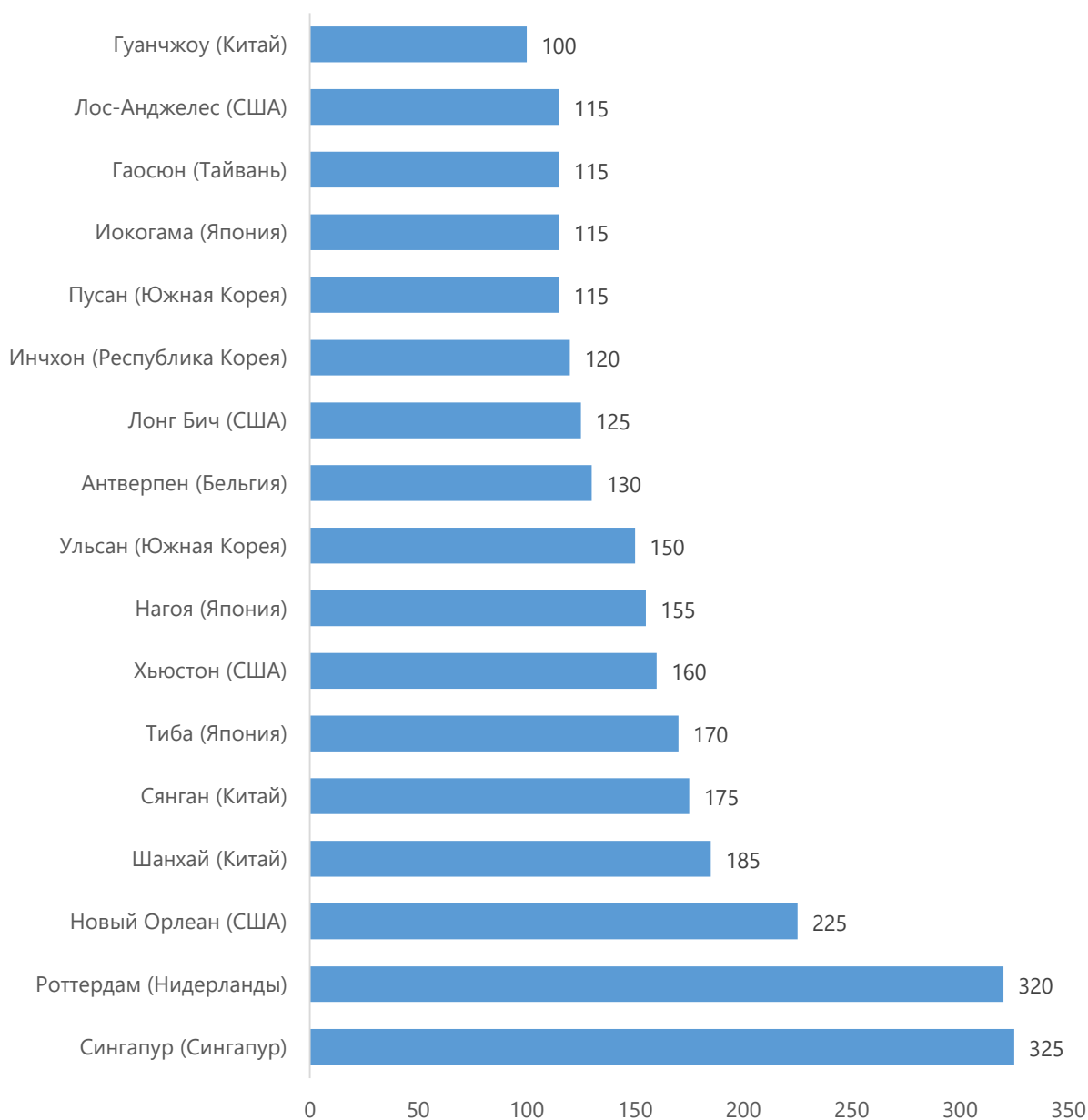


Рис.16. Крупнейший порты мира по грузообороту, млн тонн

Портов с оборотом грузов от 50 до 100 миллионов тонн насчитывается 20 (табл. 8).

Порты мира с грузооборотом от 50 до 10 млн тонн

Страна	Порт
Япония	Токио
	Китакюсю
	Кобе
	Осака
	Кавасаки
	Куре
Китай	Нинбо
США	Нью-Йорк
	Филадельфия
	Тампа
	Валдиз
Канада	Ванкувер
Мексика	Тампико
Бразилия	Тубаран
Франция	Марсель
	Гавр
Германия	Гамбург
Великобритания	Лондон
Италия	Генуя
Египет	Александрия
Кувейт	Мина-Эль-Ахмади
Иран	Харк
Саудовская Аравия	Рас-Таннура
ЮАР	Ричардс-Бей

Отметим, что большая часть крупнейших портов мира находится в Азии (11).

Большинство морских портов универсальны, но есть и такие, которые предназначены для нефтеперевозок (Рас-Таннура, Мина-Эль-Ахмади, Харк, Тампико, Валдиз), транспортировки руды и угля (Тубаран, Ричардс-Бей, Дулут, Пор-Картье, Порт-Хедлен), зерна, лесоматериалов и других грузов. Но есть и специализированные порты, которые сосредоточены в основном в

развивающихся государствах, поскольку ориентированы на транспортировку товара, являющегося экспортом этого государства.

В международной торговле сформировались основные направления морской транспортировки. Транспортировки Атлантическим океаном составляют приблизительно половина всех транспортировок и являются лидирующими, среди них выделяют такие направления:

- Североатлантическое, соединяет Европу с Северной Америкой.
- Южно-атлантическое, соединяет Европу с Южной Америкой.
- Западно-атлантическое, соединяет Европу с Африкой.

Отметим, что Североатлантическое направление является крупнейшим в мире.

Далее выделяют транспортировки по Тихому океану. Исходя из количества государств вблизи Тихого океана, потенциал роста и популярности этого направления высок. Это страны с населением 2,5 млрд. человек, с высоким уровнем экономического развития и значительной ресурсной базой.

Индийский океан – третий по числу транспортировок. К его берегам выходят государства с населением более миллиарда. Большая часть транспортировок приходится на Персидский залив.

Что перевозят?

Так же, в практике международной торговли, сформировались и основные товарные направления, перечень которых приведен в табл. 9.

Таблица 9

Основные направления транспортировки

Продукция	Направление транспортировки
Нефть и нефтепродукты	Ближневосточные государства → Западная Европа, Соединенные Штаты Америки и Япония
	Район Карибского моря → Америку и Западную Европу
Уголь	Австралия, ЮАР, Соединенные Штаты Америки → Европа и Япония
Железная руда	Бразилия → Япония
	Австралия → Западная Европа и Япония
Зерновые культуры	США, Канада, Австралия и Аргентина → развивающиеся страны Африки и Латинской Америки

КЛАССИФИКАЦИЯ, ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ МОРСКОЙ ТРАНСПОРТИРОВКИ

Морская транспортировка специализируется на нескольких видах перевозок:

- морская перевозка продукции навалом (зерновые, руды, уголь и др.);
- транспортировка морскими судами наливных грузов (нефтепродукты, сырье и продукция химической промышленности);
- контейнерная морская транспортировка;
- морская транспортировка габаритной и многотоннажной продукции.

Для понимания особенностей морских перевозок, необходимо ориентироваться в классификации. Судно для морской транспортировки принято классифицировать по следующим характеристикам:

- тип судоходства;
- размер судов;
- тип судов.

Тип судоходства

Исходя из характеристики типа судоходства, судно может обеспечивать линейное или трамповое судоходство.

***Линейное судоходство** – вид морских перевозок между определенными портами по определенному расписанию с приемкой грузов на борт судна на основании типового контракта по морской транспортировке.*

***Трамповое судоходство** – нерегулярные морские транспортировки, которые осуществляются по случайным направлениям без определенного расписания. Фрахт трампового судна происходит чаще всего по чартерам.*

РАЗМЕР СУДОВ

Классификация судов по размеру учитывает особенности района плавания, а именно глубины в проливах и акваториях портов, габариты шлюзов, условия навигации на искусственных каналах и внутренних водных путях. Навигационная обстановка на океанских и морских путях есть причиной, из-за которой, размеры судов имеют четкие требования.

Для характеристики морского судна важны такие параметры, как:

- габариты судна;
- дедвейт (dead-weight tonnage) – полная грузоподъемность судна с учетом судового экипажа и судовых запасов;
- валовая вместимость (Gross Tonnage) – совокупная вместительность всех закрытых помещений судна;
- чистая вместимость (Net Tonnage) – показатель полезного объема, который может быть заполнен грузом (коммерческий объем судна);
- водоизмещение (Displacement) - объем воды, которая вытесняется судном;

Для определения судов по размерам применяется словосочетание, состоящее из двух слов. В первой части используется термин, означающий принадлежность к географическому объекту, во второй части - термин определяет максимальный размер или просто размер. Основные размеры судна приведены в таблице 10.

Таблица 10

Основные размеры судна

Название	Тип	Дедвейт, тонн	Особенности
1	2	3	4
Handy-size	Сухогруз (балкер для генеральных грузов, реже – танкер для нефтепродуктов)	15000 – 50000	Наиболее распространены. Размеры позволяют входить в небольшие порты. В большинстве случаев оснащены кранами, что позволяет самостоятельно производить погрузку и разгрузку грузов в портах, в которых отсутствуют погрузочно-разгрузочные системы.

1	2	3	4
Handy-max	Балкер	35000 – 60000	Суда этого типа имеют в длину 150-200 метров, хотя в некоторых грузовых терминалах, например, в Японии, многие имеют длину корпуса не более 190 метров.
Afra-max	Танкеры для нефтепродуктов (нефтеналивные танкеры)	80000 – 120000	Танкеры класса Aframax обычно используют в Черном, Северном, Карибском, Китайском и Средиземном морях.
Suez-max	Танкеры для нефтепродуктов (нефтеналивные танкеры)	150000	Суда, характеристики которых дают возможность проходить Суэцкий канал с полной загрузкой.
Pana-max	Контейнеровоз, сухогруз	до 75000	Размеры строго соответствуют параметрам Панамского канала. При полной загрузке может проходить Панамский канал.
Cape-size	Балкер	Более 150000	Большие габариты этого судна не позволяют пройти Панамский канал, суда данного типа должны проходить вдоль мыса Доброй Надежды на юге Африканского континента или мыса Горн - самой южной точки материка Южная Америка.
VLCC (Very Large Crude Carrier)	Танкер	До 300000	Супертанкер, разновидность Cape-size
ULCC (Ultra Large Crude Carrier)	Танкер	Более 300000	

В последние годы под влиянием развития мировой торговли и в связи со стремлениями повышать экономическую эффективность морских перевозок, происходят структурные изменения в составе мирового флота в сторону увеличения количества судов большей грузоподъемности и большего размера. В связи с этим для улучшения навигационной обстановки и сокращения путей транспортировки на основных магистральных направлениях морских перевозок осуществляется реконструкция. Таким образом, параметры судов в категориях с названиями «max» и «size» периодически изменяются, поэтому эти группы можно считать не постоянными.

i *Мнение экспертов. Прогноз*

Исходя из оговоренных планов компании Rolls-Royce, первые телеуправляемые полуавтономные корабли появятся на водных маршрутах к концу 2019 года. Такой способ управления позволит значительно снизить эксплуатационные расходы и кардинально изменить весь глобальный сектор водных грузоперевозок.

Система полуавтономной навигации станет аналогом Uber. По свидетельству представителей Rolls-Royce все необходимые технологии, позволяющие обеспечить автономное судоходство уже существуют. Вместе с тем, на промежуточном этапе речь идет о реализации гибридной технологии, совмещающей автономные системы управления судами с элементами телеуправления.

Ориентирование в океане будет обеспечивать система слежения в составе радара, лазеров и программы-автопилота. Капитаны и штурманы, оставшись на берегу смогут отслеживать перемещение судна в реальном режиме времени и брать на себя управление на случай внештатной ситуации или при необходимости совершения сложного маневра — при заходе в док и пр.

[30].

Тип судов

Основные типы морских судов:

1. Контейнеровозы. Предназначены для транспортировки продукции в контейнерах стандартных размеров. Особенность – большая открытая палубная площадь над трюмами. Конструкция трюмов представляет собой вертикально расположенные помещения со специальными установленными направляющими (cell guides) для закрепления и размещения контейнеров.
2. Ролкеры (трейлерные суда, RORO, Roll-On/Roll-Off) – категория судов для транспортировки грузов, которые могут разгружаться горизонтальным вариантом. Применяют для морской транспортировки машин, трейлеров, контейнеровозов с полуприцепами и товаров, укомплектованных на европоддонах, при погрузке и выгрузке которых требуются ролкерные вилочные погрузчики. Ролкеры своей конструкцией и внешне напоминают паромы, но без наличия жилого пространства.
3. Лихтеровозны — категория судна, специально предназначенного для транспортировки в лихтерах (несамоходная морская баржа, используемая для

транспортировки при помощи буксирного судна). Применяют в смешанном перемещении груза море – река.

4. Балкер – судно, предназначенное для транспортировки насыпных грузов (цемент, уголь, руда, зерно и другие сыпучие сухие грузы, которые можно перевозить без тары). Конструкция балкеров состоит из нескольких трюмов с большим объемом и специальных крышек. Основное преимущество – универсальность и небольшие расходы на перемещение грузов по морю.
5. Сухогрузы – категория судов, используемых для транспортировки штучной продукции в упаковках, не требующей специальных условий, и поэтому считается генеральным грузом. В практике сухогрузы используют для транспортировки тяжелых и негабаритных грузов. Конструкция сухогрузов схожа с балкерами – трюмы со специальными люками. Отличие сухогрузов от балкеров состоит в наличии на палубе собственного погрузочно-разгрузочного крана манипулятора, установленного непосредственно на палубе.
6. Танкер – большое судно, используемое для транспортировки жидких грузов (химические и нефтепродукты, сжиженный газ, вино и даже цементный раствор). Для погрузки-выгрузки товара на танкерах используется специальная насосная система и имеются емкости для перевозимого груза – танки. Основная часть танкеров для транспортировки жидких грузов универсальна, что дает возможность одновременно транспортировать различные наливные грузы.
7. Узкоспециализированные суда – газовозы со сферической формой грузовых помещений, возвышающихся над палубой судна. Наделены необходимыми техническими характеристиками и способны удерживать высокий уровень давления.

Морские грузоперевозки имеют ряд важных преимуществ, но и не обделены недостатками. Рассмотрим их ниже в табл. 11.

Таблица 11

Преимущества и недостатки морских перевозок

Преимущества	Недостатки
1	2
Низкая себестоимость в сравнении с воздушными, трубопроводными, ЖД и автомобильными видами перевозок.	Низкая скорость перевозок. Важно отметить, что на продолжительность перемещения товаров морским судном больше влияет не скорость самого судна, а время, необходимое для погрузочных работ в морском порту.

1	2
<p>Новейшие технологии, современная конструкция судна, а также разработки в области производства устройств для погрузки/выгрузки грузов в порту обеспечивают снижение конечной цены морской транспортировки. Доля стоимости погрузки товаров на судно и выгрузки его в порту в общем объеме цены перевозки снизилась с 11 до 2%.</p>	<p>Технологически сложный процесс погрузки/разгрузки</p>
<p>Строительство крупногабаритных судов способствует повышению их грузоподъемности, что снижает себестоимость транспортировки морским судном</p>	<p>Высокая степень зависимости от погодных и климатических условий. Морская транспортировка может сильно замедляться или даже приостанавливаться под воздействием природных факторов.</p>
<p>Ни один другой вид транспорта не может сравниться с морским судном по грузоподъемности и вместимости товаров для транспортировки.</p>	<p>Транспортировка грузов морским транспортом отличается от других видов перевозок зависимостью от пропускных характеристик каналов.</p>
<p>В случаях, когда габариты морского судна не позволяют ему подойти к определенному порту, инновационные технические решения дают возможность быстро разгрузать судно на рейде либо в открытом море.</p>	<p>Начиная с древнейших времен, существует угроза для морских транспортировок со стороны пиратов.</p>
<p>Единые нормативы, которые разработаны в отношении проектировки и строительства морского судна позволяют ускорить разгрузку/погрузку в порту.</p>	<p>Морская транспортировка требует высоких инвестиций. Строительство современного судна – достаточно дорогостоящий процесс.</p>
<p>Грузовые контейнеры на борту морского судна обеспечивают сохранность грузов во время транспортировки.</p>	<p>Крепление и упаковка груза для морской транспортировки должны осуществляться по строгим правилам.</p>

1	2
Согласно статистике, морская транспортировка отличается самым низким процентом потери или порчи груза в результате аварий или стихийных бедствий (от 1 до 1,5%).	Низкая частота отправок груза.
Унифицированные правовые нормы. Морская транспортировка грузов регулируется Афинской и Брюссельской конвенциями.	-

ДОКУМЕНТЫ НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ МОРСКОЙ ТРАНСПОРТИРОВКИ

Для морской транспортировки должны быть соответственным образом оформлены такие документы как:

1. Коносамент (Bill of Lading).
2. Морская накладная (Seaway Bill).
3. Доковая расписка (Dock Receipt).
4. Деливери-ордер (Delivery Order).
5. Штурманская расписка (Mate's Receipt).
6. Складское свидетельство (Warehouse Receipt).

КОНОСАМЕНТ

***Коносамент** – вид документа, подтверждающий право владения грузом. Это полноценный документ для сопровождения и передачи товара при транспортировке на судне.*

Различают несколько видов коносамента: бортовые и небортовые (on board, received for shipment), портовые, сквозные (through) и т.д. Суть всех разновидностей документа остается неизменной, а их отличие заключается только в детализации особенностей приема/передачи товара.

К примеру, документ **on board** оформляют после осуществления загрузки на судно. Банковские организации расценивают бортовой коносамент в качестве наиболее безрисковой документации. Так существует четкое понимание, в какое время и на борт какого судно загружена продукция.

Небортовой коносамент подтверждает получение транспортной фирмой груза для транспортировки, но не содержит информации о дате погрузки на судно. Следовательно, при наличии подобного документа груз может находиться в портовом складе хранения. Данный вариант коносамента используют для контейнерных транспортировок.

Коносамент **through** используется для смешанных транспортировок (морская и авиа, морская и ЖД и т.д.). Так как при смешанных транспортировках часто используют контейнерные перевозки, появилась необходимость в разработке для этого типа транспортировок отдельного коносамента – **экспедиторского**.

i *Исторический факт*

FIATA разработал форму коносамента для смешанных перевозок в 1968 году. Международная торговая палата в 1974 году разработала к этому коносаменту унифицированные правила смешанных транспортировок. Сейчас такой вид транспортировки регулируется Правилами для транспортных документов на смешанную перевозку ЮНКТАД/МТП (UNCTAD/ICC Rules for Multimodal Transport Documents) (публикация МТП N 298, 1974 г.).

Существует также классификация коносамента в зависимости от типов судна используемого для морской транспортировки. Подобные документы носят название **рейсовые** (Liner Bill of Lading) и **чартерные** (фрахтовые) (Chartered Bill of Lading). В первом случае документ коносамент служит товарораспорядительной формой, содержащей всю необходимую информацию по транспортировке. Фрахтовый коносамент не может считаться товарораспорядительным или удостоверяющим факт транспортировки. В него вносят ссылки, указывающие на условия чартера, которые описаны в соглашении между фрахтователем и перевозчиком. Банковские организации не рассматривают фрахтовый коносамент в качестве документации, допускающей к документарным аккредитивам. Данный документ подтверждает присутствие чартерного контракта и подтверждает наличие зафрахтованного объема на судне.

Следует отметить, что в деловом обороте морских перевозок применяется и **краткая форма коносамента**. Это документ, признанный МТП и банковским сообществом, в котором некоторые или даже все особенности перевозки указаны путем отсылки к какому-либо источнику или документу, не являющемуся

коносаментом. Эта форма появилась для упрощения коммерческой документации и также является полноценным товарораспорядительным документом.

МОРСКАЯ НАКЛАДНАЯ

Морская накладная (Seaway Bill) – разновидность транспортных накладных, применяемых при перевозке грузов различными видами транспорта.

Морские накладные именуются следующим образом:

- Океанские (Ocean Waybills);
- Фрахтовые (Data Freight Receipts);
- Линейные (Liner Waybills).

Морская накладная не относится к ценным бумагам, которые предоставляют ее держателю право на груз, а служат документом, подтверждающим наличие договора о перевозке груза, в силу которого перевозчик обязуется доставить груз получателю, указанному в данном документе.

Морская накладная обычно применяется для сопровождения морской транспортировки от одного филиала к другому, т.е. в тех случаях, когда:

- не применяется аккредитивная форма расчетов;
- отправитель и получатель это один и тот же субъект;
- при коротких сроках транспортировки (срок транспортировки меньше, чем почтовая доставка документации);
- для транспортировки товара на склад консигнации;
- для транспортировки продукции по адресу представителей для комиссионной торговли.

Существенным преимуществом этого сопроводительного документа является то, что при его применении исчезают правовые и финансовые проблемы, связанные с несовпадением во времени прибытия судна с грузом и перевозочных документов, которые были отправлены почтой из порта отгрузки товара.

ДОКОВАЯ РАСПСКА

***Доковая расписка (Dock Receipt или Dock Warrant)** оформляется при морской транспортировке транспортной компанией по получению товара для транспортировки на пирсе порта для перевозки за границу.*

На каждую партию такие формы оформляются в нескольких экземплярах.

Доковая расписка содержит количественные характеристики товара, маркировку и объем груза. При наличии несоответствия данных или повреждений груза во время его осмотра в расписку вносят примечания (до ее подписания). На основании доковой расписки оформляется коносамент.

В практике Dock Receipt рассматривается как товарораспорядительный документ. Но, следует учесть, что эта форма не обладает всеми необходимыми признаками такого документа, так как доковая расписка не удостоверяет права владения и распоряжения грузом.

ДЕЛИВЕРИ-ОРДЕР

***Деливери-ордер (Delivery Order)** – форма документа, которая может использоваться в качестве расписки от перевозчика и подтверждения договора транспортировки товара.*

Различают 2 варианта деливери-ордеров (для перевозчиков и для продавцов). В первом случае документ называется деливери-ордер судна.

Первый вид является видом отгрузочного сертификата, когда в порту назначения указанная часть груза подлежит выдаче именно держателю этого документа.

Второй вариант может использоваться в ситуациях, когда у продавца имеется один коносамент на весь груз, а продавцу необходимо продать его по частям разным покупателям. Каждому из покупателей продавец не может передать коносамент, поэтому для решения этого вопроса в договоре купли-продажи продавец заранее оговаривает свое право предоставить покупателям вместо коносамента Delivery Order.

Эта форма документа применяется вместе с коносаментом как вариант дробления партии продукции на небольшие составляющие с целью дальнейшей реализации. В то же время, нужно учесть, что деливери-ордер не относится к ценным бумагам и не предоставляет возможности для правовой защиты в результате причинения вреда грузу.

ШТУРМАНСКАЯ РАСПИСКА

Штурманская расписка (Mate's Receipt) – документ, который оформляется помощником капитана судна после того, как груз принят на борт.

Данная расписка не относится к товарораспорядительным формам документов, но может быть таковым при отсутствии коносамента, если есть предварительная договоренность между участниками сделки.

СКЛАДСКОЕ СВИДЕТЕЛЬСТВО

Складское свидетельство (Warehouse Receipt) – форма документации, которая служит подтверждением в форме расписки ответственного лица, представляющего собственника складских площадей, о принятии груза на временное хранение.

Правовой смысл этого документа в разных странах трактуется по-разному, и в соответствии с законодательством ряда стран, например, США, он приравнивается к ценной бумаге, будучи оформленным в оборотной форме. В этой форме складское свидетельство допустимо к использованию для обеспечения банковской ссуды. Согласно американскому законодательству, складскому свидетельству присваиваются свойства коносамента, а в британском праве такие нормы отсутствуют.

РЕГУЛИРОВАНИЕ МОРСКИХ ПЕРЕВОЗОК

Международные морские перевозки — это одна из самых сложных для освоения сфер таможенной деятельности. Трудность обусловлена тем, что данная область основывается на множестве источников правового регулирования. Кроме того, существуют ещё и нормы, установленные в рамках многочисленных конвенций и внутреннего законодательства в отдельных странах, участвующих в международных перевозках.

Основные правовые документы, регулирующие международные морские транспортировки представлены двумя вариантами:

1. Международная конвенция об унификации некоторых норм права, касающихся коносаментов (Гаагские правила). Выработана в 1931 году Международным морским комитетом;
2. Конвенция ООН о морской перевозке грузов, которая получила название Гамбургские правила. Она разработана в 1978 году Комиссией Организации Объединенных наций (ЮНСИТРАЛ).

Основное отличие вышеперечисленных правовых актов состоит в объеме данных, которые должны быть указаны в документации на транспортировку. По Гаагским правилам определен минимум, состоящий из трех элементов в каждой форме документов. В Гамбургских правилах число элементов составляет 15.

Во внешнеторговых операциях общепризнанными нормами являются утвержденные Международной федерацией транспортно-экспедиторских организаций (Federation Internationale des Associations de Transitaires et Assimiles – FIATA) и МТП (международная неправительственная организация частного бизнеса, опубликовавшая правила толкования международных торговых терминов – Инкотермс).

Дополнительные материалы по теме:

1. Корабли без экипажа выйдут в море к 2020 году
<https://geektimes.ru/company/icover/blog/274484/>
2. Линкор «Миссури» - последний линкор XX столетия
http://korabley.net/news/linkor_uss_missouri_poslednij_linkor_xx_stoletija/2010-02-23-490
3. Международная конвенция об унификации некоторых норм права, касающихся коносаментов
http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/carriage_of_goods.shtml
4. Конвенция Организации Объединенных Наций о морской перевозке грузов (Гамбург, 1978 год) (Гамбургские правила)
http://www.uncitral.org/pdf/russian/texts/transport/hamburg/XI_d_3_r.pdf

ЛЕКЦИЯ 11.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ГРУЗОПЕРЕВОЗКИ АВТОТРАНСПОРТОМ

- 11.1. Суть и особенности транспортировки товаров автотранспортом
- 11.2. Международное регулирование автомобильных перевозок
- 11.3. Документы необходимые для транспортировки грузов автотранспортом

СУТЬ И ОСОБЕННОСТИ ТРАНСПОРТИРОВКИ ТОВАРОВ АВТОТРАНСПОРТОМ

Международные автомобильные перевозки являются самым популярным видом перевозок, который регламентирует частное международное право. Автомобильный транспорт, стремительно развивающийся в последние годы, широко используется для межгосударственных перевозок пассажиров и внешнеторговых грузов.

***Международные автомобильные перевозки** – перевозка посредством автомобильного транспорта с пересечением границ двух и более государств. Основным преимуществом перевозок грузов автомобильным транспортом является так называемая перевозка "от двери до двери", позволяющая в наиболее полной мере доставлять груз до места назначения.*

Международные автомобильные перевозки – ключевой способ поставки генеральных грузов, доставки сборных грузов из Европы и Азии. Преимуществом международных перевозок – оптимальное соотношение качества, сроков доставки и стоимости.

Процесс автомобильной перевозки включает 3 этапа:

- погрузка;
- транспортировка;
- выгрузка.

В перевозочном процессе одновременно с работниками автохозяйства задействованы и грузовладельцы. Любые международные автомобильные перевозки имеют свои особенности, связанные с видом и характером груза, способом и порядком организации, использованием транспортных и разгрузочных средств, условиями выполнения.

Осуществление перевозок сопровождается двумя главными операциями:

- приёмкой груза от отправителя;
- передачей груза получателю.

Для транспортировки своего груза экспортер подаёт о нём все необходимые сведения на автотранспортное предприятие. На основании этого перевозчик выделяет нужное количество транспортных единиц, утверждает рабочий график автомобилей и скорость их передвижения, согласует порядок перевозки с режимом работы грузовладельца, определяет стоимость транспортировки и оформляет договор международной автомобильной перевозки.

Затем следует подписание договора как основной формы взаимодействия перевозчика и клиента. Этим документом определяются все участники процесса транспортировки и деловые связи сторон. Заключив договор перевозки, грузоотправитель готовит товар к отправке. В подготовительный этап входит комплектация, маркировка, взвешивание, контроль качества, пломбировка, укладка груза и передача его перевозчику.

Доставленный груз подлежит сдаче адресату в пункте назначения, обозначенном в ТТН (товарно-транспортной накладной). Перевозчик обязан передать его получателю в неизменном виде без повреждений, порчи и частичной утраты (исключение составляет естественная убыль). Он несёт ответственность за сохранность товара при перевозке. По факту порчи, частичной или полной утраты груза перевозчик составляет акт во время сдачи его получателю. Владельцу транспортного средства надлежит возместить клиенту нанесённые убытки на сумму снижения ценности груза, однако, не более его реальной стоимости по накладной.

Регулярные международные перевозки автомобильным транспортом производятся по установленной схеме движения подвижных составов. При этом используются сквозная и участковая системы.

Сквозная система – предусматривает движение автопоезда (автомобиля) по заданному маршруту из пункта отправления до пункта назначения без перегрузок.

Участковая система – маршрут разбивают на участки, и автомобили перемещают грузы в их пределах. Затем подвижной состав меняется, а товар перегружается путём смены кузова и передачи контейнеров на другой автомобиль.

АВТОПЕРЕВОЗКИ ПО ЕВРОПЕ

Европа всегда была и остается наиболее развитым регионом во всем мире, и поэтому понятно, что грузооборот, происходящий на её территории, больше чем где бы то ни было. В Европе в достаточной степени развиты все существующие ныне транспортные сети и возможности, автомобильные и железные дороги, морские и речные пути, трубопроводы, авиалинии. Однако если речь идет о перевозке небольших партий грузов, тогда лучше всего использовать автотранспорт.

Европа отличается от остальных частей света тем, что на небольшом участке территории расположено довольно много государств, каждое из которых имеет небольшую территорию. Именно этот фактор делает автотранспорт наиболее подходящим для перевозок по Европе.

Автотransпорты по Европе подразумевают не только сами перевозки, но и ряд дополнительных сопровождающих процедур, например:

- получение разрешительной документации и сертификатов;
- погрузка и выгрузка груза;
- хранение грузов на транзитных складах;
- контроль над грузоперевозками из Европы;
- оформление грузов на таможне;
- экспедиция;
- услуга доставки “от двери до двери”.

Под экспедицией подразумевается помощь экспедитора в выполнении следующих действий:

- растаможивание грузов;
- содействие заказчику в выполнении юридических правовых обязанностей;
- обработка и маркирование грузов;
- страхование груза;
- оформление импортно-экспортной документации;
- оказание помощи во взимании платы за грузы;
- консультации по различным вопросам.

Автоперевозки по Европе в подавляющем большинстве осуществляются на еврофурах, тентованных грузовиках и контейнеровозах. Эти три вида транспортных средств обладают наибольшей универсальностью и довольно удачно подходят для европейских дорог.

Однако, в перевозках задействованы также кузова-рефрижераторы, цистерны, цистерны-хопперы, лесовозы, бортовые грузовики, автопоезда и другие виды грузовых машин.

Возможные трудности – прохождение таможенных процедур. На контрольно-пропускных пунктах нередко скапливаются большие очереди из грузовиков с товаром. Причинами таких простоев может служить нерасторопность работников таможни, длительная и тщательная проверка транспортного средства на предмет контрабанды и запрещенных грузов, или, к примеру, неправильно оформленная документация.

АВТОПЕРЕВОЗКИ ИЗ КИТАЯ

Сегодня Китай выходит в мировые лидеры по уровню промышленности и развития в целом, и в связи с этим цена на товары, производимые в Китае существенно меньше, чем на подобную продукцию из Европы и Америки. Поэтому многие страны, в том числе Украина, ставят развитие торговых отношений с Китаем как приоритетную цель. Развитие торговли провоцирует развитие транспортной сети.

Автоперевозки из Китая осуществляются с помощью различных кузовов.

1. Тентованные фуры и грузовики (еврофуры). Используются для перевозок грузов, которые не должны подвергаться плохим погодным условиям.
2. Контейнерные автоперевозки. Хорошо подходят для перевозки сборных грузов, а также личных вещей.
3. Открытые платформы. Чаще применяются для доставок негабаритных и крупногабаритных грузов.

Сегодня перечень грузов, производимых в Китае на экспорт и перевозимых в Украину несоизмеримо широк, это автомобильная продукция, продукция текстильной промышленности, сантехническая продукция и многие другие товары.

К преимуществам авто транспортировки из Китая можно отнести:

1. Скорость доставки.
2. Безопасность.

В связи с участвовавшими случаями морского пиратства автоперевозки также оказываются более безопасными по отношению к другим видам перевозок.

МЕЖДУНАРОДНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ АВТОМОБИЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК

Правовое положение наземной транспортной среды тесно взаимосвязано с юридическим статусом территории государства, в котором производится перевозка. Последний, в свою очередь, опирается на суверенитет государства в отношении его территориальных образований. Кроме того, правовое регулирование наземной перевозки осуществляется на основе актов международного права:

1. «Международная Конвенция о дорожном движении» (Женева, 19.09.1949 г.) по части организации дорожного движения;
2. Женевская конвенция МДП (1975 г.) о порядке прохождения таможенных формальностей;
3. «Европейское соглашение о международных автомагистралях (СМА)» от 15.11.1975 г., определяющее режим их использования.

