

С. С. ГУЛЯМОВ Ю. Т. ДОДОБАЕВ

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ

(Курс лекций для студентов
экономического направления)



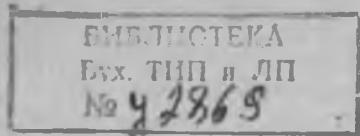
МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

КУВАСАЙСКИЙ УЧЕБНЫЙ НАУЧНО - ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ
ЦЕНТР ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

С. С. Гулямов, Ю.Т.Додобаев

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ

(Курс лекций для студентов
экономического направления)



Ташкент - 2001 г.

С. С. Гулямов, Ю. Т. Додобаев. Международная торговля.
Курс лекций для студентов экономического направле-
ния. Ташкент, 2001 г.

Учебное пособие написана на основании закона «Об об-
разования» и Национальной Программы Подготовки кадров
«Республики Узбекистан» а также программой утвержденной
Институтом проблем высшей и средней специальной школы
Министерства высшего и среднего специального образования
Республики Узбекистан по подготовки бакалавров.

Рекомендовано Ученым советом Кувасайского учебного
научно-производственного Центра предпринимательства в
качестве учебного пособия для бакалавров по направлению
экономики.

Рецензенты: доктор экономических наук,
профессор Раджапов Р., Гафуров А.Г.

ПРЕДИСЛОВИЕ

Торговля является традиционной и древнейшей формой международных экономических отношений. Возникнув много столетий назад, она и поныне продолжает сохранять важные позиции в общем комплексе мирохозяйственных связей.

Мощным стимулом развития международной торговли стал переход от натурального хозяйства к товарно-денежным отношениям, а также создание национальных государств, установление производственных связей как внутри стран, так и между ними.

Создание крупной промышленности позволило сделать качественный скачок в развитии производственных сил в международной торговле. Это привело к увеличению масштабов производства и улучшению транспортировки товаров, т.е. были созданы предпосылки для расширения хозяйственных и торговых связей между странами, а вместе с тем усилилась необходимость расширения международной торговли. На современном этапе международная торговля является наиболее развитой формой международных экономических отношений.

Международная торговля выступает в качестве одной из основных движущих сил экономического роста в современном мире. При этом важно отметить, что международная торговля сосредоточена преимущественно в развитых странах мира. Около 80% экспорта промышленно развитых стран предназначено для других развитых стран. Следовательно, развитые страны торгуют, главным образом, друг с другом, а также приобретают сырьевые товары у развивающихся стран.

Экономическая мысль на протяжении, по крайней мере, трех последних столетий пытается теоретически осмыслить проблемы международной торговли, ответить на такие основополагающие вопросы, как что же составляет основу торговли и какова выгода, получаемая от торговых отношений, какими товарами должны торговать те или иные страны, из чего должен состоять их импорт и экспорт.

В большинстве случаев, ответить на вопросы, связанные с международной торговлей, довольно сложно, объясняющие факторы не лежат на поверхности явлений.

С. С. Гулямов, Ю. Т. Додобаев. Международная торговля.
Курс лекций для студентов экономического направле-
ния. Ташкент, 2001 г.

Учебное пособие написана на основании закона «Об об-
разования» и Национальной Программы Подготовки кадров
Республики Узбекистан» а также программой утвержденной
Институтом проблем высшей и средней специальной школы
Министерства высшего и среднего специального образования
Республики Узбекистан по подготовки бакалавров.

Рекомендовано Ученым советом Кувасайского учебного
научно-производственного Центра предпринимательства в
качестве учебного пособия для бакалавров по направлению
экономики.

Рецензенты: доктор экономических наук,
профессор Раджапов Р., Гафуров А.Г.

ПРЕДИСЛОВИЕ

Торговля является традиционной и древнейшей формой международных экономических отношений. Возникнув много столетий назад, она и поныне продолжает сохранять важные позиции в общем комплексе мирохозяйственных связей.

Мощным стимулом развития международной торговли стал переход от натурального хозяйства к товарно-денежным отношениям, а также создание национальных государств, установление производственных связей как внутри стран, так и между ними.

Создание крупной промышленности позволило сделать качественный скачок в развитии производственных сил в международной торговле. Это привело к увеличению масштабов производства и улучшению транспортировки товаров, т.е. были созданы предпосылки для расширения хозяйственных и торговых связей между странами, а вместе с тем усилилась необходимость расширения международной торговли. На современном этапе международная торговля является наиболее развитой формой международных экономических отношений.

Международная торговля выступает в качестве одной из основных движущих сил экономического роста в современном мире. При этом важно отметить, что международная торговля сосредоточена преимущественно в развитых странах мира. Около 80% экспорта промышленно развитых стран предназначено для других развитых стран. Следовательно, развитые страны торгуют, главным образом, друг с другом, а также приобретают сырьевые товары у развивающихся стран.

Экономическая мысль на протяжении, по крайней мере, трех последних столетий пытается теоретически осмыслить проблемы международной торговли, ответить на такие основополагающие вопросы, как что же составляет основу торговли и какова выгода, получаемая от торговых отношений, какими товарами должны торговать те или иные страны, из чего должен состоять их импорт и экспорт.

В большинстве случаев, ответить на вопросы, связанные с международной торговлей, довольно сложно, объясняющие факторы не лежат на поверхности явлений.

ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

План:

1. *Классические теории международной торговли.*
2. *Теория Хекшера-Олина.*
3. *Неотехнологические теории.*
4. *Теория конкурентных преимуществ Майкла Портера.*

Опорные слова: ввоз, вывоз, спрос, конкуренция, ресурсы, экспорт, импорт, цена, стоимость, труд, капитал, сбыт, конфигурация, координация.

Первой попыткой теоретического осмысления международной торговли явилась доктрина меркантилизма, родившаяся в XV веке. Сначала он был основан на стремлении к увеличению денежного богатства, когда вывоз денег за границу запрещался. Иностранцы все вырученные от продажи суммы должны были тратить на покупку местных изделий.

Во второй половине XVI века развился поздний меркантилизм, который отождествлял богатство с избытком товаров на внешнем рынке. Источником избытка считалась разница между стоимостью вывезенных и ввезенных товаров. Она обеспечивалась двумя способами:

- вывозом изделий из своей страны;
- посреднической торговлей.

Для обеспечения активного торгового баланса государство ограничивало ввоз путем обложения пошлинами иностранных товаров, и поощряло вывоз, выплачивая премии за производство товаров, пользовавшихся большим спросом на внешнем рынке.

1. КЛАССИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

1.1. ТЕОРИЯ АБСОЛЮТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Адам Смит в книге «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776 г.) выдвинул принцип абсолютного преимущества. Для модели идеи Смита характерны условия:

1. В мире существуют только две страны.
2. В странах производится только два товара.

3. Торговля товарами между странами осуществляется без каких-либо ограничений.

4. Международная торговля сбалансирована.

5. Факторы производства не перемещаются между странами.

6. Только труд влияет на производительность и цену товара.

7. Соотношение между трудом и выпадом продукции постоянно.

8. Факторы производства абсолютно мобильны между отраслями.

9. В обеих странах и обеих отраслях имеет место современная конкуренция.

В соответствии с принципом абсолютного преимущества, если в одной стране на производство товара затрачивается меньше времени, чем в другой – для производства другого же товара, то первая страна будет иметь абсолютное преимущество.

Также, по этой модели, если одна страна увеличит производство одного товара и уменьшит – другого, а вторая страна – наоборот, то возникнет международное разделение труда.

Благодаря международному разделению труда, без использования дополнительных ресурсов, страна сможет сэкономить время для производства одного товара и за счет этого увеличить производство другого.

В конце XVIII века преобладала торговля сырьевыми продуктами, что и обусловило появление теории Смита. Однако он не рассматривал ситуацию, когда какая-либо страна имеет абсолютное преимущество по всем товарам. Это сделал Давид Рикардо, который в своей книге «Начало политической экономии и налогового обложения» изложил более общий принцип международной торговли.

1.2. ТЕОРИЯ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Д.Рикардо открыл закон сравнительного преимущества: страна должна специализироваться на экспорте товаров, в производстве которых она имеет наибольшее абсолютное преимущество (по обоим товарам) или наименьшее абсолютное преимущество (если она не имеет абсолютного преимущества ни по какому товару).

Он приводит ставший хрестоматийным пример обмена английского сукна на португальское вино.

	Англия	Португалия
N - сукна	100 рабочих/год	90 рабочих/год
N - вина	120 рабочих/год	80 рабочих/год

Как видно из таблицы, согласно модели Д.Рикардо, Португалия обладает абсолютным преимуществом перед Англией в производстве обоих товаров. Однако, Португалия обладает сравнительным преимуществом в производстве вина. Поэтому для Португалии более выгодно производить и экспортировать вино, а для Англии – сукно.

Введем в анализ еще одно условие: в каждой стране технология и количество факторов неизменны. Зная, сколько рабочего времени необходимо для производства 1 л вина и 1 м² сукна, а также общее количество рабочих часов, которыми располагают Англия и Португалия, можно легко подсчитать, сколько в тих странах стоит каждый из этих товаров в пересчете на другой. Это будут относительные цены при условии отсутствия торговли между Англией и Португалией, так называемые **автаркические цены**.

Если абстрагироваться от транспортных расходов и предположить, что не существует никаких препятствий для торговли между этими странами, то можно определить, единую мировую цену этих товаров. Например, мировая цена 1 м² сукна установится в пределах от 4,5 до 6,5 л вина. По этой цене сукно будет продаваться и в Англии, и в Португалии. Причем в Англии, производители вина будут получать меньше прибыли, чем раньше, а производители сукна – больше. Обратная ситуация возникнет в Португалии. Это приведет к тому, что Англия будет специализироваться на производстве и экспорте сукна, а Португалия – вина.

Таким образом, свободная торговля ведет к специализации в производстве каждой страны, развитию производства сравнительно преимущественных товаров, увеличению выпуска продукции во всем мире, а также к росту потребления в каждой стране.

Но эта ситуация слишком далека от реальности; поэтому ее нельзя использовать для дальнейшего анализа. Ведь все страны производят для собственного потребления какое-то количество товаров, которое они частично импортируют.

Кроме того, даже при неизменном эффекте масштаба перемещение факторов производства из одной отрасли в дру-

гую зачастую связано с ростом издержек замещения, т.к. для производства различных товаров требуется разное сочетание затрачиваемых ресурсов. Это означает, что производство каждой последующей единицы товара в какой-либо отрасли сопровождается отказом от выпуска все большего количества товара в других отраслях.

Для того чтобы определить выгоды от участия в международной торговле Португалии, импортирующей сукно, необходимо воспользоваться понятием — **дополнительная выгода потребителей и дополнительная выгода производителей**. Дополнительная выгода потребителей соответствует экономии тех потребителей, которые приобрели товар по сложившейся на рынке цене равновесия, хотя готовы были приобрести его по более высокой цене. Дополнительная выгода производителей — это дополнительный доход производителей, которые продали товар по сложившейся на рынке цене равновесия, хотя готовы были продать его по наиболее низкой цене.

В международной торговле, когда товары на внутреннем рынке продаются по мировой цене, отличной от цены равновесия в автаркических условиях, дополнительные выгоды производителей меняются. Согласно принципу «равноценности денег» одна денежная единица производителя имеет такой же «вес» для страны в целом, так и одна денежная единица потребителя. Следовательно, общий выигрыш Португалии от импорта сукна будет равен разнице между внутренней автаркической и мировой ценами равновесия. Этот выигрыш потребителей и компенсируется затратами производителей.

В результате участия Англии в международной торговле повысились цены на английское сукно и, как следствие, увеличилось его производство. Таким образом, английские производители сукна получили дополнительную выгоду. Но в то же время английские потребители лишились дополнительной выгоды. Этот выигрыш производителей не компенсируется потерями потребителей.

Таким образом, международная торговля выгодна всем участникам. Причем распределение выгод будет зависеть от того, чьи цены претерпели более существенные изменения. В нашем примере они распределились поровну между обеими странами, но в действительности такое бывает редко. Чаще одна сторона выигрывает больше, чем другие.

Итак, выгоды от внешней торговли распределяются прямо пропорционально изменению цен у обеих сторон, т.е. изменению экспортных и импортных цен. Отношение экспортных

цен страны к ее импортным ценам известно «как условия торговли». Этот показатель рассчитывается по формуле:

$$T = \frac{P_x}{P_m}, \text{ где}$$

P_x – индекс экспортных цен $P_x = \sum_i x_i P_i$ (x_i – доля каж-

дого i -го товара в суммарной стоимости экспорта в базисном году);

P_i – отношение текущей цены i -го товара к его цене в базисном году);

P_m – индекс импортных цен; $P_m = \sum_i m_i P_i$ (m_i – доля ка-

ждого i -го товара в суммарной стоимости импорта в базисном году).

Рост показателя T – называют улучшением условия торговли.

2. ТЕОРИЯ ХЕКШЕРА-ОЛИНА

В конце XIX начале XX вв. роль естественных природных различий как фактора международного разделения труда существенно снизилась. А в это время шведские экономисты Эли Хекшер и Бертель Олин сформулировали теорию причин международной торговли продукцией обрабатывающей промышленности. В соответствии с теорией, страны экспортируют те товары, в производстве которых в основном используется избыточный фактор – труд, капитал. Различные страны в разной степени наделены трудом и капиталом. В стране, где трудовых ресурсов много, а капитала недостаточно, труд будет сравнительно дешевле, а капитал – дороже, и наоборот. Страна будет экспортировать те товары, которые сравнительно дешевле произвести, используя в большей степени «дешевый фактор производства».

2.1. ДИНАМИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ

Теория сравнительных преимуществ в динамике с учетом тенденции к экономическому росту будет выглядеть так.

С ростом дохода спрос населения на различные товары и услуги возрастает неравномерно. Доля некоторых благ в об-

щем объеме спроса сокращается. Это – предметы первой необходимости. Доля других товаров с ростом дохода возрастает – это пределы роскоши. При экономическом росте эта закономерность определяет структуру международной торговли и место той или иной страны в мировом хозяйстве.

При среднем экономическом росте мировые цены и направления товаропотоков не изменяются, меняются только объемы торговли.

При неравномерном росте, когда в одной стране он есть, а в другой – отсутствует, более быстрый рост производства продукции будет наблюдаться в отрасли, конкурирующей с импортом. В результате сократится импорт и, возможно, снизятся мировые цены.

2.2. ТЕОРЕМА РЫБЧИНСКОГО

Она гласит: рост предложения одного из факторов производства при постоянстве прочих переменных приведет к росту выпуска товара, производимого при интенсивном использовании этого фактора, и к сокращению выпуска других товаров.

Яркий тому пример – деиндустриализация Голландии – «голландская болезнь». В этой стране активно разрабатывалось месторождение природного газа в Северном море. Создавалось впечатление, что с ростом добычи природного газа промышленный экспорт Голландии сокращался, а рост цен на все виды топлива на мировом рынке даже усиливал эту тенденцию. Объяснение: новый сектор вызывает отток ресурсов из других отраслей за счет более высокой зарплаты и более высокой прибыли в этом секторе. В результате выпуск в обрабатывающей промышленности сократился.

2.3. ПАРАДОКС ЛЕОНТЬЕВА

В 1954 году в статье американского экономиста Василия Леонтьева излагалось, что после второй мировой войны в Европе наблюдалась нехватка капитала и относительный избыток рабочей силы. В США же, наоборот, – прирост капитала. Поэтому предполагалось, что США экспортируют капиталоемкие товары, а импортируют – трудоемкие. Но результат оказался обратным, его назвали «парадокс Леонтьева». Оказалось, что относительный избыток капитала в США не отражается на американской внешней торговле. США экспортировали более

трудоемкую и менее капиталоемкую продукцию, чем импортировали.

В. Леонтьев предположил, что 1 человеко/год американского труда эквивалентен 3 человеко/годам иностранного труда. Большая производительность американского труда обусловлена более высокой квалификацией американских рабочих. Это послужило основой для возникновения модели «квалификации рабочей силы». В соответствии с ней, в производстве участвуют не три фактора, а четыре, квалифицированный труд, неквалифицированный труд, капитал и земля.

3. НЕОТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ТЕОРИИ

Они появились в результате наукоемких, высокотехнологичных отраслей.

Теория снижающихся издержек. Исходное ее положение – развитие страны наделены факторами производства в сходных пропорциях. Поэтому международная торговля позволяет снижать им издержки за счет массового производства.

Теория «технологического разрыва». Технические новшества сначала появляются только в одной стране. Предприниматель в стране-новаторе в течение определенного времени обладает «квазимонополией», т.е. получает добавочную прибыль, экспортируя новый товар. Как только эту технологию осваивают другие страны, следует производить опять что-то новое и такое, что другим недоступно.

В результате появления технических новшеств образуется «технологический разрыв» между странами, обладающими и не обладающими ими. Пока этот разрыв не преодолен, торговля новыми товарами, производимыми по новой технологии, будет продолжаться.

Теория «цикла жизни продукта». Каждый новый продукт проходит цикл, включающий четыре стадии.

На первой – когда новую продукцию только начали производить для внутреннего рынка, спрос на нее невелик. Она предлагается лицам с высокими доходами. Чем больше таких лиц, тем больше вероятность появления на рынке новых товаров, изготовление которых требует значительных издержек. Экспорт товара на этой стадии незначителен.

На второй – спрос на внутреннем рынке расширяется, начинается серийный выпуск. На этой стадии появляется спрос на новый товар за рубежом.

На третьей – спрос на внутреннем рынке насыщен. Производственная технология полностью стандартизируется. Это позволяет снизить издержки производства и цены.

На четвертой – продукция стареет, производство сокращается.

В соответствии с данной моделью страны специализируются на производстве и экспорте одного и того же товара на равных стадиях зрелости. Так, страны АСЕАН в области технологии сегодня делают то, что вчера делали НИС, они встают на тот же путь «качества специализации».

4. ТЕОРИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ МАЙКЛА ПОРТЕРА

4.1. СТРАТЕГИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА

Основной единицей конкуренции по Портеру является отрасль, т.е. группа конкурентов, производящих товары или оказывающих услуги и непосредственно соперничающих между собой. На выбор конкурентной стратегии фирмы в отрасли влияют два главных момента.

1. Структура отрасли, особенности конкуренции. На конкуренцию в отрасли оказывают воздействие пять факторов:

1. Появление новых конкурентов.
2. Появление товаров или услуг – заменителей.
3. Способность поставщиков торговаться.
4. Способность покупателей торговаться.
5. Соперничество уже имеющихся конкурентов.

Значение каждого из этих факторов определяется его основными техническими и экономическими характеристиками. Например, способность покупателей торговаться зависит от покупателей, какая часть сбыта приходится на одного покупателя, является ли цена товара значительной частью общих расходов покупателя, а угроза появления новых конкурентов – то того, насколько трудно новому конкуренту внедриться в отрасль.

Каждая отрасль имеет свою структуру. Так, в фармацевтической промышленности редко появляются новые конкуренты, а внутренняя конкуренция основана не на ценовом факторе, а на иных, например, НИОКР.

2. Позиция, которую занимает фирма в отрасли. Она определяется конкурентным преимуществом:

1. Имеет более низкие издержки. Так, корейские фирмы, кающие сталь и полупроводниковые приборы и низкими жками, используют низкооплачиваемую, но весьма производительную рабочую силу в сочетании с современной техникой и оборудованием;

2. Отличаются дифференциацией товаров, т.е. способностью удовлетворить потребности покупателя, предлагая товар более высокого качества, либо с особыми потребительскими свойствами, либо с хорошим послепродажным обслуживанием.

Позиция фирмы в отрасли определяется также сферой конкуренции, т.е. ее шириной. Фирма должна решить, сколько разновидностей товаров выпускать, какими каналами сбыта пользоваться, какой круг покупателей обслуживать, в каких частях мира продавать свою продукцию, в каких родственных отраслях конкурировать.

Конкурентное преимущество достигается тем, как фирма извлекает и выполняет виды деятельности, в результате которых создаются ценности для покупателей. Конечная ценность зависит от того, сколько клиенты готовы заплатить за товары и услуги фирмы. Чтобы достичь конкурентного преимущества, либо предлагать покупателям товар примерно с такой же ценностью, что у конкурентов, но производить его с меньшими издержками, либо предлагать товар с большей ценностью, за который можно получить большую цену.

Виды деятельности объединены в цепочку ценностей. Их можно условно подразделить на две категории:

первичная деятельность – производство, доставка и обслуживание;

вторичная деятельность – обеспечение компонентами производства (технологией, людскими ресурсами).