Международные автомобильные перевозки грузов попадают в правовое поле Конвенции КДПГ (о договоре международной дорожной перевозки грузов), подписанной в Женеве 19.05.1956 г. и вступившей в действие 02.07.1961 г.

Этот документ определяет правоотношения грузовладельца и перевозчика, связанных совместным договором о сотрудничестве, правила приёма груза для транспортировки и выдачи его в конечном пункте назначения.

Конвенция о международных автомобильных перевозках распространяется на любой договор о дорожном транзите грузов за вознаграждение с использованием автотранспортных средств, если обозначенные контрактом пункты погрузки и доставки принадлежат двум разным государствам, как минимум одно из которых участвовало в подписании Конвенции. Этот документ регулирует и перевозки, осуществляемые правительственными учреждениями (организациями) или самими государствами.

Конвенция недействительна для перевозок:

- по международным почтовым конвенциям;
- по воздуху, железной дороге, морю, внутренним водам без перегрузки, если они являются частью смешанной перевозки;
- между Северной Ирландией, Ирландской Республикой и Великобританией;
- мебели и обстановки при переездах;
- покойников.

Сегодня вопросами автомобильного транспорта занимаются около 40 международных организаций. Самые авторитетные из них – Комитет ВТ ЕЭК ООН (Комитет внутреннего транспорта) и МСАТ (Международный союз автомобильного

транспорта). Первый из них основан в 1948 г. как межправительственный орган для организации сотрудничества всех видов внутреннего транспорта. В его состав входят страны, имеющие членство в ЕЭК ООН.

Комитет ВТ разработал порядка 40-ка международных конвенций, свыше 50-ти единых правил и предписаний относительно устройства транспортных средств. Комитет ВТ активно участвовал в усовершенствовании системы государственного автострахования ОСАГО (система Green Card).

Использование разрешительной системы на международные перевозки грузов автомобильным транспортом позволяет контролировать число прибывающих в страну иностранных грузовых автомобилей и отстаивать интересы отечественных перевозчиков. При перевозках между странами, которые не имеют обоюдных соглашений, компетентные органы государства перевозчика выдают для этого одноразовое разрешение. Страны Европы практикуют выдачу нескольких видов разрешений:

- на один рейс;
- на многократные рейсы;
- на фиксированное количество рейсов;
- на транзит;
- на пригородные перевозки.

ДОКУМЕНТЫ НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ТРАНСПОРТИРОВКИ ГРУЗОВ АВТОТРАНСПОРТОМ

Документы для международных автомобильных перевозок условно делятся на три группы:

- личные;
- на транспортное средство;
- на груз.

Личные документы

К личным документам относятся:

- Командировочное удостоверение (для Литвы – выписка из приказа);
- Свидетельство о подготовке или переподготовке;
- Паспорт с открытыми визами для выезда за границу;
- Водительское удостоверение согласно Конвенции о дорожном движении;

- Медицинская книжка (в случае перевозки продуктов питания по СНГ);
- Свидетельство ADR;
- Медицинская страховка;
- Тахограммы (регистрационные листки);
- Документы для таможенного оформления личных вещей.

ДОКУМЕНТЫ НА ТРАНСПОРТНОЕ СРЕДСТВО

Пакет документов на транспортное средство содержит:

- Документальное подтверждение оплаты (за дороги, за пребывание на территории, различных сборов и др.);
- Регистрационное свидетельство и договор аренды (в случае несовпадения владельца и перевозчика);
- Табличка о допуске к транспортировке скоропортящихся продуктов питания (в страны СНГ – санитарный паспорт);
- Международный сертификат ТО и талон техосмотра;
- Свидетельство о допуске дорожного ТС к перевозке грузов с таможенными печатями, пломбами и приложенными фото;
- Разрешения на: въезд-выезд (двухсторонние), транзитный проезд, проезд по третьим странам, универсальные (вместо первых трёх видов), (не) регулярные автобусные перевозки, специальные грузы (опасные, тяжёлые, негабаритные);
- Путевой лист;
- Карточка регистрации на перевоз опасных грузов;
- Добровольная страховка на данное транспортное средство;
- Свидетельство о допуске к перевозкам опасных грузов в соответствии с Европейским Соглашением ADR;
- Сертификаты (свидетельства) об экологической безопасности и другой безопасности, если таковая имеется;
- Полис страхования ОСАГО («зелёная», «оранжевая», «синяя» карты или действующая на конкретный период в посещаемом государстве);
- Лицензионная карточка;
- Карты UTA, DKV, SHELL, ESSO и другие документы на заправку и техническое обслуживание либо гарантия оплаты за некоторые виды помощи;
- Документы для таможенного оформления ТС (если потребуется).

ДОКУМЕНТЫ НА ГРУЗ

В перечень документов на груз входят:

- Две ТТН (товарно-транспортные накладные) и TIR Carnet (не заполненные);
- ТТН (товарно-транспортные накладные) согласно Конвенции CMR в заполненном для перевозки виде с приложением формуляра отгрузочной спецификации, счёт-фактуры, свидетельств (ветеринарных, медико-

- санитарных, фитосанитарных) и сертификатов (качества, происхождения, соответствия техническим стандартам и др.);
- Лист контроля (термограмма) температурного режима груза;
 - Акт загрузки автомобиля с паспортом сделки (до внутренней таможни);
 - Книжка МДП (TIR Carnet) либо ГТД (грузовая таможенная декларация);
 - Аварийная карточка для перевозки грузов категории ADR;
 - Документ о страховании груза;
 - Договор на поставку;
 - Документы для отчётности в конце рейса (квитанции о заправке и обмене валюты, тахограммы, документы на перевозимый груз и прочие оформленные бумаги).

Для организации международных автомобильных перевозок действуют несколько видов основных разрешений на:

- Нерегулярные перевозки пассажиров;
- Неоднократные поездки (используется по максимуму в период своего действия);
- Определенное количество поездок;
- Один рейс туда и обратно;
- Транзитный проезд;
- Перевоз грузов (из) в третьи страны, а также многостороннее разрешение.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СТОРОН

Перевозчик несет ответственность в случае:

- частичной или полной потери груза;
- повреждения груза в течение его транспортировки (с момента приёма до сдачи в пункте назначения);
- задержки доставки.

Отправитель несет ответственность за убытки и все расходы на перевозку, которые пришлось понести из-за неточности и недостатка сведений, указанных им в накладной, или других его инструкций и указаний по заполнению ТТН.

Отправитель имеет право потребовать от перевозчика проверки массы брутто или количества груза, измеряемого в других единицах. Дополнительно он может запросить проверку грузовых мест на содержимое.

Отправитель несет ответственность за повреждения и ущерб, нанесённый грузам, лицам и оборудованию перед перевозчиком. Он отвечает за все издержки, причинённые повреждением упаковки, если во время принятия груза перевозчик не оговорил видимые либо известные ему нарушения.

Отправитель обязан перед доставкой груза прикрепить к накладной или предоставить перевозчику сведения и документы, необходимые для урегулирования таможенных и других формальностей. Отправитель отвечает перед

перевозчиком за любой ущерб, вызванный отсутствием, ошибками или нехваткой данных документов и сведений.

ПРАВИЛА

Сейчас действуют около сотни правил ЕЭК ООН и свыше 50-ти директив Евросоюза, предъявляющие определенные требования к новому автотранспорту, курсирующему по европейским магистралям. В основном эти правила затрагивают производителей. Что же касается перевозчиков, они попадают под ограничения массы, габаритов и экологической чистоты своего автотранспорта.

Два основных правила для перевозки автотранспортом:

1. Правило № 49 устанавливает рамки токсичности для выхлопных газов ДВС.
2. Правило № 51 ограничивает шум, издаваемый автомобилем.

Так, внешний шум разгоняемого ТС с мощностью двигателя от 150 кВт должен составлять менее 80 дБ, а при выпуске сжатого воздуха из компрессора – до 72 дБ. Кабина автотранспорта, попадающего под эти стандарты, маркируется белой литерой L (Lärmarm) в зелёном круге. Ещё более малозумный грузовой транспорт помечается литерой G (Gerauscharm).

ТАРИФЫ

В зависимости от страны перемещения тарифы на международные автомобильные перевозки грузов существенно различаются. Основная причина этого – уровень заработной платы в конкретной стране, который определяет тарифную ставку оплаты труда водителя. Тарифы для автотранспортников в основном рассчитываются по весу, но учитывают соотношение объёма и массы.



Дополнительные материалы по теме:

1. *Международная перевозка скоропортящихся грузов*
<http://www.iccwbo.ru/blog/2016/mezhdunarodnaya-perevozka-skoroporyashchikhsya/>
2. *Документы для таможенного оформления груза*
<http://www.gruztech.net/article/84>
3. *Международные перевозки и НДС*
<https://i.factor.ua/journals/nibu/2016/may/issue-38/article-17749.html>

ЛЕКЦИЯ 12. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ГРУЗОПЕРЕВОЗКИ АВИАТРАНСПОРТОМ

12.1. Суть и особенности транспортировки товаров авиатранспортом

12.2. Документы необходимые для авиатранспортировки

12.3. Регулирование авиаперевозок

СУТЬ И ОСОБЕННОСТИ ТРАНСПОРТИРОВКИ ТОВАРОВ АВИАТРАНСПОРТОМ

Международные авиационные перевозки значительно ускорили темпы международной торговли. И действительно, внешней торговли некоторыми видами товаров просто не было бы, если бы не скорость доставки по воздуху. Товары, для которых время имеет решающее значение, например, скоропортящаяся продукция, свежие цветы или морепродукты, некоторые медикаменты вообще не были бы представлены на некоторых рынках, если бы не существовало воздушных перевозок.

Скорость авиаперевозок существенно сокращает риски, такие высокоценные товары, как ювелирные изделия, фармацевтические и медицинские продукты, премированный скот, произведения искусства или манускрипты, обычно доставляются по воздуху.

Несмотря на то, что тарифы на авиаперевозки намного выше, они могут сэкономить расходы по следующим позициям:

- страхование. Страховые премии обычно вдвое меньше, чем для морской транспортировки (например, 0,3% от стоимости груза по сравнению с 0,7%);
- таможенные пошлины могут взиматься с веса брутто, который, как правило, меньше для воздушных отправок (меньше упаковки), чем для морских;
- упаковка намного легче и дешевле для воздушной транспортировки;
- складские расходы. Во многих случаях авиаперевозки могут существенно снизить и даже исключить необходимость складского хранения, без которого не обойтись в случае с морской транспортировкой. Складские расходы включают в себя не только аренду склада на любом из концов перевозки, но и связанные с этим налоговые и страховые расходы, а также расходы в связи с тем, что товар может устареть во время хранения на складе. Данный элемент затрат может иметь решающее значение при принятии решения в пользу авиаперевозок;

- финансовые расходы. Если обязательство покупателя осуществить оплату возникает при доставке товара в помещения покупателя, при перевозке товара по воздуху продавец получит платёж намного быстрее.

Даже в тех ситуациях, когда стоимость морской транспортировки ниже, по соображениям конкуренции продавец может предпочесть использование авиатранспорта. Например, продавец-экспортёр запчастей может прийти к выводу, что он не сможет конкурировать с местными продавцами, пока его скорость доставки не будет такой же, как у них, чего можно достичь, используя авиатранспорт.

Авиагруз доставляется:

- вместе с багажом пассажиров пассажирскими самолетами;
- комбинированными воздушными судами, имеющими специальные грузовые отделения и известными, как грузопассажирские самолеты;
- грузовыми воздушными судами.

Специализированные грузовые воздушные суда, как, например, грузовой самолет Боинг 747F, выдерживают целевую нагрузку свыше 100 000 кг, но грузопассажирские или пассажирские самолеты являются более выгодными для воздушных компаний, чем чисто грузовые. Поэтому в прошлом грузоотправители жаловались на то, что авиакомпании не обращают достаточного внимания на бизнес по доставке грузов. Однако теперь, когда некоторые авиалинии около половины своих доходов получают от перевозки грузов, грузоотправители могут рассчитывать на конкурентный рынок авиаперевозок.

Следует учесть несколько основных особенностей организации перевозок воздушным транспортом.

ИНКОТЕРМС

В прошлом многие грузоотправители указывали цены на условиях «FOB Аэропорт» для воздушных перевозок. Это часто вызывало недопонимание в отношении сборов на обработку в аэропорту и объёма страхового покрытия. Термин FOB (франко-борт) был разработан для морской торговли, поэтому применение принципов, возникших в рамках морской транспортировки, являлось неуместным. В результате в 1980 году ICC перестала использовать термин FOB Аэропорт. ICC рекомендует грузоотправителям использовать вместо этого термина термин FCA Инкотермс с указанием в качестве пункта поставки поименованного грузового авиатерминала или терминала консолидатора.

ЭКСПЕДИТОРЫ ИЛИ КОНСОЛИДАТОРЫ ГРУЗОВ

Воздушные перевозки открыли экспедиторам грузов абсолютно новое направление бизнеса. В целях контроля за процессом, авиаперевозчики создали под эгидой Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) международную

организацию агентов по грузоперевозкам, к которой ныне принадлежат многие экспедиторы. Назначение в качестве грузового агента IATA позволяет экспедитору предлагать услуги на рынке, зная, что авиакомпании-члены IATA произведут транспортировку по фиксированной цене и выплатят экспедитору комиссию. Агенты IATA должны продемонстрировать наличие определённых финансовых ресурсов и возможностей по обработке грузов и должны согласиться переводить авиаперевозчику счета за фрахт в соответствии с фиксированным графиком.

Авиаперевозчики снабжают экспедиторов авианакладными (AWB) с логотипом авиакомпании. Как и в случае с другими необоротными транспортными документами, AWB является распиской в принятии груза и договором перевозки. В некоторых странах система AWB компьютеризирована, и авиаперевозчики могут давать экспедиторам только номера AWB, а экспедитор уже сам в печатывает номер AWB и вставляет логотип авиакомпании в бланк, известный как «нейтральная авианакладная».

Экспедиторы, выступающие в качестве консолидаторов грузов, могут выдавать AWB как перевозчики, от своего собственного имени. В этом случае их роль может быть приравнена к роли NVOCC (несудоходных транспортных организаций общего назначения) в рамках морской транспортировки грузов. Консолидируя или группируя вместе несколько партий груза, экспедиторы имеют возможность получить более низкие фрахтовые ставки, предлагаемые перевозчиками для крупных партий товара. Таким образом, функция комплектации сборных отправок, которую выполняют консолидаторы, подобна той, что выполняют контейнерные терминалы. Консолидаторы могут оказать высокоэффективные складские услуги до отлёта самолета, а по прибытии обеспечить телефонное уведомление грузополучателя. Кроме того, консолидаторы часто предлагают услуги по доставке «от двери до двери», что включает в себя таможенную очистку и страхование.

ОБРАБОТКА ГРУЗА

Контейнеры для воздушной перевозки грузов соответствуют форме салона воздушного судна и известны, как устройства комплектования грузов (ULD). Такие устройства (некоторые из них называются «иглу») могут иметь различные формы и размеры, каждый из которых предназначен для размещения в различных частях самолета. Груз обрабатывается преимущественно путем толкания и протаскивания паллет и ULD, которые перемещаются по роликовым транспортёрам. Поскольку ULD обычно комплектуются товарами на терминалах в аэропорту или рядом с ним, то имеется возможность отправки груза, поставленного на авиатерминал, ближайшим рейсом в течение двух часов. Фактическая погрузка или разгрузка груза может занять менее часа.

ГАРАНТИРОВАННОЕ ВРЕМЯ ОТГРУЗКИ

Некоторые авиакомпании предлагают гарантированные сроки или даты отгрузки. Для грузоотправителя это исключает риск задержки груза в связи со снятием его с

рейса для того, чтобы освободилось место для товаров, имеющих более высокий приоритет. Хотя степень такой гарантии варьируется в зависимости от авиакомпании, для грузоотправителя, как правило, полезно потребовать выдачи такой гарантии, в частности, поскольку некоторые авиакомпании выдают такие гарантии бесплатно.

ПЕРЕВОЗКА ОПАСНЫХ ГРУЗОВ

Поскольку партии опасных грузов могут в некоторых случаях поставить под угрозу безопасность всего воздушного судна, нормы, касающиеся перевозки специальных грузов, чётко соблюдаются. IATA публикует ежегодно пересматриваемый перечень таких норм. Во многих случаях груз допускается на воздушное судно при условии его надлежащей упаковки и закрепления на нём маркировок «опасно». И грузоотправители, и экспедиторы должны быть достаточно осторожными и убедиться в том, что все декларации, касающиеся потенциально опасных грузов, заполнены полностью и правильно. Невыполнение этого может привести к применению суровых наказаний.

ВОЗДУШНЫЙ ФРАХТ

Основную роль в установлении международных воздушных фрахтовых ставок когда-то играла IATA, однако такая роль была постепенно сведена на нет из-за беспокойства, что IATA или её члены действовали как картель, устанавливающий цены.

ДОКУМЕНТЫ НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ АВИАТРАНСПОРТИРОВКИ

Отправка и доставка грузов авиатранспортом имеет свои особенности. И одна из них связана с правильным оформлением сопроводительных документов на груз.

Основными документами, которые оформляются при международных грузовых авиаперевозках, являются:

- Грузовая авианакладная (Airwaybill);
- Инвойс (Invoice);
- Упаковочный лист (Packing letter).

Грузовая авианакладная – документ, который выписывает грузоотправитель или уполномоченный агент (в зависимости от условий купли-продажи товара).

Накладная **подтверждает наличие договора между заказчиком и перевозчиком**, что может быть существенно в случае повреждения или потери груза, а также подтверждает принятие груза к перевозке. Авианакладная должна содержать:

- наименование и полный адрес грузоотправителя, грузополучателя и агента;
- трехбуквенный код пункта назначения (код IATA аэропорта) либо трансфера;
- наименование перевозчика;
- дату отгрузки;
- валюту и тариф перевозки;
- ценность груза;
- наименование груза и код ТНВЭД;
- количество мест;
- брутто вес и приведенный вес.

Важно учесть, что авианакладная не является ни товарораспорядительным, ни передаточным документом. Пример документа приведен в Приложении В1.

Вторым важным документом, оформляемым при авиаперевозках, является Инвойс. Пример документа приведен в Приложении В2.

Инвойс – документ, предоставляемый продавцом покупателю и содержащий перечень товаров и услуг, их количество и цену, по которой они поставлены покупателю, формальные особенности товара (цвет, вес и т. д.), условия поставки и сведения об отправителе и получателе.

Инвойс содержит следующие данные:

- наименование, адрес продавца;
- наименование, адрес покупателя;
- дату и номер заказа покупателя;
- описание проданного товара;
- сведения об упаковке;
- цену товара;
- условия поставки и платежа.

Инвойс содержит перечень товаров и услуг, их количество и цену, по которой они поставлены покупателю.

Третий важный документ, необходимый для осуществления грузовых авиаперевозок – это упаковочный лист, его пример приведен в Приложении В3.

Упаковочный лист – представляет собой товаросопроводительный документ, в котором содержится полный перечень товара по каждому товарной позиции в отдельности с указанием веса нетто и брутто, размеров грузовых мест (коробка, ящик, паллета и т.д.).

Упаковочный лист представляет собой товаросопроводительный документ. Упаковочный лист должен содержать:

- номер и дату документа (упаковочного листа);
- наименование и адреса продавца, грузоотправителя, покупателя и грузополучателя;
- номер и дату контракта, заказа;
- перечень всех транспортируемых товаров с точным описанием наименования товара;
- количество товара (число штук в упаковке);
- номер упаковки (номер места);
- вид упаковки;
- габаритные размеры мест;
- вес товара брутто и нетто в конкретной упаковке;
- общий объем и вес груза.

При осуществлении авиаперевозки может понадобиться такой документ как паспорт безопасности.

Паспорт безопасности – документ, подтверждающий безопасность груза для авиаперевозки. Оформляется при перевозке грузов, попадающих под определение «опасный».

Важно отметить, что ошибки, неточности и пропуски при заполнении типовых форм транспортных документов влекут для заказчика неблагоприятные последствия в виде как юридической ответственности, так и невозможности отстаивания своих прав в случае несохранной перевозки или причинения иных убытков в связи с перевозкой грузов.

РЕГУЛИРОВАНИЕ АВИАПЕРЕВОЗОК

Регулирование авиаперевозок осуществляется следующими документами:

1. **Монреальская конвенция по унификации некоторых правил международных воздушных перевозок (1999).** Данная Конвенция была принята 31 мая 1999 года и вступила в силу в 2003 году. Она была ратифицирована 86-ю странами. Конвенция представляет собой всеохватывающий актуальный свод унифицированных правил, определяющих и регулирующих ответственность перевозчиков по отношению к пассажирам, багажу и грузу. Она, вероятно, заменит Варшавскую конвенцию 1929 года в редакции различных дополнительных конвенций и протоколов.
2. **Варшавская система (1929).** В отношении тех стран, которые не ратифицировали Монреальскую конвенцию, применяется Варшавская система ответственности. Варшавская конвенция была подписана в 1929 году и впоследствии изменена Гаагским протоколом (1929), Гвадалахарской дополнительной конвенцией (1961), Гватемальским протоколом (1971) и Монреальским протоколом (1975).



Дополнительные материалы по теме:

1. Содержание договора о воздушной перевозке груза
<http://www.brokert.ru/material/soderzhanie-dogovora-vozdushnoy-perevozki>
2. Виды нарушения обязательств, влекущих за собой ответственность авиаперевозчика
<http://www.brokert.ru/material/vidy-narusheniya-obyazatelstv-aviaperevozchika>
3. Чартерная перевозка <http://www.brokert.ru/material/charternaya-perevozka>

ЛЕКЦИЯ 13.

ЭЛЕКТРОННАЯ КОММЕРЦИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

13.1. Глобальные аспекты электронной международной торговли

13.2. Распределительные центры

13.3. Основные тенденции электронной коммерции в мире

ГЛОБАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ЭЛЕКТРОННОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Сегодня Интернет стал важной составляющей международной торговли, ее эффективным посредником. Международные операции с товарами и услугами все чаще осуществляются через глобальную сеть, а интеграция информационно-коммуникационных технологий в международные коммерческие операции предоставляет новые возможности для бизнеса и потребителей, а также создает новые проблемы.

Термин «Электронная торговля» достаточно новый, но он набирает популярности в бизнесе. В классическом варианте принято использовать название «электронная коммерция», но особенности перевода зарубежной терминологии дают возможность использовать также такой вариант как «электронная торговля».

Термин «электронная коммерция» предполагает:

- передачу информации, продуктов или услуг электронным путем;*
 - предоставление (производство) услуг электронным путем;*
 - обслуживание электронными методами обычной торговли товарами и услугами путем электронной передачи всех необходимых для внешнеторговой сделки документов и другой информации, хранение и обслуживание такой информации.*
-

Суть этого термина подчеркивает то, что торговые операции при таком варианте будут значительно дешевле за счет отсутствия расходов на логистику.

Отметим, что развитие электронной коммерции является основным фактором экономического роста не только в развитых, но и в развивающихся странах так как низкая стоимость заключения договоров через Интернет позволяет компаниям (вне зависимости от их размеров) расширять свои продажи на зарубежном рынке и искать поставщиков он-лайн.

Электронную коммерцию принято разделять на четыре категории:

1. «Бизнес – потребитель» (B2C).
2. «Бизнес – бизнес» (B2B).
3. «Потребитель – потребитель» (C2C).
4. «Бизнес – государство» (B2G).

Самая нова категория — это «потребитель – потребитель» (customer-to-customer). Предназначена для взаимодействия конечных потребителей с конечными потребителями (customer-to-customer). Для ее реализации используются электронные торговые площадки («барахолки», например, eBay, Amazon, AliExpress, Prom.ua, Rozetka), которые характеризуются преобладанием лотов на продажу. В данном случае сайт выступает в роли посредника между покупателем и продавцом.

B2C (business-to-consumer) – категория, которая обозначает коммерческие взаимоотношения между организацией (Business) и частным, так называемым, «конечным» потребителем (Consumer). Часто используется для описания деятельности, которую ведет предприятие, например, продажа товаров и услуг, непосредственно предназначенных для конечного использования. Один из наиболее популярных инструментов B2C – Интернет-магазин.

B2B (business-to-business) – категория, которая обозначает коммерческие взаимоотношения между организацией (business) со стороны организацией (business), то есть одна организация работает на другую (например, оказание рекламных услуг). Под понятием B2B также подразумеваются системы электронной коммерции, или системы электронной торговли — программные-аппаратные комплексы, являющиеся инструментами для

осуществления торгово-закупочной деятельности в сети интернет.

B2G (business-to-Government) – категория, которая обозначает электронную торговлю, которая применяется для взаимодействия государства с бизнесом. Через такие системы государственные учреждения и ведомства осуществляют свои закупки на открытом рынке (например, система электронных госзакупок).

Статистические данные говорят о том, что электронная коммерция стала неотъемлемой частью экономики любого государства. Ещё в начале 2000х годов потребители с опаской относились к покупке товаров через интернет, а сегодня трудно представить человека, который хоть раз бы не воспользовался интернет-магазином. Показатели количества операций в данной сфере прогрессивно растут, что оказывает большое влияние на мировую экономику.

По оценкам экспертов агентства eMarketer's в 2017 году внешняя торговля достигла отметки 2,197 триллион долларов США, а в 2018 году мировые интернет-продажи достигнут практически 2,5 трлн. дол. США. (рис.17).

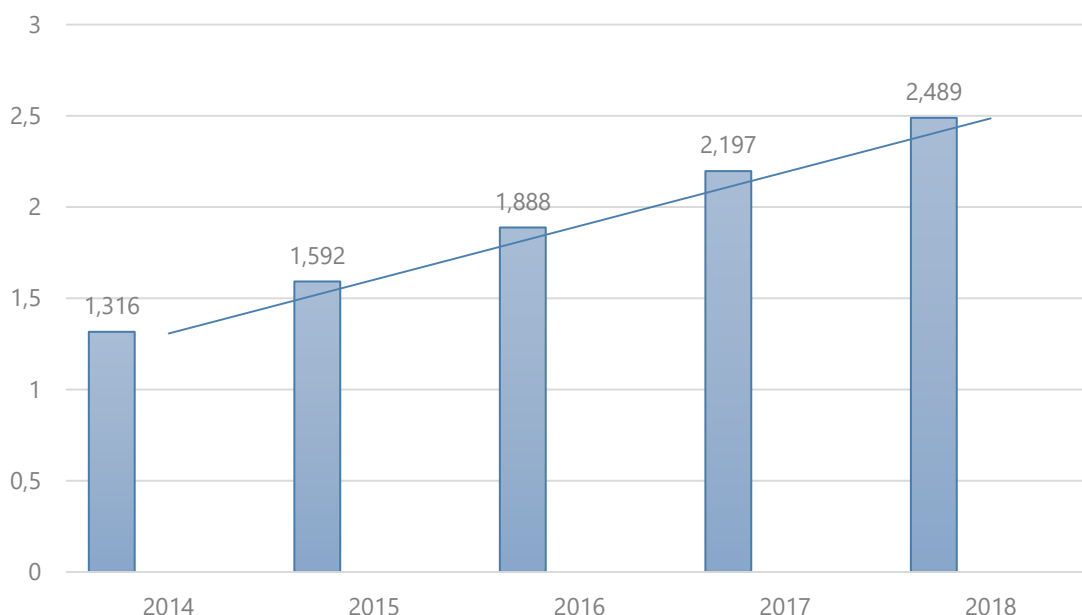


Рис.17. Мировые интернет продажи (включая прогноз на 2018 год), трлн дол США

Украина не является исключением в общей тенденции развития онлайн-ритейла. К сожалению, в нашей стране пока не ведется официальная статистика объемов онлайн-торговли, поэтому база для сравнительного анализа и прогнозирования практически отсутствует.

Украинский рынок является привлекательной площадкой для открытия Интернет-магазинов, в том числе международных ритейл-операторов, специализирующихся исключительно на онлайн-продажах. Подтверждением тому служит выход в Украину в начале 2013 года датской компании SmartGuy Group A/S, которая признана одной из самых быстроразвивающихся датских компаний в сегменте Интернет-торговли в течение последних 6 лет.

Несмотря на то, что мировая экономика сегодня терпит существенные сложности и изменения, темпы роста электронной-торговли лишь немного замедлились.

Интересно отметить и тот факт, что многие аналитики склонны говорить о том, что кризис в экономике 2009 года, а также после 2015 года стал катализатором развития электронной-торговли. Потребители ищут для себя более выгодные сделки, а компании несут меньшие издержки. Затраты на обслуживание интернет-магазина значительно ниже, чем на содержание обычного. Речь идет об экономии на покупке или аренде помещения и затратах на оплату труда. Преимущества Интернета как канала продаж, стали очевидны предпринимателям всего мира. Кризисная ситуация заставила многих ритейл-операторов пересмотреть стратегию и начать торговлю через онлайн-магазины и магазины-склады, предоставляя клиенту тот уровень обслуживания, который требуется в данный момент.

В Интернет-коммерции наиболее активными являются покупатели из Северной Америки, а на втором месте представители – Азиатско-Тихоокеанского региона (более чем \$707 миллиардов в 2017).

РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫЕ ЦЕНТРЫ

Мир электронной коммерции эволюционировал в сложный, постоянно растущий и всем хорошо известный канал сбыта. Покупки через интернет становятся все более популярными, демонстрируя внушительный рост из года в год и укрепляя свои позиции значительным вкладом в ежегодную выручку ритейлеров.

По данным экспертов, наращивание оборотов онлайн-ритейлом благоприятно сказывается на развитии складского сегмента. Так, в исследовании «Новый

ландшафт логистического рынка» (A New Logistics Real Estate Landscape), подготовленного компанией Jones Lang LaSalle, говорится о том, что в ближайшие пять лет благодаря активному развитию новых форматов торговли, в том числе онлайн-ритейла, ритейлерам дополнительно потребуется около 25 миллионов м² складских площадей в Европе. Это означает, что в среднем каждый год необходимо будет вводить в эксплуатацию по меньшей мере 5 миллионов м² – больше, чем занимает весь Центральный парк Нью-Йорка.

Кроме того, для того чтобы электронная торговля была успешной, недостаточно просто иметь склад, важно иметь превосходную систему выполнения заказов, быстро и аккуратно доставлять товар клиенту. Сегодня доставка в день заказа или на следующий день стала считаться нормой, более того, прослеживается тенденция к смещению времени приема заказов на выполнение – даже заказы, размещенные позже полудня, часто собираются и отгружаются в тот же день. В этом и есть заслуга распределительных центров.

Как правило, заказы, выполняемые день в день, небольшие – обычно одна позиция. То есть необходимо всего лишь найти нужный товар, распечатать отгрузочную этикетку и подобрать подходящий транспорт. Тем не менее, даже простые заказы могут вызвать трудности. Особенно, если в компании есть проблемы с оперативным обменом информацией и скоростью выполнения складских операций. А реальность такова, что с ростом емкости канала сбыта, электронные заказы будут становиться крупнее и выполнять их станет все сложнее. В этом случае уже не обойтись без качественного программного обеспечения, которое способно увеличить эффективность работы РЦ.

На уровне с приемом и обработкой заказов стоит и умение организации работать с возвратами. Обработка возвратов, как правило, для компаний занимающихся электронной коммерцией, стоит дороже, чем для розничных ритейлеров, а управление возвратной логистикой в цепочке поставок изначально является непростой задачей. Ключом для решения этой проблемы является гибкость, и один простой шаг, который могут предпринять РЦ для управления процессом обработки возвратов, это, например, вкладывать сразу этикетку для маркировки возврата в отгрузочную упаковку, тем самым упрощая процесс на стороне клиента.

Первостепенное значение для обработки возвратов играет обеспечение гибкости и взаимосвязанности всех процессов, а также создание условий для выполнения инструкций на местах.

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В МИРЕ

Анализируя особенности электронной коммерции в мире, можно выделить некоторые устоявшиеся тенденции по странам. Отметим, что по данным отчета Global Retail Ecommerce Index на европейском рынке электронной коммерции лидируют Великобритания, Германия и Франция. Но данная оценка во многом зависит от размера онлайн-рынка. Небольшие страны, такие как Бельгия, Дания и Испания оказывают меньше влияния на мировой арене, но они демонстрируют прирост дохода в разы быстрее.

Интересно отметить, что наиболее часто ищут информацию по продуктам люди в возрасте от 35 до 55 лет (рис.18).