Цепочка ценностей фирмы – это система видов деятельности, между которыми существуют связи, возникающие, способ осуществления какого-либо вида деятельности и стоимость или эффективность других видов деятельности.

Фирмы добиваются конкурентного преимущества, если осуществляют **нововведения** – совершенствование технологий и методов ведения дела. Наиболее типичными новациями, позволяющими достичь конкурентного преимущества, являются:

новые технологии (производство рентгеновской аппаратуры в Германии);

- новые или изменившиеся запросы покупателей (американские компании быстрого питания);
- появление нового сегмента отрасли (производство малогабаритных многоцелевых автопогрузчиков в Японии);
- изменение стоимости или компонентов производства (изменение соотношения стоимости рабочей силы в странах);
- регулирование на уровне правительства (стандарты, охрана окружающей среды, торговые ограничения и др.).

В процессе обновления большую роль играет информация, которая конкурентов не интересует или которая им недоступна, либо недоступна всем, но обработана по-новому.

Продолжительность удержания конкурентного преимущества зависит:

- от источников конкурентного преимущества;
- от количества имеющихся у фирм явных источников конкурентного преимущества;
- от постоянной модернизации производства и других видов деятельности.

4.2. ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

М.Портер выделил два типа отраслей в зависимости от особенностей конкуренции:

- множественно-национальные, когда в каждой стране конкуренция протекает по-разному, т.е. в международном масштабе проводить единую стратегию в таких отраслях невозможно. Например, сберегательные банки;
- глобальные, которые имеют единое поле конкуренции по всему миру. Именно в таких отраслях необходимо вырабатывать и внедрять единый подход к продаже продукции во многих странах.

М.Портер определил два способа достижения и использования конкурентного преимущества при глобальной стратегии.

1. Конфигурация деятельности, т.е. размещение различных ее видов в разных странах для того, чтобы использовать их особенности. При размещении видов деятельности страна выбирается по следующим критериям:

- минимальная стоимость факторов;
- наличие необходимых условий для проведения НИОКР;

1. Имеет более низкие издержки. Так, корейские фирмы, выпускающие сталь и полупроводниковые приборы и низкими издержками, используют низкооплачиваемую, но весьма производительную рабочую силу в сочетании с современной технологией и оборудованием;

2. Отличаются дифференциацией товаров, т.е. способностью удовлетворить потребности покупателя, предлагая товар либо более высокого качества, либо с особыми потребительскими свойствами, либо с хорошим послепродажным обслуживанием.

Позиция фирмы в отрасли определяется также сферой конкуренции, т.е. ее шириной. Фирма должна решить, сколько разновидностей товаров выпускать, какими каналами сбыта пользоваться, какой круг покупателей обслуживать, в каких районах мира продавать свою продукцию, в каких родственных отраслях конкурировать.

Конкурентное преимущество достигается тем, как фирма организует и выполняет виды деятельности, в результате которой создаются ценности для покупателей. Конечная ценность зависит от того, сколько клиенты готовы заплатить за товары или услуги фирмы. Чтобы достичь конкурентного преимущества, надо либо предлагать покупателям товар примерно с такой же ценностью, что у конкурентов, но производить его с меньшими издержками, либо предлагать товар с большей ценностью, за который можно получить большую цену.

Виды деятельности объединены в цепочку ценностей. Их можно условно подразделить на две категории:

- первичная деятельность – производство, доставка и обслуживание;

- вторичная деятельность – обеспечение компонентами производства (технологией, людскими ресурсами).

Цепочка ценностей фирмы – это система видов деятельности, между которыми существуют связи, возникающие, когда способ осуществления какого-либо вида деятельности влияет на стоимость или эффективность других видов деятельности.

Фирмы добиваются конкурентного преимущества, если осуществляют **нововведения** – совершенствование технологии, способов и методов ведения дела. Наиболее типичными причинами новаций, позволяющими достичь конкурентного преимущества, являются:

- новые технологии (производство рентгеновской аппаратуры в Германии);

новые или изменившиеся запросы покупателей (американские компании быстрого питания);

- появление нового сегмента отрасли (производство малогабаритных многоцелевых автопогрузчиков в Японии);

- изменение стоимости или компонентов производства (изменение соотношения стоимости рабочей силы в странах);

- регулирование на уровне правительства (стандарты, охрана окружающей среды, торговые ограничения и др.).

В процессе обновления большую роль играет информация, которая конкурентов не интересует или которая им недоступна, либо недоступна всем, но обработана по-новому.

Продолжительность удержания конкурентного преимущества зависит:

- от источников конкурентного преимущества;

- от количества имеющихся у фирм явных источников конкурентного преимущества;

- от постоянной модернизации производства и других видов деятельности.

4.2. ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНЦИИ

М.Портер выделил два типа отраслей в зависимости от особенностей конкуренции:

- множественно-национальные, когда в каждой стране конкуренция протекает по-разному, т.е. в международном масштабе проводить единую стратегию в таких отраслях невозможно. Например, сберегательные банки;

- глобальные, которые имеют единое поле конкуренции по всему миру. Именно в таких отраслях необходимо вырабатывать и внедрять единый подход к продаже продукции во многих странах.

М.Портер определил два способа достижения и использования конкурентного преимущества при глобальной стратегии.

1. Конфигурация деятельности, т.е. размещение различных ее видов в разных странах для того, чтобы использовать их особенности. При размещении видов деятельности страна выбирается по следующим критериям:

- минимальная стоимость факторов;

- наличие необходимых условий для проведения НИОКР;

- внутренний рынок быстро насыщается, в результате ужесточается конкуренция, при которой выживает сильнейший, что вынуждает выходить на внешний рынок.

Фирмы достигают конкурентоспособного преимущества если:

- существуют стабильные и многонациональные внутренние покупатели, которые способствуют развитию спроса за рубежом;
- имеется возможность влиять на запросы зарубежных покупателей.

Например, зарубежные ученые стремятся перенять практику своих коллег, которые считаются лидерами в этой отрасли.

Родственные и поддерживающие отрасли

Присутствие в стране отраслей – поставщиков или смежных отраслей, которые конкурентоспособны на мировом рынке – третий детерминант, определяющий национальное конкурентное имущество.

В таком случае возможны:

- эффективный и быстрый доступ к дорогостоящим ресурсам;
- координация поставщиков на внутреннем рынке;
- оказание содействия процессу нововведения.

Наличие в стране родственных отраслей ведет к возникновению высокопроизводительных видов производства.

Родственные – это отрасли, в которых фирмы могут осуществлять взаимодействие между собой в процессе формирования цепочки ценностей.

К ним относятся отрасли, которые имеют дело со взаимодополняющими продуктами.

Успех на мировом рынке может повлечь за собой развитие производства дополнительных товаров и услуг. Например, продажа американских компьютеров за границей привела к повышению спроса на американские периферийные устройства, программное обеспечение и к развитию американских служб, работающих с базами данных..

Стратегия, структура и соперничество фирм

Особое значение для достижения высокой конкурентоспособности в отрасли имеет сильное соперничество на – внутреннем рынке. Это объясняется следующими причинами:

- сильная внутренняя конкуренция дает мощный импульс к совершенствованию;
- внутренняя конкуренция укрепляет положение фирм и заставляет ее выходить на внешний рынок для дальнейшего развития;
- более сильные местные фирмы, закаленные в конкуренции, способны выдержать борьбу на внешнем рынке.

При внутренней конкуренции создаются хорошие условия для развития отрасли.

Роль случая

Случай – это событие, на которое часто не могут влиять ни фирмы, ни правительства.

По мнению М.Партера, к ним относятся:

- изобретательство;
- крупные технологические достижения;
- резкие изменения цен на ресурсы;
- значительные изменения на мировых финансовых рынках или обменных курсов;
- резкое повышение мирового или местного спроса;
- политические решения зарубежных правительств; войны.

В результате таких событий могут быть сведены на нет старые конкурентные преимущества и созданы условия для развития фирм, которые достигли достаточного уровня конкурентоспособности в новых условиях.

Роль правительства

Правительство оказывает влияние на формирование четырех детерминант:

- на параметры факторов – через субсидии, политику в области отношений рынка капитала;
- на параметры спроса – путем установления стандартов и осуществления государственных закупок;
- на условия развития родственных отраслей и отраслей поставщиков – посредством контроля над средствами рекламы или регулирования развития инфраструктуры;
- на стратегию фирм, их структуру и соперничество – через налоговую политику, антимонопольное законо-

дательство, регулированием инвестиций и деятельности рынка ценных бумаг и т.д.

Детерминанты национальной конкурентоспособности представляют собой целостную систему, которая находится в постоянном развитии. Конкурентоспособные национальные отрасли распределены неравномерно по всей экономике, а связаны в пучки, или «кластеры», состоящие из отраслей, зависящих друг от друга.

Контрольные вопросы:

1. Основные классические теории международной торговли. Их принципиальная разница и схожесть.
2. Суть теории Хекшера-Олина, ее динамическая модель.
3. Стратегия конкурентного преимущества в теории Майкла Портера.
4. Перечислите особенности международной конкуренции.
5. Роль случая и правительства по теории Майкла Портера.

Литература:

1. Плотников А.Ю. Как правильно составить внешнеторговые контракты. М., 1994 г.
2. Жиков Е.Ф. и др. Международные экономические отношения. М., 2000 г.
3. Одинцов Б.Е. Экономические экспертные системы. М., 1996 г.
4. Семенов К.А. Международные валютные и финансовые отношения. М., 1999 г.
5. Фомичев В.И. Международная торговля. М., 2000 г.
6. Жозет Терар. Управление международными денежными потоками. М., 1998 г.
7. Овчинников Г.П. Мировая экономика. С.-П., 1999 г.
8. Спиридонов И.А. Мировая экономика. М., 1999 г.
9. Сергеев П.В. Мировая экономика. М., 1999 г.
10. Додобаев Ю.Т., Победина М.П. Мировая экономика. Фергана, 1997 г.
11. Додобаев Ю.Т. и др. Международные экономические отношения. М., 1998 г.

12. Додобаев Ю.Т. и др. Международная торговля. Т., 2000 г.
13. Додобаев Ю.Т. Внешнеэкономические связи. Фергана, 1999 г.
14. Сергеев П.В. Мировая экономика. Вопросы и ответы. М., 1999 г.
15. Шербанин Ю.А. Международные экономические отношения. М., 1997 г.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ И МИРОВОЕ ХОЗЯЙСТВО

План:

1. *Международное разделение труда.*
2. *Открытая экономика.*
3. *Экономическая безопасность.*
4. *Конкурентоспособность.*
5. *Структура мирового хозяйства.*
6. *Организация экономического сотрудничества и развития.*

Опорные слова: специализация, кооперация, рынок, хозяйство, квота, приспособление, конкурентоспособность, сотрудничество, доход.

1. МЕЖДУНАРОДНОЕ РАЗДЕЛЕНИЕ ТРУДА

Различают три вида разделения: общее, частное, единичное.

Общее – разделение труда по сферам производства.

Частное – разделение внутри крупных сфер по отраслям.

Единичное – разделение труда по видам деятельности внутри отраслей.

Международное разделение проявляется в единстве двух процессов – специализации и кооперации.

Специализация развивается по двум направлениям: производственному и территориальному.

Основные виды специализации:

- предметная, т.е. специализация на производстве отдельных продуктов;

- подетальная, т.е. специализация на производстве отдельных частей или компонентов продуктов;

- технологическая, или стадийная, т.е. специализация на осуществлении отдельных операций или выполнения отдельных технологических процессов, например, сборка, сварка.

Кооперация – сложный процесс объединения деятельности. Она классифицируется:

- по видам (экономическая, промышленная и т.д.);
- по стадиям (предпроизводственная, производственная, послепроизводственная);

Международное разделение труда – это высшая ступень территориального разделения труда на основе специализации отдельных стран в производстве определенных видов продукции, которыми страны обмениваются.

В период натурального хозяйства существовали только отдельные элементы международного разделения труда. Обмен между странами ограничивался только продуктами, в них не производящимися.

Наиболее интенсивно международное разделение труда стало развиваться в конце XVIII начале XIX века. И только в XX веке оно превратилось в современное характерное глубокой специализацией промышленного производства. Благодаря этому страны могут развивать производство, не производя готовых промышленных изделий.

В результате развития международного разделения труда появился мировой рынок, обладающий рядом особенностей:

- на него большое влияние оказывает внешнеторговая и международная торговая политика;
- движение товаров между национальными хозяйствами огромно;
- на мировом рынке существует особая система цен – мировые цены.

Развитие мирового рынка привело к появлению мирового хозяйства – системы, которая посредством международных экономических отношений связывает входящие в нее субъекты и в то же время как целое влияет на функционирование и рост составляющих его частей.

К субъектам мирового хозяйства относятся национальные хозяйства отдельных стран, их группы, а также национальные фирмы, активно участвующие во внешнеэкономической деятельности, многонациональные компании и международные экономические организации.

На все расширяющуюся интернационализацию хозяйственной жизни влияют факторы:

- географические. Это неравномерность распределения на земном шаре природных ресурсов, в том числе растительного и животного мира, различные почвенные и климатические условия. Это стимулирует добычу сырья в тех случаях, где имеются его запасы. Рас-

- тет также спрос на товары, которые производятся в определенных климатических зонах;
- степень развития производительных сил. Крупное машинное производство, например, может быть эффективно только при глубокой специализации и ориентации на внешний рынок;
 - научно-технический процесс. Его результатом является активный обмен продукцией, информацией, услугами.

2. ОТКРЫТАЯ ЭКОНОМИКА

Тенденция к открытости национальных хозяйств является характерной особенностью международного разделения труда. В этом отношении национальные хозяйства можно разделить на два типа:

Полностью замкнутые (автаркическое) – экономика, развитие которой определяется исключительно внутренними тенденциями и не зависит от тенденций в мировом хозяйстве. Экономические связи стран при этом – минимальные.

Полностью открытые – экономика, развитие которой определяется тенденциями мирового хозяйства.

В настоящее время экономика отдельных стран не может развиваться изолировано от мирового хозяйства. Но экономическая открытость разных стран – разная. Причем экономика крупных стран открыта в меньшей степени. Степень открытости зависит также от обеспеченности природными ресурсами, численности населения, от его платежеспособности спроса. Если также производительные силы страны развиты в равной степени, то экономика более открыта при меньшем экономическом потенциале (т.е. способности трудовых и материальных ресурсов обеспечить максимальный уровень производства продукции и услуг). Кроме того, степень открытости экономики зависит и от отраслевой структуры национального производства. Чем больше удельный вес базовых отраслей (металлургии, энергетики и т.п.), тем меньше вовлеченность страны в международное разделение труда.

Для измерения показателей открытости экономики используются – импортная и экспортная квоты.

Экспортная квота – количественный показатель, характеризующий значимость экспорта для экономики в целом и отдельно отраслей по различным видам продукции:

$$K_3 = Э / ВВП * 100\%.$$

Импортная квота – количественный показатель, характеризующий значимость импорта для экономики в целом и отдельных отраслей по различным видам продукции:

$$K_{и} = И / ВВП * 100\%.$$

Внешнеторговая квота – отношение совокупной стоимости экспорта и импорта, деленной пополам, к стоимости ВВП в процентах:

$$K_4 = \frac{1}{2} (Э+И) / ВВП * 100\%.$$

3. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Открытость экономики порождает ряд проблем, связанных с определением оптимальных условий взаимодействия с мировым хозяйством. Для промышленно развитых стран, не имеющих собственных запасов энергии и сырья, открытость экономики является существенным фактором, влияющим на их развитие. В результате возникает риск национальной экономики, связанный с тем, что международные экономические отношения, не могут быть до конца безопасными.

Взаимозависимость стран в этом отношении может привести к экономической зависимости. Она возникает, когда появляется необходимость приспособления.

Приспособление – это способность государства влиять на ситуацию, вызванную внешними факторами, таким образом, чтобы либо устранить внешнюю причину, либо ликвидировать последствия, либо переложить издержки приспособления на другие страны.

Выделяются следующие меры по приспособлению:

- диверсификация торговых связей;
- укрепление и интенсификация разностороннего сотрудничества;
- нажим (в том числе военный и экономический);
- экономия и создание резервов;
- формирование экспортных производств.

Зависимость проявляется в экономической чувствительности, т.е. подверженности национальной экономики негативному воздействию внешних факторов.

тет также спрос на товары, которые производятся в определенных климатических зонах;

- степень развития производительных сил. Крупное машинное производство, например, может быть эффективно только при глубокой специализации и ориентации на внешний рынок;
- научно-технический процесс. Его результатом является активный обмен продукцией, информацией, услугами.

2. ОТКРЫТАЯ ЭКОНОМИКА

Тенденция к открытости национальных хозяйств является характерной особенностью международного разделения труда. В этом отношении национальные хозяйства можно разделить на два типа:

Полностью замкнутые (автаркическое) – экономика, развитие которой определяется исключительно внутренними тенденциями и не зависит от тенденций в мировом хозяйстве. Экономические связи стран при этом – минимальные.

Полностью открытые – экономика, развитие которой определяется тенденциями мирового хозяйства.

В настоящее время экономика отдельных стран не может развиваться изолировано от мирового хозяйства. Но экономическая открытость разных стран – разная. Причем экономика крупных стран открыта в меньшей степени. Степень открытости зависит также от обеспеченности природными ресурсами, численности населения, от его платежеспособности спроса. Если также производительные силы страны развиты в равной степени, то экономика более открыта при меньшем экономическом потенциале (т.е. способности трудовых и материальных ресурсов обеспечить максимальный уровень производства продукции и услуг). Кроме того, степень открытости экономики зависит и от отраслевой структуры национального производства. Чем больше удельный вес базовых отраслей (металлургии, энергетики и т.п.), тем меньше вовлеченность страны в международное разделение труда.

Для измерения показателей открытости экономики используются – импортная и экспортная квоты.

Экспортная квота – количественный показатель, характеризующий значимость экспорта для экономики в целом и отдельных отраслей по различным видам продукции:

$$K_3 = Э / \text{ВВП} * 100\%.$$

Импортная квота – количественный показатель, характеризующий значимость импорта для экономики в целом и отдельных отраслей по различным видам продукции:

$$K_{и} = И / \text{ВВП} * 100\%.$$

Внешнеторговая квота – отношение совокупной стоимости экспорта и импорта, деленной пополам, к стоимости ВВП в процентах:

$$K_{в} = \frac{1}{2} (Э+И) / \text{ВВП} * 100\%.$$

3. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ

Открытость экономики порождает ряд проблем, связанных с определением оптимальных условий взаимодействия с мировым хозяйством. Для промышленно развитых стран, не имеющих собственных запасов энергии и сырья, открытость экономики является существенным фактором, влияющим на их развитие. В результате возникает риск национальной экономики, связанный с тем, что международные экономические отношения, не могут быть до конца безопасными.

Взаимозависимость стран в этом отношении может привести к экономической зависимости. Она возникает, когда появляется необходимость приспособления.

Приспособление – это способность государства влиять на ситуацию, вызванную внешними факторами, таким образом, чтобы либо устранить внешнюю причину, либо ликвидировать последствия, либо переложить издержки приспособления на другие страны.

Выделяются следующие меры по приспособлению:

- диверсификация торговых связей;
- укрепление и интенсификация разностороннего сотрудничества;
- нажим (в том числе военный и экономический);
- экономия и создание резервов;
- формирование экспортных производств.

Зависимость проявляется в экономической чувствительности, т.е. подверженности национальной экономики негативному воздействию внешних факторов.

уязвимости, т.е. неизбежности под воздействием внешних факторов чрезмерных издержек приспособления, даже после кардинальных корректировок и изменений внешней среды.

Условием для нарушения экономической безопасности является угроза, т.е. ограничение доступа к материальным, трудовым, научно-техническим ресурсам, системе маркетинга. Выделяют два типа угрозы:

- силовая угроза;
- угроза экономическому благосостоянию.

Инструментами угрозы являются:

- экономическая блокада;
- эмбарго;
- системы увязывания;
- различные методы дискриминации.

Таким образом, если национальная экономика в безопасности – значит уровень ВВП не находится в существенной зависимости от внешних преднамеренных или случайных событий. И наоборот.

Международная экономическая безопасность – система правил, основанных на взаимном доверии и равенстве, создающих экономические и институциональные условия для прочного мира.

4. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Для более общей характеристики положения и роли страны в мировой экономике применяется рейтинг конкурентоспособности. Он разработан Международным институтом развития управления в Лозанне.

Рейтинг конкурентоспособности 47 стран определяется на основе многофакторных моделей, в которых около 300 показателей сгруппированы в восемь факторов:

- внутренний экономический потенциал;
- внешнеэкономические связи;
- государственное регулирование;
- кредитно-финансовая система;
- инфраструктура;
- система управления;
- научно-технический потенциал;
- трудовые ресурсы.

Около $1/2$ критериев рассчитывается на основе статистических данных, $1/3$ – по оценкам аналитиков, экспертов, а так-

же по опросам руководителей крупных корпораций. Оценки касаются только промышленно развитых стран, некоторых развивающихся стран и стран с переходящей экономикой.

С 1987 года по 1993 год список возглавляла Япония, с 1994 – США.

5. СТРУКТУРА МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА

На нее влияют процессы, происходящие в странах бывшего СССР и социалистических странах.

Вследствие трансформации экономик бывших социалистических стран, произошедших в последние десятилетия, используемая в ООН классификация приобрела такой вид:

- промышленно развитые страны;
- развивающиеся страны (Вьетнам, Китай, КНДР, Монголия, Армения, Азербайджан, Грузия, Казахстан, Киргизия, Узбекистан, Туркменистан, Таджикистан);
- страны Восточной Европы (Албания, Беларусь, Болгария, Венгрия, Латвия, Литва, Молдова, Польша, Румыния, Россия, Словакия, Украина, Чехия, Эстония).

Во второй половине 90-х годов появилось понятие «нарастающие рынки» (территория ЮВА, Китай, страны ЦВЕ, СНГ, Турция, страны Латинской Америки).

Развитые страны

К ним относятся государства с крупным частно-монополистическим сектором, занимающим главенствующие позиции в экономике, с развитой хозяйственной и социальной функциями государства. Их отличают высший уровень производительности сил, интенсивный тип развития рыночной экономики, единый воспроизводственный процесс в рамках национально-организованных хозяйств.

В этих странах сосредоточена подавляющая часть экономического и научно-технического потенциала мирового хозяйства, расположены главные финансовые центры, основные узлы коммуникации.

В соответствии с классификацией ООН выделяется группа стран с развитой рыночной экономикой, которые подразделяются по регионам:

- в Америке – Канада и США;

В экономической уязвимости, т.е. неизбежности под воздействием внешних факторов чрезмерных издержек приспособления, даже после кардинальных корректировок и изменений внешней среды.

Условием для нарушения экономической безопасности является угроза, т.е. ограничение доступа к материальным, трудовым, научно-техническим ресурсам, системе маркетинга. Выделяют два типа угрозы:

- силовая угроза;
- угроза экономическому благосостоянию.

Инструментами угрозы являются:

- экономическая блокада;
- эмбарго;
- системы увязывания;
- различные методы дискриминации.

Таким образом, если национальная экономика в безопасности – значит уровень ВВП не находится в существенной зависимости от внешних преднамеренных или случайных событий. И наоборот.

Международная экономическая безопасность – система правил, основанных на взаимном доверии и равенстве, создающих экономические и институциональные условия для прочного мира.

4. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Для более общей характеристики положения и роли страны в мировой экономике применяется рейтинг конкурентоспособности. Он разработан Международным институтом развития управления в Лозанне.

Рейтинг конкурентоспособности 47 стран определяется на основе многофакторных моделей, в которых около 300 показателей сгруппированы в восемь факторов:

- внутренний экономический потенциал;
- внешнеэкономические связи;
- государственное регулирование;
- кредитно-финансовая система;
- инфраструктура;
- система управления;
- научно-технический потенциал;
- трудовые ресурсы.

Около $1/2$ критериев рассчитывается на основе статистических данных, $1/3$ – по оценкам аналитиков, экспертов, а так-

же по опросам руководителей крупных корпораций. Оценки касаются только промышленно развитых стран, некоторых развивающихся стран и стран с переходящей экономикой.

С 1987 года по 1993 год список возглавляла Япония, с 1994 – США.

5. СТРУКТУРА МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА

На нее влияют процессы, происходящие в странах бывшего СССР и социалистических странах.

Вследствие трансформации экономик бывших социалистических стран, произошедших в последние десятилетия, используемая в ООН классификация приобрела такой вид:

- промышленно развитые страны;
- развивающиеся страны (Вьетнам, Китай, КНДР, Монголия, Армения, Азербайджан, Грузия, Казахстан, Киргизия, Узбекистан, Туркменистан, Таджикистан);
- страны Восточной Европы (Албания, Беларусь, Болгария, Венгрия, Латвия, Литва, Молдова, Польша, Румыния, Россия, Словакия, Украина, Чехия, Эстония).

Во второй половине 90-х годов появилось понятие «нарастающие рынки» (территория ЮВА, Китай, страны ЦВЕ, СНГ, Турция, страны Латинской Америки).

Развитые страны

К ним относятся государства с крупным частно-монополистическим сектором, занимающим главенствующие позиции в экономике, с развитой хозяйственной и социальной функциями государства. Их отличают высший уровень производительности сил, интенсивный тип развития рыночной экономики, единый воспроизводственный процесс в рамках национально-организованных хозяйств.

В этих странах сосредоточена подавляющая часть экономического и научно-технического потенциала мирового хозяйства, расположены главные финансовые центры, основные узлы коммуникации.

В соответствии с классификацией ООН выделяется группа стран с развитой рыночной экономикой, которые подразделяются по регионам:

в Америке – Канада и США;

В экономической уязвимости, т.е. неизбежности под воздействием внешних факторов чрезмерных издержек приспособления, даже после кардинальных корректировок и изменений внешней среды.

Условием для нарушения экономической безопасности является угроза, т.е. ограничение доступа к материальным, трудовым, научно-техническим ресурсам, системе маркетинга. Выделяют два типа угрозы:

- силовая угроза;
- угроза экономическому благосостоянию.

Инструментами угрозы являются:

- экономическая блокада;
- эмбарго;
- системы увязывания;
- различные методы дискриминации.

Таким образом, если национальная экономика в безопасности – значит уровень ВВП не находится в существенной зависимости от внешних преднамеренных или случайных событий. И наоборот.

Международная экономическая безопасность – система правил, основанных на взаимном доверии и равенстве, создающих экономические и институциональные условия для прочного мира.

4. КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Для более общей характеристики положения и роли страны в мировой экономике применяется рейтинг конкурентоспособности. Он разработан Международным институтом развития управления в Лозанне.

Рейтинг конкурентоспособности 47 стран определяется на основе многофакторных моделей, в которых около 300 показателей сгруппированы в восемь факторов:

- внутренний экономический потенциал;
- внешнеэкономические связи;
- государственное регулирование;
- кредитно-финансовая система;
- инфраструктура;
- система управления;
- научно-технический потенциал;
- трудовые ресурсы.

Около $1/2$ критериев рассчитывается на основе статистических данных, $1/3$ – по оценкам аналитиков, экспертов, а так-

же по опросам руководителей крупных корпораций. Оценки касаются только промышленно развитых стран, некоторых развивающихся стран и стран с переходящей экономикой.

С 1987 года по 1993 год список возглавляла Япония, с 1994 – США.

5. СТРУКТУРА МИРОВОГО ХОЗЯЙСТВА

На нее влияют процессы, происходящие в странах бывшего СССР и социалистических странах.

Вследствие трансформации экономик бывших социалистических стран, произошедших в последние десятилетия, используемая в ООН классификация приобрела такой вид:

- промышленно развитые страны;
- развивающиеся страны (Вьетнам, Китай, КНДР, Монголия, Армения, Азербайджан, Грузия, Казахстан, Киргизия, Узбекистан, Туркменистан, Таджикистан);
- страны Восточной Европы (Албания, Беларусь, Болгария, Венгрия, Латвия, Литва, Молдова, Польша, Румыния, Россия, Словакия, Украина, Чехия, Эстония).

Во второй половине 90-х годов появилось понятие «нарождающиеся рынки» (территория ЮВА, Китай, страны ЦВЕ, СНГ, Турция, страны Латинской Америки).

Развитые страны

К ним относятся государства с крупным частно-монополистическим сектором, занимающим главенствующие позиции в экономике, с развитой хозяйственной и социальной функциями государства. Их отличают высший уровень производительности сил, интенсивный тип развития рыночной экономики, единый воспроизводственный процесс в рамках национально-организованных хозяйств.

В этих странах сосредоточена подавляющая часть экономического и научно-технического потенциала мирового хозяйства, расположены главные финансовые центры, основные узлы коммуникации.

В соответствии с классификацией ООН выделяется группа стран с развитой рыночной экономикой, которые подразделяются по регионам:

:- в Америке – Канада и США;

нологической, экономической и организационной зрелости (например, Бразилия, Мексика);

- новые индустриальные страны Юго-Восточной Азии, освоившие высокие технологии при господстве рыночных отношений во всех сферах экономики (Гонконг, Республики Корея, Сингапур, Тайвань);

- иные страны с относительно высоким уровнем развития экономики (Багамские острова, Кипр, Макао).

Средний уровень составляют страны с дуальной экономикой:

- крупные и средние страны, современное развитие которых началось «в обход» массовых традиционных структур (Турция, Таиланд, Египет);

- страны, современное развитие которых началось совсем недавно и осваивалось преимущественно на их включении в мировое хозяйство, по линии поставок сырья, пользовавшихся большим спросом на мировом рынке;

- страны с крупным экономическим и демографическим потенциалом, но с низким уровнем дохода на душу населения (Индия, Пакистан, Индонезия).

Нижний уровень составляют наименее развитые страны. Развивающиеся страны подразделяются по:

- регионам;

- экономическим группировкам;

- уровню дохода.

В соответствии с экономическими группировками они делятся на:

- основные экспортеры нефти;

- основные экспортеры промышленных товаров;

- остальные страны.

В зависимости от уровня ВВП на душу населения делятся на страны и территории:

- с высоким доходом (ВВП на душу населения свыше 3500 дол. США);

- со средним доходом (от 700 до 3500 дол. США);

- с низким доходом (ниже 700 дол. США).

Географическая структура международной торговли

Роль страны в международной торговле определяет особенности их развития. Доля промышленно развитых стран в

мировом экспорте на протяжении последних 30 лет, составляет 70%. 20-30% приходится на развивающиеся страны.

Ведущие позиции в мировой торговле занимают США, Германия, Япония, Франция, Великобритания, Италия, Канада, Нидерланды, Бельгия, Люксембург.

Среди развивающихся стран выделяются – Китай, Республика Корея, Гонконг, Сингапур, Тайвань, Малайзия, Мексика, Бразилия, Индонезия.

Во второй половине 90-х годов определилась четкая зависимость международной торговли от изменений в экономике и внешней торговле стран Юго-Восточной Азии. На их долю вместе с Китаем приходится ? всей мировой торговли.

Контрольные вопросы:

1. В чем заключаются основные принципы международной торговли?
2. Виды международного разделения труда.
3. Открытая экономика – как характерная особенность международного разделения труда.
4. Суть экономической безопасности.
5. Структура мирового хозяйства. Его основные составляющие.

Литература:

1. Плотников А.Ю. Как правильно составить внешнеторговые контракты. М., 1994 г.
2. Жиков Е.Ф. и др. Международные экономические отношения. М., 2000 г.
3. Одинцов Б.Е. Экономические экспертные системы. М., 1996 г.
4. Семенов К.А. Международные валютные и финансовые отношения. М., 1999 г.
5. Фомичев В.И. Международная торговля. М., 2000 г.
6. Жозет Терар. Управление международными денежными потоками. М., 1998 г.
7. Овчинников Г.П. Мировая экономика. С.-П., 1999 г.
8. Спиридонов И.А. Мировая экономика. М., 1999 г.
9. Сергеев П.В. Мировая экономика. М., 1999 г.
10. Додобаев Ю.Т., Победина М.П. Мировая экономика. Фергана, 1997 г.

11. Додобаев Ю.Т. и др. Международные экономические отношения. М., 1998 г.
12. Додобаев Ю.Т. и др. Международная торговля. Т., 2000 г.
13. Додобаев Ю.Т. Внешнеэкономические связи. Фергана, 1999 г.
14. Сергеев П.В. Мировая экономика. Вопросы и ответы. М., 1999 г.
15. Шербанин Ю.А. Международные экономические отношения. М., 1997 г.

Лекция 3.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ И МИРОВЫЕ ТОВАРНЫЕ РЫНКИ

План:

1. *Товарная структура мирового рынка.*
2. *Мировые цены.*
3. *Товарные биржи.*
4. *Аукционы.*
5. *Торговля промышленными товарами.*

Опорные слова: рынок, товар, цена, ресурсы, биржи, сделка, хеджирование, аукцион, выпуск, реализация, торги, поставка.

1. ТОВАРНАЯ СТРУКТУРА МИРОВОГО РЫНКА

В 1983 году была опубликована Гармонизированная система описания и кодирования товаров. Их классификация осуществляется по следующим признакам:

- происхождение товара;
- вид материала, из которого товар изготовлен;
- назначение товара;
- химический состав товара.

В соответствии с таким делением в классификационной схеме насчитывается 96 групп товаров.

На уровне групп тоже осуществлялась классификация:

- по видам сырья, из которого изготовлен товар;
- по степени обработки товара;
- по назначению товара;
- по месту товара в международной торговле.

Для статистики международной торговли применяется также классификатор товаров по укрупненным экономическим группировкам (КУЭГ).

В КУЭГ определены следующие основные понятия:

Сырьевые товары – продукты сельского хозяйства, лесного хозяйства, рыболовства и охоты или любые полезные ископаемые, стоимость которых лишь в незначительной степени зависит от обработки.

Полуфабрикаты – продукты, требующие дальнейшей обработки или включенные в состав других товаров, прежде

чем они стали орудием производства или предметом потребления.

Готовые изделия все промышленные изделия, предназначенные для потребления и использования в домашнем хозяйстве, а также капитальное оборудование для промышленности, сельского хозяйства, транспорта, промышленные товары недлительного пользования, применяемые в промышленности в качестве материалов и топлива.

Готовые промышленные товары краткосрочного пользования, предназначенные для промышленности, - товары со сроком пользования один год и менее.

Готовые изделия длительного пользования - изделия со сроком потребления свыше одного года, предназначенные для промышленности, а также государственных и частных учреждений.

Потребительские товары (не пищевые) недлительного пользования - со сроком потребления один год и менее.

Товары среднесрочного пользования - со сроком пользования от 1 до 3 лет с относительно низкой стоимостью.

Товары длительного пользования - со сроком пользования свыше 3-х лет, а также от 1 до 3 лет с высокой стоимостью.

2. МИРОВЫЕ ЦЕНЫ

Мировой рынок характеризуется множественностью цен, т.е. наличием ряда цен на одни и те же товары. Выделяют:

- 1) цены по обычным коммерческим сделкам с платежом:
 - в свободно конвертируемой валюте;
 - в неконвертируемой валюте;
- 2) цены по клиринговым соглашениям;
- 3) цены по программам в рамках государственной помощи.

Собственно мировые цены, те по которым проводятся крупные экспортно-импортные операции, которые должны:

- 1) осуществляться на регулярной основе;
- 2) носить раздельный коммерческий характер, т.е. не учитываются операции встречной торговли, поставки в рамках государственной помощи;
- 3) выполняться в условиях свободного торгово-политического режима;

4) осуществляться в свободно-конвертируемой валюте.

В международной торговле применяется два вида цен: расчетные – их определяют индивидуально фирмы-экспортеры;

- справочные цены;
- биржевые котировки;
- цены аукционов;
- цены торгов;
- цены фактических сделок;
- цены предложения крупных фирм.

Наиболее широко применяются справочные цены, которые регулярно публикуются по всем видам продукции. Источниками справочных цен являются экономические отраслевые газеты и журналы, бюллетени, каталоги, прейскуранты.

Выделяют две основные группы цен: на продукцию, обрабатывающей промышленности и сырья.

Мировые цены на продукцию обрабатывающей промышленности – это экспортные цены крупных компаний-производителей и экспортеров этой продукции. Они чаще всего рассчитываются по месту прямых затрат, когда суммируются все затраты, связанные с производством продукции, к ним добавляется величина предполагаемой прибыли.

Цены, рассчитанные по одному из методов, уточняются с помощью развернутой системы скидок с цены и надбавок к цене, в зависимости от состояния конъюнктуры.

При установлении мировых цен на сырьевые ресурсы главную роль играют не внутренние издержки и цены, а соотношение спроса и предложения на соответствующих рынках. Для некоторых видов сырьевых товаров цены устанавливаются основными экспортерами (например, экспортные цены США и Канады на пшеницу), а для других – на основе биржевых котировок цен или аукционов. Особое значение при формировании товаров имеют соответствующие объединения стран-экспортеров или производителей.

3. ТОВАРНЫЕ БИРЖИ

Товарные биржи – это постоянно действующие оптовые рынки однородных товаров. На товарных биржах совершается около 20 % операций с сырьевыми товарами.

Биржи бывают публичными и частными. Наиболее распространены частные, организованные как акционерные общества.

Институт биржи основывается на принципе членства. Члены биржи имеют право использовать преимущества, создаваемые биржей в торговле. Члены биржи имеют право на заключение сделок на ней, а также на участие в общих собраниях биржи.

Членами товарной биржи являются физические лица, предоставляющие промышленные или торговые компании, производящие или торгующие товаром, обращающимся на бирже. Торговые компании финансируют покупку членства и поддерживают кандидата. Кандидат в члены биржи должен быть платежеспособным.

На многих биржах существуют различные категории членства в зависимости от степени ограниченности прав. Например, право заключения сделок, право свободного входа на биржу. Цена членства зависит от активности биржи, от ее значения в обороте данного товара, от наличия свободных мест.

Брокеры нанимаются для посредничества при заключении сделок. Они действуют от имени и за счет третьих лиц, получают свои комиссионные. Последние бывают достаточно высокими, так как значительна, как правило, стоимость одного контракта. Посредничество брокеров является необходимым, так как клиенты биржи зачастую находятся далеко от нее. Функции брокеров обычно выполняют члены или участники биржи.

3.1. БИРЖЕВЫЕ ТОВАРЫ

К товарам, традиционно являющимся предметом торговли на бирже, являются:

- продукты растительного происхождения (зерно, масличные культуры, сахар, кофе, какао, чай, пряности, хлопок, апельсиновый сок, каучук и т.д.);

- продукты животного происхождения (живой скот, мясо (свежее и мороженое), бекон, бройлеры, яйца, топленое сало, шетина, кожа, шерсть, шелк-сырец, рыбная мука);

- энергетические и смазочные материалы, иные химикаты (нефть, бензин, смазочные масла, пропан, кокс, ацетон, спирт, каустическая сода).

Биржевые товары отличаются от других сырьевых товаров наличием у них общих признаков:

- 1) биржевой товар должен быть однородным (заменяемым), т.е. каждую партию данного товара можно без ущерба для потребителя заменить любой другой партией товара аналогичного количества и качества;
- 2) биржевой товар должен быть пригодным для стандартизации;
- 3) биржевой товар не должен быстро портиться;
- 4) спрос и предложение на биржевой товар должны носить массовый характер;
- 5) предложение биржевого товара должно превышать его спрос в течение достаточно продолжительного времени;
- 6) величина спроса и величина предложения на биржевой товар должны быть легко прогнозируемы.

На каждой бирже в торговле отдельным товаром используют стандартные контракты, в которых указаны качественный стандарт, имеющий значительную долю в обороте данным товаром, а также характер сделки. Поставщик товара высшего стандарта по сравнению с указанным в стандартном контракте получает доплату (премию), а поставщик товара низшего стандарта – меньшую цену.

На товары устанавливаются цены трех типов:

- цена продавца;
- цена покупателя;
- цена, по которой фактически заключена сделка.

Котировки устанавливаются на сорт, который был принят в стандартном контракте, а также на определенное количество товара, являющееся единицей сделки на данной бирже. Эти определенные единицы могут различаться в зависимости от сорта товара, а также для одного и того же сорта товара на разных биржах. Руководство биржи определяет минимальный размер партии товара для реализации на бирже, который является кратным единице товара.

3.2. ОРГАНИЗАЦИЯ БИРЖЕВОЙ ТОРГОВЛИ

Торговля на бирже сосредоточена в определенном зале, в котором брокеры заключают сделки. Большая часть зала отведена для срочной торговли, остальная – для наличных сделок. Сделки на срок заключаются в так называемых «ямах» или «питах», предназначенных для торговли одним товаром. Яма представляет собой ступенчатый шести или восьмиугольник.