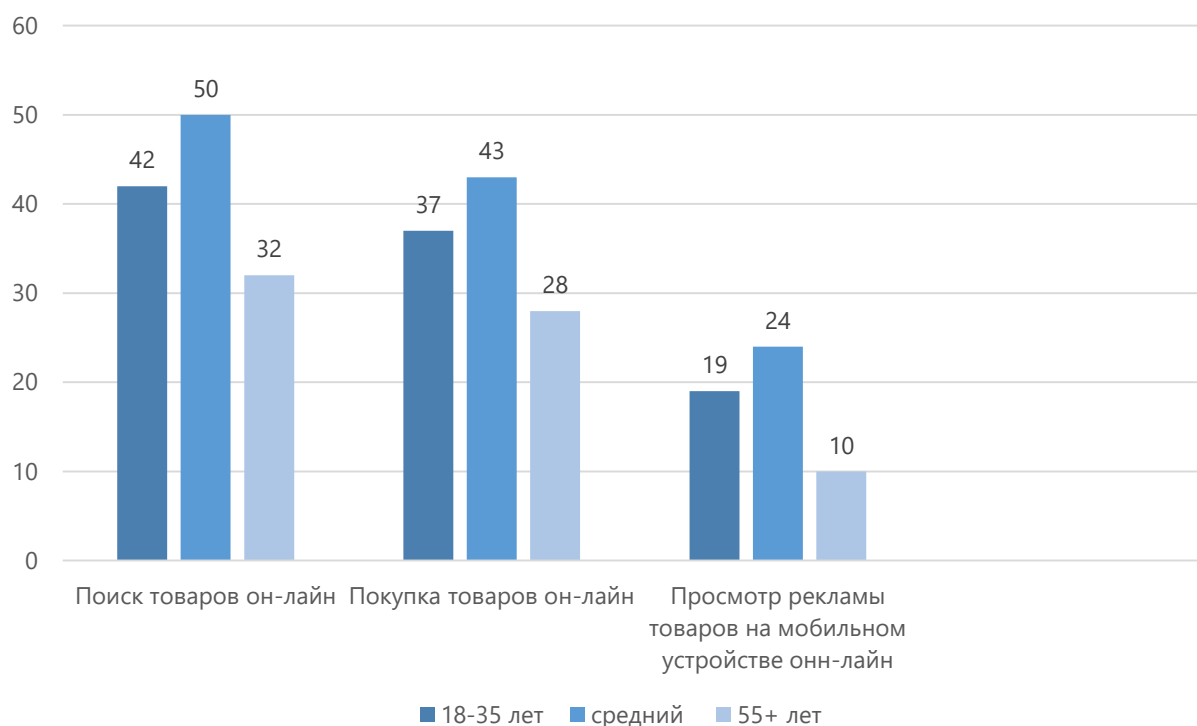


Рис.18. Он-лайн поведение потребителей (по возрасту), %

Кроме того, почти 40% людей в магазинах читают онлайн-обзоры, прежде чем приобрести товар или услуги (рис.19).

Потребители, которые не читают обзоры товаров перед покупкой

Потребители, которые читают обзоры товаров перед покупкой

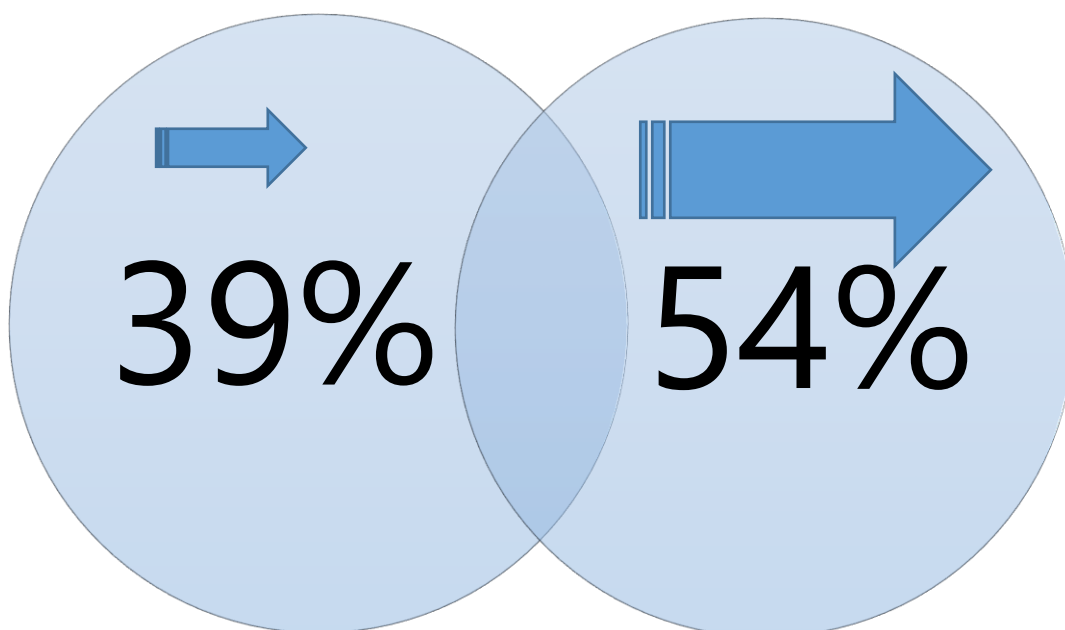


Рис.19. Влияние обзоров товаров на решение о покупке

В **Великобритании** и других развитых рынках, где покупатели предпочитают забирать товары в специальных центрах выдачи, самым важным компонентом стратегии онлайн-торговли сегодня является модель «click and collect».

***Click and collect** – это онлайн-заказ с самовывозом, то есть такой способ онлайн-покупки, когда отсутствует последняя точка по доставке товара покупателю по конкретному адресу.*

При такой технологии основными мотивами для потребителей в использовании click & collect являются следующие:

- легкость процесса выбора и заказа онлайн и возможность увидеть и потрогать товар «вживую» перед покупкой;
- прозрачный процесс оплаты и доставки;
- свобода времени получения заказа (свобода от ожидания курьера, не надо стоять в очередях);
- легкий доступ в магазины и управляемость удаленности пункта выдачи;
- цены онлайн дешевле;
- недоставленные покупки — в прошлом;
- легкая, быстрая и прозрачная процедура возврата.

Германия находится на втором месте по обороту рынка электронной коммерции в Европе. Рост объемов электронной коммерции обуславливается ростом спроса на крупные объекты недвижимости (под распределительные центры) со стороны узкоспециализированных торговцев. Так же, как и для Великобритании, приоритетным здесь является доверие потребителя. Работая в этой стране, особое внимание необходимо уделять безопасности совершения электронных платежей, четкой организации логистических процессов и высокому качеству обслуживания клиента.

В **Австралии** стремительно растет уровень автоматизации онлайн-торговли. В Австралии есть дешевый доступ в интернет, хорошо развитая нормативно-правовая база для торговли, используется множество видов электронных платежей, а также широко распространены смартфоны. В будущем здесь будут распространены специализированные логистические объекты. Здесь набирает популярности модель выдачи товаров через ячейки (постоматы). А также компании, которые предлагают услуги выдачи-возврата товаров.

В **Америке**, по оценкам экспертов, онлайн-торговля составляет около 30% спроса на оптовые складские форматы (bigbox-форматы). Возле основных городов онлайн-продаж торговые сети открывают крупные распределительные центры, а рядом с небольшими городами – средние склады. Это позволяет обеспечить клиентам всей страны доставку товаров уже в день оформления заказа.

В **Китайской Народной Республике (КНР)** первые складские помещения (для торговли через Интернет) были сосредоточены, в основном, в Пекине, Шанхае и Гуанчжоу. Однако с 2011 года основные участники китайского рынка электронной торговли начали создавать распределительные центры в других активно развивающихся регионах.

Китай в сфере электронной коммерции растет настолько быстро, что глобальный объем интернет-продаж предположительно удвоится к 2019 году, сравнительно к 2016 году. В денежном выражении это приблизительно плюс триллион долларов от новых продаж всего через три года.

В **Бразилии** бум онлайн-торговли спровоцировал спрос на открытие складов. Крупнейшим логистическим центром страны является г. Сан-Пауло. А новые

логистические развязки появляются в непосредственной близости к основным транспортным артериям — городам Баруэри, Кажамар, Гуарульус.

В **Индии** доля онлайн-торговли составляет менее 1% объема всего рынка ритейла. Тут складские комплексы ориентируются на обслуживание только крупных городов. Сложная налоговая структура страны обусловила децентрализацию складских сетей. Большинство из них состоит из мелких объектов, разбросанных по разным районам страны. В то же время, отметим, что налог на товары и услуги, появление которого ожидается в скором будущем, скорее всего приведет к росту спроса на большие распределительные центры. Интересно отметить, что наиболее популярными покупками через интернет в Индии являются книги и мелкая электроника. Остальные категории товаров, например, любимая нашими соотечественниками бытовая техника, практически не пользуются спросом.

В **Украине** среди всех экономических отраслей электронная-торговля развивается наиболее быстрыми темпами. Электронная коммерция появилась в стране недавно, но уже характеризуется значительным ростом. При сравнении обычной розничной торговли с торговлей в Интернете объемы последней пока значительно уступают. Но рассчитать конкретные цифры сегодня сложно, так как в Украине интернет-торговля не отличается прозрачностью. Это объясняется большим числом мелких интернет-магазинов, деятельность которых сложно учесть. А также велика доля расчетов наличными. В настоящее время в Украине действует порядка 8 тыс. интернет магазинов, среди которых лишь у трехсот товарооборот достаточно значительный. В нашей стране основа всей интернет-торговли – это электроника и бытовая техника.

Трендами электронной коммерции 2017 года принято считать следующие:

1. Стремительное развитие Интернет-торговли в развивающихся странах. Двигателем роста Интернет-торговли сала Азия.
2. Рост мобильной коммерции.
3. Рост конкуренции в электронной коммерции.
4. Продажа по подписке.
5. Big Data и блокчейн.
6. Искусственный интеллект и умное прогнозирование.
7. Взаимодействие с клиентом в режиме реального времени.
8. Чат боты.
9. Автоматизированный возврат покупок.

Электронная коммерция – быстрорастущая отрасль, которая мгновенно реагирует на самые последние тенденции. Низкий порог для входа в бизнес и легкий переход от одного продавца к другому означает, что если компания проигрывает в качестве

обслуживания и стратегии ценообразования, то такой бизнес скорее всего быстро потеряет успех.

Важно отметить и тот факт, что онлайн-магазины забирают у ТЦ/ТРЦ часть покупателей и, соответственно, выручки. Данная ситуация беспокоит собственников объектов торговой недвижимости, учитывая мировую тенденцию снижения объемов традиционного ритейла. Чтобы удержать покупателей и остаться основным местом для шоппинга необходимо продумывать новые стратегии. Так, важным прорывом в развитии торговых центров стало привнесение досуга в изначально исключительно «шопинговый» климат объекта. Атракционы, кинотеатры, кафе, игровые зоны, катки и многое другое – все это можно найти в торговых центрах, которые сейчас больше похожи на зоны отдыха. Согласно данным отчета Retail 2020, подготовленного компанией Jones Lang LaSalle, наличие развлекательной составляющей в структуре торговых центров будет приобретать со временем еще большее значение. Многие торговые центры занимают огромную территорию, и при наличии необходимой стратегии это пространство можно применить для самых разнообразных целей (ритейл, досуг, культура, здоровье и др.).



Дополнительные материалы по теме:

1. *Что ожидает рынок e-commerce в Украине*
<https://ain.ua/2016/12/16/e-commerce-v-2017-evo>
2. *Глобальные тренды в Ecommerce на 2017 год*
<http://emagnat.ru/trendy-elektronnoj-kommercii-dlya-marketingovoj-strategii.html>
3. *Big Data и блокчейн – прорыв в области анализа данных*
<http://www.management.com.ua/ims/ims262.html>
4. *История SaaS-проекта, ставшего бизнесом*
<http://www.management.com.ua/ims/ims248.html>

ЛЕКЦИЯ 14. ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

- 14.1. Термины Инкотермс для электронной торговли
- 14.2. Способы оплаты в рамках международной торговли через глобальную сеть Интернет
- 14.3. Таможенные классификации для глобальной электронной торговли
- 14.4. Правовые нормы и саморегулирование глобальной электронной торговли
- 14.5. Электронная подпись в Интернет-коммерции
- 14.6. Защита данных в электронной коммерции

ТЕРМИНЫ ИНКОТЕРМС ДЛЯ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Многие мелкие интернет-магазины розничной торговли, используя электронную почту и принимая кредитные карты, обнаружили, что возможно выполнять внутренние заказы, имея минимум персонала. В рамках международной торговли ситуация становится сложнее, так как продавец должен указывать разную цену для каждого покупателя – в зависимости от стоимости перевозки и/или таможенных сборов, которые должны будут быть оплаченными для отправки товара по назначению. Крупные экспортеры (или мелкие экспортеры с дорогостоящими экспортными объемами) могут использовать таможенных брокеров для расчета для них таких расходов или могут нанять вспомогательный персонал, который специализируется на экспортных операциях, для классификации всех товаров, продаваемых на международном рынке. Для более мелких компаний это может представлять значительную сложность, которая объясняет, почему так много мелких компаний обращаются к поставщикам услуг за содействием в решении этой задачи.

Когда экспортные товары прибывают в место назначения, страна-импортер требует уплаты всех применимых пошлин или тарифов (импортных пошлин, взимаемых страной назначения), а также местных налогов, включая налог на

добавленную стоимость (НДС). Большинство мелких компаний, осуществляющих электронную торговлю, предпочитают, чтобы покупатель сам оплачивал все таможенные пошлины, тарифы и налоги. Однако покупатели предпочитают знать окончательную цену, в которую включены расходы на перевозку и налоги («стоимость по прибытию») прежде, чем они решат сделать заказ. Поскольку таможенные пошлины и налоги значительно разнятся от страны к стране, установить такие цены может оказаться не простой и трудоемкой задачей.

Тут самое время вспомнить о том, что перевозчики во всем мире используют стандартные торговые термины Инкотремс, которые распределяют между сторонами ответственность за оплату расходов по перевозке, страхования и пошлин.

За исключением DDP (поставка с оплатой пошлин), все термины Инкотермс предусматривают оплату всех импортных пошлин, имеется две основные альтернативы:

1. Оплата пошлин грузоотправителем (DDP)

Партия товара, отправленная на условиях DDP, прибывает по адресу поставки, указанному покупателем, со всеми оплаченными таможенными пошлинами и налогами. Для покупателя это является самым простым вариантом. Так, партия товара прибывает, и покупатель обязан только принять поставку. Продавец, при этом, принимает на себя риск оплаты непредвиденных сборов. В этом случае продавцу необходимо оценить все налоги и сборы, которые будут взиматься по прибытии заказа и требовать с покупателя соответствующую сумму за покупку (рис. 20).

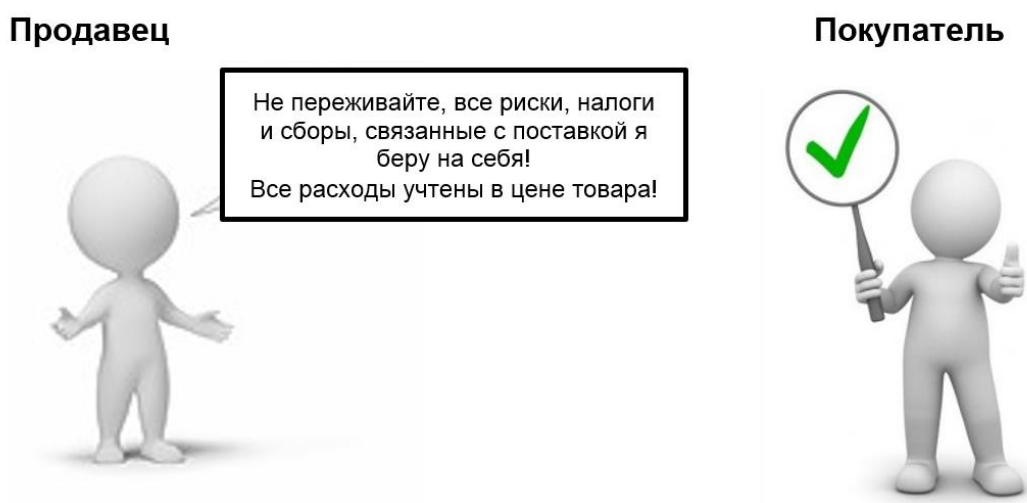


Рис.20. Взаимоотношения между покупателем и грузоотправителем на условиях DDP

2. Оплата пошлин покупателем (все остальные термины Инкотермс, кроме DDP, например, CPT, CIF, DDU)

Данные термины поставки предусматривают обязанность покупателя оплатить все импортные пошлины и налоги по прибытию товара. Служба доставки не выдаст покупателю товар, пока покупатель не оплатит все применимые налоги и сборы. Как правило, служба доставки направляет покупателю уведомление, в котором указывается, что товар прибыл и что должны быть оплачены определенные пошлины. При таком способе доставки покупатель несет ответственность за оплату всех налогов и сборов, а продавец несет риски недовольства покупателя по поводу необходимости оплаты налогов и сборов. Покупатель может отказаться принимать товар и тогда продавец вынужден будет оплатить обратную отправку товара (рис.21).



Рис.21. Взаимоотношения между покупателем и грузоотправителем на всех условиях, кроме DDP

Отметим также, что согласно требованиям ЕС, все розничные торговцы должны взимать НДС с онлайн-продаж потребителям в ЕС. Для мелких и средних экспортеров расчет налогов может занимать много времени и быть достаточно сложным.

СПОСОБЫ ОПЛАТЫ В РАМКАХ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ ЧЕРЕЗ ГЛОБАЛЬНУЮ СЕТЬ ИНТЕРНЕТ

С развитием электронной коммерции появилась необходимость в совершении денежных операций через Интернет. Большинство фирм, осуществляющих такие продажи, принимают оплату по кредитным картам, выданным банками в других странах.

До недавнего времени, наиболее часто используемыми платежными системами во всем мире были пластиковые карты: American Express; Visa; MasterCard; Discover. По данным последних исследований компании Worldpay, альтернативные способы оплаты, такие как электронные кошельки, обошли пластиковые карты, став наиболее популярным способом онлайн-оплаты.

Самый популярный способ альтернативных видов оплаты – электронные кошельки PayPal, AliPay, Яндекс.Деньги и их аналоги. Прогнозы на 2019 год показывают, что объем платежей через цифровые кошельки составит 647 млрд долларов (27% выручки всего рынка), в то время как кредитные карты — 577 млрд долларов (24% рынка). Дебетовые карты станут третьим по популярности способом.

Рассмотрим перечень наиболее популярных способов оплаты.

Альтернативные способы оплаты - способы оплаты, которые не требуют прямого использования пластиковых или виртуальных карт, работающих на базе глобальных платежных систем, таких как Visa, MasterCard или American Express.

REAL-TIME BANK TRANSFERS (БАНКОВСКИЙ ПЕРЕВОД В РЕАЛЬНОМ ВРЕМЕНИ)

Клиенты оплачивают товары с помощью сервиса онлайн-банкинга. Во время оплаты они либо перенаправляются на страницу оплаты своего банка, либо

выбирают свой банк в списке поставщика услуг или продавца товаров. Авторизация платежа в большинстве случаев происходит мгновенно.

Примеры: iDeal, Sofort Banking, eNets, Приват24, Safetypay.

OFFLINE BANK TRANSFERS (БАНКОВСКИЙ ПЕРЕВОД С ПОМОЩЬЮ ВСПОМОГАТЕЛЬНОГО КОДА)

Во время процесса оплаты клиенты получают вспомогательный код. Зная его, они могут в любое удобное время войти в сервис онлайн-банкинга и завершить операцию оплаты с его помощью. Авторизация платежа происходит только в момент завершения операции.

Примеры: Dineromail, SafetyPay.

CASH ON DELIVERY (НАЛОЖЕННЫЙ ПЛАТЕЖ)

Оплата товаров производится в момент доставки. Популярность способа растет в Индии и некоторых странах Юго-Восточной Азии, а также в Украине. У этого способа оплаты есть существенный недостаток - невозможность доставки в другие страны и регионы, поэтому о росте в глобальных масштабах речь не идет.

Примеры: Новая Почта, Укрпочта, в виде типового способа доставки у многих продавцов и служб доставки.

DIRECT DEBITS (ПРЯМОЕ ДЕБЕТОВАНИЕ)

Применяется в случаях, когда клиенту требуется производить оплату регулярно, с определенной периодичностью. Этот способ хорошо подходит для заранее предсказуемых платежей, например, оплаты коммунальных услуг или подписок на товары или услуги. Клиент, как правило, может сделать возврат платежа.

Примеры: SEPA DD, ELV.

EINVOICES (СЧЕТА)

Использование счетов позволяет клиентам оплачивать товары после их доставки. Оплатить покупку можно как в момент подтверждения заказа, так и в течение нескольких недель после этого. Для покупателя процесс происходит очень просто: ему необходимо всего лишь ввести адрес электронной почты и почтовый

индекс получателя. Впрочем, избежать ввода реквизитов банковского счета или карты не получится, так как в конечном счете оплата производится с их помощью.

Примеры: Klarna, AfterPay.

eWALLETS (ЭЛЕКТРОННЫЕ КОШЕЛЬКИ)

Простой, удобный и безопасный способ оплаты, приобретающий все большую популярность на рынке. Оплату покупок можно совершать как с помощью доступной на счете кошелька суммы, так и с помощью использования других источников средств, связанных с ним.

Примеры: Alipay, Tenpay, PayPal, Qiwi, Yandex.Money.

POSTPAY (ПОСТОПЛАТА)

Клиент выбирает продукт в онлайн-магазине и оплачивает его уже после оформления заказа в магазинах, торговых точках, отделениях банка или других участвующих в партнерской программе местах. Задержка между подтверждением заказа и фактической оплатой делает этот способ неудобным для продажи ряда категорий товаров.

Примеры: Konbini, Boletto Bancario.

PREPAY (СЕРВИСЫ ПРЕДОПЛАТЫ)

Для покупки клиенту необходимо приобрести PrePay-карту или ваучер, рассчитанные на определенную сумму. Карты и ваучеры помечены пин-кодом и содержат небольшую сумму средств (от 5\$ до 100\$). Они могут складываться, образуя суммарный баланс на счете. Для совершения оплаты обладателю карты надо всего лишь ввести пин-код при оплате товара.

Примеры: paysafecard, NeoSurf.

PRE-PAID CARDS (ПРЕДОПЛАТНАЯ КАРТА)

Pre-Paid cards работают на базе платежных систем, таких как Visa или MasterCard. Так же, как и в случае с дебетовыми и кредитными картами, Pre-paid карты позволяют совершать покупки или снимать наличные деньги, но без возможности превысить сумму, доступную на карте в момент совершения операции. Ключевое отличие от дебетовой карты заключается в том, что Pre-paid card не привязывается к банковскому или депозитному счету клиента. Она также лишена многих других преимуществ, которые получают владельцы дебетовых карт.

Банки часто предлагают такие карты молодым людям, клиентам, которые не пользуются другими банковскими услугами и обладателям плохой кредитной истории.

DEBIT CARDS (ДЕБЕТОВЫЕ КАРТЫ)

При совершении оплаты с помощью дебетовой карты, средства списываются с личного банковского счета, к которому она привязана. Если размер списываемой суммы превышает доступные на счете средства, операция отменяется. Однако в отличие от Pre-paid card, банк может позволять держателю превышать лимит по карте (овердрафт). Также называется asset card в США или payment card в Великобритании.

CREDIT CARDS (КРЕДИТНЫЕ КАРТЫ)

Держатель кредитной карты получает право использовать некоторую сумму средств, данную ему в кредит эмитентом карты. Часть потраченной суммы клиент обязуется вернуть вместе с процентом и другими возможными комиссиями в рамках одного расчетного периода (30 дней). Остальная часть задолженности может быть оплачена сразу или спустя время, по желанию клиента. В последнем случае оплата остатка переносится на следующий расчетный период. В роли эмитента может выступать как банк, так и магазин или поставщик услуг (например, авиакомпания).

CHARGE CARDS (РАСЧЁТНАЯ КАРТА)

Разновидность кредитной карты. Разница заключается в том, что в случае с Charge Cards вся задолженность (сумма всех совершенных платежей) должна быть погашена в рамках одного расчетного периода (30 дней) без переноса какой-либо ее части на следующий период.

Пример: большинство карт American Express.

ДРУГИЕ ПЛАТЕЖНЫЕ СПОСОБЫ

Сюда входят способы оплаты услуг с использованием мобильного номера, криптовалюты и другие молодые и перспективные технологии.

Примеры: Bitcoin, Zong, BOKU.

Каждая страна имеет свои предпочтения относительно платежных систем. В процессе разработки стратегии выхода на зарубежный рынок, эту особенность важно учесть, так как значительная часть потребителей может отказаться от совершения

покупки товара или услуги он-лайн, только лишь из-за того, что им не подходит предложенный вами способ оплаты. Рассмотрим на примерах.

СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ

Покупатели в США привыкли использовать кредитные карты, хотя электронные кошельки также широко распространены. Пользователи виртуальных бумажников предпочитают PayPal и Google Wallet.

ЕВРОПА

В Европе рынок платежных инструментов достаточно разнообразный. Помимо электронных кошельков и кредитных карт, европейцы часто используют онлайн-банкинг.

***SEPA (Single Euro Payments Area)** - проект платежной интеграции в Европейском Союзе. Цель его в упрощении банковских переводов в евро. В проекте принимают участие 33 европейские страны.*

Распространена и платформа для срочных платежей SOFORT, которая предлагает конвертацию валют и используется в 10 странах Европы (Германии, Австрии, Швейцарии, Великобритании, Италии, Испании, Польши, Венгрии, Словакии и Чешской Республики). Этот метод не требует регистрации или оформления электронного кошелька, поскольку использует аккаунт клиента в онлайн-банкинге.

Большинство платежных методов в регионе общеевропейские, но, в то же время, есть платежные опции, специфические для каждой страны.

ГЕРМАНИЯ

Важно учесть, что 80% немцев отказываются от покупки, если способы оплаты кажутся им затруднительными.

Способы оплаты, которые предпочитают немцы: с помощью счета-фактуры; банковским дебетованием списание со счета (через ELV); цифровым способом; банковским дебетованием Amazon Payments; банковским дебетованием кредитная карта; наложенным платежом.

ELV или «банковское дебетование», «дебетовое авизо» - это один из самых распространенных способов платежей в Германии. Он работает как автоматическое дебетование. Этот способ оплаты доступен только тем, у кого есть счет в немецком банке.

ВЕЛИКОБРИТАНИЯ

Более 50% онлайн-транзакций в Великобритании происходят с помощью кредитной карты. Дебетовые карты составляют 35% всех платежей в сфере электронной коммерции. PayPal является третьим по популярности способом онлайн-платежей.

Кроме того, в стране начинают применять и альтернативные способы оплаты, например, электронные транзакции **Zapp**. Этот метод оплаты работает на мобильных и позволяет отправлять средства в режиме реального времени.

ФРАНЦИЯ

Приблизительно 85% онлайн-платежей во Франции осуществляется при участии карт национальной платежной системы Carte Bleue. В стране так же распространены электронные кошельки PayPal.

НИДЕРЛАНДЫ

В Нидерландах пользователи чаще всего используют систему **iDEAL**, которая подключена к онлайн-банкингу, и позволяет подтвердить платеж в интернет-магазине с помощью простой формы.

***iDEAL** - система, созданная для онлайн оплаты с гарантией платежа, которая обеспечивает повышенную безопасность покупателей и продавцов при оплате онлайн. Покупатель оплачивает покупки при помощи своего банка. Покупатель и продавец должны иметь счета в банках, входящих в систему iDEAL.*

ФИНЛЯНДИЯ И ШВЕЦИЯ

В Финляндии и Швеции, банковские операции в режиме реального времени составляют 35% рынка. 10 финских и 4 шведских банка предлагают опцию мгновенных платежей. В Швеции популярна система Nordea.

***Nordea** - система, позволяющая выполнять оплату банковским переводом при посредничестве банка интернет-коммерсанта, не передавая коммерсанту банковские реквизиты. Покупатель должен иметь счет в шведском банке и доступ к интернет-банку или мобильному банку.*

В северной Европе достаточно популярно платежное приложение **Klarna**. Эту систему используют 15 тыс. интернет-магазинов в Швеции, Норвегии, Финляндии, Дании, Германии, Нидерландах и Австрии.

Япония

Японцы, как правило, не доверяют электронным платежам и предпочитают оплачивать онлайн-заказы наличными в платежных терминалах, которые находятся в небольших магазинах Konbini. Этот метод платежей находится на 2 месте по популярности после кредитных карт.

***Konbini** - магазины шаговой доступности, в которых покупатель может оплатить наличными покупки, сделанные в сети Интернет. Клиент может заказать товар онлайн, выбрать "Оплата в Konbini", получить идентификационный код и оплатить покупку в течение следующих 6 дней. Покупки выдаются после получения оплаты продавцом.*

КИТАЙ

В стране доминирует система электронных платежей **Alipay**, которая является частью самого большого в стране интернет-магазина Alibaba. С помощью виртуального кошелька в этой системе можно оплатить не только онлайн-заказ, но и парковку, штраф и даже коммунальные услуги. Также в Китае популярна доставка с наложенным платежом и кредитные карты UnionPay.

***Alipay** - созданный группой Alibaba и крупнейший в Китае сервис электронных кошельков. Для оплаты покупатель должен иметь учетную запись в системе. Покупки могут оплачиваться кредитными картами и наличными.*

Индия

Интернет-банкинг, карты предоплаты и наличные – самые распространенные способы расчета за товары и услуги, приобретенные в сети. Также в регионе набирают популярность мобильные платежи. Кроме того, в Индии остаются популярными наличные расчеты.

OxiCash - платежная платформа, предоставляющая индийским пользователям телефонов электронные кошельки для оплаты покупок, например, пополнения баланса мобильных телефонов, оплаты счетов за электроэнергию, билетов в кино, на поезда, самолеты, номеров в гостиницах и прочее.

ITZ - предоплаченный купон пополнения баланса мобильного телефона, работающий по принципу *Pay now and use at your convenience*. ("Заплати сейчас и используй, когда потребуется"). Является надежной системой оплаты с возможностью носить с собой, не держа при себе наличные.

2/3 жителей Азиатско-тихоокеанского региона знакомы с мобильными платежами и активно используют их для совершения платежей.

В Индонезии всего 4,5% населения имеет банковскую карту, которая используется для оплаты 7% покупок онлайн. А малоазийские пользователи часто совершают покупки на международных сайтах.

ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА

Жители Мексики, Перу, Аргентины и Колумбии чаще всего выбирают местные платежные платформы из соображений безопасности. Бразильцы предпочитают покупать в рассрочку из-за низких лимитов кредитных карт.

DineroMail – популярная в Мексике система, покупатель выбирает *DineroMail OXXO* или *DineroMail 7eleven*, перенаправляется на сайт *DineroMail* для распечатки чека. Затем он предъявляет чек в магазине *OXXO* или *7eleven* и оплачивает покупку.

АФРИКА

В Африке мобильные платежи оказались более популярными, чем банковские услуги. Большинство жителей не имеют доступа к традиционным банковским услугам. Пользователей мобильных платежей в регионе уже больше, чем владельцев банковских аккаунтов.

Популярным является сервис **M-PESA**, который позволяет не только расплатиться за онлайн-заказ, но и оформить депозит, а также снять и перевести деньги с помощью мобильного устройства.

УКРАИНА

Последние исследования, проведенные Mastercard показали, что украинцы — одна из наиболее оптимистично настроенных наций в том, что касается распространения цифровых инноваций.

Украины предпочитают оплачивать интернет покупки следующими способами:

1. Оплата наличными при доставке. Курьерские службы.
2. Наличными в любом банке Украины. Банковский перевод.
3. Оплата на расчетный счет магазина осуществляется во всех банках Украины по предъявленному счет-фактуре.
4. Почтовый денежный перевод (предоплата).
5. Оплата наложенным платежом. Почтовый денежный перевод (послеоплата).
6. Платежные карты Visa, Mastercard, Maestro.
7. WebMoney.

В Украине наибольшей популярностью в электронных платежах пользуется система «**Приват 24**». Многие торговцы, которые принимают заказы из разных стран мира, используют гибкие платежные платформы, которые позволяют принимать различные платежные инструменты в зависимости от региона проживания покупателя.

Не стоит забывать о Интернет-мошенничестве, так как прием оплаты онлайн подвергает продавца и покупателя риску. При осуществлении электронного платежа кредитной картой нет практически никакой возможности однозначно идентифицировать плательщика, тем самым убедившись, что он расплачивается собственными картами (в большей степени это касается физических лиц, юридические проверить легче). Кроме того, отсутствие чека с подписью дает потенциальную возможность (в том числе и настоящим владельцам карт, вступившим в сговор с кем-либо) получения отказа в осуществлении той или иной покупки – «я [настоящий владелец карты] не совершал этой покупки». В результате интернет-магазину выставляется так называемый чарджбэк (штраф, возврат), от количества которых зависят репутация интернет-магазина, платежной системы и банка-эквайера, а также возможность дальнейшей работы.

Одной из сложностей электронной торговли считается возможность столкнуться с необходимостью *возврата платежа*, то есть процессом, при котором банк-эмитент карточки предъявляет требования аннулировать оплату от лица

держателя карты. Такие возвратные платежи занимают примерно 50% всех претензий, связанных с мошенничеством. Остальные 50% связаны с требованиями, заявляемыми держателями карт в банк-эмитент, который затем кредитует счет держателя собственными средствами.

Как отмечают аналитики, ущерб от мошенничества с кредитными картами в мире достигает многих миллиардов долларов в год.