Участники торгов располагаются на ступеньках, что облегчает визуальный контакт.

Время функционирования бирж устанавливается так, чтобы они могли моментально реагировать на изменения, происходящие на других биржах, даже в других странах.

Согласно правилам бирж предложения купли или продажи должны выкрикиваться громким голосом, чтобы все могли его услышать. Это, естественно, приведет к сильному шуму. Поэтому участники торгов часто прибегают к помощи жестов.

Возле «ямы» находится возвышение, где располагаются наблюдатели – работники биржи. Каждое изменение цен регистрируется ими, вводится в компьютер и сообщается работникам, обслуживающим таблицу цен в операционном зале.

Заключение сделок происходит при посредничестве брокеров. Они после ее заключения записывают в своей карточке цену, количество, месяц поставки, тип товара, название фирмы, инициалы второго брокера, участвовавшего в сделке.

Каждая сделка, заключенная в устной форме, проверяется клерками с двух договаривающихся сторон, и до 12.00 следующего рабочего дня подтверждается письменным контрактом, представленным продавцом.

3.3. БИРЖЕВЫЕ ОПЕРАЦИИ

Они подразделяются:

- по результатам осуществления сделки;
- по сроку реализации сделки.

Первые бывают действенные (реальные) и спекулятивные, а также страховые операции.

Сделки с реальным товаром. Их исполнение заключается в фактической поставке товара.

Наличные сделки предусматривают передачу товара без промедления после заключения сделки. Передается либо товар, либо соответствующий документ. Оплата производится в день заключения сделки. На некоторых биржах срок реализации наличной сделки не должен превышать двух недель.

Срочные сделки, или форвардные, предусматривают более длинные сроки ее реализации. К ним относятся:

- сделки на прибытие товаров, погруженных перед их заключением и отправленных до определенного пункта;

- сделки на погрузку товара, который продавец обязан погрузить в пункте отправления в срок, указанный в сделке;
- сделки на поставку товара, который продавец обязан поставить к месту назначения в указанный срок.

Цены по форвардным сделкам отличаются от цен по наличным сделкам. Это связано с предполагаемыми отклонениями цен для реализации от цен для заключения сделки на основе прогнозов изменений конъюнктуры, атмосферных условий и т.д.

Если цена по срочным сделкам выше цены «спот», то эта разница называется **контанго**. Подобное превышение свидетельствует о превышении предложения над спросом в данный момент.

Когда цена товара по срочным сделкам ниже цены «спот», то эта разница называется **бэквардейшн**. Эта ситуация возникает, когда производители придерживают либо выкупают товары на бирже с целью повышения цен.

Операции с реальными товарами составляют наибольшую часть сделок биржевого оборота. Ведь при реализации товара через биржу у продавца появляются дополнительные расходы: выплата комиссионных, оплата хранения товаров на биржевом складе, их страхование. Подобные же издержки несет и покупатель.

В связи с этим покупателю выгоднее получить биржевой товар непосредственно у производителя, причем даже по ценам, превышающим биржевым котировки. Производители биржевых товаров тоже стремятся реализовать их непосредственно покупателю из-за более высоких цен, а также ситуации, когда большие партии поставленных на биржу товаров могут вызвать понижение цен.

Фьючерские сделки заключаются не с целью реальной поставки товара, а для получения прибыли посредством игры на разнице цен. Иначе такие сделки называются спекулятивными. Существует несколько видов фьючерсных сделок:

Сделки на разность. Каждая из сторон фьючерсной сделки имеет право в любое время ликвидировать сделку посредством заключения обратной сделки, т.е. продать купленный контракт или купить проданный. При досрочной односторонней ликвидации сделка может происходить также путем выплаты разницы между фьючерсной ценой, указанной в контракте, и фьючерсной ценой фактического дня ликвидации.

В результате односторонней ликвидации сделки создаются условия для проведения спекулятивных операций на бирже. Играющие на повышение цен («быки») покупают определенное количество контрактов, создавая себе длинную позицию. Организованные таким образом закупки больших партий товаров приводят к росту цен на бирже. Такая ситуация называется «хосса». Когда рост цен достигает ожидаемого уровня, «быки» реализуют контракты с прибылью. Играющие на понижение («медведи») продают срочные контракты, что приводит к быстрому росту предложения на бирже. Это вызывает снижение цен. Такая ситуация называется «бесса». Когда падение цен достигает ожидаемого уровня, «медведи» выгодно для себя покупают определенное количество контрактов. Заработанная таким образом прибыль реализуется путем продажи этих контрактов чуть позже, когда цены стабилизируются.

Сделки с премиями. Это договор, по которому одна из сторон обещает другой оплатить определенную сумму за предоставленное право выбора исполнять или не исполнять эту сделку в целом или в какой-либо ее части. Премия уплачивается независимо от того, воспользовалась ли соответствующая сторона своим правом или нет.

Стеллажные сделки. Продавец и покупатель обуславливает стоимость каждой единицы товара путем указания возможного процента отклонения в обе стороны.

Сделки с опционами. При них покупателя опцион (т.е. стандартный контракт по сделкам этого вида) на продажу или покупку данного количества товаров в определенный срок в будущем срок в будущем по цене, установленной в день заключения сделки.

Сделки с опционами бывают:

- опцион «колл». Покупатель опциона получает право до наступления срока ликвидации сделки объявить либо о покупке товара, либо об отказе от покупки;

- опцион «пут». Покупатель опциона право до наступления срока ликвидации сделки объявить либо о продаже товара либо об отказе от продажи;

- двойной опцион, объединяющий оба предыдущих.

Главная выгода для покупателя опциона – ограничение возможных потерь только выплатой премии.

Арбитражные сделки. Для того, чтобы избежать чрезмерных колебаний на бирже, уменьшить возможный риск, заключаются арбитражные сделки. Они основаны на одновременном заключении сделок на продажу и покупку:

А) товара одного сорта на разных биржах;

Б) одного и того же товара разных сортов на одной или разных биржах;

В) разных товаров, но близких друг другу по происхождению, процессу производства или назначения, на одной или разных биржах.

В первом случае это может быть покупка меди на Лондонской бирже металлов с одновременной ее продажей в том же количестве и того же сорта, но по более высокой цене, на бирже в Нью-Йорке.

Во втором случае спекулянты используют разницу в ценах разных сортов одного и того же товара, вызванную не разницей в издержках производства, в нарушении рыночного равновесия.

Подобные действия имеют место и в третьем случае.

Онкольные сделки. Эти сделки заключаются на поставку товаров в будущем и с расчетом по котировкам будущего периода. В контракте определяется, что цена будет установлена на уровне биржевых котировок в произвольно выбранный одной из сторон рабочий день, предшествующий дню поставки. В контракте также оговаривается крайний срок объявления цены. Право объявления цены может получить любой из контрагентов, в зависимости от результатов переговоров. Покупатель стремится получить это право, когда ожидает падения цен продавец – их повышения.

Хеджирование. Деятельность спекулянтов приводит к искусственному увеличению частоты и амплитуды колебания цен. Однако одновременно возникает возможность заключения страховых сделок, защищающих продавцов и покупателей реального товара от нежелательного колебания цен. К таким сделкам относится хеджирование, которое осуществляется когда:

А) производитель биржевого товара хочет застраховаться от возможного падения цен в период от начала производства до его реализации на рынке;

Б) торговый посредник хочет застраховаться от падения цен в период от покупки им товара до момента его продажи либо в период от заключения сделки на перепродажу до момента закупки товара для этой операции;

В) потребитель биржевого товара, купив этот товар и начиная выпуск готовой продукции на его основе, хочет застраховаться от возможного падения цен на проводимую им готовую продукцию.

Суть хеджирования состоит в одновременном заключении действительной (на реальный товар) и обратной ей фьючерсной сделок. Результат хеджирования выступает как результат по обоим сделкам.

Возникают два типа хеджирования:

1. Хеджирование продажей осуществляется товаропроизводителем или товаровладельцем с целью страхования от снижения цен при продаже в будущем товара либо уже имеющегося в наличии, либо еще не произведенного, но предусматриваемого к обязательной поставке.
2. Хеджирование покупкой осуществляется потребителем или торговцем с целью страхования от увеличения цены при покупке в будущем необходимого товара.

4. АУКЦИОНЫ

Аукционы специализируются на сбыте реальных товаров со строго индивидуальными свойствами. Номенклатура таких товаров весьма ограничена. Традиционно аукционными считаются чай, пшеница, овечья шерсть, цветы, каучук, антиквариат. Особенностью таких товаров является то, что их нельзя покупать без предварительного осмотра продаваемой единицы (лота).

Аукционы делятся на регулярные, проводимые в одном и том же месте несколько раз в году, и нерегулярные, которые проводятся когда возникает необходимость продажи товара, не полученного в установленные сроки и в не установленное время со склада, или не нашедшего своего покупателя.

Перед аукционом выпускается каталог, который рассылается потенциальным покупателям.

Торг на аукционах проводится либо с повышением цен, либо с понижением.

Например, аукционная торговля пушниной, товаром, имеющим сложную специфику в силу наличия индивидуальных признаков шкурки (окраска, шелковистость, размер и пр.).

Оценка пушнины определяется органолептически и носит субъективный характер. Преимущественно аукционной формы продажи в том, что аукцион позволяет продавать значительное количество товаров в короткий период, определять спрос рынка в данный момент. Расписание аукционов на год устанавли-

вает Международная пушная федерация по согласованию с аукционными компаниями мира.

Наибольшую активность на пушных аукционах обычно проявляют фирмы США и стран Дальнего Востока. Тактика за-продаж пушнины изменяется в зависимости от условий на ме-ждународном рынке в различные периоды. Выбор места за-продаж основан на конъюнктурных предпосылках в целях полу-чения максимально допускаемых цен.

5. ТОРГОВЛЯ ПРОМЫШЛЕННЫМИ ТОВАРАМИ

Промышленные товары в соответствии с критерием их использования обычно подразделяется на две подгруппы:

- потребительские (непродовольственные);
- средства производства.

Однако это деление во второй половине XX века стало относительным. Это объясняется значительным расширением производимых промышленных товаров из-за, во-первых, роста потребительских инновационных потребностей, во-вторых, расширения возможностей удовлетворения этих потребностей, в результате внедрения новых технологий производства. Кроме того, на рынках промышленной продукции происходят по-истине революционные изменения. С 70-х годов все большую роль играют страны и фирмы, уделяющие первостепенное внимание научным исследованиям и опытно-конструктивным разработкам. Наряду с торговлей промышленной продукцией активно развивается научно-технический обмен, передача тех-нологий и научно-техническая кооперация. Таким образом, происходит интернационализация промышленного производ-ства. Строго говоря, рынка промышленной продукции как тако-вого не существует, речь идет о множестве мировых рынков конкретных товаров.

Фармацевтическую продукцию выпускают в основном США, Швейцария, Великобритания, Япония, Германия, Италия, Франция, производя значительные затраты на НИОКР.

Крупнейшими импортерами **химических удобрений** (азотные, фосфорные, калийные) являются Китай и Индия. Ос-новные поставщики удобрений на мировой рынок – США, Ка-нада, Россия, Китай.

Основными производителями **бумаги и картона** являют-ся США, Япония, Китай, Канада, Германия, Швеция, Франция, Италия, Бразилия, Россия. Больше всего их закупают сканди-навские страны.

В мировом производстве и экспорте тканей, готовой одежды, обуви, изделий из кожи передовые позиции занимают азиатские страны.

Спрос на мебель и материалы для ее производства высок в Западной Европе. В международной торговле растет доля шпона из экзотических деревьев (из Африки и Южной Америки), а также металлической фурнитуры (из Италии, Испании).

Производство потребительских электротоваров широко интернационализировано. В производстве и экспорте бытовой электроники ведущая роль принадлежит азиатским странам.

Транспортные средства на мировой рынок в основном поставляют Япония и Германия.

5.1. ПОСТАВКИ КОМПЛЕКТНОГО ОБОРУДОВАНИЯ

В 70-80-е гг. большое распространение получили «поставки под ключ». Под ними понимается сделка, при которой контрагент заказчика берет на себя ответственность на сооружение объектов промышленного и непромышленного назначения и представляет заказчика в отношении с другими юридическими лицами, участвующими в сооружении объекта. Контрагент передает заказчику объект, готовый к эксплуатации, согласно условиям договора, спецификации и гарантии.

Широкое распространение поставок «под ключ» связано с тем, что сегодня ни один не может «передать» заказчику решение всех организационных и технических проблем, возникающих на строящемся объекте, посредством описаний и инструкций.

Обычно в обязательства входят прединвестиционные инженерно-консультативные услуги, полевые работы, топографические съемки территории объекта, составление карт, сейсморазведочные работы, исследования местности, буровые работы, разработки прогнозов развития отрасли и технических проектов. В объем поставки обычно входят передача технологии, ноу-хау, проектирование, поставка комплектного оборудования, его монтаж, проведение пусконаладочных работ, проектирование и строительство вспомогательных гражданских сооружений.

Основным преимуществом поставок «под ключ» является то, что:

- импортное оборудование и технологические процессы, как правило, уже отработаны на заводах поставщика и доказали свою эффективность и надежность;

- наряду с основным оборудованием в объем поставок входит так же современное строительное оборудование, в состав передаваемой технической документации и ноу-хау – передовые методы строительства объекта, монтажа и эксплуатации оборудования;
- вся ответственность за строительство и ввод в эксплуатацию объекта возможна на одно юридическое лицо – генерального подрядчика. Заказчик обычно не несет ответственности за неполадки, возникшие в ходе строительства и при вводе оборудования в эксплуатацию;
- предприятия на условиях поставки «под ключ» строятся быстрее, снижается вероятность конфликтов между проектировщиками и строителями.

Недостатками метода являются:

- стоимость такого строительства оказывается обычно намного выше, чем при закупке отдельных видов оборудования и услуг. С расширением обязательств генерального подрядчика ценовая проблема обостряется, т.е. он повышает цены на дополнительные услуги и стремится получить компенсацию за дополнительный риск;
- генеральный подрядчик может включить в объем поставок оборудование, не пользующееся спросом на мировом рынке;
- строительство «под ключ» не всегда способствует техническому прогрессу в стране заказчика, т.к. он принимает минимальное участие в сооружении объекта;
- после сдачи объекта в эксплуатацию у заказчика чаще всего не остается способов воздействия на генерального подрядчика, который не обязан обеспечивать удовлетворительную работу предприятия в постгарантийный срок.

В связи с обострением конкуренции появились новые виды договоров – «под готовую продукцию», «под выпуск» и «реализацию продукции».

В 70-е годы получили распространение поставки комплектного оборудования с привлечением международного консорциума, для финансирования всех затрат, связанных со строительством промышленного объекта «под ключ».

При строительстве объектов на условиях ВОТ функции заказчика и подрядчика выполняет одно лицо. Это позволяет

достичь разумных компромиссов между проектными решениями и возможностями их практического осуществления, сократить сроки и расходы на строительство.

5.2. ТОРГИ

Торги – метод заключения договоров купли-продажи или подряда, при котором покупатель (заказчик) объявляет конкурс для продавцов (подрядчиков) на товар с заранее определенными технико-экономическими характеристиками и после сравнения полученных предложений подписывает контракт купли-продажи или договор подряда с продавцом, который предложил более выгодные для покупателя условия.

Посредством торгов закупаются различное оборудование – энергетическое, электротехническое, электронное, металлургическое, химическое, насосно-компрессорное, металлоперерабатывающее, подъемно-транспортное, черно-шахтное, лесобумажное, текстильное, пищевое, цементное, дорожно-транспортное, сельскохозяйственное и др. А также – грузовые автомобили, железнодорожный подвижной состав, суда транспортные средства, оборудование связи, приборы, лабораторная аппаратура и т.п.

Применяется несколько видов торгов в международной торговле.

Открытые торги. В них участвуют все желающие фирмы.

Открытые торги с предварительной квалификацией проводятся в два тура. В первом участвуют все желающие oferенты. Во втором – только фирмы отобранные тендерным комитетом на основе анализа представленных ими материалов.

Публичные торги проводятся после публикации объявления о них в газетах, специализированных журналах. В объявлениях кратко сообщаются только основные сведения: название организации, проводящей торги; номер тендера; наименование и характер; количество закупаемого оборудования; порядок и срок представления предложений, адрес, по которому можно получить все необходимые сведения.

В день закрытия торгов в присутствии всех участников руководители тендерных комитетов вскрывают пакеты с предложениями, называют фирмы или составы консорциумов, подавших представления, а также объявляют предложенные участниками цены. Это – главные торги.

Закрытые торги. Приглашают на участие в них наиболее известных поставщиков и подрядчиков, имеющих высокий авторитет на мировом рынке. Закрытые торги проводятся на поставки современного дорогостоящего оборудования с высокими техническими характеристиками и на сложные подрядные работы, требующие высокой квалификации. Их часто называют тендерами.

Единичные торги осуществляются только при наличии одного оферента.

Покупатели, принявшие решение о размещении заказов через торги, создают **тендерные комитеты**. В их состав входят технические и коммерческие эксперты, представители администрации.

Продавцы, принявшие решение об участии в объявленных торгах, выкупают их условия у тендерных комитетов. Стоимость выкупа часто бывает столь высока, что мелкие фирмы не могут принять в них участие. Выкуп условий торгов не накладывает никаких обязательств и на продавцов, ни на устроителей.

Условия торгов обычно состоят из двух частей:

- общей части, которая аналогична для многих видов оборудования, запускаемого через торги в данной стране;
- специальной части, содержащей все необходимые сведения о данном конкретном виде оборудования.

В условиях торгов, помимо их номера, места, дня и часа открытия и закрытия указываются:

- наименование и количество оборудования, намечаемого к закупке или характер объекта, намечаемого к строительству, его мощность и производительность и т.д.;
- все основные технико-экономические характеристики и сведения о том, какая дополнительная техническая и пояснительная документация должна прилагаться к предложению;
- основные коммерческие и технические условия, в том числе сроки поставки, условия платежа и внесения гарантийных залогов (их величина, возможность замены банковской гарантией), базисное условие поставки, способ фиксации цены;
- условия арбитража, штрафы, гарантии, возможность или невозможность представления альтернативных предложе-

ний и требований, связанных с техническим обслуживанием оборудования.

Одновременно в подачей предложения фирмы – оференты вносят гарантийный залог, размер и порядок взноса которого заранее обусловлены.

Победа присуждения фирме, предложившей либо самые низкие цены, либо более выгодные условия. Для выигрыша торгов на поставку оборудования решающее значение имеют уровень цен и условия платежа, а для выигрыша торгов на создание объектов капитального строительства – цена предложения, срок исполнения, технологическая совместимость и эффективность комплектного оборудования, возможности по обеспечению объекта запчастями, уровень эксплуатационных услуг, методов строительства.

Контрольные вопросы:

1. Основные понятия товарной структуры мирового рынка.
2. Характеристики мировых цен.
3. Товарные биржи, как постоянно действующие оптовые рынки товаров.
4. Принципы организации биржевой торговли и биржевые операции.
5. Организация аукционов и торговля промышленными товарами.
6. Торги, как метод заключения договоров. Виды торгов.

Литература:

1. Плотников А.Ю. Как правильно составить внешнеторговые контракты. М., 1994 г.
2. Жиков Е.Ф. и др. Международные экономические отношения. М., 2000 г.
3. Одинцов Б.Е. Экономические экспертные системы. М., 1996 г.
4. Семенов К.А. Международные валютные и финансовые отношения. М., 1999 г.
5. Фомичев В.И. Международная торговля. М., 2000 г.
6. Жозет Терар. Управление международными денежными потоками. М., 1998 г.
7. Овчинников Г.П. Мировая экономика. С.-П., 1999 г.
8. Спиридонов И.А. Мировая экономика. М., 1999 г.

9. Сергеев П.В. Мировая экономика. М., 1999 г.
10. Додобаев Ю.Т., Победина М.П. Мировая экономика. Фергана, 1997 г.
11. Додобаев Ю.Т. и др. Международные экономические отношения. М., 1998 г.
12. Додобаев Ю.Т. и др. Международная торговля. Т., 2000 г.
13. Додобаев Ю.Т. Внешнеэкономические связи. Фергана, 1999 г.
14. Сергеев П.В. Мировая экономика. Вопросы и ответы. М., 1999 г.
15. Шербанин Ю.А. Международные экономические отношения. М., 1997 г.

Лекция 4.