Огромные масштабы мошенничества привели к появлению принципиально нового типа электронных платежных систем, которые работают не с карточками, а с собственной валютой, эквивалентной согласно определенному курсу реальным деньгам. Пользователь, зарегистрировавшийся в системе, получает собственный интернет-кошелек – по сути, его счет в конкретной электронной платежной системе. Пополнив этот виртуальный кошелек реальными деньгами, владелец «электронного бумажника» (такой бумажник может быть построен и на криптовалютах) получает возможность использовать находящиеся в нем средства для оплаты товаров и услуг в партнерских интернет-магазинах системы.

Пополнение счета происходит различными способами (в зависимости от системы), это и специальные предоплаченные карты, и банковский перевод, и почтовый перевод, и наличными в специализированных киосках и даже банкоматах банков-партнеров электронной платежной системы, и наличными в специальных обменных пунктах. Возможно также пополнение путем обмена в электронных обменных пунктах. Вывод денег из системы обычно весьма запутан и неудобен (для пользователя, разумеется, для самой системы такая схема максимально выгодна). В результате пользователь получает некое хранилище, положить в которое деньги куда удобнее, чем достать их в случае необходимости (большие проценты, малое количество способов вывода денег и прочее), вместе с тем для использования самих денег, лежащих в вашем интернет-кошельке создано огромное количество вариантов.

ТАМОЖЕННЫЕ КЛАССИФИКАЦИИ ДЛЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

Как экспортеры, так и импортеры обязаны предоставлять основную таможенную информацию государственным органам и транспортным компаниям для того, чтобы те смогли рассчитать импортные пошлины, тарифы и налоги. В случае электронной торговли, также, как и для традиционных экспортеров, первым шагом для всех продавцов является таможенная классификация всех экспортируемых товаров. Особенностью в электронной торговле может быть только переход к международным продажам (он более непредсказуемый).

Каждой экспортируемой или импортируемой продукции должен быть присвоен международный стандартный классификационный код, который

соответствует типу продукции. Такие цифровые коды используют для определения тарифов, которые будут применяться к указанному типу продукции.

В электронной торговле, если экспортер не знает таможенные коды своих продуктов, то он не сможет определить ставки импортных тарифов, а также выяснить подпадает ли тот или иной товар под преференциальный режим в соответствии с соглашением о свободной торговле.

***Преференциальный режим** – особый льготный экономический режим, предоставленный одним государством другому без распространения на третьи страны. Чаще всего применяется в виде скидок (отмены) таможенных пошлин на ввозимые товары, льготного кредитования и страхования внешнеторговых операций, специального валютного режима, предоставления финансовой и технической помощи.*

Также, такие классификационные коды необходимы для заполнения соответствующих транспортных документов, включая инвойсы и сертификаты происхождения.

В том случае, если компания имеет большой запас различных видов продукции (например, 1000 единиц складского учета), может быть нецелесообразным проводить классификацию сразу всех товаров. Таможенный код пригодится лишь для позиций, которые фактически будут экспортироваться в ближайшее время. Классификация новых товаров, готовых для экспорта, должна стать частью глобальной электронной торговли.

i **Практическая ситуация**

Небольшая американская компания из индустрии моды импортировала «жакеты из шерсти» из Китая. Американская таможня классифицировала эти товары как относящиеся к категории «пальто». К этой категории применялась пошлина в размере 20%. Но импортер не согласился с этим и настаивал на классификации товара как «свитер», что подлежит пошлине в 17,5%. Таким образом разница – 2,5% за изделие, что является существенным для баланса доходов и расходов импортера.

Состоялся суд. Суд пришел к выводу, что по определению «пальто» – это предмет одежды, который человек надевает поверх других

предметов одежды, когда он выходит на улицу. Пальто снимают после захода в помещение, и оно не должно сочетаться с другими предметами одежды. «Свитер» же остается на человеке, когда тот входит в помещение, и в таком случае не предполагается, что он является единственной верхней одеждой, а также ожидается, что он будет сочетаться с другими предметами одежды.

*Вывод судьбы. Изделие из шерсти не является пальто.
Импортер выиграл суд с таможенными органами.*

i **Практическая ситуация**

В 2003 году подразделение Marvel по выпуску игрушек Toy Biz подало в Суд по международной торговле США жалобу за незаконные таможенные сборы. В прошении указывалось, что Люди Икс и Фантастическая четвёрка — это нечеловеческие создания, поэтому должны относиться к категории игрушек, а не кукол. Toy Biz имела явный экономический интерес, ведь тарифы на ввоз кукол в США выше, чем тарифы на ввоз игрушек, и судья жалобу удовлетворил. Этот факт вызвал негативную реакцию фанатского сообщества, ведь одной из центральных тем комиксов про мутантов Людей Икс является их борьба за признание своей человечности.

ПРАВОВЫЕ НОРМЫ И САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

В 2006 году Комиссия ООН по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ) приняла Конвенцию об использовании электронных сообщений в международных договорах.

Одной из основных задач, стоявших перед сотрудниками ЮНСИТРАЛа при разработке конвенции, являлось приведение международных торговых норм в

соответствие духу времени, когда большая часть переписки существует не в бумажном, а в электронном виде.

В целом, документ развивает положения разработанных ранее в ЮНСИТРАЛ типовых законов об электронной коммерции (1996-1998 годы) и об электронной подписи (2001-2002 годы). Кроме того, предполагается, что на основе новой конвенции могут быть созданы законы, которыми можно будет руководствоваться при разбирательствах в международных арбитражах.

Международное бизнес сообщество приветствовало подписание данной Конвенции как знак растущего правового признания заключения договоров в электронной форме, в частности, в развивающихся странах. Это было важным событием, которое способствовало развитию глобальной электронной торговли.

Преимущества для электронной торговли (исходя из Конвенции ЮНСИТРАЛ об использовании электронных сообщений в международных договорах):

- позволяет электронным сообщениям удовлетворять требованиям других международных конвенций без необходимости пересматривать каждую из таких конвенций индивидуально;
- содержит положения, которые требуют от стран, подписавших ее, признавать законность электронных сообщений, используемых в договорах, а также положения, которые касаются вопросов, обычно возникающих в рамках электронных соглашений, таких как местонахождение сторон, требования к информации и формату, приглашение делать предложения, время и место отправки и получения входящего сообщения;
- усиливает правовую определенность концепции автономии сторон и подтверждает ее. Автономия сторон является неотъемлемым элементом заключения договора в электронной форме.

Таким образом, Конвенция позволяет сторонам формулировать их электронные взаимоотношения наиболее продуктивным методом.

Кроме Конвенции есть некоторые инициативы Международной торговой палаты (ICC), которые ее дополняют.

Электронные условия ICC (ICC eTerms). В 2004 году специалистами Международной торговой палаты были разработаны «Электронные условия» – это дополнительные положения, предназначенные к использованию в международных договорах.

Электронные UCP (eUCP). Также ICC разработала дополнение к UCP 500 для электронного представления документов в рамках сделок по аккредитиву. Кратко называемое eUCP, данное приложение состояло из 12 статей и предназначалось для использования в тандеме с UCP 500 в тех случаях, когда документы представляются в электронной форме – как отчасти, так и полностью. В 2006 году eUCP были обновлены для того, чтобы соответствовать UCP 600, которые вступили в силу 1 июля 2007 года.

Другие инициативы, поддерживающие заключение договоров в электронной форме:

- **TradeCard (www.tradecard.com)** – услуга для корпоративных клиентов (бизнес-бизнес) по осуществлению международных платежей. По сути, предоставляет электронную альтернативу другим международным механизмам оплаты, обеспечивая защищенный способ управления закупками/оплатой на международном уровне путем подключения к безбумажной хостинговой платформе покупателей, продавцов и партнёров.
- **Bolero (www.bolero.net)** – нейтральная защищённая платформа для обработки связанных с торговлей документов; её цель – создать возможность ведения безбумажной торговли между покупателями и продавцами с участием их логистических служб и банков-партнёров. Услуги данной системы повышают операционную эффективность и сокращают время, необходимое для обработки документов по торговой сделке.

ЭЛЕКТРОННАЯ ПОДПИСЬ В ИНТЕРНЕТ-КОММЕРЦИИ

Электронные подписи имеют важное значение как гарантия надлежащей идентификации общающихся между собой партнёров, удостоверения подлинности и предотвращения отказа от сообщений, которыми стороны обменялись. Для того, чтобы механизм электронной подписи заработал, необходимо предпринять ряд шагов на международном уровне. Во многих странах законы об электронной подписи, которые включают в себя правила, касающиеся сертификационных услуг, разрабатываются или уже приняты.

ICC разработала ряд рекомендаций, которые призваны помочь государствам и бизнесу обеспечить надёжность электронной аутентификации и электронной подписи, что будет способствовать заключению международных сделок в электронной форме.

Рекомендации ICC:

- применять разработанное руководство, содержащее общие определения и отражающие передовой опыт в отношении аутентификации и сертификации, которые были опубликованы несколькими организациями бизнеса и должны постоянно пересматриваться для того, чтобы отражать деловую практику;
- необходимо обеспечить свободу договора при установлении прав и обязанностей сторон с использованием электронных подписей;
- необходимо юридическое признание сертификатов и электронных подписей как на национальном, так и на международном уровне;
- принимаемые государством меры должны обеспечивать предсказуемую правовую основу, построенную на фундаментальной концепции свободы договора. Такие меры должны носить недискриминационный характер; являться нейтральными, с точки зрения технологий и архитектуры; способствовать гибкости содержания, формы и функций сертификатов и аналогичных удостоверяющих механизмов; содействовать конкуренции среди провайдеров услуг по удостоверению подлинности;
- правила для оценки юридической действительности электронных подписей не должны содержать требования локализации, наличия местных партнёров, местных схем страхования или гарантий, взаимного признания или иным образом выступать в качестве торговых барьеров. Для установления признания должны использоваться нейтральные критерии, касающиеся адекватности;
- применяемые или признаваемые правительствами стандарты электронных подписей должны являться технологически нейтральными, коммерчески доступными, позволять использование технологических инноваций и не должны отдавать предпочтение какому-либо конкретному решению.

ЗАЩИТА ДАННЫХ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ

ЗАЩИТА ЧАСТНОЙ ЖИЗНИ

Развитие Интернета существенно повлияло на уровень защиты частной жизни. Ключевыми вопросами в этом направлении сегодня являются создание условий для сбалансированных режимов защиты данных и частной жизни, которые были бы достаточно гибкими, чтобы удовлетворять социальным нуждам, соответствовать новым технологиям и инновациям в методах ведения бизнеса.

Эти вопросы часто обсуждаются на международных форумах, включая ОЭСР, Форум по управлению Интернетом (Internet Governance Forum), Совет Европы, Европейскую комиссию и азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество (АТЭС).

Законы и нормативные акты о неприкосновенности частной жизни могут иметь непредвиденный эффект в виде торможения инноваций и роста. Режимы защиты данных и личной информации должны быть адаптированными к изменяющимся социальным потребностям и инновациям в методах и технологиях ведения бизнеса. Существующие системы контроля должны обеспечивать потребителям эффективную защиту их личных данных, но в то же время гарантировать свободный обмен информацией, необходимый для того, чтобы информационное общество могло получить ожидаемые выгоды.

ПРИНЦИПЫ ЗАЩИТЫ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

ИСС поддерживает правительства в принятии ими следующих мер по достижению оптимальной защиты персональных данных:

- выработка гибкого и эффективного подхода к защите личной информации, включая внедрение решений, основанных на саморегулировании, и технических инноваций, которые наделяют пользователя полномочиями, а потребителей от угроз;
- информирование общественности о принципах защиты частной информации и использование технологий с усовершенствованной защитой персональных данных;
- международное сотрудничество по обеспечению однородной среды для различных режимов защиты частной жизни. Отказ от разработки

законов, политических и практических мер, создающих препятствия для трансграничных потоков персональных данных;

- утверждение типовых контрактов, кодексов поведения, программ сертификации и других механизмов саморегулирования, подготовленных частным сектором, чтобы способствовать свободному и безопасному потоку информации внутри компаний, между компаниями и через границы.

ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ПРАВИЛА

В июле 2006 года ICC разработала «Стандартное заявление на утверждение обязательных корпоративных правил для передачи персональных данных за пределы ЕС» (которое должно использоваться во всех странах-членах ЕС). Директива ЕС о защите данных 95/46/ЕС позволяет передавать персональные данные за пределы ЕС только, если такая передача обеспечивает «соответствующий уровень защиты» данных. Обязательные корпоративные правила являются одним из способов подтверждения такого «соответствующего уровня защиты».

СПАМ: ОНЛАЙН-РЕСУРСЫ

Бизнес и потребители во всем мире привыкли полагаться на скорость и удобство электронной почты и других видов электронных сообщений. Однако эти методы коммуникации сопровождаются широко распространенной проблемой спама. Проблемы спама также обсуждаются на международном уровне. В различных юрисдикциях электронные коммуникации регулируются различными правовыми нормами, поэтому общепринятое понятие «спам» отсутствует. Но на практике этот термин можно определить следующим образом:

***Спам** – это массовая рассылка коммерческой и иной рекламы или подобных коммерческих видов сообщений лицам, не выразившим желания их получить.*

Бороться со спамом можно используя специальные спам-фильтры и межсетевую защиту. Также уже существуют серверы, которые предварительно просматривают электронную почту до ее загрузки и, чтобы отфильтровать спам-сообщения, запрашивают подтверждение от отправителя. Таким образом,

современные методы борьбы со спамом отличаются от простых почтовых фильтров. В них используются технологии машинного обучения и методы глубокого анализа миллиардов писем, позволяющих изучать работу почтовых серверов как единый процесс. Ведущую роль в этом играют новые подходы к обработке «больших данных», реализованные в виде набора технологий, специфичных для каждого программного продукта.

Чем больше операторов связи и ИТ-отделов компаний будут использовать продвинутые методы фильтрации спама, тем сложнее станет его распространять. Окончательная победа произойдет в тот момент, когда рассылку рекламы перестанут заказывать из-за резко упавшей результативности.



Дополнительные материалы по теме:

1. Развитие информационных угроз во втором квартале 2017 года
<https://securelist.ru/it-threat-evolution-q2-2017/79194/>
2. Криминальный спам-бизнес и его цена для общества
<https://securelist.ru/kriminal-ny-j-spam-biznes-i-ego-tsena-dl/461/>
3. Сам себе оператор: простая инструкция для интернет-магазинов, которые не хотят нарушать Закон о персональных данных
<https://www.shopolog.ru/metodichka/law-and-taxes/sam-sebe-operator-prostaya-instrukciya-dlya-internet-magazinov-kotorye-ne-xotyat-narushat-zakon-o-personalnyx-dannyx/>
4. Платежные предпочтения разных стран мира
<https://psm7.com/news/payment-preferences-of-different-countries.html>
5. The ultimate 3500-word guide in plain English to understand Blockchain
<https://www.linkedin.com/pulse/blockchain-absolute-beginners-mohit-mamoria/>
6. Популярность способов онлайн-оплаты в разных странах
<https://addons.prestashop.com/ru/content/35-the-most-popular-online-payment-methods-by-country>

ЛЕКЦИЯ 15. ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

- 15.1. Интеллектуальная собственность в международном бизнесе
 - 15.2. Охрана товарных знаков
 - 15.3. Охрана патентов
 - 15.4. Охрана авторских прав
 - 15.5. Коммерческая тайна
 - 15.6. Доменные имена
 - 15.7. Контрафакт
-

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

Пришло время Украине более серьезно задуматься над вопросами интеллектуальной собственности, так как в 2016 году Украина была признана (Международным альянсом интеллектуальной собственности (ИПА)) одной из наиболее пиратских стран мира. Такой статус не только не благозвучен, но и несет за собой финансовые потери для страны, например, так как это было в 2001 – 2005 годах после применения относительно Украины санкций (за нарушение авторских прав), тогда она недополучила в бюджет ежегодно 90 млн дол США. На сегодняшний день ситуация еще более обострена, так как теперь мы входим в ВТО и ратифицировали ряд соглашений, в случае исков по которым экономика и международный имидж серьезно пострадают.

Все компании, которые имеют в планах осуществление успешной международной торговой деятельности, по мере своего присутствия на международном рынке должны научиться защищать свою интеллектуальную собственность на международном уровне. Компаниям сегодня необходимо уметь отстаивать свои интеллектуальные активы, имеющие важное значение для их бизнес-модели (технологии, товарные знаки, промышленные образцы и т.д.).

Коммерсантам важно понимать различия между основными формами интеллектуальных прав (например, авторское право, товарные знаки, патенты, промышленные образцы, коммерческая тайна), а также иметь представление о процедурах и расходах, связанных с получением защиты на различных рынках для

каждой из них. Компании, для которых актуальны вопросы подделки товарных знаков или пиратства в сфере авторского права, должны обладать знаниями относительно качественной стратегии защиты своих прав. Важно учесть, что и доменные имена (без которых сегодня сложно представить бизнес-деятельность) связанные с товарными знаками компании, могут иметь определенную ценность и также должны подлежать защите.

Отметим, что в последние годы все большей актуальности набирает торговля нематериальными товарами, например, интеллектуальной собственностью (ИС). Примерами тому можно считать факты, свидетельствующие о потерях в результате подделок товарных знаков, нарушения прав ИС, а также обратную сторону – прибыль от продажи лицензий, использование патентов.

Общее число заявок на регистрацию товарных знаков, а также патентных заявок по всему миру значительно увеличилось. В мире существует несколько основных систем регистрации, рассмотрим их детальней.

СИСТЕМА РСТ (PATENT COOPERATION TREATY) – МЕЖДУНАРОДНАЯ ПАТЕНТНАЯ СИСТЕМА

Система РСТ облегчает приобретение патентных прав в большом числе юрисдикций. Сегодня РСТ насчитывает 152 Договаривающихся государства (в том числе Украина с 25 декабря 1991 года).

Система упрощает процедуру подачи множественных национальных патентных заявок. Позволяет испрашивать патентную охрану изобретения одновременно в большом числе стран путем подачи единой «международной» патентной заявки вместо нескольких отдельных национальных или региональных патентных заявок.

Следует помнить, что решение о выдаче патента остается прерогативой национальных или региональных патентных ведомств, а патентные права ограничиваются юрисдикцией органа, предоставляющего патент.

Система РСТ – это международный договор в области патентного права, который заключён в 1970 году. Предназначен для упрощения и экономичности получение охраны изобретений, когда такая охрана требуется в некоторых странах.

Пользователи данной системы — это крупнейшие мировые корпорации, исследовательские институты и университеты. Она также используется малыми и средними предприятиями и индивидуальными изобретателями.

Процедура получения патента включает следующие этапы:

1. **Подача заявки:** подается международная заявка в национальное/ региональное патентное ведомство или ВОИС, оплачивается единый набор пошлин.
2. **Международный поиск:** «Международный поисковый орган» (МПО) (the International Searching Authority (ISA)) выявляет опубликованную патентную документацию и техническую литературу («соответствующий уровень техники»), которые могут повлиять на установление патентоспособности, и подготавливает письменное сообщение в отношении патентоспособности изобретения.
3. **Международная публикация:** по истечении 18 месяцев от самой ранней даты подачи содержание международной заявки становится доступным для широкой публики.
4. **Дополнительный международный поиск (необязательный):** по просьбе заявителя, второй ISA (МПО) выявляет опубликованные документы, которые, возможно, не были найдены первым МПО, проводившим основной поиск.
5. **Международная предварительная экспертиза (необязательная):** по просьбе заявителя, один из ISAs (МПО) проводит дополнительный анализ патентоспособности.
6. **Национальная фаза:** по окончании процедуры, заявитель начинает процедуру получения патента непосредственно в национальном (или региональном) патентном ведомстве стран, где он хотел бы получить патенты.

Если необходимо получить охрану изобретения в нескольких странах, существует два варианта:

1. **Прямая процедура по Парижской конвенции:**
 - 1.1. Заявитель напрямую подает патентные заявки одновременно во всех странах, в которых он желает получить охрану своего изобретения.
 - 1.2. Заявитель подает заявку в стране-участнице Парижской конвенции, может подавать отдельные патентные заявки в страны-участницы Парижской конвенции в течение 12 месяцев с момента подачи первой патентной заявки, что даёт

преимущественное право испрашивать в этих странах дату подачи первой заявки.

2. **Процедура РСТ:** заявитель может подать заявку согласно РСТ, напрямую или в течение предусмотренного Парижской конвенцией 12-ти месячного периода с даты подачи первой заявки, которая действует во всех государствах- участниках Договора РСТ. Считается более простой, удобной и экономичной, чем подача напрямую по Парижской процедуре.

Различия между представленными процедурами проиллюстрированы на рис. 22.

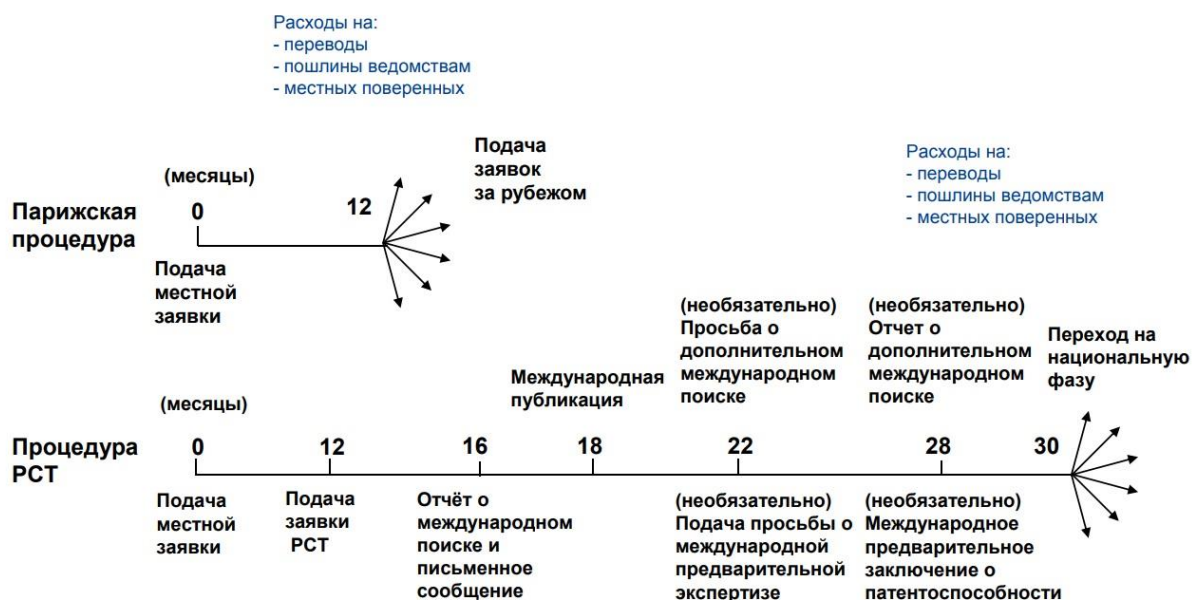


Рис. 22. Визуализация процедур РСТ и Парижской

Число подаваемых в системе РСТ заявок ежегодно растет, про что свидетельствует диаграмма, построенная на статистических данных ежегодного отчета Всемирной Организации Интеллектуальной Собственности (ВИОС) (рис. 23).

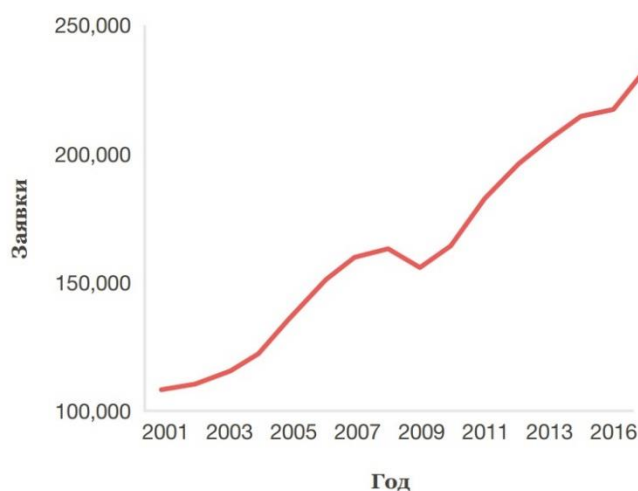


Рис. 23. Темпы роста числа поданных заявок в системе РСТ

В 2016 г. наибольшее число заявок было подано заявителями из США (56 595); за ними следуют заявители из Японии (45 239), Китая (43 168), Германии (18 315) и Республики Корея (15 560) (рис. 23). Начиная с 2002 г. ежегодные темпы роста заявок в Китае измеряются двузначными показателями; если, тенденция продолжится, в ближайшие два года Китай обгонит США и станет крупнейшим пользователем системы РСТ в мире.

Несмотря на то что в 2016 г. авторами заявок РСТ выступили представители 125 стран, наибольшее число заявителей приходится на несколько государств (62% заявок из Китая, Японии и США (рис. 24).

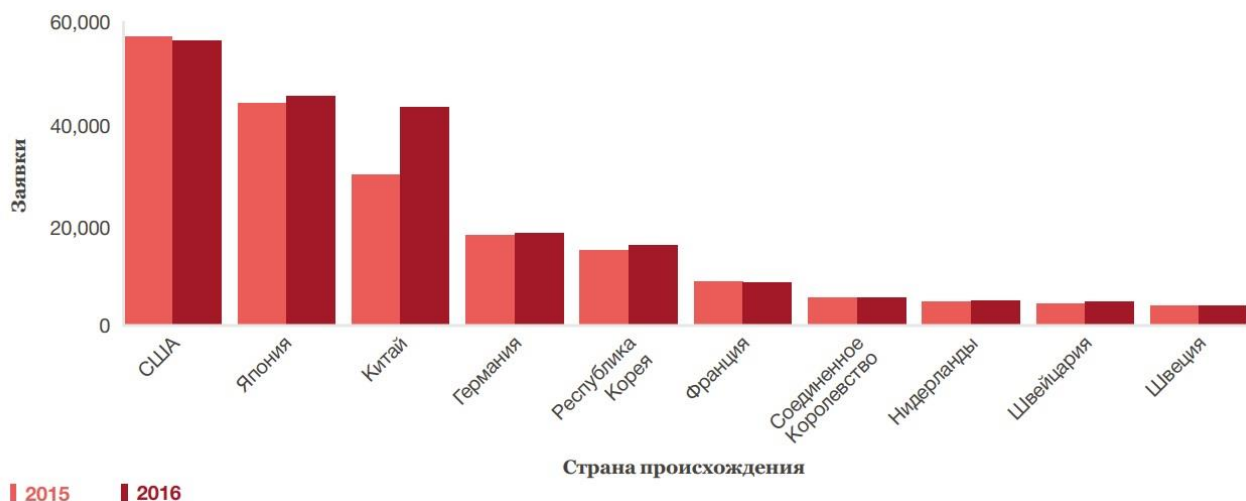


Рис. 24. Рейтинг заявителей в системе РСТ (по ведущим странам)

На долю коммерческого сектора приходится 85,5% всех опубликованных заявок РСТ; за ним следуют физические лица (7,5%), университеты (5%) и государственный сектор (1,9%).

Первые два места в рейтинге ведущих заявителей по процедуре РСТ в 2016 г. заняли телекоммуникационные компании, базирующиеся в Шеньчжэне, — «Корпорация ZTE» (4 123 опубликованные заявки РСТ) и Huawei Technologies (3 692), причем ZTE, поднявшись на две позиции, потеснила Huawei Technologies с места лидера (рис. 25). За этими компаниями следуют Qualcomm Incorporated из США (2 466), Mitsubishi Electric Corporation из Японии (2 053) и LG Electronics из Республики Корея (1 888). Семь из 10 ведущих заявителей базируются в Азии, три других – в США. Шведская Ericsson (11-е место в рейтинге) заняла самую высокую позицию среди европейских компаний.

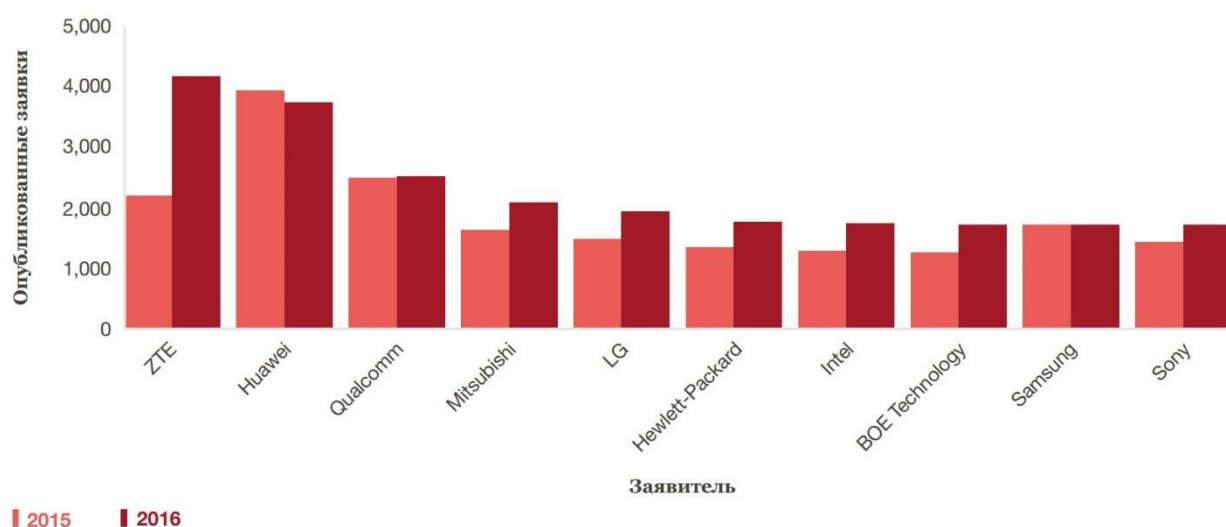


Рис. 25. Рейтинг компаний, подавших заявки в системе РСТ

Крупнейшим пользователем системы РСТ среди образовательных учреждений является Калифорнийский университет, на счет которого 434 опубликованные заявки РСТ. Университет удерживает место лидера с 1993 г. Второе место занимает Массачусетский технологический университет (236); далее следуют Гарвардский университет (162). Семь из десяти ведущих университетов находятся в США.

Шестой год подряд ведущим заявителем по процедуре РСТ в государственном секторе и секторе государственных научно-исследовательских учреждений (ГНИУ) является Комиссариат по атомной энергии и альтернативным источникам энергии Франции (329 опубликованных заявок РСТ). За ним следуют Общество Фраунгофера в Германии (252 заявки) и Агентство науки, технологий и исследований Сингапура (162 заявки).

Чаще всего в опубликованных заявках РСТ фигурирует область цифровой связи (17 776 заявок); за ней следуют компьютерная техника (17 155), электрические машины (14 468) и медицинская техника (14 265).

Подача одной заявки и оплата одного набора пошлин позволяет испрашивать охрану в 116 странах, а наличие единой централизованной системы дает возможность вносить изменения в глобальный портфель товарных знаков, продлевать срок их действия и расширять их географический охват. Она упрощает процесс многонациональной регистрации товарного знака путем устранения требования о подаче заявки в ведомство ИС в каждой стране, в которой испрашивается охрана.

Система также упрощает последующее управление знаком, поскольку позволяет фиксировать изменения или продлевать регистрацию посредством единственного процедурного шага.

Пользоваться Мадридской системой могут любые лица, имеющие личные или деловые связи с одним из членов этой системы.

Процедура получения товарного знака включает следующие этапы:

- 1. подача заявки через национальное/региональное ведомство ИС (ведомство происхождения).** Прежде чем подавать международную заявку, необходимо зарегистрироваться местном ведомстве ИС. Такая регистрация или заявка – базовый знак.
- 2. Формальная экспертиза, проводимая ВОИС.** ВОИС проводит лишь формальную экспертизу международной заявки. Получив одобрение, знак заносится в Международный реестр и публикуется в Бюллетене ВОИС по международным знакам. Затем ВОИС направит свидетельство о международной регистрации и уведомит ведомства ИС на всех территориях, на которых заявитель хочет обеспечить охрану товарного знака. На этом этапе процесса объем охраны международной заявки неизвестен. Он определяется только после проведения экспертизы по существу и после вынесения решения ведомствами ИС на тех территориях, на которых заявитель испрашивает охрану.
- 3. Экспертиза по существу, проводимая национальными или региональными ведомствами (ведомство указанной Договаривающейся стороны).** Ведомства ИС на территориях, на которых заявитель хочет получить охрану товарного знака, примут решение в течение применимого срока (12 или 18 месяцев) в соответствии со своим законодательством. Если то или иное ведомство ИС отказывается охранять знак, либо полностью, либо частично, это решение не скажется на решениях других ведомств ИС.

Международная регистрация знака действует на протяжении 10 лет, после этого регистрацию можно продлить.

Число подаваемых в системе ежегодно растет, про что свидетельствует диаграмма, построенная на статистических данных Всемирной Организации Интеллектуальной Собственности (ВИОС) (рис. 26).