РЫНКИ СЫРЬЕВЫХ ТОВАРОВ И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

План:

1. *Рынки продовольствия.*
2. *Рынки сельскохозяйственного сырья.*
3. *Рынки руд и металлов.*
4. *Рынки топлива.*
5. *ОПЕК.*

Опорные слова: рынок, товар, цена, котировка, экспорт, импорт, производство, сбыт.

1. РЫНКИ ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

В международной торговле к продовольственным товарам относятся продукция животноводства, земледелия, лесного хозяйства, рыболовства, морского промысла, а также полученные на их основе полуфабрикаты и некоторые готовые товары.

Основные позиции на мировом рынке продовольствия занимают зерновые и продукты из переработки, масло, семена, растительные масла, жиры, шроты, овощи, фрукты, мясо, мясопродукты. Торговля многими из них осуществляется на биржах, цены на такие товары ориентируются на биржевые котировки. Некоторые продаются на аукционах, которые определяют мировые цены (рыба, чай, овощи, фрукты и др.). Для отдельных цены устанавливают основные экспортеры или импортеры (орехи, сухофрукты, мед).

Цены на многие продовольственные товары отличаются значительной неустойчивостью из-за погоды, сезона, возможности проведения спекулятивных биржевых операций. Они также характеризуются множественностью из-за наличия сортов, центров торговли, сроков поставок. На цены влияет конкуренция.

Ценообразование на продукцию многолетних культур, а также мяса связано с циклами развития культур и длительностью их воспроизводства.

Динамика мировых цен зависит от внешнеторговой политики, т.к. для продовольственных товаров характерна жесткая

тарифная и нетарифная защита внутренних рынков. В промышленно развитых странах это еще и широкое субсидирование экспорта.

Продукция животноводства. Оборот мировой торговли крупным рогатым скотом составляет свыше 5 млн. голов в год, свиней 9-10, овец – 15. Основными их экспортерами являются США, страны ЕС и Канада.

Основными рынками реализации мясных лошадей и конины является Италия, Франция, страны Бенимакая, Австрия.

Мировой экспорт говядины составляет около 5,5 т. Основные ее поставщики – Австралия, Аргентина, Нова Зеландия, Уругвай, страны ЕС и США. Основными производителями свинины являются Китай, США и Европа. Баранина и ягнятина производится в основном в Австралии и Новой Зеландии.

Цены на рынке мяса подвержены значительным колебаниям в зависимости от качества, условий поставки и других факторов.

Традиционно развитым рынком субпродуктов (печень, ножки, хвосты, языки, легкие и др.) является Западная Европа.

До конца XIX века молочные продукты, кроме сыров, производились в основном для внутреннего потребления. С началом использования холодильного оборудования на транспортных средствах произошло вовлечение их в международный оборот.

Ежегодный объем мировой торговли молочными товарами превышает 11 млн. т. Наиболее распространена торговля сырами, сливочным маслом, сухим молоком. Основными поставщиками этой продукции выступают страны ЕС, Новая Зеландия, США, Австралия, Аргентина.

В 90-е гг. отмечаются высокие темпы роста мирового производства и потребления яиц, а также международной торговли ими. Объем производства яиц в 1997 г. составил свыше 710 млрд. штук. Основными производителями являются Китай (более 45%), страны ЕС, США, Япония, Индия, Россия. Основными покупателями являются Япония, Гонконг, Канада, Мексика.

Зерновые. Являются самым массовым товаром на мировом рынке. Наиболее важное место занимает пшеница, которая во многих странах считается стратегическим товаром. Мировое производство пшеницы составляет свыше 60 млн. т. в год. Среди экспортеров – США, Канада, Австралия, страны ЕС.

Значительные импортеры – Китай, страны СНГ, Япония, Бразилия, Египет, Алжир, Иран и Индонезия.

Пшеница – традиционный биржевой товар, мировые цены на который формируются в основном на рынке США.

Мировое производство **кукурузы** составило в 1998 году 600 млн. тонн. Основным производителем и экспортером являются США.

Производство **ячменя** сконцентрировано в северном полушарии – страны СНГ, Канада, Великобритания.

Овес производят в основном стран СНГ, ЕС, США и Канада.

Рис – один из основных продуктов питания в ряде азиатских и некоторых других стран, что определяет значительные объемы производства и мировой торговли ими. Основными производителями являются Китай, Индия, Индонезия, Бангладеш, Вьетнам, Таиланд, Мьянма, Япония, Филиппины, Бразилия. Значительными импортерами выступают Бангладеш, КНДР, Иран, Саудовская Аравия, Бразилия, ЕС.

Производство остальных видов зерновых имеет региональный характер. Например, сорго и просо в Африке и Азии.

Рынок **хлебопродуктов** (мука, хлеб, макароны, вафли, сухари, битый рис, солод, крахмал, и др.) сформировался в последней четверти XX в. в результате диверсификации пищевой промышленности. Крупным экспортером является Германия, импортером – Япония.

Овощи и фрукты. Наибольшее значение в международной торговле имеют цитрусовые и бананы. Торговля между странами средиземноморского бассейна и европейскими, бананами – между Латинской Америкой, Северной Америкой и Европой.

Яблоки – еще один наиболее распространенный продукт международной торговли.

Сахар. Основные производители его из сахарного тростника – Бразилия, ЮАР, Индия, Китай. Производство свекловичного сахара обходится дороже и осуществляется в промышленно развитых странах.

Производство сахара является важной отраслью мирового хозяйства в сельскохозяйственной отрасли многих стран, поэтому национальные рынки сахара обычно защищаются с помощью различных инструментов. В ближайшие годы потребление сахара будет возрастать примерно на 1,2% ежегодно и достигнет 125 млн. тонн.

В то же время в пищевой промышленности увеличивается потребление заменителей сахара, которые вытесняют с рынка натуральное сырье. Производство заменителей будет увеличиваться и цены на натуральный продукт упадут.

Цены на сахар характеризуются большой нестабильностью, усиливаемой ситуациями на биржах. Три четверти мировой торговли сахаром осуществляется на свободном рынке, остальная часть реализуется по высоким ценам преференциальных рынков.

Была создана Международная организация по сахару со штаб-квартирой в Лондоне.

Пищевкусовые товары.

Кофе выращивается более чем в 70 странах. Основными продуцентами кофе являются – Бразилия, Колумбия, Кот-д'Ивуар, Индонезия, Мексика, Индия, Вьетнам. Крупнейшими потребителями кофе являются страны ЕС (особенно Германия и Франция) и США (самый крупный импортер).

Торговля кофе осуществляется как непосредственно между фирмами стран, так и на биржах (в основном в Нью-Йорке и Лондоне). Сделки с реальным товаром осуществляются, как правило, в Гамбурге, располагающем крупнейшими в Европе складами в свободной таможенной зоне.

Какао производится в Центральной Африке и Латинской Америке, а также в Малайзии.

Ежегодные объемы его мирового производства сильно колеблются из-за засух или проливных дождей, частых изменений площади выращивания какао. Основными потребителями являются США, Германия, Голландия, Великобритания, Швейцария.

Чай выращивается в тропической и субтропической зонах. Наиболее ценными сортами черного чая обладают Кения, Шри-Ланка, Индонезия. Популярность зеленого чая из Китая, относительно невелика.

Чай традиционно аукционный товар. Аукционы чая проводятся в настоящее время только в странах производителях.

Наиболее представительными ценами на специи (черный и белый перец, кардамон, тмин, гвоздика, имбирь и др.) являются цены Лондонского оптового рынка. В последнее время растет потребление перца как в Индонезии и Китае, так и других странах. В результате происходит сокращение его запасов и рост цен.

90% мировых закупок черного перца производится США. Основными его поставщиками являются – Бразилия, Малайзия.

Маслосемена, растительные масла. В группу десяти важнейших видов масличных входят соя-бобы, рапсовые, хлопковое, кукурузное, кунжутное, льняное, касторовое семя, подсолнечник, арахис, пальмовое ядро.

Мировое производство сои – 125-130 млн. тонн в год. Основные производители – США, Китай, Бразилия, Аргентина, импортеры – европейские страны и Япония. Основные производители рапса – Китай, Индия, экспортер – Канада.

Мировое производство хлопкового масла – 4 млн. тонн в год, из которых импортируется 250-300 тыс. тонн.

Основные производители арахиса – Индия, Китай и США.

Кроме того, производятся масла кокосовое, пальмоядровое, оливковое, кунжутное, кукурузное.

Продовольственная и сельскохозяйственная организация (ФАО). Она была основана в 1945 году. Основные цели – повышение качества питания и жизни; совершенствование производства и распределение продовольствия и другой сельскохозяйственной продукции, улучшение условий жизни сельского населения, вклад в развитие мировой экономики.

ФАО имеет структуру:

- конференция;
- Совет, комитеты;
- Генеральный директор.

Деятельность ФАО проходит в двух направлениях:

- в качестве всемирного форума по аграрной политике и информационного и консультационного центра (формирование конкретных приоритетов по производству продовольствия и продовольственной безопасности в целях ликвидации голода);
- в качестве инициатора полевых программ, реализуемых в сотрудничестве с правительством и международными организациями.

2. РЫНКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО СЫРЬЯ

К нему относятся следующие товарные группы:

- шкуры;
- каучук;
- пробка и дерево;
- целлюлоза и макулатура;
- текстильные волокна и их отходы;
- сырье животного и растительного происхождения.

Каучук используется в основном для производства покрышек, иных резиновых изделий. Страны-производители – Таиланд, Индонезия, Малайзия, Кот д'Ивуар, Нигерия, Шри-Ланка. Импортёры – Япония, США, Китай, Германия, Франция, Австрия, Бельгия, Нидерланды, Люксембург, Дания, Финляндия, Греция, Ирландия, Италия, Испания, Швеция, Великобритания.

Ценовой механизм Международной каучуковой организации, в которую входят все вышеназванные страны, заключается в том, что если средняя цена на каучук за последние пять дней упадет до 183 малазийских 0 сингапурских центов за 1 кг, то руководитель буферного запаса может выступить на рынке в качестве покупателя. Ценовой порог, когда он обязан это сделать, еще ниже.

Лесные товары. Крупнейшие производители круглых лесоматериалов – США, Китай, Канада, Индия, Бразилия, Индонезия, Россия, Нигерия; пиломатериалов – США, Канада, Россия, Япония, Китай, Индия; фанеры – США, Индонезия, Япония, Китай, Россия, Бразилия; древесностружечных плит – Германия, США, Канада, Россия, Франция, Китай, Япония; древесноволокнистых плит – США, Китай, Россия, Япония, Канада, Бразилия, Германия.

В последние годы увеличилась доля балансов – сырья для целлюлозно-бумажного производства и дров; снизился удельный вес бревен – сырья для механической обработки древесины.

Более половины мирового объема лесозаготовок приходится на дровяную древесину, которая широко используется в качестве топлива в развивающихся странах южного полушария.

Для ряда стран северного полушария характерно более широкое вовлечение в перерабатывающую обработку лиственной древесины. Это дает возможность экономить ценную древесину хвойных пород. В странах лесной и лесоперерабатывающей промышленности большое внимание уделяется более полному использованию древесины путем утилизации древесных отходов. Они перерабатываются в технологическую цену, которая используется в целлюлозно-бумажном производстве и при изготовлении древесных плит. Измельченные отходы применяются также в качестве топлива.

Текстильные волокна. Крупнейшими экспортёрами хлопка (волокна) являются США, Узбекистан, Австралия, Паки-

стан, Туркменистан; крупнейшими импортерами – Россия, Япония, Республика Корея, Индонезия, страны ЕС.

Цены на хлопок колеблются от спроса и предложения, степени государственного регулирования производства и экспорта, возможности неожиданного появления на рынке крупных продавцов и покупателей, природных факторов, конкуренции со стороны химических волокон.

Рынок хлопка подразделяется на рынок коротковолокнистого, средневолокнистого, тонковолокнистого хлопка, а также его отходы.

Шерсть – одно из наиболее дорогостоящих видов текстильного сырья. Ее доля в потреблении всех текстильных волокон составляет 5%. В международной практике все виды шерсти делятся на сорта: высшее качество, очень хорошее качество, хорошее качество, низкое качество, среднее качество. Основные производители – страны южного полушария – Австралия, Новая Зеландия, Аргентина, Уругвай, ЮАР, а также СНГ. Наиболее распространенная форма международной торговли шерстью – аукционная, посредством ее реализуется около половины мирового производства шерсти.

Натурального шелка на международный рынок поступает только 10%. Крупнейшие производители – Китай, Индия, Италия.

Джут используется для производства грубых тканей (мешковина, ковры, мебельные ткани). Производится в основном – в Бангладеш, Индии, Китае, Таиланде, Непале.

3. РЫНКИ РУД И МЕТАЛЛОВ

Рынки руд и металлов традиционно подразделяются на:

- рынок черных металлов;
- рынок цветных металлов.

К сырьевым товарам относятся железная руда, руды цветных металлов и сами цветные металлы, а к промышленным товарам – произведенные из железных руд – железо и сталь.

Основной поставщик железной руды – Бразилия. Крупные потребители – Китай, Япония, Республика Корея.

Среди цветных металлов особое значение имеет медь. Особенность ценообразования на рынках цветных металлов – отсутствие мировых цен на сырье. Эти цены зависят от цен на соответствующий раоринированный металл. Раоринированный металл стандартного качества обладает однородными свойст-

вами, поэтому в качестве базисного выстраивается определенный сорт, а затем рассчитываются соответствующие скидки или доплаты за несоответствие конкретного товара базисному. Для определения цен на сырье разрабатываются формулы расчета, которые достаточно известны.

Медь, медные руды и концентраты. Добыча медных руд сконцентрирована в небольшом количестве стран – Чили, США, Канада, Австралия, Индонезия, Россия, Перу, Китай, Польша, Мексика, Замбия.

Медное сырье является объектом активной международной торговли. Торговля черным металлом носит ограниченный характер. Цены на медные концентраты рассчитываются на основе котировки Лондонской биржи металлов на медь сорта «А» (содержание металла 99,99%).

Стоимость переработки концентрата в черновую медь и стоимость ее рафинирования устанавливаются медеплавильными компаниями при заключении сделок. На рынке меди эти цены не публикуются.

Цена медного концентрата зависит от наличия в нем сопутствующих компонентов, например, никеля, золота, серебра, металла платиновой группы. При относительно высоком содержании таких металлов на них устанавливаются надбавки.

Около 50% меди используется в электротехнической промышленности, в машиностроении – 25-30%, строительстве – около 15%.

Около 40-50% производимой рафинированной меди поступает на мировой рынок.

Алюминий, бокситы, глинозем в основном добываются в Австралии, Гвинее, Ямайке, Бразилии. Ведущие позиции по производству глинозема занимают Австралия, страны Латинской Америки, США и Канада.

Основными сферами потребления первичного алюминия являются транспортное машиностроение, строительство, производство пищевой упаковки. Крупнейшими его продуцентами считаются США, Россия, Канада, Китай, Австралия.

Наиболее представительными ценами на алюминий являются котировки Лондонской биржи металлов.

Свинец, свинцовые руды и концентраты. Крупнейшие запасы свинцовых руд находятся в Австралии, США, на территории стран СНГ, в Канаде, Китае. Больше всего их производят в Австралии, США, Канаде, Перу и Мексике.

Цена на свинцовые концентраты в печати не публикуются, но регулярно приводится стоимость переработки свинцо-

вого концентрата в металл. Это позволяет по определенной формуле вычислить цену на концентрат.

Сферами применения свинца являются производства кислотных автомобильных аккумуляторов, красителей, других химических соединений.

Цинк, цинковые руды и концентраты. Основными экспортерами являются Канада, Швеция, Мексика, Перу, покупателями – Германия, Франция, Швеция, Япония, другие промышленно развитые страны.

Цены на цинковые концентраты не публикуются, но регулярно приводится стоимость переработки свинцового концентрата в металл.

Сферы применения – производство оцинкованной стали, латуни, бронзы, сплавов на их основе, химикатов.

Ведущими продуцентами и потребителями цинка, являются страны ЕС, Канада, Япония, США, Республика Корея, Мексика, Бразилия. Основные поставщики цинка на мировой рынок – Канада, Австралия, страны ЕС, импортеры – США, Германия, Япония, Великобритания.

Олово, оловянные руды и концентраты. Ведущие позиции в добыче оловянных руд занимают Китай, Индонезия, Перу, Бразилия, Боливия, Таиланд.

На мировой рынок обычно поступают концентраты, производимые мелкими продуцентами, не имеющими собственных плавильных мощностей, низкосортное сырье, переработка которого на местных предприятиях технологически сложна, а также концентраты, реализуемые по специальным соглашениям. При подавляющем объеме торговли оловянными концентратами предусматривается давальческая переработка сырья.

Сферы использования олова – производство белой жести, лужение, изготовление припоев в электротехнической промышленности, производство баббитов при изготовлении подшипников, выпуск латуни и бронзы, химическая промышленность.

В связи с географическим расположением производства и потребления олова экспортируется 90% выпуска этого металла.

Никель, никелевые руды. Основными их продуцентами являются Канада, регионы Австралии и Океании. В изготовлении первичных никелевых продуктов (рафинированного никеля, ферроникеля, оксидов) ведущие позиции занимают канадские и российские, японские, норвежские фирмы.

Основные потребители – Япония, США, Германия, Бразилия, Республика Корея, Тайвань.

Потребление никеля подразделяется на первичное и вторичное. Первичное – производство нержавеющей стали, сплавов с цветными металлами, никелевых покрытий, литья, низколегированных сталей. Вторичное – химическое, нефтехимическое, атомное машиностроение, производство потребительских товаров длительного пользования, транспортное машиностроение, автомобилестроение.

Ведущие экспортеры – Канада, Новая Каледония, импортеры – Япония, США, Германия.

Кадмий – побочный продукт производства цинка, свинца и меди, а также извлекается из кадмийсодержащего лома. Основные производители – Япония, Канада, Китай, Бельгия, Германия, США, потребители – Япония, Бельгия, Франция, США.

На никель-кадмиевые аккумуляторные батареи приходится 75% суммарного потребления кадмия. Потребление таких батарей должно возрастать, особенно если будут осуществлены проекты в области производства автомобилей с электродвигателями.

В Японии спрос на никель-кадмиевые аккумуляторные батареи составляет 65% мирового спроса. Однако, в 1995 году он снизился в результате перехода к использованию никель-гидридных батарей.

Золото. В 1968 году в мире начался процесс утраты золотом функции денежного валютного металла. Золото превратилось в товар, хотя и с особыми свойствами. В 1978 году демонетизация получила юридическое оформление. В результате внесения поправок в устав Международного валютного фонда (МВФ) упразднена официальная цена золота. В 1999 году началась продажа в широком масштабе золотых запасов Великобритании, Швейцарии, других развитых стран.

Демонетизация существенно изменила характер мирового рынка золота. Все сделки с металлом совершаются исключительно по рыночным ценам, без регулирующего воздействия государственных властей. Производство, реализация и потребление золота сосредоточены сегодня только в частных руках.

В последнее время золото поступает в основном из четырех источников:

- из новой добычи;
- в виде золотого лома;
- из государственных резервов;

- из частных накоплений.

• Современное состояние золотопромышленности характеризуется тремя важными особенностями:

- 1) после заметного сокращения в предыдущие годы мировая золотодобыча вступила с начала 80-х годов в полосу устойчивого роста, продолжающуюся до сих пор;
- 2) в мировой золотодобыче усиливаются позиции США, Австралии и Канады, тогда как у основной золотодобывающей страны – ЮАР объемы добычи золота в течение уже более двух десятилетий снижаются. В то же время наблюдается десятикратный рост объемов золотодобычи в Перу.
- 3) Мировое производство увеличивается в результате вовлечения в разработку относительно бедных месторождений, что стало возможным благодаря внедрению многих новых технологий извлечения металла.

Изменение цены золота может по-разному влиять на состояние золотодобычи в разных странах – стимулирует консервацию богатых месторождений или вовлекает в эксплуатацию ранее нерентабельные и даже заброшенные месторождения, что приводит к увеличению объемов добычи.

Золото, поступающее на мировой рынок, приобретают три категории покупателей:

- производители для последующей переработки в готовую продукцию – ювелирные изделия, монеты, медали, предметы промышленно-бытового назначения;

- частные владельцы для того, чтобы застраховаться от возможного обесценивания капитала и сбережений, а иногда и заработать на спекулятивных операциях;

- государственные власти главным образом для пополнения официальных золотых резервов, хоть сейчас это происходит сравнительно редко и в небольших масштабах.

Сегодня впервые в истории возникла ситуация, когда все вновь добываемое золото перерабатывается на ювелирные изделия. Наивысший уровень такого потребления отмечен в Италии и Индии.

Главной причиной относительно невысокого потребления золота в промышленности и в быту является его дороговизна, заставляющая потребителей экономить металл. Для этого происходит поиск материалов и технологий, которые позволили бы обходиться без золота вообще. Или внедряются методы, позволяющие сократить его расход.

Решающая роль в формировании конъюнктуры на мировом рынке золота принадлежит все же частным инвесторам.

Банковские и финансовые учреждения из Северной Америки, Западной Европы, Японии помещают золото, наряду с вложениями в ценные бумаги, валюту, недвижимость часть своих капиталов, приобретая стандартные валютные слитки (весом от 11 до 13 кг) или сертификаты, подтверждающие право собственности на определенное количество золота.

Помимо купли-продажи физического металла широко распространена фьючерсная биржевая торговля золотом, которая заметно влияет на конъюнктуру торговли физическим металлом.

Решающее влияние на формирование рыночной цены оказывают намерения и действия покупателей, а не производители и другие поставщики металла на рынок, которые вынуждены ориентироваться на рыночную цену как на заданную величину и приспосабливаться к ней, не имея средств повлиять на нее радикальным образом.

Иридий – малоизвестный металл платиновой группы. До середины 90-х годов свыше 90% иридия использовалось в электрохимической промышленности в основном для покрытия электродов или в катализаторах. Со второй половины 90-х годов наблюдается рост цен на иридий. Что связано с повышением спроса на него в катализаторах, применяемых при производстве уксусной кислоты, а также в каталистических фильтрах – нейтрализаторах возможных газов автомобилей, которые начали производиться в Японии в 1996 году. Он больше стал также использоваться с другим металлом платиновой группы – рутением. Цены на последний тоже возросли.

Сектор иридийсодержащего лома мирового рынка иридия не реагирует на изменение ситуации в связи с высокими издержками на получение рафинированного иридия для вторичного сырья.

4. РЫНКИ ТОПЛИВА

Уголь является наиболее распространенным из всех видов топливно-энергетических ресурсов органического происхождения. Более 96% его запасов сосредоточены в десяти странах – России, США, Китае, Австралии, Канаде, Германии, ЮАР, Великобритании, Польше, России. Крупнейшие его импортеры – Япония, страны ЕС.

На мировом рынке угля идет ожесточенная ценовая борьба. В наиболее благоприятном положении оказываются страны, добывающие уголь открытым способом. Например, ЮАР и Австралия.

Нефть – занимает на рынке топлива лидирующие позиции. 77% запасов сосредоточены в странах – участницах ОПЕК, а на страны ОЭС приходится только 12% мировых запасов. Крупнейшие производители – Саудовская Аравия, США, СНГ, Иран, Мексика.

Свыше половины переработанной нефти используется в качестве топлива и смазочных материалов для двигателей внутреннего сгорания в производстве электроэнергии на дизельных электростанциях. Значительное количество нефти применяется в нефтехимической промышленности для производства синтетических тканей, каучука, и пластмасс.

Две трети мировых разведанных запасов нефти сосредоточено в районе Персидского залива. Район этот отличается нестабильностью, оказывает влияние на мировые цены: ситуация на рынке нефти зависит от динамики экономического развития в мире и в отдельных регионах, колебаний валютных курсов, погодных условий, действий ОПЕК, различных военно-политических факторов, научно-технического прогресса. Важный фактор – трудности, связанные с привлечением значительных инвестиций.

Большим событием на мировом рынке нефти в 1996 году явилось возобновление в начале декабря экспорта иракской нефти после 6-летнего перерыва, вызванного санкциями ООН.

С конца 80-х гг. ситуация на мировом рынке нефти и других энергоносителей находится под влиянием значительного сокращения их потребления в России и других странах СНГ. До 1997 года эта тенденция компенсировалась ростом потребления нефти в странах Ближнего и Среднего Востока, Центральной и Латинской Америки и Африки.

Однако, в 1998 году темпы потребления нефти в этих странах снизились под влиянием экономического кризиса в Азии, и относительно теплой зимы 1997-1998 гг. в большинстве промышленно развитых странах. В то же время в 1998 г. во многих странах увеличилась добыча нефти. В результате упали цены. Поэтому в июне 1998 года ОПЕК приняла решение о снижении лимита добычи нефти. Резкое сокращение доходов стран-экспортеров нефти послужило препятствием для урегулирования ситуации на рынке посредством сокращения добычи и экспорта нефти.

Затяжной характер кризиса перепроизводства нефти дал основание специалистам предположить, что в результате деполитизации рынка энергоносителей нефть стала утрачивать свое стратегическое значение и рассматриваться сегодня в качестве обычного сырья.

Рынок автомобильного бензина. Он характерен тенденцией к снижению цен, что связано с переходом европейских стран с бензина на дизельное топливо. Ожидается, что и в будущем в Западной Европе, за некоторым исключением, будет расти спрос на дизельное горючее. Поэтому маловероятно, что рост спроса на автомобильный бензин превысит уровень имеющихся мощностей.

ОПЕК – организация стран-экспортеров нефти – образована в Багдаде (Ирак). Участники – Алжир, Венесуэла, Габон, Индонезия, Иран, Ирак, Кабар, Кувейт, Ливия, Нигерия, ОАЭ, Саудовская Аравия.

Основные цели ОПЕК:

Координация и унификация нефтяной политики государств членов;

Определение эффективных индивидуальных и коллективных средств защиты интересов участников;

Изыскание способов, обеспечивающих стабильность цен на мировых нефтяных рынках и отсутствие их колебаний, которые могут иметь пагубные последствия;

Обеспечение устойчивых доходов стран-производителей нефти, эффективного, рентабельного и регулярного снабжения нефтью стран-потребителей, справедливого распределения доходов от инвестиций в нефтяную промышленность;

Охрана окружающей среды.

ОПЕК имеет структуру:

Конференция, комиссии;

Совет управляющих;

Экономическая комиссия;

Секретариат.

На конференции, собираемой два раза в год, определяется общая политическая линия, намечаются мероприятия по ее воплощению в жизнь, утверждаются бюджет и изменения в Уставе, принимаются решения о приеме новых членов, назначаются члены Совета управляющих, председатель Совета, генеральный секретарь и его заместитель.

Совет управляющих выполняет решения конференции, разрабатывает годовой бюджет, утверждает доклады гене-

рального секретаря, подготавливает повестки для конференции.

Экономическая комиссия разрабатывает меры по обеспечению стабильности нефтяных рынков на справедливых и разумных условиях, чтобы нефть сохранила свое значение в качестве первостепенного глобального энергоисточника.

Секретариат выполняет текущую работу.

Газ. Основные его запасы сосредоточены в странах СНГ и на Ближнем Востоке.

Потребление природного газа является перспективным направлением, т.к. при его сгорании не наблюдается отрицательных последствий, а также у него хорошая ресурсная база.

Рост потребления газа будет увеличиваться, т.к. он будет использоваться на новых поколениях электростанций с газовыми турбинами. Они на 50% производительнее и на 20% дешевле, чем работающие на угле. Поэтому природный газ рассматривается как экологическое топливо XXI века. Большое значение природный газ имеет и как сырье для химической промышленности, особенно для производства искусственных удобрений. Все это приводит к увеличению конкурентоспособности природного газа по сравнению с нефтью.

В западноевропейские страны газ поставляется в основном из месторождений Северного моря, Нидерландов, России и Алжира.

Сжиженный газ. Впервые он появился на мировом рынке в 1959 г. В настоящее время перевозки сжиженного газа осуществляют 92 социальных судна. В 1998 году мощностями по сжижению газа располагали 9 стран: Абу-Даби, Алжир, Австралия, Бруней, Индонезия, Ливия, Малайзия, Кабар, США. Для приемки сжиженного газа функционируют 27 терминалов в Японии, Европе, США, Южной Корее, Тайване. Основными импортерами сжиженного газа являются Япония, Республика Корея, Тайвань.

Рост потребления сжиженного газа вызван тем, что его все чаще используют на электростанциях, в автомобилях, самолетах, вертолетах.

В последнее время отмечается повышение роста потребления продуктов переработки природного газа (этан, сжиженные нефтяные газы, тяжелые конденсаты). Это связано с применением их в нефтехимии.

Крупным поставщиком конденсата, пригодного для прямого использования на парокрекингowych установках, является Алжир. На этот сорт приходится более 90% всего количества

конденсата, применяемого на этиленовых установках, мощности которых поровну распределяется между Западной Европой и США.

Электроэнергия. Ее рынок развивается под влиянием тех же факторов, что и остальных энергоносителей. Крупнейшие экспортеры электроэнергии (1997 г.) – Франция, Канада, Германия, Швейцария, Россия, страны СНГ, Швеция; импортеры – США, Италия, Великобритания, Нидерланды.

Контрольные вопросы:

1. Основные виды продовольственных товаров.
2. Товарные группы рынка сельскохозяйственного сырья.
3. Рынки руд и цветных металлов и динамика цен в мировом производстве.
4. Мировое производство золота и драгоценных металлов.
5. Виды топливной продукции. Характеристика рынка нефти и автомобильного бензина.
6. Основные цели и задачи ОПЕК.

Литература:

1. Плотников А.Ю. Как правильно составить внешнеторговые контракты. М., 1994 г.
2. Жиков Е.Ф. и др. Международные экономические отношения. М., 2000 г.
3. Одинцов Б.Е. Экономические экспертные системы. М., 1996 г.
4. Семенов К.А. Международные валютные и финансовые отношения. М., 1999 г.
5. Фомичев В.И. Международная торговля. М., 2000 г.
6. Жозет Терар. Управление международными денежными потоками. М., 1998 г.
7. Овчинников Г.П. Мировая экономика. С.-П., 1999 г.
8. Спиридонов И.А. Мировая экономика. М., 1999 г.
9. Сергеев П.В. Мировая экономика. М., 1999 г.
10. Додобаев Ю.Т., Победина М.П. Мировая экономика. Фергана, 1997 г.
11. Додобаев Ю.Т. и др. Международные экономические отношения. М., 1998 г.
12. Додобаев Ю.Т. и др. Международная торговля. Т., 2000 г.

13. Додобаев Ю.Т. Внешнеэкономические связи. Фергана, 1999 г.

14. Сергеев П.В. Мировая экономика. Вопросы и ответы. М., 1999 г.

15. Шербанин Ю.А. Международные экономические отношения. М., 1997 г.

Лекция 5.

ВНЕШНЯЯ И МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА

План:

1. *Внешнеторговая политика.*
2. *Международная торговая политика.*
3. *Зоны свободной торговли и таможенные союзы.*
4. *Торгово-экономическое сотрудничество.*

Опорные слова: торговля, цены, экспорт, импорт, протекционизм, тарифы, товар, пошлины, тариф, квота, лицензия, сборы, налоги, кредитование, интеграция, сотрудничество.

1. ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА

1.1. ЦЕЛИ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

Внешнеторговая политика – это целенаправленное воздействие государства на торговые отношения с другими странами.

Основные цели:

- изменение степени и способа включения данной страны в международное разделение труда;
 - изменение объема экспорта и импорта;
 - изменение структуры внешней торговли;
 - обеспечение страны необходимыми ресурсами;
 - изменение соотношения импортных и экспортных цен.
- Существует два направления внешнеторговой политики:
- политика свободной торговли;
 - протекционализм.

Политика свободной торговли государства воздерживается от непосредственного воздействия на внешнюю торговлю, оставляя за рынком роль основного регулятора.

Но государство не совсем устраняется от влияния, может заключать договора с другими странами, чтобы предоставить свободу своим хозяйствующим субъектам.

Политика свободной торговли позволяет получить наибольшую выгоду от международного экономического обмена.

Протекционизм – политика защиты отечественной экономики от иностранной конкуренции. При протекционизме исключается свободное действие рыночных сил. Неограниченная конкуренция со стороны более сильных иностранных государств приводит к экономическому застою и формированию неэффективности экономической структуры в менее развитых странах.

Протекционизм способствует развитию в странах отдельных отраслей производства. Но слишком длительное его применение может привести к застою в экономике.

Крайняя форма протекционизма – автаркия, когда страны стремятся ограничить импорт только теми товарами, производство которых в данной стране невозможно.

Автаркия предполагает, что любой импорт должен быть заменен на отечественную продукцию. Но политика автаркии, так же как и политика свободной торговли не проводится. Иногда они могут производиться одновременно.

Протекционизм активно применяется не только развивающимися, но и промышленно развитыми странами для защиты национальных товаропроизводителей от иностранной конкуренции. Государство может давать рекомендации и поощрять хозяйствующие субъекты и тем или иным действия, что иногда приносит положительные результаты.

К инструментам государственной внешнеторговой политики относятся запреты на экспорт или импорт продукции, а также система двусторонних и односторонних договоров, а также тарифов и нетарифных барьеров.

1.2. ТАМОЖЕННЫЕ ТАРИФЫ

Это – систематизированный перечень ставок таможенных пошлин. Их введение способствует сокращению внутреннего потребления, а также защита национальных товаропроизводителей. Степень защиты (протекции) различна по разным товарам. Но она не очевидна, так как при производстве товаров могут использоваться сырье и полуфабрикаты, на которые также могут устанавливаться пошлины. В связи с этим необходимо рассматривать фактический уровень протекции, который определяется по формуле:

$$\Phi = \frac{D^1 - D}{D} 100\%, \text{ где}$$

Д – внутренняя добавленная стоимость при свободной торговле;

Д¹ – внутренняя добавленная стоимость после введения импортной пошлины.

Таможенные пошлины классифицируются по следующим критериям:

5. Направление движения товара.

Различаются импортные, экспортные и транзитные пошлины. Импортные применяются для защиты национального производства, уровня внутренних цен, а также финансовых или политических целей. Экспортные – препятствуют проникновению отечественных товаров на зарубежные рынки.

6. Способ установления пошлины.

Адвалорные пошлины наиболее распространены в торговой практике. Они устанавливаются в процентах от цены товара.

Специфические пошлины устанавливаются в абсолютном выражении от единицы измерения.

Комбинированные пошлины – сочетание первых двух.

7. Ставка пошлины.

Каждое государство автономно устанавливает максимальные ставки таможенных пошлин, которые занимают первую колонку таможенного тарифа. В соответствии с двусторонними или многосторонними договорами устанавливают минимальные ставки пошлин, которые занимают вторую колонку таможенного тарифа. Третья колонка – ставки преференциальных пошлин, величина которых ниже ставок второй колонки.

8. Направленные действия пошлин.

Различают: **преференциальные** пошлины – устанавливаются на уровне ниже минимального с целью создания благоприятных условий для торговли каким-либо товаром или с какой-либо страной;

дискриминационный пошлины, уровень которых ниже ставок первой колонки. Они бывают: ответные, компенсационные, антидемпинговые.

Ответные – являются реакцией на определенные действия партнера;

Компенсационные – реакция на субсидии экспортерам в других странах и устанавливается с целью выравнивания условий торговли.

Антидемпинговые – разновидность компенсационных пошлин. Они служат выравниванию цен до уровня, считающегося нормальным.

9. Экономический характер.

В соответствии с ним выделяются:

Фискальные – обеспечивают максимальный приток денег в казну государства. Например: импортные пошлины на товары, которые в данной стране не производятся (тропические товары в Европе).

Протекционистские – защищают национальную промышленность от более конкурентоспособной иностранной продукции.

Экспансионистские пошлины – монопольные цены на внутреннем рынке.

1.3. НЕТАРИФНЫЕ БАРЬЕРЫ

Они делятся на три группы:

- 1) меры, направленные на прямое ограничение импорта с целью защиты определенных отраслей национального производства: квоты, лицензии, компенсационные сборы, импортные депозиты антидемпинговые и компенсационные пошлины и др.;
- 2) меры административного характера, непосредственно не направленные на ограничение внешней торговли, но приводящие к аналогичному результату: таможенные и санитарные стандарты и нормы, требования к упаковке и маркировке и т.п.;
- 3) прочие меры, действие которых приводит к такому же результату.

Нетарифные барьеры делятся на семь категорий:

паратарифные меры – взимаемые при ввозе иностранных товаров: таможенные сборы, внутренние налоги, специальные целевые сборы;

меры контроля за ценами – нацелены на защиту интересов национальных товаропроизводителей (компенсационные и антидемпинговые процедуры и пошлины);

финансовые меры – особые правила совершения валютных операций для регулирования внешней торговли;

количественное регулирование – количественные ограничения на ввоз и вывоз товаров;

автоматическое лицензирование – наблюдение за объемами и направлениями товаропотоков;

государственная монополия торговли в целом и отдельными товарами;

технические барьеры – контроль за соответствием и импортируемых товаров национальным стандартам, в том числе качества и безопасности.

Квоты и лицензий.

Квоты – ограничения в стоимостном или физическом выражении, вводимые на экспорт или импорт товара в определенный период. Квота, равная 0 – эмбарго, то есть запрет на импорт или экспорт. Квота может быть установлена на уровне выше, чем возможен импорт или экспорт. Тогда она не является ограничением, а служит лишь способом контроля за уважение того или иного товара.

Если разрешения на ввоз квотируемого товара продаются правительством на аукционе, то эту ренту получает государство. Если квоты распределяются иным способом, то эту квотную ренту, скорее всего получают те, кто находится ближе всех к этому процессу.

При экспорте квоты применяются редко, только в случае острого дефицита этой продукции в стране. Импортные квоты применяются для защиты национального производства от иностранной конкуренции, сокращения безработицы, улучшения платежного баланса, контроля за движением товаров.

Квоты бывают **глобальные** на импорт определенного товара из всех или из групп стран; сезонные.

Соглашение о добровольном ограничении экспорта – квота, на продукцию в основном отраслей, находящихся в кризисном положении.

Тарифные квоты – когда в пределах установленных квот товары импортируются без взимания таможенных пошлин, а при импорте свыше данного лимита взимаются высокие пошлины.

Квоты распределяются на основе лицензии – разрешения на экспорт или импорт, которые выдаются государством. Основные виды лицензий:

а) автоматическая, или генеральная **лицензия**, по которой разрешается беспрепятственный ввоз или вывоз товара, включенного в список, в течение определенного возраста;

б) неавтоматическая, или разовая, по которой разрешается импорт или экспорт товара с указанием его количества, стоимости, страны происхождения или назначения.

Прочие нетарифные барьеры.

Компенсационные сборы – величина которых равна разнице между относительно низкой ценой данного товара за границей и его относительно высокой ценой на внутреннем

рынке. Для таких сборов характерна почти автоматическая изменяемость. Если внутренние цены постоянны, а мировые изменяются, то и компенсационные сборы изменяются на величину изменения мировых цен, в обратном направлении. Если мировые цены стабильны, то от величины применяемых пошлин зависит внутренняя цена, а при применении компенсационных сборов их величина зависит от внутренней цены. Почти автоматическая изменяемость компенсационных сборов делает их трудным барьером для иностранных товаров на внутренний рынок.

Импортные депозиты – взносы определенной суммы на определенный счет в некоторой пропорции к стоимости импорта. Через определенное время эти суммы возвращаются. В результате у импортеров возникают определенные трудности, так как для депозитов им приходится брать кредит. Стремление компенсировать дополнительные затраты приводит к росту цен на импорт, в конечном счете к сокращению спроса на него.

Особые технические требования – направление на охрану здоровья и окружающей среды, в результате которых требуются дополнительные затраты на изменение технологии и получение сертификата качества.

Дополнительные платежи – административные таможенные, гербовые, статистические, пограничные сборы, которые способствуют ограничению импорта.

Внутренние налоги – нейтральные по отношению к внешней торговле на импортные товары. Но в этом случае возникает проблема двойного налогообложения, и конкурентоспособность товара снижается. Общепринято, что взимаются налоги только в стране-импортере, а налогообложение не может быть выше, чем таковое в аналогичных национальных товаров.

Валютные ограничения – определение способа использования валюты, а также разрешение на оплату в валюте. Способы «обхода» – клиринговые соглашения, встречная торговля.