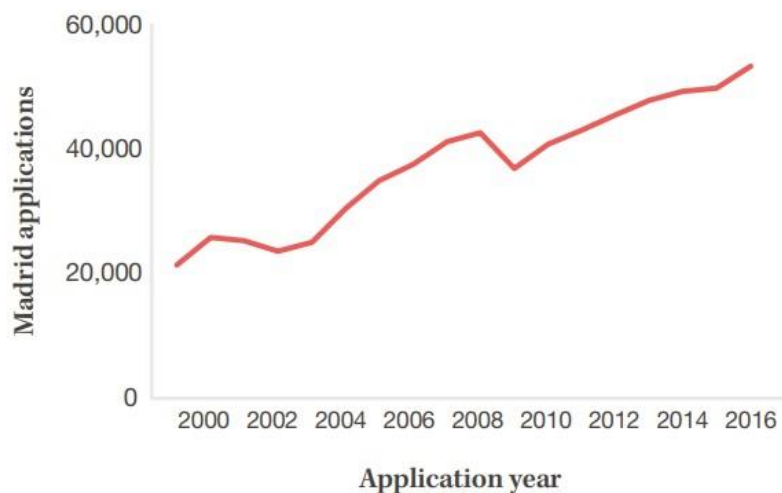


Рис. 26. Темпы роста числа поданных заявок в Мадридской системе

Третий год подряд Соединенные Штаты Америки (США) остаются крупнейшим пользователем Мадридской системы. Международные заявки, поданные заявителями в США (7741). За ними последовали заявки из Германии (7551), Франции (4132) и Китая (3200) (рис. 27).

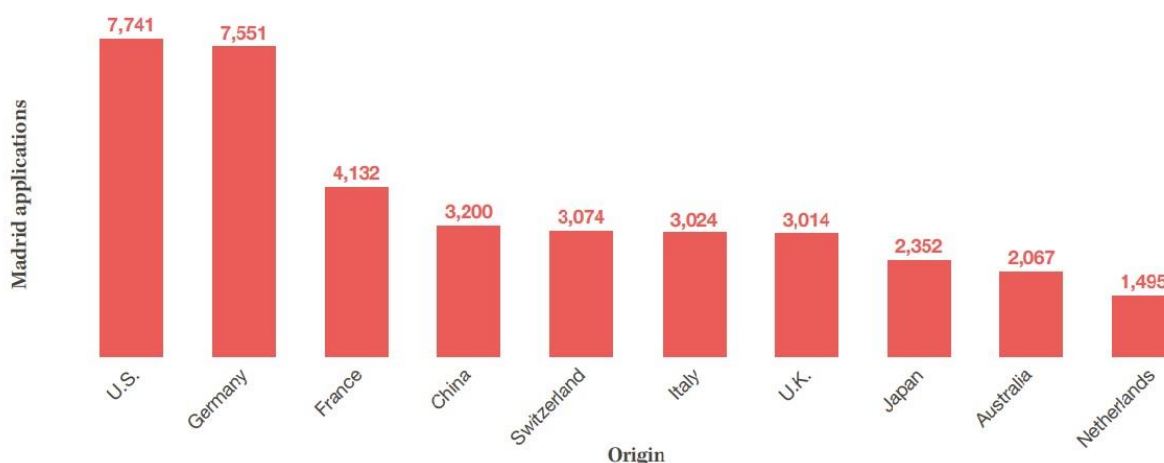


Рис.27. Рейтинг заявителей в Мадридской системе (по ведущим странам)

Что касается аналитики по организациям, то компания L'Oréal (Франция) впервые стала претендентом на награду в Мадриде подав 150 заявок. За ней следовали Glaxo Group (141), BMW (117) и Lidl (112). Следует отметить, что все топ-10 мадридских претендентов являются европейскими компаниями. Лишь 13-е место занимает Apple из США.

Интересно отметить и виды деятельности. Классификация позволяет ранжировать вид товаров и услуг, которые наиболее часто покрываются международными заявками на товарные знаки. Более десяти лет самым указываемым классом был класс 9, который включает компьютерное оборудование, программное обеспечение и другие электрические или электронные аппараты научного назначения. В 2016 году класс 9 составлял 9,4% всех классов указанных в поданных заявках. Другими применяемыми классами были:

- класс 35 (7,6% от общего числа) – охватывает такие услуги, как офисные функции, реклама и управление бизнесом;
- класс 42 (6%) – включает услуги, предоставляемые, например, научными, промышленными или техническими инженерами и компьютерных специалистов;
- класс 41 (4,6%) – охватывает услуги в области образования, обучения, развлечений, спорта и культуры;
- класс 25 (4,4%) – включает одежду;
- класс 5 (4,3%) – охватывает фармацевтические препараты.

Интересно отметить, что три из этих шести наиболее определенных классов являются классами услуг.

ГААГСКАЯ СИСТЕМА – МЕЖДУНАРОДНАЯ СИСТЕМА ОБРАЗЦОВ

Гаагская система позволяет заявителю регистрировать промышленные образцы в большом числе стран путем подачи одной заявки в Международное бюро ВОИС. Данная система позволяет заявить до 100 различных образцов в одной заявке.

Такая система упрощает процесс многонациональной регистрации путем устранения требования о подаче отдельной заявки в ведомство ИС каждой страны/региона-члена Гаагского союза, в которой/котором испрашивается охрана. Система также упорядочивает последующее управление регистрацией промышленных образцов, поскольку позволяет фиксировать изменения или продлевать регистрацию посредством единственного процедурного шага.

Задача промышленных образцов состоит в том, чтобы привлечь и заинтересовать потребителя. Художественное исполнение изделия влияет на потребительский выбор: внешний вид товара может стать одним из факторов решения потребителя осуществить покупку. Другими словами, популярность или непопулярность изделия, по крайней мере частично, зависит от его внешнего вида.

Таким образом, промышленные образцы могут быть очень важны как для малых и средних предприятий (МСП), так и для крупных компаний, независимо от их сферы деятельности.

Промышленный образец - это художественное или эстетическое решение изделия. Промышленный образец может иметь такие пространственные признаки, как форма или объем, и такие двухмерные признаки, как орнамент, линии или цвет.

Промышленные образцы используются в широком ассортименте промышленных изделий и произведений ремесленного творчества: от технических инструментов и медицинских приборов до часов, ювелирных изделий и других предметов роскоши, от хозяйственных принадлежностей и бытовых электроприборов до транспортных средств и архитектурных объектов, и от тканей до предметов досуга.

Промышленные образцы – это то, что делает изделие притягательным и привлекательным; соответственно, они повышают коммерческую стоимость изделия и его рыночную рентабельность.

Когда промышленный образец охраняется, это помогает обеспечить справедливую отдачу от вложенного капитала. От эффективной системы охраны выигрывают также потребители и широкая общественность, поскольку такая система стимулирует добросовестную конкуренцию и честную торговую практику.

Охрана промышленных образцов содействует также экономическому развитию, поощряя творчество в промышленном и обрабатывающем секторах, и способствует расширению коммерческой деятельности и увеличению экспорта национальной продукции.

Таким образом, для профессионалов международного бизнеса становится все более важным иметь базовое представление об ИС и способах ее защиты на международном уровне.

Для международного бизнеса целесообразно обратить внимание на следующие особенности в вопросах ИС:

- охрана патентов и товарных знаков в различных юрисдикциях может быть достаточно затратным процессом, а управление правами ИС в

глобальном масштабе, скорее всего, потребует значительных инвестиций;

- товарные знаки не всегда могут быть использованы или зарегистрированы на экспортном рынке, так как торговая марка и даже фирменное наименование компании уже могут быть защищены кем-то ранее на конкретном иностранном рынке;
- компания может пожелать зарегистрировать доменные имена, но они так же могут быть уже зарегистрированы другими организациями;
- запатентованные изобретения, коммерческая тайна, технологии могут быть присвоены иностранными конкурентами, дистрибьюторами или партнерами по совместному предприятию. Компании могут столкнуться с тем, что принадлежащая им ИС уже была незаконно присвоена иностранным контрагентом или партнерами;
- материалы, охраняемые авторским правом, подвергаются пиратству, а товары, защищённые товарным знаком – подделке;
- участились и случаи параллельного импорта или так называемого «серого рынка» товаров – производители брендовых товаров могут обнаружить, что экспортированный товар реимпортируется в разрез со стратегическими интересами экспортера (например, по более низким ценам).

Исходя из вышеизложенного, понятным становится, для чего компаниям, работающих в сфере международного бизнеса, следует изучить вопросы ИС.

Законодательство об ИС, как правило, включает в себя национальные законы и нормативные акты, применяемые в рамках ключевых международных договоров, курируемых Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС) и Всемирной торговой организацией (ВТО) со штаб квартирой в Женеве.

Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС) – это глобальный форум, занимающийся вопросами политики, укрепления сотрудничества, предоставления услуг и информации в области интеллектуальной собственности. ВОИС является самофинансируемым учреждением системы Организации Объединенных Наций и насчитывает 189 государств - членов.

Главная цель – возглавить работу по формированию сбалансированной и эффективной системы интеллектуальной собственности (ИС), создающей условия для инноваций и творчества на благо всех и каждого. Была учреждена ВОИС в 1967 году.

Штаб – квартира: Женева, Швейцария.

Всемирная торговая организация (ВТО) – международная экономическая организация, регулирующая правила международной торговли согласно принципам либерализма.

ВТО функционирует с 1 января 1995, решение о ее создании было принято в конце многолетних переговоров в рамках Уругвайского раунда ГАТТ, который завершился в декабре 1993. Официально ВТО образована на конференции в Марракеше в апреле 1994, поэтому Соглашение об учреждении ВТО называют также Марракешским соглашением.

Главная задача ВТО – содействовать беспрепятственной международной торговле.

Штаб – квартира: Женева, Швейцария.

ОХРАНА ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

В условиях рыночной экономики товарные знаки выполняют функцию мощной легальной монополии и средства конкурентной борьбы.

Товарный знак – это обозначение, призванное проводить различие между товарами или услугами одного предприятия и товарами или услугами других предприятий. Товарные знаки представляют собой охраняемые права интеллектуальной собственности.

То есть это любое наименование, логотип, эмблема, символ, рисунок, цветное решение, которые делают производителя узнаваемым. Товарные знаки призваны предотвращать введение потребителя в заблуждение, помогают разобраться им в товарах различных производителей, поставщиков.

Ключевая функция товарных знаков для общества – гарантия потребителям того уровня качества, который ассоциируется с конкретным производителем или поставщиком товара/услуги.

В последнее время значительно выросло количество споров по товарным знакам. Распространены сегодня ситуации, когда предприниматели поставляют одежду и обувь кустарного производства из Китая с лейблами известных брендов для продажи в Украине, причем с наличием необходимых документов для импорта. При этом вина продавцов в таком случае не всегда доказуема, суды проводят детальное разбирательство по каждому рассматриваемому случаю. Каждый день в отечественной практике выявляется множество фактов незаконной деятельности с использованием зарегистрированных товарных знаков.

Как обеспечить охрану своего товарного знака?

На национальном / региональном уровне охрану товарного знака можно получить посредством регистрации, подав заявку на регистрацию в национальное / региональное ведомство по товарным знакам и уплатив требующиеся пошлины. На международном уровне есть возможность выбора:

- подать заявку на регистрацию товарного знака в ведомство по товарным знакам каждой страны, в которой необходимо получить охрану;
- использовать Мадридскую систему ВОИС.

Отметим, что регистрация товарного знака дает исключительное право на использование зарегистрированного товарного знака. Это означает, что товарный знак может использоваться исключительно его владельцем, либо быть лицензирован другой стороне для использования за определенную плату. Регистрация обеспечивает правовую определенность и укрепляет положение правообладателя, например, в случае судебной тяжбы.

В отличие от авторского права и патентов, которые имеют ограниченный срок действия, право на товарные знаки может возобновляться неограниченное количество раз. Это является одной из причин, почему товарные знаки имеют настолько значительный вес в бизнесе. Срок регистрации товарного знака может варьироваться, но обычно он составляет десять лет.

С точки зрения хозяйственной ценности или деловой репутации (goodwill), заключенной в товарных знаках, со временем инвестиции компании в качество продукции и маркетинг могут принести значительную прибыль.

Гудвилл (англ. Goodwill) — экономический термин, используемый в бухгалтерии, торговых операциях для отражения рыночной

Гудвилл возникает из-за того, что при приобретении инвестиций может возникать положительная разница между себестоимостью инвестиций и чистой справедливой стоимостью активов и обязательств ассоциированного предприятия. Такая разница и называется гудвилл. Гудвилл равен покупной стоимости компании минус справедливая рыночная стоимость чистых активов и обязательств. Положительный гудвилл в консолидированной отчетности отдельной строкой не выделяется, а негативный гудвилл (или бэдвилл, от англ. – badwill) сразу списывается на прибыли и убытки.

ОХРАНА ПАТЕНТОВ

Запатентованные изобретения проникли, фактически, во все сферы жизни человека – от электрического освещения (патенты, принадлежащие Эдисону и Суону) и пластмассы (патенты, принадлежащие Бакеланду) до шариковых ручек (патенты, принадлежащие Биро) и микропроцессоров (патенты, принадлежащие, например, компании Intel).

Как только знания становятся доступными для широкой публики, сама природа знаний предполагает, что они могут использоваться неограниченным числом людей одновременно. Хотя это создает дилемму с точки зрения коммерческого использования технических знаний. В отсутствие охраны такого рода знаний недобросовестные предприниматели могут с легкостью пользоваться техническими знаниями, заложенными в изобретения, без какого-либо признания творческих заслуг изобретателя или вклада в инвестиции, произведенные изобретателем. Как следствие, у изобретателей пропадет желание выносить на рынок новые изобретения, и они предпочитают сохранять в тайне свои изобретения, имеющие коммерческую ценность.

Таким образом, патентная система предназначена для исправления недостаточного обеспечения инновационной деятельности посредством предоставления изобретателям исключительных прав, тем самым давая им возможность получать соответствующие доходы от их инновационной деятельности.

При этом важно учитывать, что патентные права не распространяются на территорию, которая не принадлежит выдавшей его организации. Таким образом, правовая охрана патента для определённой местности оформляется отдельными документами в каждом регионе или государстве, расположенном в её границах. Чтобы получить юридическую охрану патента за рубежом нужно обратиться с заявкой в государственные органы такие, как:

- Национальный патент страны ожидаемого экспорта;
- Европейское Патентное Ведомство – для стран ЕС;
- Евразийская Патентная Организация (ЕАПО) – для правовой охраны в странах СНГ;
- Всемирная организация интеллектуальной собственности.

Патенты – это права интеллектуальной собственности на новые научные открытия и технические изобретения.

Патент предоставляет изобретателю право препятствовать другим лицам в использовании, изготовлении, продаже или импортировании его идеи (в течении определенного периода, обычно – 20 лет). По истечении срока действия патента охрана изобретения прекращается, и изобретение становится общественным достоянием; это значит, что любое лицо может использовать изобретение в коммерческих целях, и такое использование не будет являться нарушением патента. Стоит отметить, что в обмен на такую санкционированную государством временную монополию, изобретатель обязан публично раскрыть детали своего изобретения в патентном документе.

Таким образом, подход «открытых инноваций» предполагает обмен идеями и взаимодействие партнеров, исследователей, а в некоторых случаях и конкурентов. Отметим, что именно так в условиях постоянно обновляющегося рынка можно создавать новые продукты и услуги.

В условиях стремительного технологического прогресса создание определенного продукта, как и все развитие экономики, находится в сильной зависимости возможностей объединения идей, существующего опыта, новейших разработок в разных отраслях, предприятий и государств.

Все чаще можно встретить понимание интеллектуальной собственности, как фактора, являющегося основой для сотрудничества предприятий в разных сферах. Например, патентовладелец может дать разрешение или выдать лицензию другим сторонам на использование изобретения на взаимосогласованных условиях,

а также продать свое право на изобретение какому-то иному лицу, которое после этого становится новым владельцем патента.

Являясь источником инноваций, бизнес переходит в разряд основного участника развития новых технологий, их развития и коммерциализации. При этом публичное раскрытие технических знаний, содержащихся в патенте, наряду с исключительным правом, предоставляемым патентом, стимулируют конкурентов к поиску альтернативных решений и к дальнейшей изобретательской деятельности на основе первого изобретения. Эти стимулы и распространение знаний о новых изобретениях способствуют дальнейшей инновационной деятельности, которая обеспечивает постоянное повышение качества жизни человека и рост благосостояния общества.

Представители бизнеса не являются одиночными участниками разработок и исследований в области инноваций. Зачастую бизнес кооперируется с государственными и другими исследовательскими институтами (некоммерческого характера), что способствует укрупнению ресурсов, повышению доходов, а также приносит пользу всем участникам таких объединений.

Бизнес должен стараться привлечь внимание государств и международных неправительственных организаций к тому, как эффективно использовать права интеллектуальной собственности для решения проблем экономического и технологического развития. Целью должно стать решение практических, реальных проблем при сохранении преимуществ и возможностей передачи технологий, присущих мировой системе интеллектуальной собственности.

ОХРАНА АВТОРСКИХ ПРАВ

Авторское право охватывает целый диапазон произведений – от книг, музыки, картин, скульптуры и фильмов до компьютерных программ, баз данных, рекламы, карт и технических чертежей.

Авторское право – это юридический термин, используемый для описания прав, которыми обладают авторы на созданные ими литературные и художественные произведения.

Произведения, охватываемые авторским правом, включают, помимо прочего:

- литературные произведения, такие как романы, стихи, пьесы, справочные издания, газеты и компьютерные программы; базы данных;
- фильмы, музыкальные произведения и хореографию;
- художественные произведения, такие как рисунки, картины, фотографии и скульптуры;
- архитектурные сооружения;
- рекламные объявления, карты и технические чертежи.

Авторско-правовая охрана распространяется на форму выражения, а не на идеи, процессы, методы функционирования или математические концепции как таковые. Авторское право может распространяться – или не распространяться – на названия, лозунги или логотипы, в зависимости от того, содержат ли они достаточную степень авторского творчества. В большинстве случаев авторское право не охраняет имена.

Сфера действия охраны авторских прав может различаться в разных странах. В США авторское право защищает программное обеспечение, а во многих других странах программное обеспечение – подпадает под патентное законодательство.

Стоит отметить, что авторские права могут быть переданы по лицензии либо уступлены. Срок действия, как правило, с момента создания до 50 – 70 лет после смерти автора.

В то же время, в большинстве стран из законов об авторском праве имеются исключения, которые позволяют обществу определенным образом использовать произведения без выплаты вознаграждений автору или без разрешения автора. Например, использование цитат в учебниках.

Основным международным договором для регулирования авторских прав является Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений («Бернская конвенция», 1886 г.). Интересно знать, что для получения охраны авторского права не требуется соблюдать никаких формальностей, защита авторского права осуществляется автоматически и возникает в том момент, как только художественное произведение было зафиксировано или выражено в какой-либо осязаемой форме (в письменном виде, фото, видео, аудио).

КОММЕРЧЕСКАЯ ТАЙНА

Сегодня, в условиях конкурентной борьбы, компании все чаще сталкиваются с вопросами защиты коммерческой тайны (КТ). К сожалению, во многих странах, и в

Украине в том числе, защита КТ остается относительно слабой, это связано с отсутствием специального законодательства и не достаточной осведомленностью судебных и других административных органов.

Санкции, направленные против кражи, использования, либо раскрытия КТ, подпадают под действие законов о борьбе с недобросовестной конкуренцией или деловой практикой.

Коммерческая тайна – это конфиденциальная информация, которая дает компании конкурентные преимущества над соперниками (технологии, процессы, рецептура, контакты клиентов и другие информационные базы).

В отличие от патентных прав, права на коммерческую тайну подразумевают бессрочную защиту конфиденциальной информации компании. Поскольку патентная защита приобретается за счет раскрытия деталей изобретения и согласия с ограниченным сроком его эксплуатации автором, некоторые компании могут предпочесть сохранять конфиденциальность в отношении изобретения и не патентовать его. В таком случае оно может получить защиту на неограниченный срок как производственный секрет (коммерческая тайна). Более того, для получения защиты производственные секреты не должны отвечать строгим требованиям инновационности и полезности, которые предъявляются в отношении патентов.

ДОМЕННЫЕ ИМЕНА

В современном мире бизнес без Интернета – явление непривычное, электронная коммерция, социальные сети и интернет-продажи развиваются значительными темпами. В связи с этим для большинства компаний вопросы защиты своих доменных имен становятся на первый план.

Отметим, что по сей день все еще отсутствует единая позиция относительно того, является ли доменное имя по своей сути объектом права интеллектуальной собственности (ИС).

Доменное имя – это определенная буквенная последовательность, обозначающая имя сайта или используемая в именах электронных почтовых ящиков.

Еще совсем недавно, законодательство в отношении доменных имен было более чем несовершенно. В законах можно было найти достаточно лазеек для того, чтобы безнаказанно регистрировать имеющие коммерческую ценность доменные имена до того, как это успевал сделать истинный владелец товарного знака. Но в последнее время был разработан ряд национальных и международных законов и правил, призванных предотвратить незаконную регистрацию доменных имен сторонами, стремящимися воспользоваться правами на товарный знак или деловой репутацией успешных организаций.

Так, разработана **Единая политика разрешения споров в связи с доменными именами (Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy, UDRP)**. UDRP – это процедура, которая разработана Интернет-корпорацией по присвоению доменных имен и номеров (ICANN), для разрешения споров, связанных с общими доменами верхнего уровня (однако она не применяется к доменам стран).

Для успешного отстаивания своей позиции истец должен доказать такие три положения:

- доменное имя является идентичным или сходным до степени смешения с одним из товарных знаков истца;
- лицо, подавшее заявку на регистрацию, не имеет никаких прав или законных интересов в товарном знаке или доменном имени;
- лицо, подавшее заявку на регистрацию, зарегистрировало доменное имя недобросовестно.

Исходя из современной украинской практики разрешения доменных споров стоит признать, что она пока далека от совершенства. В большинстве своем это связано с тем, что сегодня у судебных органов нет четкой позиции относительно таких споров (ввиду их незначительного числа). Потому любое рассмотрение дела, связанного с доменными именами, практически всегда превращается в «изучение материала» всеми участниками судебного процесса.

КОНТРАФАКТ

Под контрафактной продукцией понимают любой товар, который изготавливается с нарушением прав интеллектуальной, авторской и другой собственности третьих лиц. Например, компания производитель однотипной продукции использует логотип известного бренда. Цели понятны, ведь такую продукцию реализовать значительно проще, чем продукцию малоизвестной компании.

Понятие «контрафактная продукция» свидетельствует об ущемлении авторских и других смежных прав, к примеру, интеллектуальных. Создание контрафактного товара повышает ценность оригинала, так как внешне и по своим техническим свойствам контрафакт во многом уступает оригинальной продукции.

В отличие от фальсификата контрафакт может быть весьма неплохого качества.

***Фальсифицированные вещи** – это товар очень низкого качества, который выдают за оригинал.*

В любом случае фальсификат и контрафакт лишают владельцев доходов от бренда, так как оригиналы заменяются подделками. Иногда частое упоминание названия марки резко снижает не только общие доходы бренда, но и ущербно для качества и имиджа. Причем страдают от этого большинство компаний в мире. Все товары известных марок, которые пользуются большим спросом, подделываются на экспортных рынках.

Различают следующие виды контрафактной продукции (рис. 28):

- использование названия или лейбла фирмы, которые очень похожи на обозначения известного бренда. В контрафактной продукции производитель меняет 1 или 2 буквы, и лейбл имеет другой смысл или читается по-другому (например, adidas может быть написано, как addiddass, adadass и.д.);
- использование чужого наименования без внесения в него изменений. В данном случае копируют не только логотип в подлинности, но и внешние свойства товара, например, цвет, форму, качество и т.д. В таком случае факт нарушения авторского права налицо, поэтому встречается такая продукция

реже. Распространителя такой продукции привлечь к ответственности проще, так как легко доказать факт нарушения прав;

- пиратство – форма нарушения авторских и смежных прав, при котором происходит копирование художественных, музыкальных, литературных произведений, без разрешения правообладателя. Часто нарушители идут на безвозмездный контрафакт. Это когда музыкальные произведения, авторская видео продукция распространяется в Интернете;
- использование разработок, изобретений, программного обеспечения, зарегистрированных на других лиц.



Рис. 28. Виды контрафактной продукции

Борьба с контрафактной продукцией активно ведется как внутри стран, так и на международном уровне. В конце 2010 года была завершена работа над многосторонним договором – **«Соглашение по борьбе с контрафактной продукцией» («АСТА»)**. Это первое международное соглашение, направленное на противодействие появлению контрафактной продукции. Основные положения соглашения отличаются высоким уровнем унификации и разработкой стратегии для полноценной координации процесса. Кроме этого эксперты разработали для борьбы с действующими сегодня и использующими новые способы и методы управления глобальными сетями.

Положения документа предусматривают:

- высокие стандарты и расширение делового сотрудничества по борьбе с контрафактом;
- активное привлечение правовых норм, законов;

- применение эффективных уголовных санкций;
- расширение делового сотрудничества между правоохранительными органами на мировом уровне;
- расширение делового и другого партнерского сотрудничества между правительственными организациями, малым и большим бизнесом.



Дополнительные материалы по теме:

1. Ежегодный обзор системы РСТ: основные факты
http://www.wipo.int/edocs/pubdocs/ru/wipo_pub_901_2017-exe_summary1.pdf
2. Reiventing the Frame, Challenging the Status Quo
<http://www.wipo.int/ipadvantage/en/details.jsp?id=3110>

ЛЕКЦИЯ 16. КАЧЕСТВО В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

- 16.1. Понятие качества и его роль в международной торговле
- 16.2. Понятие и характеристика стандартизации
- 16.3. Роль международных стандартов в международной торговле
- 16.4. Преимущества стандартизации для предпринимателей
- 16.5. Преимущества стандартизации для потребителей

ПОНЯТИЕ КАЧЕСТВА И ЕГО РОЛЬ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Одной из основных причин, которые не позволяют отечественным производителям товаров и услуг, на должном уровне, осуществлять международную торговлю, является их неспособность конкурировать по качеству с большинством зарубежных компаний.

В то же время, следует отметить, что вопросы качества активно обсуждались еще в то время, когда Украина была в составе СССР. В то время пользовались такими инструментами как «пятилетка качества». На предприятиях внедрялись комплексные системы управления качеством, которые по своей идеологии приближались к уровню требований действующих сегодня международных стандартов качества ISO 9000. Но проблема была в том, что такого рода комплексные системы входили в противоречие с экономическими реалиями того времени. Предприятия были ориентированы на постоянное увеличение объемов выпуска продукции, а конкуренция по многим видам продукции отсутствовала как явление. О сервисе так же говорить не приходилось.

i Практическая ситуация

Вторая половина 70-х годов. Руководство страны объявило «пятилетку качества». И производители начали лепить на свои товары «Знак Качества», красивый пятиугольник с гордыми буквами «СССР» внутри. Тогда же на стене дома напротив наших окон установлен был огромный, 3 метра на 4, щит: молодой рабочий, со штангенциркулем в правой руке и шестерёнкой на ладони левой, протянутой в сторону наших окон руки. Под щитом слова: «Советское – значит отличное!».

Леонид Шелудько

Далее, когда отечественный рынок оказался открытым для зарубежных производителей, украинские покупатели предпочли импорт, оставляя без работы своих товаропроизводителей, то есть самих себя. Отметим и то, что в реалиях сегодняшнего бизнеса кажется очевидным то, что только повышение качества и уровня сервиса может вернуть покупателей, а соответственно, дать возможность вновь завоевать рынок, но на многих предприятиях качество не повысилось, а на некоторых даже снижается.

Такая ситуация обусловлена тем, что многие собственники бизнеса и руководящие менеджеры до конца не осознали роль качества и сервиса в судьбе управляемых ими предприятий.

Понятие качества достаточно широкое, но его суть важно понимать для того, чтобы успешно управлять им в предпринимательской деятельности.

В Международном стандарте ИСО 8402 приводится следующее определение качества.

***Качество** – это совокупность характеристик объекта, касающиеся его способности удовлетворять установленные и предполагаемые потребности.*

В данном определении содержатся две составляющие, которые являются базовыми: «потребность» и «объект».

***Потребности** – возникают из неудовлетворенности требований потребителя, необходимых для его нормальной жизнедеятельности, и направлены на устранение этой неудовлетворенности.*

Но необходимо отметить, что рынок ориентирован не только на удовлетворение потребностей потребителей, а и на удовлетворение платежеспособного спроса. В определении качества понятие потребностей является исходным. Их характеристики должны соответствовать характеристикам качества объекта и быть не хуже определены стандартом.

***Объект** – это то, что может быть индивидуально описано и рассмотрено, например, процесс, услуга, продукт, организация, система или отдельное лицо, а также любая комбинация указанного.*

В то же время, потребности у потребителей к одной и той же продукции либо услуге могут быть разные, следовательно, и понимание качества отличаться. Поэтому в последних версиях стандартов ISO серии 9000 встречается другое определение.

Качество – это степень соответствия имеющихся характеристик требованиям.

Таким образом, если степень соответствия высокая, то качество - высокое, а если наоборот – низкая, несмотря на установленные требования к качеству.

Как экономическую категорию качество можно понимать следующим образом:

Качество – экономическая категория, которая содержит совокупность свойств продукции, отражающие ее возможность к удовлетворению потребностей человека в соответствии со своим назначением.

Опыт показывает, что, не вкладывая деньги в техническое перевооружение, можно существенно повысить качество только за счет внедрения систем качества. Это не значит, что техническое перевооружение не нужно – оно необходимо, но для него нужны финансовые ресурсы. Чтобы обеспечить бизнес финансовыми ресурсами, которые можно вкладывать в техническое усовершенствование, следует сначала повысить качество за счет усовершенствования управления, а потом, накопив средства или показав кредиторам свои возможности в производстве конкурентоспособной продукции и получив кредиты, заниматься техническим перевооружением, направленным на повышение качества. Усовершенствовать управление качеством возможно используя известные в мировой практике инструменты и международные стандарты качества.

ПОНЯТИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКА СТАНДАРТИЗАЦИИ

Изучая вопросы стандартизации и управления качеством не обойтись без специфической профессиональной терминологии, рассмотрим основные понятия и термины.

Стандартизация – это деятельность по упорядочиванию процессов в каждой области экономики путём принятия единых нормативов для постоянного всеобщего использования в части решения текущих и потенциальных задач.

Стандартизация в зависимости от масштабов действует на разных уровнях. Принято выделять следующие уровни стандартизации:

- предприятия (стандарты предприятия);
- группы предприятий (стандарты концерна);
- национальный (государственные и отраслевые стандарты);
- региональный (стандарты отдельного региона);
- межгосударственный (стандарты группы государств);
- международный (стандарты ISO);
- глобальный (международные, национальные и региональные стандарты).

Стандартизация на уровне предприятия используется для систематизации процессов предприятия, для построения, например, системы управления качеством продукции / процессов / услуг.

Стандарт предприятия – стандарт, который разрабатывается, утверждается и используется по собственной инициативе предприятия и предназначен для использования в его производственно-коммерческой и хозяйственной деятельности.

Применение таких стандартов на других предприятиях разрешается только с согласия руководства предприятия-разработчика стандарта. В такие стандарты, как правило, включают требования государственных стандартов. Стандарты предприятий выделяют в самостоятельную категорию условно (без правовой основы). Объектами стандартизации на предприятиях могут быть отдельные детали,

узлы, сборочные единицы, оснастка и инструмент собственного изготовления, определенные нормы в области проектирования и производства изделий, процессы организации и управления производством и др.

Стандартизация на уровне группы предприятий (концерна) имеет схожие к стандартизации на уровне предприятий признаки. Такие стандарты распространяются на группу предприятий, или предприятие и его, например, филиалы, дочерние компании и тому подобное.

Национальный уровень стандартизации говорит о том, что стандарты разрабатываются национальными органами по стандартизации (в Украине - Госстандартом). На национальном уровне выделяют два вида стандартизации: государственная и отраслевая.

Национальная стандартизация – это стандартизация, которая осуществляется на уровне одной страны. Результатом работы по национальной стандартизации являются национальные стандарты, принятые национальным органом по стандартизации одного государства.

Кроме того, выделяют понятие, гармонизированный стандарт.

Гармонизированный стандарт – это национальный стандарт, который соответствует стандарту, разработанному международной или региональной организацией по стандартизации.

Региональная стандартизация направлена на защиту интересов отдельного региона. Например, стандартизация в Европе (региональная стандартизация) предназначена для обеспечения потребностей Единого Европейского рынка.

Региональная стандартизация – это стандартизация, участие в которой открыто для соответствующих органов стран только одного географического или экономического региона. Результатом работы по региональной стандартизации являются региональные стандарты, принятые региональной международной организацией по стандартизации.

Требования региональных стандартов не являются обязательными для выполнения всеми странами. Каждая страна самостоятельно решает вопрос о принятии регионального стандарта, как национального.

Межгосударственные стандарты действуют во всех странах СНГ. Межгосударственная стандартизация является примером региональной стандартизации, а стандарты по определению индекса ГОСТ – региональными стандартами.

***Межгосударственная стандартизация** – это стандартизация, участие в которой принимают страны СНГ. Результатом работы по межгосударственной стандартизации являются межгосударственные стандарты (ГОСТ).*

Роль международной стандартизации заключается в организации мероприятий, способствующих ликвидации препятствий и ограничений в торговле между странами.

Цель международной стандартизации: минимизация технических барьеров в торговле, которые возникают из-за существующей расхождении в национальных стандартах стран мира.

Таким образом, стандартизация на международном уровне создает благоприятные условия для торговли за счет единых подходов к качеству продукции, ее взаимозаменяемости, технической совместимости, безопасности и охраны окружающей среды, что связано с разработкой международных стандартов (МС).