Экспортные субсидии – пособия, преимущественно в денежной форме, государства предприятиям для стимулирования экспорта и повышения конкурентоспособности их продукции на зарубежных рынках путем предоставления им возможности снижать экспортные цены без сокращения прибыли. Различают субсидии:

1) прямые, выплачиваемые государством в трех формах;

- выплата некоторой суммы в определенной пропорции к экспорту;
- возврат экспортеру разницы между внутренней и мировой ценами, если первая выше;
- финансирование государством некоторых затрат экспортера;

2) косвенные субсидии – в виде различных льгот с целью снижения затрат экспортера или получения им дополнительных доходов в иных сферах;

- налоговые льготы (на прибыль по подоходному налогу, по выплатам заработной платы, исключение некоторых затрат на суммы, подлежащей налогообложению, разрешение ускоренной амортизации, возвращение пошлины на импортное сырье при последующем экспорте продукции, произведенной из этого сырья);
- государственное кредитование (кредиты экспортерам на льготных условиях по процентам и срокам, кредиты заграничным государствам для закупки товаров на отечественном рынке, государственное страхование экспортных кредитов по пониженным ставкам. Государство берет на себя риск платежа);
- льготы в кредитной сфере.

Прямые субсидии имеют слишком явный характер, что принуждает страны-импортеры принимать ответные меры. Поэтому обычно экспортерам предоставляются косвенные субсидии.

При предоставлении экспортных субсидий увеличивается выпуск экспортных товаров в результате отвлечения ресурсов из отраслей, конкурирующих с импортом.

Экономические потери возникают из-за того, что стоимость выпуска экспортной продукции превышает доход от экспортных продаж. Но в то же время экспортные субсидии способствуют стабилизации внутреннего рынка и могут улучшить положение страны в международной торговле.

2. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА

3. ЗОНЫ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ. ТАМОЖЕННЫЕ СОЮЗЫ

Часто страны объединяются для проведения внешнеторговой политики, что связано с привилегиями, предоставляе-

мыми этими странами друг другу, и проявляется в ликвидации таможенных тарифов.

Зоны свободной торговли – после отмены таможенных пошлин между странами-участницами сохраняется автономия при их установлении в отношении третьих стран (например, европейская ассоциация свободной торговли – ЕАСТ).

Таможенные союзы – отмена таможенных пошлин между странами сопровождается установлением единых тарифов в отношении третьих стран (например, Франция – Монако, Швейцария – Лихтенштейн).

При создании таможенного союза снижается конкурентоспособность товаров из третьих стран на рынке стран, в него входящих.

Если страны, создавший таможенный союз, высоко развиты, то это может привести к общему экономическому росту. Если слабо развиты – то может вызвать замедление экономического роста из-за ограничения конкуренции.

Зоны свободной торговли и таможенные союзы – результат процесса интернализации производства, усиления формирования региональных торгово-экономических союзов и группировок.

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В АМЕРИКЕ

С 1994 года вступило в силу Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА). Ее подписали: США, Канада, Мексика.

В соответствии с ним на последующие 15 лет ликвидированы все торговые и инвестиционные барьеры между участниками, а таможенные пошлины – отменены.

С 1994 года на 65% снижаются пошлины во взаимной торговле промышленными и продовольственными товарами, оставшиеся – до 2003 г.

В результате мексиканский рынок наполнится высокотехнологической продукцией из США, Канады, будут отменены ограничения на импорт в Мексику автомобилей.

В сфере энергетики Мексика добилась того, что ни одна иностранная компания не имеет право вкладывать инвестиции в разработку, добычу и производство своей нефти. За Мексикой в этой отрасли сохранено право введения импортно-экспортных квот.

В настоящее время значительно либерализован поток перемещения капитала между Канадой и США. Но Мексика должна еще смягчить ограничение доли американских и канадских инвесторов в акционерном капитале своих компаний, а также на иностранное участие в банках – страховых компаниях.

Предусматривается ужесточение экономических стандартов. Но эти требования не должны использоваться как скрытый торговый барьер. В случае нарушения этого предполагается введение санкций против страны нарушителя.

Приняты решения в области миграции рабочей силы, в частности стандарты, препятствующие притоку дешевой силы из Мексики.

Особенность НАФТА – огромная территория с населением в 370 млн. человек и мощным экономическим потенциалом. Причем отношения участников носят асимметричный характер – США и Канада обладают большим экономическим потенциалом, а Мексика – развивающаяся страна.

Ведущую роль в группировке принадлежит США.

У участников союза различные цели для вступления в него.

США заинтересованы в НАФТА по следующим причинам:

- США в одиночку трудно противостоять конкуренции со стороны ЕС и зарождающихся экономических союзов в Азии;
- США выгоднее реализовать свой научно-технический потенциал при низких издержках производства, имеющихся у Мексики;
- США стремятся сократить поток иммигрантов с Юга;
- США стремятся рационально распределить бремя расходов по сохранению окружающей среды;
- При помощи НАФТА США рассчитывают сильно расширить рынки сбыта и создания новых рабочих мест, а также повысить конкурентоспособность продукции.

Канада, подписав НАФТА, институализировала свои экономические отношения с США, закрепила статус привилегированного торгово-экономического партнера самой могущественной страны мира обеспечила доступ к самому емкому рынку мира, рассчитывает получить доступ к быстрорастущему мексиканскому рынку и расширить связи с Латинской Америкой. Канада может успешно конкурировать на мексиканском рынке в таких областях, как телекоммуникация и связь, оборо-

дование для добывающей промышленности, производство продовольствия.

Мексика в результате подписания документа рассчитывает реализовать такие преимущества, как наличие дешевой рабочей силы, изобилие природных ресурсов, в том числе нефти и газа, ускорить темпы своего экономического развития, прежде всего за счет экономии на масштабах производства и в результате либерализации движения капитала; сократить период реформирования своей экономики и приобщения к числу промышленно развитых стран до 10-15 лет.

МЕРКОСУР – договор по созданию рынка между Аргентиной, Бразилией, Парагваем и Уругваем. Подписан в 1991 году. В результате введен единый таможенный тариф. Но он не является полным. Для 15% тарифных позиций определены списки исключений и переходный период, в течение которого они должны свести к нулю таможенные пошлины на это товары в обороте внутри группировки и установить единые внешние ставки. В 1996 году к группировке присоединились Чили и Боливия. На них однако, не распространяется единый таможенный тариф.

Образование МЕРКОСУР способствовало динамичному росту торговли между странами участниками.

В отличие от Европейского Союза МЕРКОСУР не предусматривает помощи отдельным регионам или отраслям и признает только рыночные регуляторы экономического развития.

Основные органы МЕРКОСУР:

- Совет общего рынка;
- Группа общего рынка;
- совместная парламентская комиссия;
- Комиссия по вопросам торговли;
- консультативно-общественный форум;
- секретариат.

КАРИКОМ. В состав этого сообщества входят Антигуа, Барбуда, Барбадос, Белиз, Гайана, Гренада, Доминика, Сент-Винсент, Сент-Люсия, Тринидад, Табаго, Ямайка, Монтсеррат, федерация Сент-Кристофер – Невис – Ангилья. Ассоциированными членами являются Британские острова, острова Шерке, Кайкот.

Задачи КАРИКОМ:

- структурное сближение и стремление к местной интеграции;
- развитие местного регионального предпринимательства; в государствах-членах;

- сохранение окружающей среды Карибского бассейна и развитие интеграции;
- содействие экономическому сотрудничеству посредством Карибского общего рынка;
- координация внешней политики государств-членов;
- создание совместных институтов и сотрудничество в сферах здравоохранения, образования, культуры, коммуникаций и промышленности.

Структура КАРИКОМ:

- конференция глав правительств, бюро конференции,
- комитет председателей центральных банков;
- Совет Карибского сообщества;
- секретариат Карибского сообщества;
- парламентская ассамблея Карибского сообщества.

Для финансового объединения КАРИКОМ создан Карибский банк развития, а также Карибская метеорологическая организация, Совет правового образования, Университет Гайаны, Вест-Индский университет, Вест-индская судоходная компания.

Принятые меры способствовали росту зональной торговли, стимулировали развитие регионального сотрудничества в сельском хозяйстве, сотрудничество в области транспорта. Комитет председателей Центральных банков разрабатывает планы создания регионального валютного союза.

Система Андской интеграции.

В ее состав входят Боливия, Венесуэла, Колумбия, Перу, Эквадор.

Задачи Андской группы:

- содействие равномерному гармоничному, справедливому развитию стран участниц посредством их интеграции и социально-экономического сотрудничества;
- ускорение экономического роста и создание рабочих мест;
- участие государств группы в региональном интеграционном процессе с целью создания латиноамериканского общего рынка;
- снижение зависимости государств-членов от внешнего влияния и улучшения положения Андской группы в международной экономике.

Система Андской интеграции имеет структуру:

1. Политический сектор:
совет президентов;

совет Министров иностранных дел;
координационные механизмы.

2. Картахенское соглашение:

• комиссия;

хунта;

совет;

парламент;

вспомогательные органы.

3. Финансовый сектор:

Андская корпорация развития:

Андский резервный фонд.

4. Соглашения в социальной сфере.

5. Предпринимательские объединения.

Андский Совет президентов руководит интеграцией и согласованием в сферах совместных интересов.

Совет Министров иностранных дел согласовывает внешнеполитические акции институтов Андской группы.

Комиссия (высший орган) вырабатывает общую политическую линию координирует проекты с участием стран-членов, согласовывает экономическую политику.

Хунта – технический орган для выполнения решений и поручений комиссии.

Суд – наблюдает за правильностью применения правовых норм и их единой интерпретацией.

Андский парламент – выдвигает предложения по гармонизации законодательства.

Вспомогательные органы работают над установлением тесных отношений между странами в регионе и органами Андской группы.

Андская корпорация развития работает как банк развития, инвестиционный банк, агентство экономического и финансового содействия.

Андский резервный фонд управляет частью валютных резервов государств-членов для поддержания платежного баланса и согласования финансовой и валютной политики.

Совместные компании – телекоммуникационная.

В 1991 году пять глав государств Андской группы подписали Картахенскую декларацию, в которой заявили об отказе от оружия массового уничтожения.

4. ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В АЗИИ, АФРИКЕ И ТИХООКЕАНСКОМ БАССЕЙНЕ

Ассоциация стран Юго-Восточной Азии, АСЕАН.

Члены – Вьетнам, Бруней, Индонезия, Камбоджа, Лаос, Малайзия, Сингапур, Мьянма, Таиланд, Филиппины.

Цели АСЕАН:

- содействие экономическому, социальному и культурному развитию посредством сотрудничества стран региона;
- обеспечение экономической и политической стабильности в регионе;
- разрешение внутрирегиональных проблем.

С 1967 года по 1975 года сотрудничество осуществлялось в основном на уровне министров внутренних дел и носило политический характер. После окончания войны во Вьетнаме стала развиваться новая форма экономического сотрудничества – промышленная кооперация, созданы пять экономических комитетов:

- по финансам и банковской деятельности;
- по продовольствию, сельскому и лесному хозяйству;
- по транспорту и коммуникации;
- по промышленности, минеральным ресурсам и энер-

гии;

- по торговле и туризму.

В 1997 году подписано соглашение о торговых преференциях, которое предусматривало:

- торговые преференции на основе заключения долгосрочных контрактов;
- взаимное предоставление купеческих кредитов по льготным ставкам;
- либерализацию нетарифных барьеров во взаимной торговле;
- расширение масштаба тарифных преференций.

Преференции представляются двумя способами: в результате переговоров или на основе добровольных предложений. Было установлено, что каждая страна будет рекомендовать для либерализации минимум 50 товарных позиций в квартал. Первоначально для либерализации предлагались товары, практически не выступившие в торговле в данном регионе. Но уже к 1981 году такими преференциями было охвачено более 6,5 тыс. товарных позиций.

В 1992 году принято решение о создании зоны свободной торговли – АФТА – в 2003 г.

Азиатско-тихоокеанское экономическое сотрудничество – АТЭС.

Объединяет 20 государств региона и имеющий консультативный статус. Вырабатывает региональные правила ведения торговли, инвестиционной и финансовой деятельности, проводятся встречи отраслевых министров и экспертов по вопросам сотрудничества в различных областях.

В состав входят:

- комитет по торговле и инвестициям, включающий подкомитеты по стандартизации и таможенным процедурам;
- экономический комитет и рабочие группы: по содействию торговле; по инвестициям; по научным разработкам в промышленности и технологиям, по телекоммуникациям; по транспорту; по энергетическому сотрудничеству; по торговой и инвестиционной статистике; по сохранению морских ресурсов; по рыболовству; по туризму; по малому и среднему предпринимательству.

Совет по Тихоокеанскому экономическому сотрудничеству (СТЭС) и Тихоокеанский экономический совет (ТЭС).

Это, неправительственные региональные организации, членство в которых осуществляется через национальные комитеты по Тихоокеанскому экономическому сотрудничеству. Формируются по принципу «трехстороннего представительства» от правительственных, деловых и научных кругов.

СТЭС объединяет 22 государства. Решения принимаются на основе консенсуса.

В рамках СТЭС на постоянной основе функционируют форумы: по торговой политике; по минеральным ресурсам и энергетике; Тихоокеанский форум по продовольствию, сельскому хозяйству, аграрной политике; а также рабочие группы: по продовольствию; по сельскому хозяйству и окружающей среде; по науке и технологии; по транспорту, телекоммуникациям и туризму; по рыболовству.

СТЭС принята Декларация о принципах открытого рационализма, которые предусматривают:

- обеспечение свободного передвижения людей, товаров, капитала, технологий и услуг;

- защиту свободной торговли и противодействие формированию закрытых экономических блоков;
- соблюдение принципов и правил, выработанных в рамках ГАТТ/ВТО;
- гармонизацию и совершенствование принципов рыночной экономики;
- экономическую интеграцию независимо от проводимой экономической политики и политической ориентации страны.

Торговое соглашение о более тесных экономических отношениях между Австралией и Новой Зеландией (АНЗКЕРТА).

Оно действует в Океании.

Региональное соглашение о торговле и экономическому сотрудничеству стран южной части Тихого океана (СПАРТЕКА) заключено между Австралией, Новой Зеландией, десятью микросоударства региона: Вануату, Кирибати, Куки острова, Науру, Ниуэ, Самоа, Саломоновы острова, Тонга, Тувалу, Фиджи.

ВСЕМИРНАЯ ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

ГАТТ – генеральное соглашение по тарифам и торговле играло ведущую роль в регулировании международной торговли. Подписано в 1947 году 23 государствами. В 1994 году его участниками было 118 стран.

ГАТТ выполняло три функции:

- оказание воздействия на государственную торговую политику путем выработки мировой торговли;
- форум для переговоров по либерализации торговли;
- урегулирование споров.

Цель – обеспечение безопасности и предсказуемости международных торговых отношений путем:

- ликвидации таможенных и других торговых ограничений;
- устранения дискриминации в международной торговле в целях повышения реальных доходов и опроса, более эффективного использования сырья, роста производства и торгового обмена.

Принципы ГАТТ:

- осуществление торговли без дискриминации (все договаривающиеся стороны при установлении и от-

мене пошлин обязаны обеспечивать каждой стороне благоприятные условия);

- защита отечественной промышленности только путем установления таможенных пошлин, а не политических ограничений;

- сокращение пошлин в результате многосторонних переговоров и исключение возможности их повышения в дальнейшем;

- проведение консультаций между странами-участниками для урегулирования проблем торговли;

- обеспечение справедливой конкуренции в результате развития международной торговли;

- заключение региональных торговых соглашений;

- предоставление льготного режима для развивающихся стран;

- установление особых норм регулирования международной торговли текстилем и одеждой.

Структура ГАТТ:

- сессия договаривающихся сторон;

- совет представителей;

- комитеты;

- рабочие группы;

- органы по урегулированию споров и секретариат.

В 1944 году прошли восемь раундов в целях либерализации мировой торговли и устранения торговых барьеров.

Уругвайский раунд (1986-1993 гг.) согласовал организационную структуру, наметил планы и графики работы переговорных групп, образовал специальный орган для наблюдения за выполнением обязательств государств - участников не вводить торговые ограничения, противоречащие ГАТТ, и постепенно отменить существующие ограничения. Были созданы 15 переговорных групп: по таможенным тарифам, по нетарифным барьерам, по вопросам природного происхождения, по текстилю и одежде, по сельскохозяйственным товарам, по тропическим товарам, по субсидиям и компенсирующим пошлинам, по торговым аспектам прав на интеллектуальную собственность, по защитным мерам и торговле, по функционированию системы ГАТТ, по соглашениям в рамках ГАТТ, по процедурам разрешения споров, по торговле услугами.

Итогами Уругвайского раунда стали создание и многосторонней системы международной торговли и отмена ГАТТ Всемирной торговой организацией (ВТО). Заключительный акт содержит:

- соглашение об образовании ВТО;
- соглашение о таможенных тарифах и торговле товарами 1994г. с многочисленными меморандумами от отдельным товарным группам;
- протокол Уругвайского раунда;
- генеральное соглашение по торговле услугами;
- меморандум по процедуре урегулирования споров (в случае установления нарушений согласованности торговых форм будущие члены ВТО обязаны, с одной стороны, отказаться от проведения односторонних акций, а с другой – привести в действие предусмотренный меморандумом механизм;

- процедуру контроля за торговой политикой договаривающихся стран ГАТТ;
- решение об углублении согласования процессов мировой экономической политики;
- другие соглашения по различным областям торговли (сельское хозяйство, текстиль и одежда, торговые барьеры инвестиции в сфере торговли, антидемпинговая политика, торговые аспекты охраны интеллектуальной собственности и др.);
- решение о мерах помощи и в случае негативного влияния реформ на развивающиеся страны, зависящие от импорта продовольствия.

ВТО. Год создания – 1995-й. Основная цель – коммерческая и экономическая ориентация государств-членов на повышение уровня жизни путем:

- обеспечения полной занятости;
- роста производства и торгового обмена товарами и услугами;
- оптимального использования источников сырья в целях обеспечения долгосрочного развития, защиты и сохранения окружающей среды.

ВТО имеет структуру:

1. Конференция Министров (раз в два года).

2. Всеобщий совет:

Комитет по урегулированию разногласий;

Комитет по пересмотру торговой политики.

3. Вспомогательные органы:

Совет по услугам;

Совет по товарам;

мене пошлин обязаны обеспечивать каждой стороне благоприятные условия);

- защита отечественной промышленности только путем установления таможенных пошлин, а не политических ограничений;

- сокращение пошлин в результате многосторонних переговоров и исключение возможности их повышения в дальнейшем;

- проведение консультаций между странами-участниками для урегулирования проблем торговли;

- обеспечение справедливой конкуренции в результате развития международной торговли;

- заключение региональных торговых соглашений;

- предоставление льготного режима для развивающихся стран;

- установление особых норм регулирования международной торговли текстилем и одеждой.

Структура ГАТТ:

- сессия договаривающихся сторон;

- совет представителей;

- комитеты;

- рабочие группы;

- органы по урегулированию споров и секретариат.

В 1944 году прошли восемь раундов в целях либерализации мировой торговли и устранения торговых барьеров.

Уругвайский раунд (1986-1993 гг.) согласовал организационную структуру, наметил планы и графики работы переговорных групп, образовал специальный орган для наблюдения за выполнением обязательств государств - участников не вводить торговые ограничения, противоречащие ГАТТ, и постепенно отменить существующие ограничения. Были созданы 15 переговорных групп: по таможенным тарифам, по нетарифным барьерам, по вопросам природного происхождения, по текстилю и одежде, по сельскохозяйственным товарам, по тропическим товарам, по субсидиям и компенсирующим пошлинам, по торговым аспектам прав на интеллектуальную собственность, по защитным мерам и торговле, по функционированию системы ГАТТ, по соглашениям в рамках ГАТТ, по процедурам разрешения споров, по торговле услугами.

Итогами Уругвайского раунда стали создание и многосторонней системы международной торговли и отмена ГАТТ Всемирной торговой организацией (ВТО). Заключительный акт содержит:

- соглашение об образовании ВТО;
- соглашение о таможенных тарифах и торговле товарами 1994г. с многочисленными меморандумами отдельным товарным группам;
- протокол Уругвайского раунда;
- генеральное соглашение по торговле услугами;
- меморандум по процедуре урегулирования споров (в случае установления нарушений согласованности торговых форм будущие члены ВТО обязаны, с одной стороны, отказаться от проведения односторонних акций, а с другой – привести в действие предусмотренный меморандумом механизм;

- процедуру контроля за торговой политикой договаривающихся стран ГАТТ;
- решение об углублении согласования процессов мировой экономической политики;
- другие соглашения по различным областям торговли (сельское хозяйство, текстиль и одежда, торговые барьеры инвестиции в сфере торговли, антидемпинговая политика, торговые аспекты охраны интеллектуальной собственности и др.);
- решение о мерах помощи и в случае негативного влияния реформ на развивающиеся страны, зависящие от импорта продовольствия.