***Международная стандартизация** – это стандартизация, участие в которой открыто для соответствующих органов всех стран. В работе по международной стандартизации могут принимать участие несколько (два или более) государств. Результат деятельности международной стандартизации – международные стандарты, принятые международной организацией по стандартизации.*

***Международный стандарт** — это норматив, установленный международной организацией.*

Стандартом является документ, который определяет характеристики продукта, правила его эксплуатации, хранения, транспортировки, продажи и утилизации, регламент проведения работ и оказания услуг. Он может заключать в себе требования к определённой символике и терминологии, упаковке и этикеткам, правилам нанесения маркировки. Практически международными стандартами иногда считают региональные и отраслевые стандарты, подготовленные НТО и признанные нормативами на международном уровне.

***Стандарт** – это документ, устанавливающий требования, спецификации, руководящие принципы или характеристики, в соответствии с которыми могут использоваться материалы, продукты, процессы и услуги, которые подходят для этих целей.*

Вопросами разработки, принятия и издания международных стандартов занимаются международные организации по стандартизации.

В этом направлении работают две равноправные, однако разные по видам деятельности организации:

1. ISO (International Standard Organization) – Международная организация по стандартизации;
2. IEC (International Electrotechnical Commission) – Международная электротехническая комиссия.

Международные рекомендации, приведенные в стандартах, разрабатываемых этими организациями не обязательны для всех стран, но соответствие продукции нормам подобных стандартов определяет ее стоимость и конкурентоспособность на мировом рынке. Обязательным международный стандарт может быть для страны, при условии его включения в перечень национальных стандартов.

Отметим, что применение таких инструментов как система международных стандартов управления качеством продукции даёт производителям преимущество перед конкурентами в виде качественной продукции или работ/услуг, эффективности производства и конкурентоспособности.

Международная, национальная и региональная стандартизация составляют систему глобальной стандартизации, которая охватывает практически все сферы экономической и общественной жизни.

РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Большинство компаний разных стран считают стандарты ограничениями, которые возводят возможные торговые барьеры. Но это не так. Целью международных стандартов, напротив, является разрушение барьеров, возникающих сейчас из-за различий в национальных международных системах стандартизации.

Стандарты играют роль единого торгового языка между покупателями и продавцами, они также обеспечивают общественную безопасность и защиту окружающей среды внутри и за пределами национальных границ.

i Исторический факт

Ещё на самых первых "Кадиллаках" Генри Леланд внедрил инновационную практику – стандартизацию деталей, их полную взаимозаменяемость между машинами одной и той же модели. То, что сейчас кажется само собой разумеющимся, прежде считалось делом невиданным. На заре XX века машины изготавливались с подгонкой деталей по месту. При такой «технологии» каждый автомобиль получался уникальным. Детали от одного совершенно не подходили к другому. Поэтому распространены были случаи, когда при прогаре одного-единственного поршня автовладелец покупал новый мотор. Бывший оружейник Генри Леланд не мог с этим мириться. Привыкший к высокой точности изготовления деталей огнестрельного оружия, он заставил своих инженеров внедрить аналогичные стандарты на автомобильном предприятии. Нововведение обернулось сенсацией: в 1908 году Английский автомобильный клуб взял три обычных «Кадиллака» на испытания. Механики разобрали машины. Перемешали детали в общей куче, заменив попутно отдельные узлы на аналоги, взятые из комплекта запчастей, а затем собрали автомобили вновь. После этого троица "Кадиллаков" завелась и успешно прошла 500-мильный испытательный тест. После этого знаменитого испытания системы стандартизации деталей фирма «Cadillac» взяла на вооружение слоган «Standart of the World» - «Всемирный стандарт».

Роль стандартов очень весомая и, соответственно, разработка их является не простой задачей. Крупнейшим в мире разработчиком добровольных международных стандартов является неправительственная международная организация ISO (International Organization of Standardization). Организация основана в 1947 году, с тех пор разработано и опубликовано уже более 21 000 международных стандартов, охватывающих практически все аспекты технологии и бизнеса. Сегодня ISO объединяет 163 страны, и около 150 человек работают полный рабочий день для Центрального секретариата в Женеве, Швейцария.

ISO занимает особое положение между государственным и частным секторами. Это связано с тем, что многие из ее членов являются частью правительственной структуры своих стран или уполномочены их правительством. Другие члены имеют свои интересы в частном секторе, создавая национальные партнерства отраслевых ассоциаций, работая совместно с государственным сектором.

Целью этой организации является:

«Содействие развитию стандартизации в мировом масштабе для облегчения международного товарообмена и взаимопомощи, а также для расширения сотрудничества в области интеллектуальной, научной, технической и экономической деятельности».

ISO сотрудничает с IEC (Международная электротехническая комиссия) и МСЭ (Международный союз электросвязи), которые присоединились к формированию Всемирного сотрудничества в области стандартов (WSC) в фокусе своей совместной стратегической деятельности.

Стандарты, разработанные ISO, являются самыми популярными в мире. Наибольший интерес вызывают следующие из них:

- ISO 9000 Quality management;
- ISO 14000 Environmental management;
- ISO 3166 Country codes;
- ISO 26000 Social responsibility;
- ISO 50001 Energy management;
- ISO 31000 Risk management;
- ISO 22000 Food safety management;
- ISO 27001 Information security management;
- ISO 45001 Occupational health and safety;
- ISO 37001 Anti bribery management systems;
- ISO 13485 Medical devices.

Стандарты имеют глобальное влияние так как оценки Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и Министерства торговли США свидетельствуют о том, что стандарты влияют на 80% мировой торговли товарами. А Всемирная торговая организация (ВТО) требует от своих членов использовать международные стандарты, разработанные ИСО, с целью устранения технических барьеров для торговли, которые могут быть вызваны различными национальными или региональными стандартами.

На национальном уровне стандарты так же играют существенную роль:

- стандартизация способствует росту экономики Франции почти на 25% ВВП;
- экономические преимущества стандартизации в Германии составляют около 1% ВВП. Экспортно-ориентированные отрасли немецкой промышленности используют стандарты для открытия новых рынков и содействия технологическим изменениям;
- в Соединенном Королевстве стандарты составляют ежегодный взнос в размере 2,5 млрд фунтов стерлингов в экономику, а 13% роста производительности труда относится к стандартам;
- в Украине преимущества обусловлены тем, что сертифицированный продукт для потребителя становится более популярным и привлекательным, и это является дополнительной причиной для сертификации. Использование стандартов помогает Украине в ее стремлении к интеграции с ЕС.

Кроме того, стандарты ISO разработаны с привлечением мировых правительств, гарантируя тем самым учет их мнения.

Стандарты ISO помогают государственным органам в следующих вопросах:

1. Расширять границы мировой торговли. ISO совместно с IEC и ITU имеют стратегическое партнерство с ВТО. Соглашение по техническим барьерам в торговле ВТО признает вклад международных стандартов в направлении повышения эффективности производства и международной торговли, а также ключевую роль в гармонизации регулирования.
2. Принимать эффективные решения по национальным и международным вопросам. Например, смягчение последствий стихийных бедствий и восстановление экономики, разумное использование энергоресурсов и международная торговля.
3. Экономить деньги. Предоставляя техническую детализацию и требования безопасности необходимых для реализации разработанной политики.
4. Принимать эффективные политические решения. Такие решения включают широкий спектр экспертных мнений, а также заинтересованных сторон.

i Исторический факт

В конце 19 века правительство Великобритании, пытаясь защитить английский рынок от низкокачественных импортных товаров, впервые в истории ввело обязательную маркировку для товаров из Германии — «Made in Germany». Однако уже в 1920-е годы качество немецких товаров настолько возросло, что эта маркировка превратилась фактически в знак качества.



Международная система стандартизации имеет целью содействовать совершенствованию продукции и повышению её безопасности, а также снижать технические барьеры в коммерции. Образование новых сфер бизнеса, глобализация рынков, динамичное развитие производства и диверсификация экономики ставят перед ней всё новые задачи.

ПРЕИМУЩЕСТВА СТАНДАРТИЗАЦИИ ДЛЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

Сегодня стандарты ISO 9000 приняты в качестве национальных во многих странах мира (с начала восьмидесятых число таких стран возросло с 90 до более чем 150). На Западе бум ISO 9000 пришелся на конец 1990-х. Сейчас в США и Западной Европе сертифицировано более 80% компаний. В Китае число таких предприятий уже превысило отметку 40%. Каждый месяц количество сертифицированных предприятий во всех странах-участницах процесса увеличивается на 5-8 тысяч, а разработка систем управления качеством на основе этих стандартов – один из наиболее частых запросов в консалтинговых компаниях.

Стандарты ISO широко применяются в бизнесе, поэтому аббревиатура ISO часто ассоциируется со стандартами ISO 9001 и ISO 14001.

Важно отметить то, что системы менеджмента ISO предоставляют схожие преимущества как как малому бизнесу, так и многонациональным предприятиям. Отличительной особенностью стандартов ISO есть их универсальный характер. Стандарты ISO обеспечивают универсальные решения и предоставляют преимущества практически для всех сфер деятельности. Суть заключается в том, что сложные концепции как, например, менеджмент качества, внедряются таким образом, чтобы их можно было проще понять. Данные стандарты зарекомендовали себя не только как способствующие экономии денежных средств, а также и электроэнергии.

i **Важно знать**

Стандарты ISO обладают потенциалом для сохранения денежных средств посредством более эффективного использования ресурсов, таких как энергия.

Стандарты помогают сделать разработку, изготовление и поставку товаров и услуг более эффективными, безопасными и экологически чистыми.

i **Важно знать**

***ISO 22000**, Системы управления безопасностью пищевых продуктов. Требования к любой организации в пищевой отрасли, которая отправляет, упаковывает или продает продукты питания. Позволяет такой компании сформировать эффективную систему, которая бы обеспечивала безопасность этих продуктов.*

i **Важно знать**

***ISO 10002**, Удовлетворенность клиентов. Руководящие принципы обработки жалоб определяют эффективный процесс обработки жалоб, который обеспечит справедливый результат на рынке, а также даст производителям возможность распознавать и решать систематические потребительские проблемы. Стандарт предоставляет основные элементы для рассмотрения жалоб внутри организации – от первоначального поступления до окончательной оценки удовлетворенности потребителей, в том числе связанных с электронной торговлей.*

Стандарты ISO гарантируют, что бизнес-операции максимально эффективны, повышают производительность и помогают компаниям получать доступ к новым рынкам.

Международные стандарты – это стратегические инструменты и рекомендации, которые помогут предприятиям решать некоторые сложные задачи современного бизнеса. Они обеспечивают эффективную деятельность, повышают производительность и помогают выйти на новые рынки.

Малому и среднему бизнесу стандарты помогают:

- повысить уровень потребительского доверия, означающего надежность и безопасность продуктов;
- улучшить качество товаров и услуг;
- обеспечить конкурентные преимущества;
- отвечать требованиям государственной власти с меньшими издержками;
- снижать издержки на протяжении всего производственного процесса;
- принимать участие в международных тендерах;
- увеличивать долю рынка по всему миру;
- снизить негативное воздействие на окружающую среду.

Интересно отметить, что сегодня разработаны стандарты для тех, кто разрабатывает руководства, относящиеся к сфере услуг: Руководства ISO/IEC 76, *Разработка стандартов на услуги – Рекомендации по решению проблем потребителей.*

ПРЕИМУЩЕСТВА СТАНДАРТИЗАЦИИ ДЛЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Сегодня, люди активно используют блага цивилизации и не задумываются, например, над следующими вопросами:

- Почему можно использовать свою банковскую карту почти в любой точке мира?
- Почему можно смотреть видеоматериалы (MPEG), доставленные через Интернет на любом из компьютеров, к которым у вас есть доступ?
- Почему, игрушка в руках вашего ребенка не имеет острых краев?
- Почему вы были уверены, что импортированная упакованная еда, которую вы едите, является свежей и безопасной?

Международные стандарты ISO касаются каждого: от применения банковской карты за рубежом, до детской игрушки, которая не будет иметь острых краев. Стандарты ISO применяются во всем мире и содержат спецификации для продуктов и услуг, позволяющие им работать согласно ожиданиям потребителей. Более того, они способствуют удовлетворению потребностей потребителей. Поэтому потребности потребителей играют важную роль в разработке стандартов.

Чтобы гарантировать, что преимущества Международных стандартов ISO максимально широки, ISO создала специальный Комитет по потребительской политике (COPOLCO - ISO's Committee on Consumer Policy), который занимается привлечением потребителей к стандартизации.

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Стандарты ISO охватывают все аспекты жизнедеятельности от социальной ответственности до экологического менеджмента, помогают решать такие вопросы, как борьба со стихийными бедствиями и устойчивое развитие.

Процесс повышения уровня социальной ответственности начался в корпорациях, представители которых осознают его важность перед обществом. На данный момент признано, что люди, планета и доход взаимосвязаны.

Ярким примером является стандарт ISO 26000 «Руководство по социальной ответственности».

i **Практическое применение**

ISO 26000:2010 содержит руководства, а не требования, соответственно, по нему нельзя сертифицировать продукцию. Разъясняет, что такое социальная ответственность, помогает компаниям и организациям повышать эффективность деятельности и внедрять методы, повышающие уровень социальной ответственности. Предназначен для всех организаций.

Разработка стандарта началась в 2010 году после 5 лет переговоров. Представители правительства, неправительственных организаций, промышленности, потребительских групп и профсоюзных организаций по всему миру были вовлечены в процесс разработки.

Стандарт был разработан рабочей группой из 500 экспертов. После публикации стандарта рабочая группа была расформирована. Однако руководство рабочей группы оказывает поддержку и предоставляет заключения пользователям, в настоящее время под названием «Пост-публикационная организация».

Кроме того, стандарт по социальной ответственности стал образцом для создания такого важного стандарта как ISO 37001 по системам менеджмента борьбы со взяточничеством, разработанный для формирования культуры честности, прозрачности и единства в организациях.

Уязвимые группы населения

Безопасное обеспечение продуктами и услугами как детей, так и пожилых людей, и инвалидов является приоритетной задачей COPOLCO. Работа в данной сфере подразумевает обеспечение безопасности продукции и защиту окружающей среды для данных групп населения, а также предоставление доступа к информационным технологиям.

Примером является ISO/IEC Guide 71:2014, *Руководство по решению проблем получения доступа к стандартам*.

i Факты и цифры

По данным ВОЗ более миллиарда человек живут с той или иной формой инвалидности. Это соответствует примерно 15% мирового населения. Более 110 млн (2,2%) и менее 190 млн (3,8%) человек не моложе 15-ти лет имеют значительные сложности в повседневной деятельности. Более того, количество людей, имеющих инвалидность, увеличивается, в частности, за счет стареющего населения и роста хронических заболеваний.

Данные стандарты объясняют важность понятия доступности. Доступность – это вопрос не только лиц с ограниченными возможностями. Доступность и удобство использования продукции, услуг и систем приобретают все большее значение для всех.

Безопасность продукции

ISO разрабатывает международные руководства, которые охватывают все аспекты продовольственной безопасности, включая процедуры отзыва продукции производителями, продовольственную безопасность, детские товары, международную торговлю и руководства для потребителей по безопасности продукции.

Например, стандарты **по безопасности игрушек**. В Соединенных Штатах Америки представители потребителей внесли значительный вклад в разработку изменений к ASTM F963 по безопасности игрушек (**ASTM F963-16 «Стандартные**

технические условия для обеспечения безопасности игрушек»). Они предоставили данные, которые помогли сформировать обновленные стандарт, например:

- новые требования по безопасности батарей;
- доработаны требования, предъявляемые к игрушкам для метания;
- описание методов определения прочности магнитов при сжатии;
- новые требования к материалам и игрушек, которые могут расширяться при случайном заглатывании;
- объяснения к требованиям, связанным с использованием тяжелых элементов при изготовлении игрушек.

Стандарты **по безопасности продуктов питания**. ISO 22000: 2005, Системы управления безопасностью пищевых продуктов. Требования к любой организации в пищевой цепи. Предоставляет основные рекомендации для организации в пищевой цепи, чтобы продемонстрировать свою способность контролировать безопасность пищевых продуктов. Применимо ко всем организациям, независимо от размера.

ISO 22 000 – это комплекс правил, научно-обоснованная система менеджмента на предприятии, используя которую можно контролировать опасные факторы при изготовлении пищевой продукции, обеспечивать производство соответствующей требованиям стандартов продукции. Таким образом, потребители могут быть уверены в 100% гарантии безопасности приобретаемых товаров или услуг.

Стандарты **по безопасности упаковки**. ISO 8317 Упаковка, откупоривание которой недоступно детям, содержит требования и процедуры тестирования для повторно закрываемых упаковок, также включают метод тестирования для взрослых в возрасте от 50 до 70 лет, тем самым обеспечивая не только меру эффективности в ограничении доступа детей, но и взрослыми.

Дорожная безопасность

ДТП являются главной причиной гибели молодых людей по всему миру, поэтому повышение безопасности дорог является ключевой задачей для правительств. ISO работает над решением данной задачи посредством разработки сотни стандартов, напрямую связанных с безопасностью дорожного движения.

i Факты и цифры

Каждые 30 секунд в мире один человек гибнет в дорожно-транспортном происшествии, что составляет более 1,2 млн человек в год. 50 миллионов получают травмы средней или более высокой тяжести.

ISO 39001:2012 определяет требования к системе управления безопасностью дорожного движения, позволяющей организации, которая взаимодействует с системой дорожного движения, снизить смертность и серьезные травмы, связанные с дорожно-транспортными происшествиями, на которые она может повлиять.

Кроме того, существуют **стандарты на водные знаки и пляжные флаги**. Один из японских делегатов в рабочей группе в комитете ИСО по графическим символам предоставил отчет о последствиях цунами в марте 2011 года. Важно отметить, что система предупреждений о цунами, разработанная ранее в этой рабочей группе в рамках стандарта ISO 20712-3 «Руководство по использованию знаков безопасности воды и пляжных флагов», сыграла главную роль в спасении жизней.

Удовлетворение потребителей

ISO имеет целый ряд стандартов, касающихся всех аспектов удовлетворенности клиентов, от кодексов поведения до рассмотрения жалоб и споров.

i Практическое применение

ISO 10002, Удовлетворенность клиентов. Руководящие принципы обработки жалоб определяют эффективный процесс обработки жалоб, который обеспечит справедливый результат на рынке, а также дает предпринимателям возможность распознавать и решать систематические потребительские проблемы. Стандарт предоставляет основные элементы для рассмотрения жалоб внутри организации – от первоначального поступления до окончательной оценки удовлетворенности потребителя, включая электронную торговлю.

 **Дополнительные материалы по теме:**

1. Руководство ООН по защите прав потребителей
http://www.un.org/esa/sustdev/publications/consumption_en.pdf
2. Economic benefits of standards
https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/archive/pdf/en/ebs_case_studies_factsheets.pdf
3. ИСО 37001 – Системы менеджмента борьбы со взяточничеством
<https://www.iso.org/ru/iso-37001-anti-bribery-management.html>
4. Коды стран – ИСО 3166 <https://www.iso.org/ru/iso-3166-country-codes.html>

ЛЕКЦИЯ 17. МЕНЕДЖМЕНТ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

- 17.1. Развитие торгового менеджмента. Истории успеха
 - 17.2. Успешные подходы к управлению торговыми предприятиями
 - 17.3. Процессный подход к управлению
 - 17.4. Проблемы развития международного бизнеса в Украине
-

РАЗВИТИЕ ТОРГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТА. ИСТОРИИ УСПЕХА

Любая компания, которая продает на рынке услуги или товары, должна отдавать себе отчет в том, что у сегодняшнего потребителя есть огромный выбор. Магазины предлагают товара больше, чем они это делали всего несколько лет тому назад. И даже находясь дома покупатель может совершать покупки по Интернету или телевизионным каналам, по каталогу или телефону у агентов.

В то время как конкуренция ужесточается, количество потребителей не увеличивается. Компании открывают новые магазины быстрее, чем увеличивается население. Все эксперты едины во мнении, что наше общество перегружено розничной торговлей.

Все чаще бизнес открывают не для того, чтобы обслуживать клиентов на новых рынках, а скорее, чтобы отбить клиентов у конкурентов. По мере усиления конкуренции возникает потребность в новых подходах, обеспечивающих конкурентное преимущество.

Рассмотрим ключевые фигуры, стоявшие у истоков менеджмента в торговле.

ФРЭНК ВУЛВОРТ (FRANK WINFIELD WOOLWORTH)

Юноша из деревни в возрасте 21 года устроился помощником продавца в небольшой магазинчик. В то время цена на товары в магазинах, расставленные на прилавке за продавцом, не указывалась. Продавец «на глаз» определял платежеспособность покупателя и называл свою цену. Далее покупатель или торговался, или уходил.

Фрэнк совсем не умел и очень боялся зазывать покупателей, расхваливать товар, и торговаться. Настолько боялся, что однажды даже упал в обморок прямо во время

работы. В наказание владелец магазина оставил его торговать одного на целый день, пригрозив, что, если выручка будет меньше обычной дневной, он его уволит.

I am the world's worst salesman, therefore, I must make it easy for people to buy

Frank Winfield Woolworth

Перед открытием магазина Фрэнк прикрепил ко всем товарам бумажку с минимально возможной ценой (прообраз современного ценника). Весь залежавшийся товар, сваленный на складе, он выложил на огромный стол, прикрепив к нему табличку с надписью: «Все по пять центов». Стол он поставил около окна так, что и товар, и табличку было видно с улицы. И трясясь от страха стал ждать покупателей, спрятавшись за прилавком.

Весь товар был раскуплен за несколько часов, а выручка за день была равна недельной. Покупатели, подержав товар в руках и увидев написанную на нем цену, не торгуясь отдавали деньги. Фрэнк ушёл от хозяина, занял денег и открыл свой магазин. В 1919 г. империя Вулворта состояла из тысячи магазинов, а личное состояние Фрэнка составляло примерно 65 миллионов.

Изобретатель ценников, разработал собственную стратегию, противоречащую всем негласным законам торговли того времени. Его подход базировался на таких особенностях:

- размещал товары на полках, доступных покупателю, с указанием цены;
- менял выкладку товаров каждые две недели;
- устраивал распродажи, как только замечал, что спрос на товар падает;
- нанимал неквалифицированный персонал, в обязанности которого входил только контроль наличия достаточного количества товара на полках;
- клиентов обслуживал один или несколько кассиров на выходе из магазина, куда подходили покупатели с уже выбранными товарами;
- заключал прямые договора с производителями товаров, отказавшись от услуг посредников;
- ввел жесточайший режим экономии на всём;

- установил режим ежедневной отчётности для более быстрого реагирования на изменение конъюнктуры рынка.

Фрэнк был первым, кто частично автоматизировал и улучшил процесс продаж. Именно Вулворта называют отцом супермаркетов.

СЭМ УОЛТОН (SAMUEL MOORE WALTON)

Основатель сети «Wal-Mart» сформулировал свои 10 универсальных заповедей успеха:

1. Будьте преданы бизнесу.
2. Делитесь прибылью с партнерами (так он называл персонал магазина).
3. Мотивируйте партнеров.
4. Обсуждайте с партнерами проблемы.
5. Цените то, что делают партнеры.
6. Празднуйте успех.
7. Выслушивайте каждого партнера.
8. Предвосхищайте ожидания клиентов.
9. Контролируйте расходы.
10. Плывайте над течением.

Стоит обратить внимание, часть этих заповедей относится к партнерам. Уолтон как можно чаще встречался с сотрудниками компании и требовал того же от своего менеджмента и совета директоров.



*"There is only one boss.
The customer. And he
can fire everybody in the
company from the
chairman on down,
simply by spending his
money somewhere else."*

Sam Walton

«Самые лучшие идеи поступали к нам от клерков и складских рабочих (среди них — бесплатный паркинг у магазина и разрешение вывозить тележки с товаром прямо к автомобилю). Если вы позаботитесь о служащих магазинов, то и они, в свою очередь, точно так же будут заботиться о клиентах», — говорил Уолтон.

Однако одной из ключевых идей Уолтона также было оказание постоянного давления на поставщиков.

Продавец, поступая на работу в любой из магазинов «Wal-Mart», клянется всегда, когда покупатель окажется рядом с ним на расстоянии 10 шагов, улыбнуться ему и спросить, не нужна ли помощь.

«Чем больше становятся универмаги «Wal-Mart», тем больше мы должны избегать гигантомании, сохраняя атмосферу небольшого магазинчика», — одно из утверждений Сэма Уолтона.

Джон Джейс (JOHN F. GEISSE)

Основатель сети Target заложил в основу своего успеха следующие 5 принципов:

1. Чистые магазины.
2. Хорошее освещение.
3. Товары хорошего качества со скидкой.
4. Одежда от известных дизайнеров под маркой Target.
5. Быстрое качественное обслуживание.

УСПЕШНЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ТОРГОВЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ

Согласно исследованиям Нитина Нория (Nitin Nohria) компании, которые реализовали 4 первых принципа и 2 из второй четверки, были самыми успешными в период 1980-2010 годов.

Принципы успеха:

1. Разработка ясного стратегического плана.
2. Совершенствование выполнения операций.

3. Создание культуры, ориентированной на повышение результативности.
4. Построение подвижной, гибкой плоской структуры организации.
5. Сохранение людей, проявивших талант и привлечение новых профессионалов.
6. Верность руководства успеху дела.
7. Разработка новшеств, способных принципиально изменить индустрию.
8. Осуществление роста за счет слияния компаний и заключения новых партнерских отношений.

Остановимся подробнее на успешных подходах. Разработка ясного стратегического плана. Успешная стратегия любого из победителей состоит из 5 элементов:

1. Ясная сфокусированная стратегия и понятная покупателям концепция ценностей.

Например, магазины Target — это хорошее обслуживание, чистые просторные магазины, товары по низким, но не слишком, ценам. Компания сотрудничает со всемирно известными дизайнерами, чтобы делать одежду под своей маркой.

2. Стратегия разрабатывается от клиентов и партнеров.

Прежде чем открывать свой первый магазин, основатели Target проинтервьюировали сотни покупателей.

3. Постоянное обновление информации.
4. Сделать так, чтобы успешная стратегия распространялась на все бизнесы.
5. Стратегия должна быть ясной и понятной для акционеров.

Совершенствование выполнения операций состоит из следующих принципов:

9. Постоянно обеспечивать потребителя услугами и товарами, отвечающим его ожиданиям.
10. Завоевание лояльности потребителей к торговой марке фирмы при взаимодействии с клиентами.
11. Увеличение продуктивности, исключение напрасных расходов.

Создание культуры, ориентированной на повышение результативности, базируется на следующих принципах:

1. Поощряйте инициативу сотрудников и гордость за свою компанию.
2. Обучайте кадры внутри компании.
3. Награды за достижения в виде похвал и премий.
4. Создание атмосферы удовлетворенности и радости от общего труда.
5. Установление ясных и четких ценностей и требование к работникам подчиняться им.

Борьба с бюрократией, подразумевает следующие принципы:

1. Исключение структур, дублирующих друг друга.
2. Необходимость поддерживать творческую и финансовую заинтересованность лучших специалистов.
3. Члены совета директоров обязательно должны быть акционерами компании.

Для растущего числа компаний таким новым подходом стала наука торговать. Разработанная Пако Андерхиллом (Paco Underhill) наука торговать раскрывает, почему потребители покупают и почему они этого не делают.

В большинстве своем проблемы розничной торговли легко разрешимы, но их не так просто увидеть, и это не произойдет до тех пор, пока кто-то не распознает проблему. Возможно, товар размещен слишком высоко или слишком низко. Возможно, слишком узкие проходы, недостаточно освещения, вывеска слишком мала.

Сегодня покупатели стали менее лояльны к бренду, сила торговых марок ослабевает. Ранее покупатель мог выбирать товар и пользоваться им всю жизнь. Это значит, что решение о покупке покупатель все чаще принимает прямо в магазине. Успех или провал товара зависит от впечатления или от информации, которую получил покупатель. Вывески, организация полок и то, как выставлен товар, — все это влияет на решение о покупке.

Ранее в качестве исследования использовали кассовую ленту. Сейчас данная процедура значительно усложнилась. Благодаря сканированию универсальных кодов товаров, квитанций, кредитных карт, карточек лояльности, магазины и маркетологи знают гораздо больше, кто покупает и как продается товар.

Исследования Андерхилла позволили найти много интересных выводов:

- 65% мужчин, примеряющих джинсы в супермаркете, купят их, в то время как женщины составят всего 25%. Вывод: примерочных комнат в отделах мужской

одежды должно быть много, т.к. 2-е из 3-х мужчин, которые зайдут в них, выйдут оттуда, готовые совершить покупку.

- 21% покупателей приобретают компьютеры в субботу после 5 часов вечера. В то время как 4% покупок делается до 12 часов дня. Вывод: обеспечьте большее количество продавцов в субботу вечером.
- 8% покупателей используют корзины для покупок. При этом 75% из их числа действительно покупают товары. По сравнению с 34% людей, которые делают покупки, не пользуясь корзинами. Вывод: найдите способ заставить покупателя пользоваться корзинами.
- Люди отойдут от товара, который их заинтересовал, чтобы избежать того, чтобы их толкали в спину.
- Самым главным фактором, позволяющим перевести посетителя в категорию покупателя, является время, проведенное покупателем в магазине. В некоторых магазинах время, проведенное покупателем в магазине, было в 3 а то и в 4 раза больше по сравнению с тем, кто ничего не купил.
- Очень важная мера — степень соприкосновения покупателя и продавца, т.е. процент покупателей, которые имели какой-либо контакт с сотрудниками магазина. Чем больше покупатель контактирует с сотрудниками магазина — тем больше товара он покупает.
- Мера ожидания — очень важный фактор. Когда покупатели слишком долго стоят в очереди, их общее впечатление от уровня услуг неизменно падает. Часто проектировщики торговых площадей не учитывают, что у людей всего 2 руки. Существуют пределы, сколько человек может прочесть при ходьбе, сколько товаров он готов нести в руках... Как только люди входят в магазин, как правило никто не останавливается из-за нежелания быть затоптанным, происходит адаптация под освещение и температуру помещения. Если в этой зоне будут находиться товары — то покупатели их не увидят, если там висят вывески — покупатели их не прочитают. В маленьких магазинах, где подобная зона будет роскошью для сокращения времени на адаптацию можно приветствовать покупателя — используются мелодия или звон во время открывания двери, специальное освещение, купоны для приобретения товара (скидка). Можно вынести стенды с товаром на автостоянку.
- Как правило, у покупателя свободна одна рука, вторая занята портфелем, одеждой и т.п. Как только покупатель выберет 1 или 2 товара, он больше не сможет покупать. Если обучить персонал предлагать корзину покупателю, который держит в руках более 3-х предметов, это незамедлительно увеличит размер средней покупки. Как вариант, можно разместить корзины на полках или расставить в магазине.
- Покупателям не удается читать вывески в идеальных условиях. Каждый магазин является картой зон, где вывески будут читабельны. Для начала нужно сделать карту этих зон, прежде чем поместить хоть одну из этих вывесок. В одной зоне люди будут ходить быстро, а в другой медленно. Например, в зоне, где продается масло для машин, люди будут думать о своих автомобилях, поэтому можно сделать сообщение о других товарах для

автомобиля. Возле кассы люди проведут минимум 90 секунд, а это даст возможность для более длинного сообщения.

- Максимальная длина сообщения должна читаться не более 12 секунд.
 - Вывеска должна быть на уровне взгляда покупателя.
 - Вывески на окне или дверном проеме должны читаться за 1 секунду (2-3 слова).
-
- Покупатель фактически всегда при входе в супермаркет поворачивает направо! Фактически всегда люди стараются достать товары, помещенные справа. Самый популярный продукт нужно помещать перед глазами покупателя. А товар, который вы хотите сделать популярным, должен лежать справа.
 - Возможность присесть в магазине часто увеличивает продажи в случае, если человека кто-то сопровождает. Возможность присесть дает шанс не торопить покупателя и увеличивает шанс совершения покупки.
 - Покупатель-мужчина чаще всего предпочтет уйти из магазина, чем попросить о помощи. Если мужчина идет в примерочную с вещью, то единственной причиной, по которой он ее не купит, чаще всего является то, что она не подходит ему по размеру.
 - Мужчины-покупатели любят получать информацию из письменных источников.
 - Женщины тратят меньше времени и меньше денег, когда они идут вместе с мужчинами.
 - Почти не запланированная покупка является результатом осязания, звука, запаха или опробования чего-то в магазине.
 - Любой контакт с представителем магазина увеличивает вероятность покупки.
 - Выгодная сделка. 4 Пары за 20 долларов звучит лучше, чем нормальная цена по 5 долларов.
 - 90% новых продуктовых товаров не покупаются потому, что покупатель ничего не знает о их вкусе.
 - Покупатели, которые разговаривают с продавцом и примеряют одежду, в 2 раза чаще ее купят. Когда покупатель ждет 1,5 минуты, чувство времени их не подводит, но после 90 секунд оно становится преувеличенным. На этом этапе настроение покупателя резко меняется с радостно взволнованного на раздраженно разочарованное.
 - Если ожидание длится слишком долго, покупатель просто оставляет товар и уходит. Как только сотрудник магазина вступает в контакт с покупателем, время, как кажется покупателю, проходит быстрее. Как решение дается информация о времени ожидания. Просмотр видео на мониторе также может послужить решением данной проблемы.


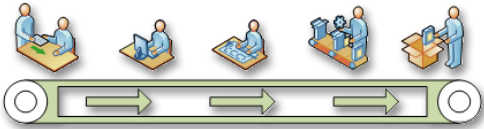
ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД В УПРАВЛЕНИИ

Чем может быть полезен процессный подход?

К сожалению многие компании не всегда системно выстраивают свой бизнес и из-за этого подвергают себя рискам, которые легко можно было бы оптимизировать. В таблице 12 представлено отличия процессного управления от аморфного.

Таблица 12

Отличия аморфного от процессного управления

Аморфное управление	Процессное управление
<ol style="list-style-type: none">одна и та же задача в разные периоды времени, разными сотрудниками может решаться по-разному;неравномерная загруженность ресурса;большие потери времени при выполнении задач;зависимость от конкретных сотрудников;непонятно чем заняты сотрудники. 	<ol style="list-style-type: none">работа по четко установленному регламенту;сокращение времени на типовые операции;сотрудники точно знают, что им делать;прозрачность деятельности сотрудников;существенно большее количество эффективно обрабатываемых задач. 

***Бизнес-процесс** – это совокупность последовательных, четко ориентированных во времени и пространстве действий/шагов, которые находятся в зоне ответственности конкретных участников бизнес-процесса и приводят к определенному (необходимому, ценному для организации) результату.*

То есть, **это стандартный набор действий, который выполняются в компании для получения заданного результата.**

Процессов в компании много, с этой целью их распределяют на основные процессы и вспомогательные. Оптимальное количество основных процессов 7+/-2, а вспомогательных 5+/-2.

Через основные процессы проходят предоставляемые услуги и их компоненты. Это те процессы, которые находятся под непосредственным контролем руководителя. Этим объяснимо и их число, высший руководитель, как любой человек, не может эффективно руководить и воспринимать информацию от большего количества основных направлений деятельности.

***Вспомогательные процессы** – напрямую не контактируют с предоставляемыми услугами, они предназначены для обеспечения нормального функционирования основных процессов.*

Так, вспомогательные процессы обеспечивают работу основных процессов.

В менеджменте преобладают два основных подхода к анализу и построению деятельности организации:

- функциональный;
- процессный.

Прежде всего, необходимо отметить, что и функции (подразделения), и процессы существуют в любой организации независимо от подходов, применяемых в менеджменте.

Следуя логике функционального подхода, вся организация рассматривается как набор самостоятельных функций (подразделений), специализирующихся на выполнении отдельных работ. Эти функции пронизываются вертикальными связями иерархической системы подчиненности.

Отличительная особенность такого подхода – акцент на оценку, анализ и оптимизацию функции (работы подразделения). При этом предполагается, что оптимизированная работа каждого подразделения однозначно приведет к оптимальной работе организации в целом.

Применение процессного подхода подразумевает акцент на процессы, выполняемые организацией для достижения главных целей. При этом подразделения рассматриваются не как структурные единицы со своими обособленными целями, а как участники единого бизнес-процесса.

Деятельность всей организации рассматривается как комплекс (сеть) взаимосвязанных процессов. Оценка, анализ и оптимизация проводятся по отношению к процессу в целом, невзирая на возможное снижение эффективности работы отдельной функции (подразделения), ради повышения эффективности всего процесса и создания продукции (результата процесса), более ценной для потребителя.

На практике чаще всего встречается сочетание этих двух подходов при превалировании одного из них. Это часто является источником разногласий и проблем.

i *Пример*

Руководитель, оптимизирующий деятельность своего подразделения исходя из его функций и без оглядки на других участников процесса (т.е. исповедуя функциональный подход), входит в противоречие с менеджером, отвечающим за реализацию договора с конкретным заказчиком, то есть за процесс в целом.

Преимущество процессного подхода состоит в непрерывности управления, которое он обеспечивает на стыке отдельных процессов в рамках их системы, а также при их комбинации и взаимодействии.

Отметим, что переход на процессное управление не означает полного отказа от функциональной структуры организации. При построении системы менеджмента организационная структура может оставаться функциональной. Принятие процессного подхода – это, прежде всего, изменение мышления руководителей и работников и расстановка новых акцентов в менеджерской деятельности: главным становится весь процесс, адресованный потребителю, а не удобство работы отдельных подразделений.

Основной выгодой при применении процессного подхода является разрушение невидимых барьеров между подразделениями. Таким образом, в первую очередь при анализе и улучшении надо рассматривать кросс-функциональные процессы.

Обычно это макропроцессы организации. Участниками этих процессов являются многие подразделения организации, результат которых передается внешнему потребителю и составляет главную цель деятельности организации (рис. 29).

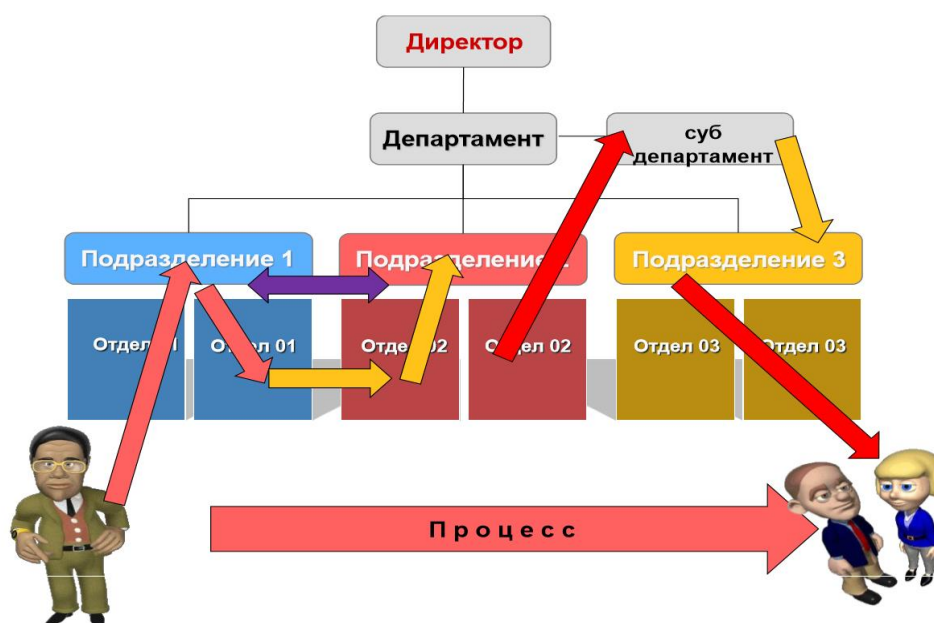


Рис. 29. Процесс в функциональной структуре

Процессный подход достаточно популярен в современной бизнес среде, но, несмотря на это, качество процессов в отечественных компаниях – невысокое. И это одна из главных бед украинского бизнеса и его низкой конкурентоспособности в мире.

Процессный подход эффективен при качественной его реализации, грамотном и простом описании процессов.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА В УКРАИНЕ

В дополнение к политическим и экономическим факторам следует добавить так же особенности ведения украинского бизнеса и торговли исходя из традиций и сформированного менталитета. Важно не упустить из поля внимания данные особенности, так как они могут существенно изменить базовую концепцию построения торгового бизнеса.

Ниже приведены основные особенности, которые следует учитывать:

1. «Продавец всегда прав!» (ментальность торговцев, а не производителей)

Все то, что в мире принято считать клиентоориентированностью, в понимании многих отечественных предпринимателей до сих пор не присутствует.

Все таким же сильным остается желание получить финансовый результат, а не какой-либо новый продукт.

По-прежнему уровень прибыли остается важным показателем эффективной работы, а не численность клиентов (более того, довольных клиентов, готовых возвращаться вновь и вновь) в настоящий момент и в будущем.

Часто управляют бизнесом, делая краткосрочные планы, не рассчитывая долгосрочные. На многих предприятиях делают ставку на физические свойства продукта, а не на желание потребителя и установления крепких эмоциональных связей с ним (отсутствует понимание качества для потребителя).

Не происходит развитие маркетинга и менеджмента, либо происходит, но не так, как этого требует бизнес.

2. Сопротивление изменениям

Любое внедрение инноваций болезненно воспринимается сотрудниками организации, они не готовы к экспериментам, но при этом стремятся к совершенству. Однако, когда технологическое развитие идет вперед огромными шагами, невозможно делать все правильно и в совершенстве, особенно игнорируя технологический прогресс и нововведения. Во всем мире перфекционизм меняется на культуру длительного совершенствования.

3. Замкнутое мировоззрение

Мир гораздо шире, чем та страна, в которой располагается конкретная компания. Если она желает быть первой и хочет уверенно чувствовать себя на рынке, необходимо знать, каким видом деятельности занимаются лучшие и первые компании мира, и какие новаторства появляются, непосредственно, в занимаемой Вами нише. Речь, в данном случае, идет о постоянном проведении маркетинговых исследований, промышленных исследований на международной арене, и это должны делать как международные, так и национальные компании.

4. Реклама остается двигателем бизнеса

Модель – реклама, затем маркетинг, а потом инновации в западных странах уже в прошлом. И только в странах постсоветского пространства предприниматели все еще делают ставку на продажи.

5. Бюрократия вместо выстраивания отношений

Очень слабыми местами отечественных бизнесменов являются такие понятия, как управление карьерой, лидерство, управление контактами, персональное брендинг и прочее. Пиар воспринимается как самовосхваление, но именно так происходит контакт с обществом. Формируется некая экосистема предпринимательства, которая разрешит эту проблему.

6. Ирония к предпринимателям

В экономически развитых странах предприниматель – это источник новаторства, органы, регулирующие предпринимательскую деятельность, уважают и чтят этих людей.

7. Контроль как основа управления кадрами

Какой смысл тотально контролировать своих сотрудников? Пытаться вписать людей в определенные рамки, вместо того чтобы подойти индивидуально к подбору работы. Показатели нужно использовать для аналитики, для понимания самих процессов, они не должны являться самоцелью, но системой управления тоже не должны быть. Ведь не показатели принимают правильные решения, а люди. Для того, чтобы люди принимали правильные решения, надо, прежде всего, убедиться, что есть понимание общих целей компании, а также есть инструменты, знания, умения, которые помогут изменить в лучшую сторону их суждения. Важно грамотно использовать системы мотивации, развитие корпоративной культуры, формирование ценностей сотрудников.

Показатели – это как приборная панель на автомобиле. Если Вы будете смотреть на спидометр, а не на шоссе, есть большой шанс, что Вы разобьете автомобиль и сами погибните.

8. Зачем исследовать, если можно купить?

Отсутствие доступности аналитической информации является минусом для заинтересованных в ней лиц. Некоторые компании решаются на покупку готового бизнес-плана, что крайне негативно сказывается на развитии бизнеса. Допускается

продажа маркетинговых исследований, но не планов развития бизнеса. В этом случае, где бизнес-модель инноваций и навыки собственников и управленцев бизнеса?

9. Один в поле воин

Есть мнение, что отечественные специалисты не умеют работать в группах. Возможно, это результат индивидуализации и большого ума. Атрибутами периода мгновенного технологического развития, тем не менее, являются корпоративный разум и краудсорсинг.

10. Стихийное управление важнее планирования

Украина и страны СНГ только учатся разрабатывать стратегические планы, а в это время компании Запада ищут возможности и выходят на международную арену. Отметим, что среди заказов консалтинговых компаний наиболее частый и дорогостоящий – «разработка стратегии развития бизнеса».



Дополнительные материалы по теме:

1. *Business Processes: From Reengineering to Management*" by Howard Smith and Peter Fingar; CXO Media — Darwin, 01 Mar 2003
2. *"Harvard Business Review on Change"* by Bill Munck, Robert Kegan, Lisa Laskow Lahe, Debra E. Meyerson, Donald Sull, Katherine M. Hudson, Paul F. Levy – 2016.
3. *"Business Process Management: Practical Guidelines to Successful Implementations"* by John Jeston, Johan Nelis – 2008,

ЛЕКЦИЯ 18. ЮРИДИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

- 18.1. Роль международного сопровождения (пример: поставки из Китая)
 - 18.2. Юридическое сопровождение международных сделок
 - 18.3. Выбор юриста для международного сопровождения
 - 18.4. Роль международной торговой палаты в сопровождении международного бизнеса
 - 18.5. Сущность международного судебного разбирательства. Международный коммерческий арбитраж
-

РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ (ПРИМЕР: ПОСТАВКИ ИЗ КИТАЯ)

Каждой организации, занятой во внешнеэкономических операциях, приходится осваивать значительное количество новых задач, с которыми компания, работая на внутреннем рынке не сталкивалась. В числе таких задач – подготовка документации по правилам новым для сотрудников и руководства компании, что предполагает учёт многочисленных нормативных и законодательных актов, содержащих требования к участникам внешнеэкономической деятельности.

***ВЭД** — это сфера хозяйственной деятельности организации, где непрофессионализм и отсутствие опыта могут стать причиной серьезных затруднений на пути к поставленным целям и задачам.*

В связи с этим возникает вопрос:

- как минимизировать риски допущения ошибок в работе с документами, получить качественную экспертную и юридическую помощь?

- целесообразно обратиться к услуге международного сопровождения.

Приняв решение о выборе «помощников» важно внимательно подойти к процедуре их выбора, так как мошенничество в этой сфере широко распространено.

Для более детального понимания сути вопроса, рассмотрим роль международного сопровождения при организации поставок из Китая. Китай был выбран для примера не случайно, Китай сегодня заслуженно носит звание первой экономики мира, чьи темпы развития не сравнятся ни с одной страной мира. Конечно, украинские предприниматели заинтересованы в осуществлении международных сделок с представителями этой стороны.

Привлекательными аспектами в сотрудничестве с Китаем несомненно выступает дружественный для предпринимателей инвестиционный климат, высокая технологичность при изготовлении товаров. В этой стране возможно найти удачные комбинации цена плюс качество, инженерия и научные исследования так же развиваются значительными темпами. Экспортный потенциал Китая на сегодня сложно переоценить, значительная доля товаров имеет лейбл «Made in China». Это и мобильные телефоны, сталь, аграрная продукция, игрушки, одежда, прочее. Таким образом, на товарах из Поднебесной можно заработать быстро и много.

Но, следует отметить тот факт, что при выходе на рынок Китая 80% украинских компаний постигает неудача. Компании часто сталкиваются с безвозвратной потерей денег, походами по судам и конфликтами.

Причиной тому является значительное присутствие на рынке мошенников, недобросовестных контрагентов и псевдо-производителей. Рассмотрим самые распространенные виды мошенничества:

1. СКАММЕРЫ

Среди китайских компаний не принято без предварительной оплаты отправлять товар заказчику (обычно оплачивается 30% поставки, оставшиеся 70% перед отгрузкой товара покупателю). Такой практикой пользуются «скаммеры». Мошенничество подразумевает исчезновение подставного поставщика сразу после получения оплаты.

2. ИЗМЕНЕНИЕ ЦЕНЫ НА ЗАКАЗАННЫЙ ТОВАР СРАЗУ ПОСЛЕ ВНЕСЕНИЯ ПРЕДОПЛАТЫ

Такая хитрость с условиями поставки – распространённый трюк. При этом товар не будет отправлен без доплаты, но и первоначальная сумма при отказе не возвращается.

3. СУЩЕСТВЕННО РАЗЛИЧНАЯ ЦЕНА НА ПРОБНЫЙ И ОСНОВНОЙ ЗАКАЗ

Под предложениями изменения цен на сырьё или труд, валютные колебания и т.п. китайцы могут существенно поднять прайс за основную партию.

4. НЕКАЧЕСТВЕННАЯ ПРОДУКЦИЯ

Ожидания покупателя и то, что он видит при получении груза, не всегда совпадают. В контейнере из Китая может находиться некачественная продукция – брак, контрафакт, на скорую руку сделанные вещи. Китайцы часто руководствуются принципом: «бери, что дают».

5. РАБОТА С ПОДСТАВНОЙ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ КОМПАНИЕЙ

В данном случае приобретается фирма-банкрот, на чьё имя можно принять как груз, так и оплату. А клиент лишается и того, и другого.

6. ВОРОВСТВО СО СТОРОНЫ ПОСТАВЩИКА

Как правило случается при долгосрочном партнёрстве. Воровство со стороны поставщика, как правило, принимает формы экономии на материалах: обувные подошвы, становятся жестче, цвет корпуса техники теряет белизну, покрывало становится тоньше, кабель электроприбора – короче, соотношение шерсти и синтетики в одежде сместилось к преобладанию последней, прочее.

7. ПРОВЕДЕНИЕ ОПЛАТЫ НА ЛИЧНЫЙ СЧЁТ

Сторона-партнёр предлагает расчёт через PayPal или Western Union, при этом перевод делается не на счёт компании. На таких условиях, высока вероятность того, что деньги уйдут не по назначению, а компания, соответственно, не отгрузит товар.

8. ОФШОР

При настойчивом выборе китайским продавцом с материка расчёта через офшор в Гонконге также следует задуматься, весьма вероятно, что это обман.

9. НАЗВАНИЯ КОМПАНИЙ-ПАРТНЕРОВ

Часто встречается и ситуация при которой название компании-партнера в своей англоязычной транскрипции расходятся с официально зарегистрированными

китайскими наименованиями. Эта деталь оборачивается против покупателя в случае судебного разбирательства и не оставляет шансов отстоять свои права. В случае неверного написания имени компании-ответчика китайский суд такой иск не рассмотрит.

Учитывая выше перечисленное, компаниям следует быть внимательными при организации сотрудничества с китайскими партнерами, а также не игнорировать помощи профессионалов в сопровождении подобных сделок, в том случае, если это финансово оправдано.

ЮРИДИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ СДЕЛОК

При организации ВЭД необходимо учитывать, как традиционные практики, существующие в международной торговле, так и современное состояние права в различных странах мира, в частности, в стране происхождения партнёра.

Юридическое сопровождение международных проектов – включает, в первую очередь, проверку потенциальных иностранных партнёров, а также оценку рисков, которые несёт работа с ними.

Между внутренними сделками и международными контрактами имеется множество различий. Даже при заключении стандартного соглашения о поставке нужно обратить особое внимание на законодательство страны резиденции контрагента, правила валютного контроля для данного конкретного случая и прочие специфические моменты. Полноценное юридическое сопровождение международных сделок требует активного взаимодействия с бухгалтерией и логистическим департаментом.

Основные задачи международного сопровождения проектов, которые целесообразно предоставлять независимым экспертам и юристам по ВЭД:

- организация исследований по практике заключения международных сделок и ВЭД, консультация по вопросам таможенного законодательства (пошлины, индикативные цены, нетарифное регулирование);

- представление интересов клиента в сфере таможенного оформления перед лицом соответствующего регулятора;
- консультирование в сфере валютного законодательства;
- экспертиза документов, составленных для проведения международных сделок;
- международное сопровождение при исполнении требований партнёров, полное оформление документов для заключения международных контрактов с ними;
- получение официальных документов, необходимых для толлинга.

Толлинг (от англ. tooling — механическая обработка) – представляет собой разновидность операций с давальческим сырьем и относится к категории внешнеэкономических операций. Его отличительная особенность заключается в том, что заказчиком является иностранная организация, которая ввозит сырье из-за рубежа и после переработки его российским переработчиком вывозит за рубеж готовую продукцию.

- решение вопросов по ходу реализации ВЭД, связанных с юриспруденцией, сопутствующих проблем и затруднений;
- ведение переговоров с контрагентами. Эта услуга важна так как задача состоит в том числе в убеждении второй стороны в выгодности для неё условий, предложенных заказчиком сопровождения.

Наиболее ценна роль юридического сопровождения при организации транспортировки и при поведении проверок, рассмотрим эти ситуации детальней.

ТРАНСПОРТНОЕ МЕЖДУНАРОДНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ

При организации транспортного международного сопровождения выстраивается сложная система, включающая множественные элементы процесса – организационные, экономические, правовые. Результат ВЭД на прямую зависит от своевременности транспортировки и качества её выполнения.

При международном сопровождении грузов все задачи по контролю транспортировки между странами, формальности на таможне и другим бумажным вопросам выполняются независимыми экспертами в данной сфере, в число их услуг входит:

- построение эффективных маршрутов перевозки, что повышает скорость и снижает цену на логистику;
- выбор оптимальной схемы поставок (параметры - сроки, цена, надёжность);
- внесение корректировок в существующую схему поставок с повышением её успешности и эффективности;
- выбор самого экономичного вида транспорта (железнодорожные, авиа и морские перевозки);
- построение логистических схем для сборных грузов и мультимодальных перевозок;
- организация хранения на складах консолидации;
- правильное заполнение необходимых документов на перевозимые грузы;
- международное финансовое сопровождение сделок: безопасность, оптимизация расчётов.

МЕЖДУНАРОДНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ВО ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОВЕРОК

Организация, участвующая в сделках ВЭД, должна быть готова к проведению таможенных проверок. Необходимость проверок вызвана процессом упрощения процедур перемещения товаров через границу. Сегодня активно идут процессы создания таможенных объединений и союзов, подписываются специальные соглашения. Однако контроля в области внешнеэкономической деятельности при этом не становится меньше, он смещается во времени с момента пересечения товарами границы на более поздние сроки. В любое время возможны выездные проверки, когда представители таможни приезжают в офис к участнику ВЭД, проверяют документы и получают необходимую информацию у сотрудников.

Наличие при проведении проверки международного сопровождения от юриста-эксперта желательно, ведь так он сможет подсказать клиенту, как лучше отвечать на вопросы, показывать документы, вести себя при проверке. В случае наличия при проверке нарушений со стороны таможенных органов юрист сможет своевременно на них указать клиенту. При наличии международного сопровождения общая подготовленность к проверке будет выше.

Основные преимущества наличия юридического сопровождения заключаются в следующем:

- экономия времени заказчика (легко проверить, посчитав затраты времени на общение с таможней, чтобы оценить масштаб экономии);
- компенсация необходимых знаний в области международного права и таможенного законодательства (последствия ошибок в этом направлении может быть сложно устранить в будущем).

Оплата при выполнении международного сопровождения взимается в виде процента от суммы сделок, проведённых с помощью консультантов. Стоимость для каждого конкретного случая рассчитывается индивидуально.

ВЫБОР ЮРИСТА ДЛЯ МЕЖДУНАРОДНОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ

Важно не только своевременно осознать необходимость профессионального сопровождения международных сделок (при отсутствии штатного специалиста), но и правильно осуществить подбор кандидатов, которые помогут в реализации запланированных международных коммуникаций.

Если компания маленькая и юридической работы не много, специалист в штате обычно не нужен. В случае необходимости такие компании могут нанять юриста на стороне. Выбирая правильного эксперта, следует учитывать следующее:

- самым эффективным будет узкий специалист в решении необходимой задачи (международное сопровождение проекта или международное сопровождение грузов);
- низкая стоимость на юридические услуги не должна заслонять качество, но не стоит упускать возможность проконсультироваться предварительно бесплатно.

Для того, чтобы определить уровень профессионализма юриста необходимо учитывать то, что ему требуются полные и качественные знания в нескольких областях права:

- Таможенное;
- Международное;
- Гражданское (многие принципы международного права встречаются и во внутренних законодательных актах).

Отличительной чертой профессионала в международном сопровождении является способность проконсультировать по ВЭД, ответить на любые вопросы из сферы интернационального бизнеса. Некоторые организации, участвующие в ВЭД, смогут грамотно провести международную сделку уже после ряда консультаций с таким специалистом.

У эксперта, занятого в сопровождении международного проекта, имеются опыт и знания, достаточные для того, чтобы:

- расписать в договоре права и обязанности сторон правильно;

- привести текст договора в полное соответствие с требованиями таможенных органов и законодательства;
- обнаружить имеющиеся риски по сделке и исключить или минимизировать их.

В последнее время растёт количество фирм-мошенников, предлагающих помощь юриста «бесплатно». Вариантов в Интернете можно найти множество: юридическая помощь за пять минут, акции для владельцев компаний международное сопровождение сделок.

Если клиента удаётся заманить, то такие фирмы на приёме заключают договор. Многие организации попадают на удочку и подписывают документы. По факту, суть их «юридической» работы сводится к применению приёмов нейролингвистического программирования и других хитростей психологического воздействия, международное сопровождение тут не присутствует. Типичная структура подобной компании состоит из трёх основных частей (рис. 30).

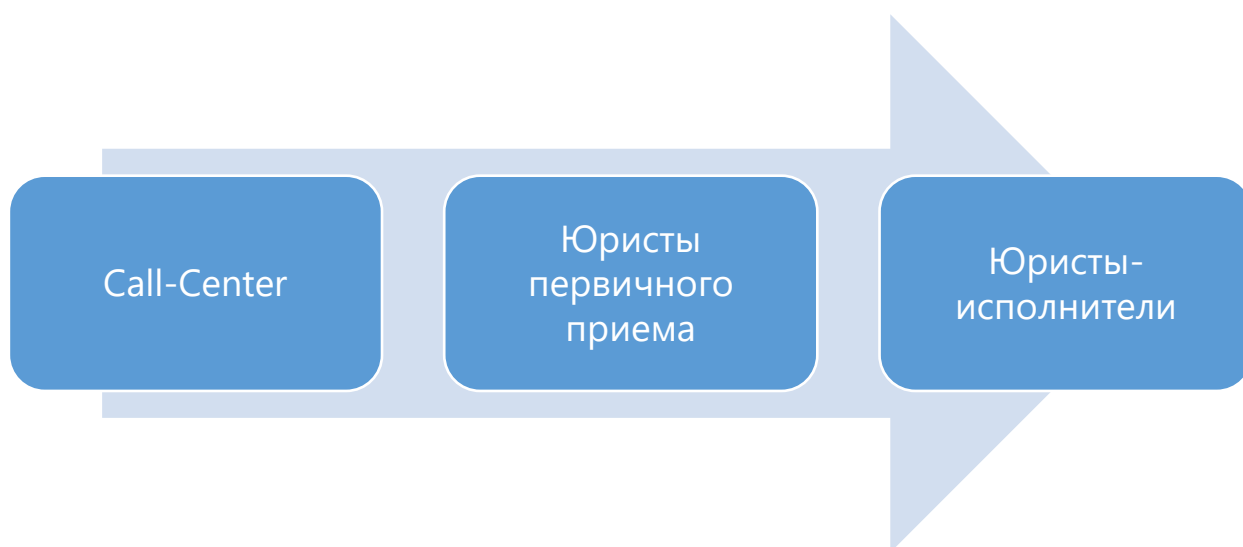


Рис. 30. Типовые структурные составляющие компании-мошенника в сфере международного сопровождения

Call-Center (Колл-Центр). Клиент, попадая на сайт юридической фирмы-мошенника, обращается к консультанту на сайте с вопросом, например, по международному сопровождению. Последний убеждает, что для полного понимания сложившейся ситуации контакта в Интернете недостаточно и необходимо связаться по телефону. По оставленным клиентом координатам перезванивает специалист из колл-центра. Главная задача – вытащить клиента на встречу в офис юридической фирмы для проведения «бесплатной» консультации.

Юристы первичного приема. Эти люди начинают работать, если клиент всё-таки попадает в офис. После того как его расслабили хорошим обращением – усадили в удобное кресло, предложили напитки и создали приятный фон из музыки и фильмов о природе – активизируются юристы первичного приёма, вызывающие доверие своей солидностью и строгим дресс-кодом. Главной целью взаимодействия с клиентом является не решение его вопросов, а скорее эмоциональное накручивание. Призывая к безотлагательному наказанию мошенников, вызывая в клиенте ярость с помощью соответствующих формулировок. В данном случае подписать договор о международном сопровождении с юридической фирмой подталкивает не квалифицированная консультация, а созданное через сгущение красок настроение спешки и т.п.

Юристы исполнители приступают к работе уже после заключения договора на оказание услуг по международному сопровождению сделок. Вопрос, с которым обращался клиент, они всё-таки решают, но качество такой работы низкое. Одновременно выполняются большие объёмы работ, как следствие количество подписанных международных сделок или выигранных дел с иностранными партнерами очень низкое.

Поэтому прежде чем что-либо подписывать, получите уточнения по всем моментам, вызывающим подозрения или вопросы.

РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВОЙ ПАЛАТЫ В СОПРОВОЖДЕНИИ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Одной из организаций, регулирующих международную торговлю, является Международная торговая палата (МТП).

*Международная торговая палата (МТП) англ. **International Chamber of Commerce (ICC)** – авторитетная всемирная организация, специализирующаяся на разработке актуальных правил и стандартов, определяющих ведение трансграничного бизнеса.*

Организация создана с целью развития торговли между странами, усиления интернационального взаимодействия между деловыми кругами. Основная деятельность МТП включает анализ, изучение обычаев и обыкновений в торговле, на основе чего в дальнейшем разрабатываются документы с обобщением этой информации, крайне важные для коммерческой практики при проведении ВЭД.

Правовые обычаи – правила поведения, которые применяются на практике настолько часто, что были признаны государственными органами как обязательные.

Примером может служить ссылка на базисные условия Инкотермс-2010 во всех внешнеторговых договорах в Польше, Украине, Испании.

Документы, которые были подготовлены МТП, широко применяются в коммерческой практике. Среди таких документов можно выделить базисные условия поставки – Инкотермс (правила толкования международных торговых терминов); унифицированные правила для документарных аккредитивов, а также по инкассо, гарантии по требованию.

Кроме того, МТП служит помощником по решению юридических вопросов, например, определению момента выполнения обязанности по передаче товара, перехода рисков порчи товара с продавца на покупателя, правильному разделению обязанностей по получению лицензий. Однако, напомним, что в круг вопросов, регулируемых Инкотермс, не входит переход права собственности. Данный документ определяет только обязанности сторон и не применяется при внутренней торговле.

Под эгидой МТП работает Международный арбитражный суд, важная инстанция, в которой рассматриваются коммерческие споры международного уровня. Существуют и другие органы, действующие при МТП:

- Бюро международного судоходства;
- Институт международного права и практики в области предпринимательства;
- Международный центр экспертиз;
- Бюро экономических преступлений;
- Бюро контрафактных расследований.

СУЩНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНОГО СУДЕБНОГО РАЗБИРАТЕЛЬСТВА. МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОММЕРЧЕСКИЙ АРБИТРАЖ

Разрешение споров посредством обращения в государственные суды или трибуналы является самым медленным, дорогостоящим и конфронтационным способом из всех сценариев разрешения споров. Опытные коммерсанты и их адвокаты часто пытаются избежать судебных исков путем проведения переговоров о включении арбитражной оговорки или оговорки об альтернативной процедуре разрешения споров в свои договоры.

Тем не менее, преимущества судебного разбирательства в качестве основного метода разрешения споров могут оказаться выгодными для стороны, имеющей особенно сильную переговорную позицию: такая сторона будет настаивать на разрешении споров в судах своей страны. Практические или экономические соображения, а также угроза оказаться втянутой в дорогостоящие судебные процедуры может отпугнуть более слабую сторону от предъявления иска в суд.

Международное судебное разбирательство, как правило, считается медленным, недружественным и дорогостоящим. Оно является технически сложным и часто требует помощи специальных профессиональных адвокатов. Кроме того, существует риск предвзятости суда в случае, если судебное решение подлежит приведению в исполнение в государстве той стороны, которая имеет то же гражданство, что и государственный суд, в котором испрашивается приведение в исполнение решения.

Решение суда является окончательным после исчерпания всех средств обжалования и подлежит исполнению в стране, в которой велось разбирательство. Тем не менее, в плане исполнимости решений в международном контексте зачастую более эффективен арбитраж, а не государственный суд, так как арбитражные решения подкрепляются ратифицированной многими странами Нью-Йоркской конвенцией о признании и приведении в исполнение иностранных арбитражных решений 1958 г. и другими региональными конвенциями о признании и приведении в исполнение арбитражных решений.

Отметим, что в некоторых случаях известная медлительность судебных разбирательств может пойти на пользу одной из сторон. Сторона, совершившая нарушение и ожидающая, что в конечном итоге она проиграет дело, может всяческими средствами тормозить рассмотрение дела в национальных судах и в максимально возможной степени откладывать вынесение решения.

Международный коммерческий арбитраж – третейский суд. Постоянно действующий, либо специально созданный для конкретного случая, его главная цель заключается в рассмотрении и разрешении по существу международного коммерческого спора, вынося решение, обязательное для сторон.

Международный арбитражный – международное учреждение, функции которого заключаются в решении международных коммерческих споров. В состав Суда входят представители 77 государств мира. Члены Суда собираются несколько раз в год на сессии, обычно проходящие в Париже в штаб-квартире Суда. Суду помогает исполнять свои функции секретариат, сотрудники которого работают на постоянной основе (около 50 человек).

Рассмотрим принципы международного коммерческого арбитража.

1. **Принцип чрезвычайной демократичности.** Международный арбитраж представляет собой общественное формирование, которое не относится к системе административных, судебных и прочих государственных органов.
2. У сторон есть возможность **влияния на любые стадии разбирательства** арбитража.
3. **Простая процедура разбирательства** – не распространяется множество процессуальных норм, что позволяет рассматривать дело достаточно быстро.
4. Обычно для арбитражного разбирательства проводятся **закрытые заседания** – для уверенности в сохранении коммерческих и производственных тайн каждой стороны.
5. Арбитражное **решение является окончательным:**
 - обязательное для выполнения сторонами арбитража;
 - не может быть пересмотрено по существу;
 - не подлежит изменению;
 - подлежит принудительному исполнению.
6. При обращении сторонами в арбитраж либо при наличии соглашения сторон об этом решении, **судебная юрисдикция исключается.**

7. У государственных судебных органов **нет права вмешательства** в деятельность арбитража.

Однако у судов есть право 2 процессуальных действий:

- Принудительные меры для предварительного обеспечения иска;
- Исполнение решения суда. Если стороны не исполняют вынесенное решение добровольно, только у национального суда существуют полномочия принудительного исполнения. В определенных случаях у национального суда есть полномочия отмены решения арбитража, если поступит соответствующее ходатайство со стороны заинтересованной стороны. В остальных случаях арбитраж полностью самостоятельно рассматривает дела.

Международный арбитраж различают двух основных видов (табл. 13).

Таблица 13

Основные направления транспортировки

Вид арбитража	Формирование	Период существования	Основа деятельности	Наиболее эффективен при
Институционный (постоянно действующий, арбитраж)	формируется при торговых, торгово-промышленных палатах, ассоциациях, союзах, биржах	постоянный, со своими правилами процедуры и уставом	национальное законодательство либо регламент соответствующего международного коммерческого арбитража	сложных делах, связанных с трудно разрешимыми, запутанными делами, проблемами применимого права
Изолированный (разовый арбитраж или арбитраж ad-hoc (третейский суд ad hoc))	создают стороны, для рассмотрения конкретного дела	временный, после разбирательства и вынесения решения, существование прекращается	сторонами определяются правила избрания арбитров, место проведения арбитража, процедура. В основе – автономия воли сторон	спорах, связанных с фактическими обстоятельствами (определением цены товаров, проверкой их качества и пр.)

Самой распространенной сегодня считается концепция международного коммерческого арбитража как института, который не связан национальным правом какого-либо государства, либо международными договорами. Он свободен принимать решения о спорах на основе принципов справедливости и морали, международного коммерческого права, общих принципов права либо правовых обычаев.

Международное арбитражное производство формально регулируется 3 источниками права (рис. 31)



Рис.31. Источники регулирования международного арбитражного производства

Международное право. Основной источник международного права в области коммерческого арбитража – Нью-Йоркская Конвенция 1958 года, которая составлена ЮНСИТРАЛ и принята под эгидой ООН. Участниками Конвенции сегодня выступают практически все экономические государства (свыше 140). Именно поэтому она рассматривается как один из самых успешных проектов в области международного права.

Конвенция устанавливает 2 главных положения:

- признание арбитражных соглашений, приведение их в исполнение. В частности, устанавливается – суд, если поступает к нему иск по вопросу, по которому заключено арбитражное соглашение сторон, должен по просьбе одной из сторон направить стороны на арбитражное разбирательство, если соглашение не найдет недействительными. Следовательно, суду придется отказать ответчику в судебной защите, даже при проведении арбитражного производства за рубежом, и больше никогда не попадая под юрисдикцию суда;
- признание арбитражных решений, приведение их в исполнение. Устанавливаются обязательства государств-участников о признании зарубежных арбитражных решений на своей территории, определяя список документов, которые можно будет испрашивать в соответствующей процедуре местными судами, также ограниченный перечень оснований с целью отказа в признании и исполнении принятых решений.

Также в рамках международного права существуют другие источники, в их числе:

- Европейская Конвенция о международном коммерческом арбитраже 1961 г.;
- Межамериканская конвенция о международном коммерческом арбитраже 1975 г.;
- Амманская конвенция арабских государств о коммерческом арбитраже 1987 г.

Национальное право. Регулируется арбитражное право *lex loci arbitri* – правом места арбитража. Основное практическое последствие такого подхода долгое время заключалось в том, что арбитрами либо советниками в арбитражах юристам-арбитражникам сложно быть в странах, в которых местное право им неизвестно. Один из вариантов решения проблемы – разработка ЮНСИТРАЛ Типового закона о международном торговом арбитраже в 1985-м году. ООН рекомендовала данный закон для всех государств для единообразия закона о процедурах арбитража и практик международного торгового арбитража.

Законодательство на основе Типового закона (с внесенными изменениями от 2006-го года) сегодня действует в более 60 странах. Однако на нем не основываются государства, в которых проводится основная часть арбитражей, включая Францию, Великобританию, США, Швецию, Швейцарию и пр.

Соглашение сторон и арбитражный регламент. На основе национального законодательства об арбитраже стороны обычно получают возможность самостоятельного определения правил разбирательства в суде. Данное соглашение между сторонами может выступать как еще один источник правил, которым подчиняется ведение международного арбитража. Обычно стороны разбирательства на практике «пакетно» определяют правила ведения арбитража, соглашаясь на применение какого-либо действующего арбитражного регламента.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОММЕРЧЕСКИЙ АРБИТРАЖНЫЙ СУД ПРИ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННОЙ ПАЛАТЕ УКРАИНЫ

В Украине так же существует арбитражный суд, Международный коммерческий арбитражный суд при Торгово-промышленной палате Украины (сокращенно – МКАС при ТПП Украины) создан как независимый и постояннодействующий арбитражный орган. Арбитраж функционирует при Торгово-промышленной палате Украины, осуществляя свою деятельность в соответствии с Законом Украины «О международном коммерческом арбитраже», Положением и Регламентом МКАС при ТПП Украины.

Организационная структура МКАС при ТПП Украины состоит из Президиума, Председателя, его заместителей, Секретариата, а также арбитров согласно рекомендательному списку, который утверждается Президиумом Торгово-промышленной палаты Украины.

В состав утвержденного списка арбитров МКАС при ТПП Украины входят признанные специалисты в области права из более чем 30 юрисдикций. Арбитры являются ведущими практикующими юристами в сферах международной торговли, инвестиционной деятельности, контрактного и корпоративного права, международных перевозок, интеллектуальной собственности, а также в иных сферах внешнеэкономической деятельности, отнесенных к компетенции МКАС при ТПП Украины.



Дополнительные материалы по теме:

1. *Лидеры рынка. ТОП-50 юридических компаний Украины – 2017*
<http://top50.com.ua/ru/2017/459>
2. *Украина. Дружественная арбитражу юрисдикция: статистический отчет, 2011-2012.* / К. Пильков. – К.: Cai & Lenard, 2012. – 29 с

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основная литература

Учебные пособия:

1. Гилльермо К. Хименес Руководство ИСС к экспортно-импортным операциям. Глобальные стандарты международной торговли. Четвёртое издание, 2013. – 303 с.
 2. Инкотермс 2010 Правила ИСС по использованию национальных и международных торговых терминов, 2010. – 272 с.
 3. Герасимчук В. Г. Міжнародна економіка : навч. посіб. / В. Г. Герасимчук, С. В. Войтко. – К. : Знання, 2009. – 302 с.
 4. Міжнародна економіка : конспект лекцій [Електронний ресурс] / В. Г. Герасимчук, С. В. Войтко ; НТУУ «КПІ». – Електронні текстові дані (1 файл: 2,08 Мбайт). – К., 2009. – 78 с. – Назва з екрана. – Доступ: http://www.library.ntu-kpi.ua/system/files/Mizhnar_Econ.doc.
 5. Руководство по статистике международной торговли услугами, 2010 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/seriesM_86Rev1r.pdf
-

Монографії:

1. Аналіз сталого розвитку – глобальний і регіональний контексти : монографія. У 2 ч. / Міжнар. рада з науки (ICSU) [та ін.]; Виконавці: А. О. Болдак, С. В. Войтко, О. А. Гавриш, І. М. Джигирей та інші : наук. кер. М. З. Згуровський. – К. : НТУУ «КПІ», 2010. – Ч. 2. Україна в індикаторах сталого розвитку. Аналіз-2010. – 220 с.
2. Аналіз сталого розвитку – глобальний і регіональний контексти : монографія. У 2 ч. / Міжнар. рада з науки (ICSU) [та ін.]; Виконавці: А. О. Болдак, С. В. Войтко, О. А. Гавриш, І. М. Джигирей та інші : наук. кер. М. З. Згуровський. – К. : НТУУ «КПІ», 2010. – Ч. 1. Глобальний аналіз якості та безпеки життя людей – 2010. – 255 с.
3. Аналіз сталого розвитку: глобальний і регіональний контексти : монографія / О. А. Акімова, А. О. Болдак, П. К. Вавулін, С. В. Войтко, О. А. Гавриш та інші // Міжнар. рада з науки (ICSU) та ін.; наук. кер. М. З. Згуровський. – К. : НТУУ «КПІ», 2014. – Ч. 2. Україна в індикаторах сталого розвитку (2013). – 172 с.
4. Економічна безпека держави: міждисциплінарний підхід : колективна монографія / за наук. ред. Хлобистова Є. В. – Черкаси : видавець Чабаненко Ю. А., 2013. – 642 с.
5. Моїсеєнко Т. Є. Ресурсне забезпечення інноваційної діяльності підприємств : монографія / Т. Є. Моїсеєнко, С. В. Войтко. – К. : Альфа Реклама, 2014. – 160 с.

6. Sustainable development analysis: global and regional contexts / O. Akimova, T. Boyko, A. Boldak, S. Voytko, O. Gavrish etc. // International Council for Science etc.; scientific adviser M. Zgurovsky. – K. : NTUU "KPI", 2014. – Part 1. Global analysis of quality and security of life (2013). – 168 p.
-

Публикации:

1. Моїсеєнко Т. Є. Побудова процесно-орієнтованої системи управління підприємством, як елементу стратегії сталого розвитку/ Т. Є. Моїсеєнко // Ефективна економіка. – 2015. – № 11. – Режим доступу до журналу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4533>
 2. Моїсеєнко Т. Е. Культурные и языковые различия в международной торговле / Т. Е. Моїсеєнко // Международное научно-техническое сотрудничество: принципы, механизмы, эффективность: сборник научных трудов XII (XXIV) Междунар. науч. – практ. конф., 10-11 марта 2016 г.; тезисы док. – К., 2016 – с. 25
 3. Моїсеєнко Т. Є., Кисляков С.С. Аналіз ринку криптовалюти в світовій економіці /Т. Є. Моїсеєнко, Кисляков С.С. // Міжнародна економіка: інтеграція науки та практики: Збірник наук. праць: НТУУ «КПІ», 2017 р. – с. 28 – 33
 4. Моїсеєнко Т. Є., Ківа А. А. Особливості розвитку екосистеми стартапів в Україні / Т. Є. Моїсеєнко, А. А. Ківа // Міжнародна економіка: інтеграція науки та практики: Збірник наук. праць: НТУУ «КПІ», 2017 р. – 34 - 39
-

Интернет-ресурсы:

1. Украинский национальный комитет Международной торговой палаты (ICC Ukraine) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://iccua.org/>
2. International Chamber of Commerce [Electronic Resource] – Mode of access : <http://www.iccwbo.org/>
3. International Organization for Standardization [Electronic Resource] – Mode of access : <http://www.iso.org>
4. Комиссия Организации Объединенных Наций по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.uncitral.org>
5. The World Trade Organization (WTO) [Electronic Resource] – Mode of access : <https://www.wto.org>
6. International Air Transport Association (IATA) [Electronic Resource] – Mode of access : <https://www.iata.org>
7. International Federation of Freight Forwarders Associations (FIATA) [Electronic Resource] – Mode of access : <https://fiata.com>
8. Международный морской комитет (ММК) [Electronic Resource] – Mode of access : <http://comitemaritime.org/>
9. International Road Transport Union (IRU) [Electronic Resource] – Mode of access : <https://www.iru.org>

10. Научно-познавательный блог [Электронный ресурс]. – Режим доступа : baryshnikovphotography.com
 11. понятие и структура международного рынка услуг empitry.com - интересные и актуальные новости, формы международной торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа : milogiya.stroy-dom.org
 12. Департамент общественной организации ООН, ЮНКАД [Электронный ресурс]. – Режим доступа : un.org
 13. Библиотека ELLIB, Южноазиатская ассоциация регионального сотрудничества [Электронный ресурс]. – Режим доступа : ellib.org.ua
 14. Федеральный информационно-политический журнал, Ганзейский союз [Электронный ресурс]. – Режим доступа : senat.org
-

Дополнительная литература

15. Антонович М. Міжнародне право : навч. посібн. / М. Антонович. – К. : Юрінком Інтер, 2011. – 384 с.
16. Бахчеванова Н. В. Міжнародні економічні відносини : навч. посіб. / Н. В. Бахчеванова, С. М. Макуха. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. – 403 с.
17. Глобалізація світового господарства: геопросторовий вимір : монографія / [О. О. Любівцева та ін.]. – К. : Київ. ун-т, 2010. – 160 с.
18. Рамберг Я. Міжнародні комерційні трансакції : пер. з англ. / Я. Рамберг. – К. : ЗЕД, 2012. – 624 с.
19. Гражевська Н. І. Інституційна зміна світової економіки за умов фінансової глобалізації / Н. І. Гражевська, В. І. Трохименко // *Фінанси України*. – 2013. – № 5. – С. 58–68.
20. Довгополов А. А. Глобальные проблемы мировой экономики / А. А. Довгополов // *Евразийский юридический журнал*. – 2010. – № 2. – С. 12–14.
21. База даних Світового центру даних з геоінформатики та сталого розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://wdc.org.ua/uk/data>
22. Foreign Policy: Рейтинг неспроможності держав світу (Failed States Index) — 2013 [Electronic Resource] – Mode of access : <http://www.foreignpolicy.com/>
23. The Worldwide Governance Indicators (WGI) project [Electronic Resource] The World Bank Group, 2014. – Mode of access : <http://info.worldbank.org/governance/wgi/index.aspx>
24. Kaufmann D. The Worldwide Governance Indicators: Methodology and Analytical Issues / D. Kaufmann, A. Kraay, M. Mastruzzi // World Bank Policy Research Working Paper, September, 2010. – No. 5430. – 31 p.
25. Center for Defence Information [Electronic Resource] – Mode of access : <http://www.crin.org/en/library/organisations/center-defence-information>
26. Пако Андерхилл "Почему мы покупаем, или Как заставить покупать" ("Why We Buy: The Science of Shopping" by Paco Underhill) Нитин Нория, Вильям Джойс "Что действительно работает в бизнесе" ("What Really Works: The 4+2 Formula for Sustained Business Success" by William Joyce and Nitin Nohria) Profile Facts:

- Target Corporation Frank Winfield Woolworth — Wikipedia Sam Walton Biography
— Wal-Mart Founder Biography — Nitin Nohria Paco Underhill Envirosell
27. Уильям Бернстайн. Великолепный обмен. История мировой торговли "АСТ", — 2014
 28. Паруса Эллады. Мореходство в античном мире: каталог выставки / Государственный Эрмитаж. — СПб.: Изд-во Гос. Эрмитажа, 2010. — 304 с.
 29. Паруса Эллады. Мореходство в античном мире: каталог выставки / Государственный Эрмитаж. — СПб.: Изд-во Гос. Эрмитажа, 2010. — 304 с.
 30. Корабли без экипажа выйдут в море к 2020 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://geektimes.ru/company/icover/blog/274484/>

ПРИЛОЖЕНИЯ

Hartland Cutting Tools Inc. Quote Request / Purchase Order Form

Use this Form to Make Copies then Fill-out and Fax to Hartland at 847-639-7555

Customer Information Section

End User _____ Distributor _____

Bill to Company Name / Address:

Ship to Company Name / Address:

Contact : _____ Phone #: _____ Fax #: _____

If you are a new Customer — please include your Credit References and Sales Tax Status with Purchase Order

Quote Request Section

RFQ #:		Date:				Print(s) Attached:		
Tool #	Description	Qty Reqd	TIN Reqd	AITIN Reqd	Other Coating	Delivery Reqd	HCT Quoted Price	HCT Quoted Delivery

Purchase Order Section

PO#:		Date:				HCT Quote #:		Ship Via:	
Tool #	Description	Qty Reqd	TIN Reqd	AITIN Reqd	Other Coating	Delivery Reqd	HCT Quoted Price	HCT Quoted Delivery	

PROFORMA INVOICE

PROFORMA INVOICE NO. & DATE		BUYER/CUSTOMER ADDRESS	
PURCHASE ORDER NO. & DATE		DESTINATION PORT	
QUOTATION REF.			
		DESTINATION COUNTRY	
PAYMENT TERMS		CURRENCY OF SALE	
MATERIAL			

SR.NO.	SIZE	NOS/UNIT	SET	RATE/SET (US DOLLAR)
				\$ -
				\$ -
				\$ -

TOTAL VALUE: \$ -

PACKING & FORWARDING	\$ -
---------------------------------	------

GRAND TOTAL: \$ -

ADVANCE PAID \$ -

	PAYABLE	\$ -
--	----------------	------

IN WORDS	
-----------------	--

* Note:

XYZ PVT.LTD.

Designation :EXPORT MANAGER

Signature : _____

ICC International Sale Contract (Manufactured Goods Intended for Resale)
A. SPECIFIC CONDITIONS

These Specific Conditions have been prepared in order to permit the parties to agree the particular terms of their sale contract by completing the spaces left open or choosing (as the case may be) between the alternatives provided in this document. Obviously this does not prevent the parties from agreeing other terms or further details in box A-16 or in one or more annexes.

SELLER	CONTACT PERSON	BUYER	CONTACT PERSON
NAME AND ADDRESS	NAME AND ADDRESS	NAME AND ADDRESS	NAME AND ADDRESS
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

A-1 GOODS SOLD

DESCRIPTION OF THE GOODS

IF THERE IS INSUFFICIENT SPACE PARTIES MAY USE AN ANNEX

A-2 CONTRACT PRICE (ART. 4)

CURRENCY:

AMOUNT IN NUMBERS: AMOUNT IN LETTERS:

A-3 DELIVERY TERMS

Recommended terms (according to Incoterms 2000): see Introduction, §5

<input type="checkbox"/>	EXW	Ex Works	named place:	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	FCA	Free Carrier	named place:	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	CPT	Carriage Paid To	named place of destination:	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	CIP	Carriage and Insurance Paid To	named place of destination:	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	DAF	Delivered At Frontier	named place:	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	DDU	Delivered Duty Unpaid	named place of destination:	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	DDP	Delivered Duty Paid	named place of destination:	<input type="text"/>

Other terms (according to Incoterms 2000: see Introduction, § 5)

<input type="checkbox"/>	FAS	Free Alongside Ship	named port of shipment:	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	FOB	Free On Board	named port of shipment:	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	CFR	Cost, and Freight	named port of destination:	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	CIF	Cost Insurance and Freight	named port of destination:	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	DES	Delivered Ex Ship	named port of destination:	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/>	DEQ	Delivered Ex Quay	named port of destination:	<input type="text"/>

Other delivery terms

CARRIER (where applicable)

NAME AND ADDRESS	CONTACT PERSON
_____	_____
_____	_____

The present contract of sale will be governed by these Specific Conditions (to the extent that the relevant boxes have been completed) and by the ICC General Conditions of Sale (Manufactured Goods Intended for Resale) which constitute part B of this document.

SELLER

SIGNATURE

BUYER

SIGNATURE

My Company name

My company slogan

Purchase Order

Date	13/09/2009
P.O. Number	[PO123456]
Customer ID	111111

Vendor
[Name]
[Company Name]
[Address]
[ZIP or Post Code]
[Phone]
[Fax]
[E-mail]

Ship To
[Name]
[Company Name]
[Address]
[ZIP or Post Code]
[Phone]
[Fax]
[E-mail]

Ship Via	Shipping Method	Shipping Terms	Delivery Date
----------	-----------------	----------------	---------------

Code	Product Name/Description	Qty	Unit Price	Total
12345	Product 1	100	3.50	350.00
54321	Product 2	30	11.25	337.50
				-
				-
				-
				-
				-
				-
				-
				-
				-
				-
				-
				-
				-
				-
				-
				-
				-

Notes and Instructions

Subtotal	\$	687.50
Discount		-
Sales Tax Rate	%	10.00
Sales Tax	\$	68.75
Other Cost		-
S & H		-
Sub Total	\$	756.25

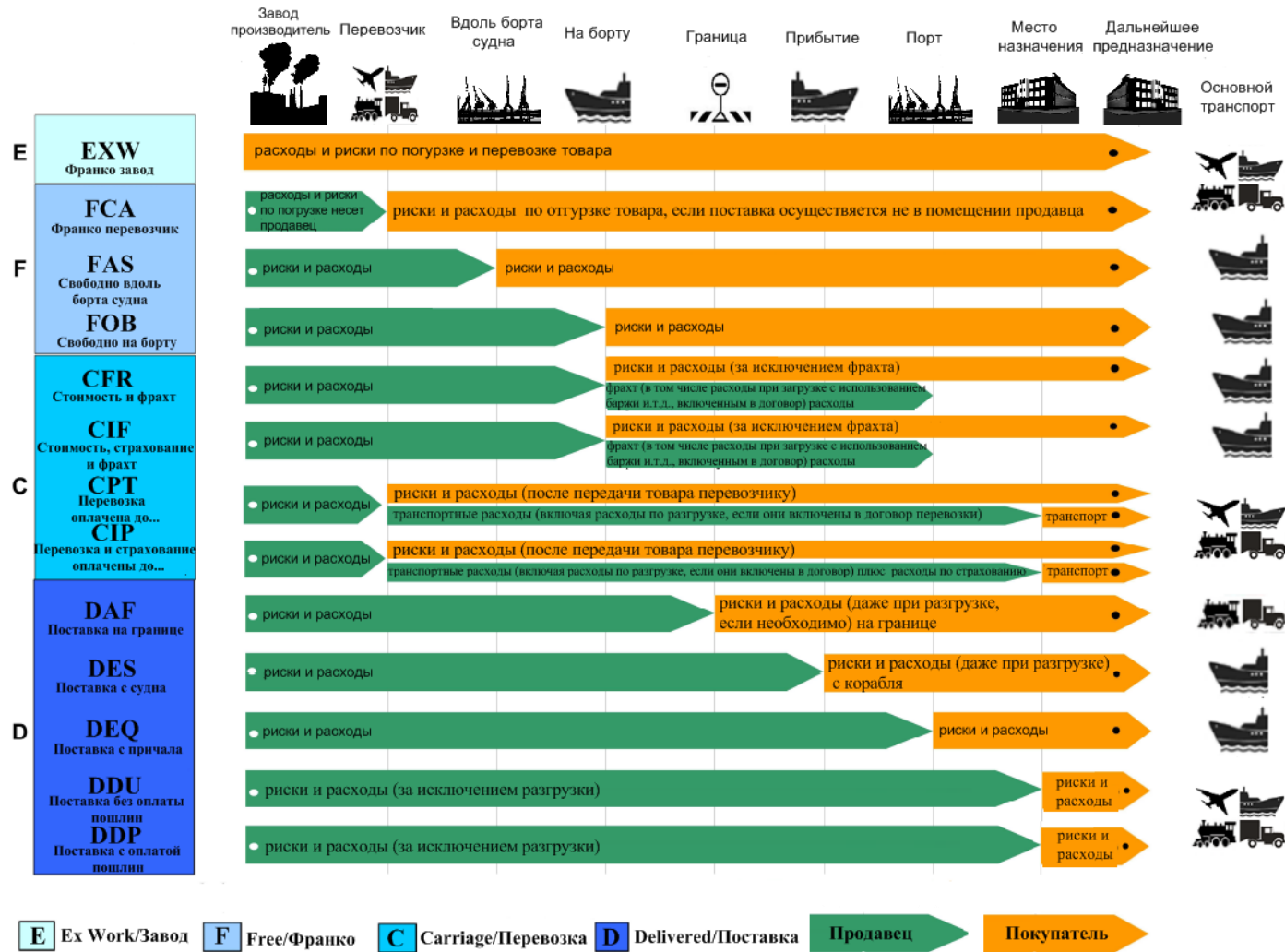
This is not a Tax Invoice!

Date

Authorized Signature

Should you have any enquiries concerning this quote, please contact John Doe on 0-000-000-0000

111 Street, Town/City, County, ST, 00000
Tel: 0-000-000-0000 Fax: 0-000-000-0000 E-mail: info@yourcompanysite.com Web: www.yourcompanysite.com



Пример: авианакладная

112 PVG 44723825		112 44723825	
Shipper's Name and Address [Redacted]		Shipper's Representative ir Vaybill used by CHINA EASTERN AIRLINES NO.2550 HONG QIAO ROAD, 200335 SHANGHAI, CHINA	
Consignee's Name and Address [Redacted]		Consignee's Account Number [Redacted]	
Issuing Carrier's Agent Name and City PNP SHANGHAI		Accounting Information FREIGHT PREPAID FC/SHA	
Agent's IATA Code 09311210213		Agent's Account No. 0931121	
Airport of Departure (Addr. of First Carrier) and Requested Routing SHANGHAI		Reference Number	
To	By First Carrier	Mozing and Detention	to
LED	MU		
Currency		Declared Value for Damage	Declared Value for Customs
CNY		NVD	NCV
No. of Packages		Amount of Insurance	INSURANCE - If carrier offers insurance, and such insurance is requested in accordance with the conditions thereof, indicate amount to be insured in "Gross in box stated 'Amount of Insurance'".
017-10-01		XXX	
No. of Pieces		Handwritten note: Ручная обработка груза Выполнение погрузочно-разгрузочных работ АО «Грузовой терминал Пулково»	
No. of Pieces 33	Weight 465.0	Company K Q	Weight 465.0
Rate		Charge	Total
34.67			16,121.55
Nature and Quantity of Goods (Incl. Dimensions or Volume)			
LIP BALM NOT RESTRICTED			
Prepaid		Weight Charge	Collect
16,121.55			
Valuation Charge		Other Charges	
23/40		AWC 50.00 MYC 6975.00 MSC 558.00	
Tax		Total Other Charges Due Agent	
33		465	
Total Other Charges Due Carrier		Total Other Charges Due Agent	
7,583.00		23,704.55	
Currency Conversion Rates		CC Charges in Dest. Currency	
For Carrier's Use only at Destination		Charges at Destination	

УВЕЩЕНИЕ
03 ОКТ 2017
АО «Грузовой терминал Пулково»

Ручная обработка груза
Выполнение погрузочно-разгрузочных работ
АО «Грузовой терминал Пулково»

РАДИОАКТИВНЫЙ
КОНТРОЛЬ
03 ОКТ 2017

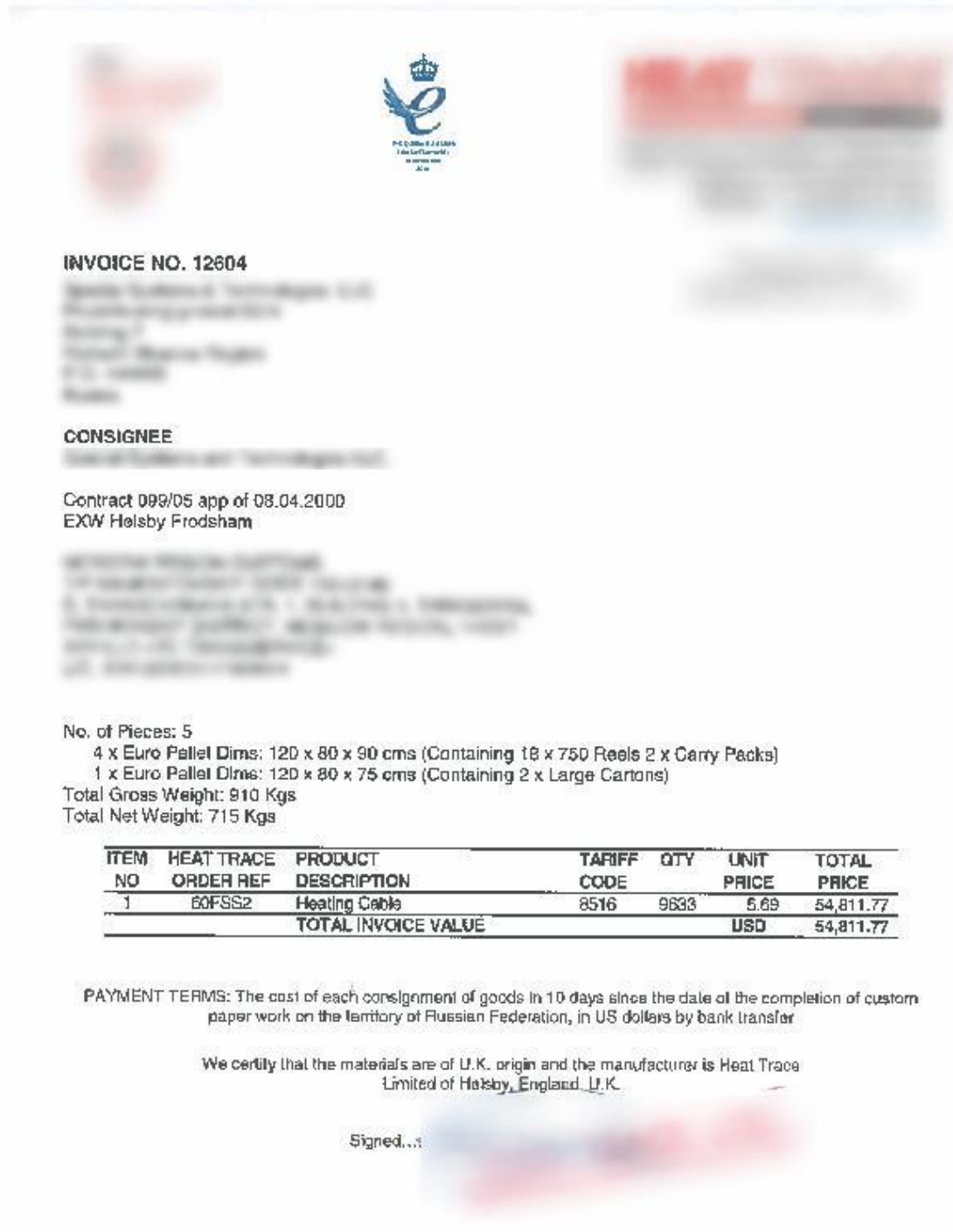
ПОЛУЧЕНО
05 ОКТ 2017
01 Кассир Леонова
Подпись

АО «Грузовой терминал Пулково»
2017-09-23
Выдано 33 мест
Подпись
№ 8/М

Signature of Issuing Carrier or its Agent
112 44723825

ORIGINAL 2 FOR CONSIGNEE

Пример: инвойс



INVOICE NO. 12604

CONSIGNEE

Contract 099/05 app of 08.04.2000
EXW Holsby Frodsham

No. of Pieces: 5

4 x Euro Pallet Dims: 120 x 80 x 90 cms (Containing 18 x 750 Reels 2 x Carry Packs)
1 x Euro Pallet Dims: 120 x 80 x 75 cms (Containing 2 x Large Cartons)

Total Gross Weight: 910 Kgs
Total Net Weight: 715 Kgs

ITEM NO	HEAT TRACE ORDER REF	PRODUCT DESCRIPTION	TARIFF CODE	QTY	UNIT PRICE	TOTAL PRICE
1	60FSS2	Heating Cable	8516	9693	5.69	54,811.77
TOTAL INVOICE VALUE					USD	54,811.77

PAYMENT TERMS: The cost of each consignment of goods in 10 days since the date of the completion of custom paper work on the territory of Russian Federation, in US dollars by bank transfer

We certify that the materials are of U.K. origin and the manufacturer is Heat Trace Limited of Holsby, England, U.K.

Signed...:



Пример: упаковочный лист



PACKING LIST / CERTIFICATE OF CONFORMITY

REF: INVOICE NO: 12504

Page 1 of 2

SHIPPER
 Electric Traces Heating
 Ltd
 10000
 10000
 10000

CONSIGNEE

CONSIGNEE
 Electric Traces Heating
 Ltd
 10000
 10000
 10000

No of Pieces: 5

- 4 x Euro pallet (750 reels) Dims: 120(l) x 80(w) x 90(h) cms
- 1 x Euro Pallet (Cartons) Dims: 120(l) x 80(w) x 75(h) cms

Total Gross Weight: 810 kgs

Total Net Weight: 715 kgs

Piece No	Gross Wt (kgs)	Qty (m)	Description	Serial Number	Comment
1/5	200	528	60FSS2 Heating Cable	17825603	
		309	60FSS2 Heating Cable	17825603	
		537	60FSS2 Heating Cable	178256103	
		274	60FSS2 Heating Cable	17825601	
		523	60FSS2 Heating Cable	17825608	

Piece No	Gross Wt (kgs)	Qty (m)	Description	Serial Number	Comment
2/5	245	584	60FSS2 Heating Cable	17825609	
		580	60FSS2 Heating Cable	17825602	
		581	60FSS2 Heating Cable	17828303	
		510	60FSS2 Heating Cable	17825606	
		533	60FSS2 Heating Cable	17825607	

Piece No	Gross Wt (kgs)	Qty (m)	Description	Serial Number	Comment
5/5	175	485	60FSS2 Heating Cable	17825602	
		998	60FSS2 Heating Cable	17825603	



Director: A J Malone | CEO: C. Campbell | O. Bennett | M S. Duggan | S. Malone | P. Brackley | E. Dwyer
 Registered in England No. 1327447

ПРИМЕЧАНИЯ И КОММЕНТАРИИ