ВТО. Год создания – 1995-й. Основная цель – коммерческая и экономическая ориентация государств-членов на повышение уровня жизни путем:

- обеспечения полной занятости;
- роста производства и торгового обмена товарами и услугами;
- оптимального использования источников сырья в целях обеспечения долгосрочного развития, защиты и сохранения окружающей среды.

ВТО имеет структуру:

1. Конференция Министров (раз в два года).

2. Всеобщий совет:

Комитет по урегулированию разногласий;

Комитет по пересмотру торговой политики.

3. Вспомогательные органы:

Совет по услугам;

Совет по товарам;

Совет по торговым аспектам защиты прав на интеллектуальную собственность;

Комитет по торговле и развитию;

Комитет по бюджетным вопросам.

Согласно положениям ГАТТ и ВТО основным инструментом регулирования внешней торговли должен быть тариф. Разрешается также принятие следующих мер:

- административные ограничения внешней торговли по неэкономическим соображениям;

- административные ограничения внешней торговли в целях выхода из тяжелого экономического положения (серьезный ущерб, нанесенный национальной промышленности, нарушение равновесия платежного баланса и др.);

- пересечение недобросовестной конкуренции поставщиков иностранных товаров;

- добровольные ограничения экспорта и импорта по взаимному согласию правительств или фирм стран экспортеров и импортеров;

- ограничения, вводимые по неэкономическим соображениям (защита национальной безопасности, охрана окружающей среды и др.).

Договоренности в рамках ГАТТ/ВТО ограничили возможность произвольной трактовки правил регулирования внешней торговли и создали общие условия их применения. Для устранения такого препятствия в международной торговле как расхождение национальных систем внешнеэкономического регулирования, ВТО проводит соответствующую унификацию. Например: установлены общие принципы определения таможенной стоимости и стороны происхождения товаров, действуют соглашения по техническим барьерам в торговле, по санитарным и фитосанитарным нормам и др.

СОВЕТ ТАМОЖЕННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Создан в начале 50-х годов с целью обеспечения наивысшей степени согласованности и единообразия таможенных систем и исследования проблем, по совершенствованию таможенных процедур и таможенного законодательства. Совет таможенного сотрудничества решает задачи:

- унификации номенклатуры для классификации товаров в таможенных тарифах, которая позволяет составлять уровень таможенного обложения и размеры взаимных закупок, а также единообразно трактовать

- ограничения и льготы в отношении отдельных товаров, обращающихся в международной торговле;
- обобщение таможенного опыта различных стран, формирование единообразной апробированной нормативной базы таможенной оценки гармонизации и упрощение таможенных процедур;
 - организация международного сотрудничества по предотвращению, расследованию пресечения нарушений таможенных правил;
 - техническое сотрудничество и обучение.

Контрольные вопросы:

1. Цели и основные направления внешнеторговой политики.
2. Таможенные тарифы, как систематизированный перечень ставок таможенных пошлин.
3. Характеристика международной торговой политики.
4. Значение зон свободной торговли и таможенных союзов.
5. Функции всемирных торговых организаций.

Литература:

1. Плотников А.Ю. Как правильно составить внешнеторговый контракт. М., 1994г.
2. Жиков Е.Ф. и др. Международные экономические отношения. М., 2000г.
3. Одинцов Б.Е. Экономические экспертные системы. М., 1996г.
4. Семенов К.А. Международные валютные и финансовые отношения. М., 1999г.
5. Фомичев В.И. Международная торговля. М., 2000г.
6. Жозет Терар. Управление международными денежными потоками. М., 1998г.
7. Овчинников Г.П. Международная экономика. С.-П., 1999г.
8. Спиридинов И.А. Мировая экономика. М., 1999г.
9. Сергеев П.в. Мировая экономика. М., 1999г.
10. Додобаев Ю.Т., Победина М.П. Мировая экономика. Фергана, 1997г.

11. Додобаев Ю.Т. и др. Международные экономические отношения. М., 1998г.
12. Додобаев Ю.Т. и др. Международная торговля. Т., 2000г.
13. Додобаев Ю.Т. Внешнеэкономические связи. Фергана, 1999г.
14. Сергеев П.В. Мировая экономика. Вопросы и ответы. М., 1999г.
15. Щербанин Ю.А. и др. Международные экономические отношения М., 1999г.

Лекция 6.

ТОРГОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ЕВРОПЕ

План:

1. *Бенилюкс.*
2. *Европейский Союз (ЕС).*
3. *Европейская ассоциация свободной торговли (ЕАСТ).*
4. *Европейское экономическое пространство (ЕЭП).*
5. *Центрально-европейское соглашение о свободной торговле (ЦЕФТА).*

Опорные слова: движение товаров, координация, соглашение, тариф, таможенные сборы и сделки, импорт, экспорт, налог, акциз, квота, лицензирование, капитал.

Торговые отношения в Европе представляют собой кольцевую структуру с центром – Европейским Союзом (ЕС). Активное развитие торгово-экономических и интеграционных процессов обусловили объективные причины. В настоящее время ЕС занимает сильные позиции в мировой экономике.

1. БЕНИЛЮКС

Экономический союз Бенилюкс образован в Гааге в 1958 году, вступил в силу 1960г.

Государства-члены – Бельгия, Люксембург, Нидерланды.

Местонахождение – Брюссель.

Основные цели:

- свободное движение товаров, услуг, капитала и лиц, то есть ликвидация между участниками таможенных пошлин в торговле; устранение экономических и финансовых препятствий для обмена услугами; устранение препятствия для свободного перемещения капитала; а также граждан стран Бенилюкса без паспорта и визы, постоянное проживание, найм на работу, пользование системой страхования, применение той же налоговой системы, которая действует в отношении граждан страны, на чьей территории данное лицо проживает;

- координация экономической, финансовой и социальной политики;

- проведение единой внешнеторговой и внешнеэкономической политики в отношении к требованиям страны.

Бенилюкс имеет структуру:

- Комитет Министров;
- Рабочие группы;
- Совет экономического союза;
- Комиссии;
- Генеральный секретариат;
- Объединенные службы;
- Межпарламентский консультативный комитет;
- Консультативный совет по экономическим и социальным вопросам;
- Арбитражная комиссия;
- Судебная палата.

Этапы становления Бенилюкса.

1921 г. – Договор о создании Бельгийско-Люксембургского экономического союза (БАЭС).

1932 г. – Конвенция по стабилизации и дальнейшая ликвидация таможенных пошлин во взаимных торговых оборотах. Из-за экономического кризиса положения конвенции не были реализованы.

1943 г. – Валютное соглашение с целью урегулирования взаимных платежей.

1944 г. – Таможенная конвенция. Торговля в результате освобождена от пошлины, введен единый самый низкий в Западной Европе внешний таможенный тариф.

1947 г. – Учрежден Генеральный секретариат.

1949 г. – Договор о предварительном экономическом союзе, который предусматривал дальнейшую либерализацию торговли между участниками путем ликвидации количественных и иных ограничений, координацию торговой и валютной политики.

1953 г. – Протокол об ускорении процесса координации экономической и социальной политики. Протокол о проведении единой торговой политики в отношении импорта и экспорта в торговле с третьими странами.

1954 г. – Соглашение о свободном движении капитала.

1955 г. – Соглашение о постепенном урегулировании сельскохозяйственной политики. Создан Межпарламентский консультативный совет.

1956 г. – Протокол о свободном перемещении рабочей силы.

В связи с возникновением новой международной группировки ЕЭС – все три страны Бенилюкса подписали Договор об экономическом союзе. Это вызвано следующими соображениями:

- ликвидация Бенилюкса свела бы на нет результаты долгих лет сотрудничества;
- существование Бенилюкса – гарантия стабильного положения для трех стран;
- малые страны Бенилюкса добьются более быстрых и значительных результатов в рамках трехстороннего сотрудничества, чем в рамках ЕЭС;
- приобретенный опыт имеет большую ценность в создании ЕЭС Бенилюкс для осуществления Договора о ЕЭС; три малые страны должны составлять прочное единство, чтобы интегрировать Бенилюкс и ЕЭС на наиболее выгодных условиях.

Деятельность Бенилюкс была наиболее активна до создания ЕЭС. Вследствие многие проблемы союза решались на уровне ЕЭС.

2. ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ (ЕС)

2.1. СТРУКТУРА И РАЗВИТИЕ

Подписан в 1992 г., вступил в силу в 1993г.

Члены ЕС – Австрия, Бельгия, Великобритания, Германия, Греция, Дания, Ирландия, Испания, Италия, Люксембург, Нидерланды, Португалия, Финляндия, Франция, Швеция.

Основные цели ЕС:

- образование тесного союза народов Европы;
- содействие сбалансированному и длительному экономическому процессу посредством:

а) создания пространства без внутренних границ;

б) усиления экономического и социального взаимодействия;

в) образования экономического и валютного союза;

- утверждение собственной идентичности в международной сфере, особенно путем проведения совместной внешней политики и политики в области безопасности, а в перспективе – совместной оборонной политики;
- развитие сотрудничества в сфере юстиции и внутренних дел;

импорта и экспорта угля и стали, поддерживает научно-исследовательские работы в сфере производства и потребления угля и стали, организует консультации и пр.

Европейское сообщество по атомной энергии (ЕВРАТОМ).

Договор о его создании вступил в силу в 1958г.

Основная цель – создание условий для развития атомной промышленности.

Задачи:

- проведение исследований и распространение научно-технических достижений;
- установление единых норм безопасности для санитарной охраны населения и работников, а также наблюдение за выполнением этих норм;
- поощрение капиталовложений и создания совместных предприятий, необходимых для развития атомной энергетики в рамках ЕВРАТОМа;
- контроль за справедливым снабжением всех потребителей Евратома материалами и ядерным топливом, а также за использованием атомного сырья только в определенных целях;
- предоставление широких рынков сбыта и доступа к лучшим техническим средствам путем создания общего рынка сырья и оборудования; свободное перемещение капитала и специалистов в рамках ЕВРАТОМа;
- развитие контактов с другими странами и международными организациями по содействию прогрессу в мировом использовании атомной энергии.

Возникновение ЕВРАТОМа связано с энергетическим кризисом в Западной Европе в 50-х гг. В результате технологических изменений возрос спрос на нефтепродукты и газ, который не мог быть удовлетворен в полной мере. Поток новых источников энергии привел к интересу атомной энергии. В 1955 году по инициативе Бенилюкс появляется организация по мирному использованию атомной энергии. Общий рынок ядерных материалов был открыт в 1954 году. Но на ряд товаров установлены количественные ограничения и различного рода барьеры.

С 1958 по 1962 годы созданы исследовательские центры в Италии, Бельгии, Германии. В результате энергетического кризиса 1973 года роль ЕВРАТОМа в Западноевропейской интеграции возросла. Возникла острая необходимость в расши-

рении и интенсификации научных исследований, что привело к увеличению финансовых средств на реализацию программы.

Главный орган ЕВРАТОМа – Совет Министров:

- утверждает программу исследований;
- издает инструкции по технике безопасности, санитарной охране, сохранению тайны;
- создает совместные предприятия;
- устанавливает цены на расщепляющиеся материалы;
- утверждает бюджет и размер членских взносов;
- дает согласие на заключение Комиссией от имени Сообщества международных договоров;
- учреждает вспомогательные органы;
- вносит изменения в договор.

Европейские экономические сообщества (ЕЭС).

Основные цели – гармоничное развитие сообщества и повышение жизненного уровня.

Задачи:

- ликвидировать в торговле между странами-участницами таможенные пошлины и количественные ограничения;
- установить единый таможенный тариф, проводить единую торговую политику по отношению к третьим странам;
- устранить препятствия между участниками в свободном перемещении лиц, услуг и капитала;
- проводить единую политику в сельском хозяйстве и на транспорте;
- обеспечить свободную конкуренцию на общем рынке;
- координировать политику стран-участниц в области экономики и обеспечения равновесия платежных балансов;
- проводить социальную политику.

2.2. ВНЕШНЕТОРГОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

В рамках СЭСР в 50-х годах начался процесс отмены количественных ограничений в торговле европейских стран. В 1961 году было упразднено все контингентирование. В 1968 году введен Единый таможенный тариф в торговле с третьими странами. С 1993 года полностью отменен таможенный контроль по взаимной торговле стран ЕС. Едины все требования к таможенному оформлению.

Импортные сборами облагаются живые животные, мясо, молочные продукты, зерновые, некоторые овощи и фрукты, продукты из них, масличные семена.

Сельскохозяйственный сбор – взимается в дополнение с некоторых товаров, отмеченных в интегрированном тарифе.

Компенсационный сбор – он устанавливается в случае, если импортная цена на товары, держится на более низком уровне, чем справочная цена, в течение двух дней подряд. Размеры таких сборов изменяются в зависимости от мировых и единых цен ЕС на сельхозтовары. Переменный компонент включается в налогообложение некоторых товаров, производимых из сельхозпродукции (йогурт, кефир с фруктами, маргарин с молочным жиром, кондитерские изделия с сахаром, шоколад, изделия из круп, картофеля, сладкой кукурузы, заменители чая и кофе с добавлением сахара и молочного жира, супы и бульоны, мороженое, концентраты, протеины, крахмалы и т.д.).

Антидемпинговые меры – с их помощью осуществляется контроль над ценами. По жалобе производителей или их организаций в КЕС может возбуждаться антидемпинговое расследование. Это происходит в случае если экспорт товара в ЕС производится по более дешевой цене, что может нанести ущерб европейской промышленности. Под ущербом понимается вызванное импортом сокращение значительной части национального производства, или реальная угроза его сокращения. В течение расследования на срок до 4 месяцев могут быть введены временные антидемпинговые пошлины.

Если во время расследования экспортер пересматривает свои цены или прекращает экспорт по демпинговым ценам, расследование может быть прекращено. Если расследование подтверждает наличие, как демпинга, так и ущерба, то вводятся постоянные демпинговые пошлины на срок 5 лет.

Антидемпинговые меры – сильный экономический инструмент, применяемый импортирующей страной против нежелательного с ее точки зрения импорта. Для импортера это закрытый доступ на внутренний рынок данной страны. Страны ЕС сдерживают, таким образом, импорт из третьих стран.

Компенсационные пошлины – вводятся, если установлено, что производство и экспорт товаров, ввозимых в ЕС, субсидируется, и это субсидирование наносит ущерб европейской промышленности.

Квоты – (количественные ограничения) устанавливаются на импорт в страны ЕС из отдельных стран стальной продук-

ции, сырого табака, текстиля, химикатов, обуви, изделий из стекла и т.д.

Импортные запреты – устанавливаются на товары с целью охраны здоровья человека (наркотики), защиты растительного мира, природы (ядохимикаты). Запрещен ввоз 13 видов пушнины из-за отлова зверей капканами и другими негуманными методами ввоз фреона из стран, не подписавших монреальский протокол; ввоз слоновой кости, шкур бобра, выдры, койота, волка, горностая, рыси, соболя, енота, барсука, куницы и полученных из них продуктов. По санитарным соображениям вводятся импортные запреты на ввоз животных и растительных продуктов из стран, где зарегистрированы заболевания.

Добровольные ограничения.

Экспорта – обязательство стран по ограничению поставок в страны ЕС определенных видов продукции (автомобилей, станков, грузоподъемников, шарикоподшипников, телевизоров, кинескопов, видеомагнитофонов и др.).

Автоматическое лицензирование – для осуществления сделки необходимо получить соответствующий документ. Эта процедура позволяет органам ЕС иметь полную информацию о ввозе товара, и если результаты наблюдения свидетельствуют об ущербе, могут быть приняты меры по ограничению импорта.

На уровне ЕС осуществляется наблюдение (мониторинг) за импортом: отдельных видов текстиля и обуви из всех стран: видов текстиля из Египта, Мальты, Марокко, Туниса, Турции; некоторых видов обуви из Республики Корея и Тайваня; станков, компьютеров, автопогрузчиков, электромеханических инструментов, легковых автомобилей, грузчиков и мотоциклов из Японии; видеомагнитофонов и телевизоров из Японии; некоторых текстильных изделий из Бангладеш, Албании, Эстонии, Латвии и Литвы; кислых вишен из Боснии и Герцеговины, Хорватии, Словакии, Македонии, Черногории, некоторых видов обуви из Китая, Республики Корея и Тайваня, а также импортных наркотиков и психотропных средств.

Лицензия необходима для ввоза товаров: животного скота, мяса и мясопродуктов, молока, сливок, простокваши, сыра, гороха, грибов, бобов, гибридов сладкой кукурузы для посева, маниоки, сладкого картофеля, сушеных фиников, крахмала из побегов, временно консервированных фруктов, зерновых и продуктов мукомольной промышленности, сахарной свеклы, оливкового масла, сахара, сахарных сиропов, апельсинового

Импортные сборами облагаются живые животные, мясо, молочные продукты, зерновые, некоторые овощи и фрукты, продукты из них, масличные семена.

Сельскохозяйственный сбор – взимается в дополнение с некоторых товаров, отмеченных в интегрированном тарифе.

Компенсационный сбор – он устанавливается в случае, если импортная цена на товары, держится на более низком уровне, чем справочная цена, в течение двух дней подряд. Размеры таких сборов изменяются в зависимости от мировых и единых цен ЕС на сельскохозяйственные товары. Переменный компонент включается в налогообложение некоторых товаров, производимых из сельхозпродукции (йогурт, кефир с фруктами, маргарин с молочным жиром, кондитерские изделия с сахаром, шоколад, изделия из круп, картофеля, сладкой кукурузы, заменители чая и кофе с добавлением сахара и молочного жира, супы и бульоны, мороженое, концентраты, протеины, крахмалы и т.д.).

Антидемпинговые меры – с их помощью осуществляется контроль над ценами. По жалобе производителей или их организаций в КЕС может возбуждаться антидемпинговое расследование. Это происходит в случае если экспорт товара в ЕС производится по более дешевой цене, что может нанести ущерб европейской промышленности. Под ущербом понимается вызванное импортом сокращение значительной части национального производства, или реальная угроза его сокращения. В течение расследования на срок до 4 месяцев могут быть введены временные антидемпинговые пошлины.

Если во время расследования экспортер пересматривает свои цены или прекращает экспорт по демпинговым ценам, расследование может быть прекращено. Если расследование подтверждает наличие, как демпинга, так и ущерба, то вводятся постоянные демпинговые пошлины на срок 5 лет.

Антидемпинговые меры – сильный экономический инструмент, применяемый импортирующей страной против нежелательного с ее точки зрения импорта. Для импортера это закрытый доступ на внутренний рынок данной страны. Страны ЕС сдерживают, таким образом, импорт из третьих стран.

Компенсационные пошлины – вводятся, если установлено, что производство и экспорт товаров, ввозимых в ЕС, субсидируется, и это субсидирование наносит ущерб европейской промышленности.

Квоты – (количественные ограничения) устанавливаются на импорт в страны ЕС из отдельных стран стальной продук-

ции, сырого табака, текстиля, химикатов, обуви, изделий из стекла и т.д.

Импортные запреты – устанавливаются на товары с целью охраны здоровья человека (наркотики), защиты растительного мира, природы (ядохимикаты). Запрещен воз 13 видов пушнины из-за отлова зверей капканами и другими негуманными методами ввоз фреона из стран, не подписавших монреальский протокол; ввоз слоновой кости, шкур бобра, выдры, койота, волка, горностая, рыси, соболя, енота, барсука, куницы и полученных из них продуктов. По санитарным соображениям вводятся импортные запреты на ввоз животных и растительных продуктов из стран, где зарегистрированы заболевания.

Добровольные ограничения.

Экспорта – обязательство стран по ограничению поставок в страны ЕС определенных видов продукции (автомобилей, станков, грузоподъемников, шарикоподшипников, телевизоров, кинескопов, видеомагнитофонов и др.).

Автоматическое лицензирование – для осуществления сделки необходимо получить соответствующий документ. Эта процедура позволяет органам ЕС иметь полную информацию о ввозе товара, и если результаты наблюдения свидетельствуют об ущербе, могут быть приняты меры по ограничению импорта.

На уровне ЕС осуществляется наблюдение (мониторинг) за импортом: отдельных видов текстиля и обуви из всех стран: видов текстиля из Египта, Мальты, Марокко, Туниса, Турции; некоторых видов обуви из Республики Корея и Тайваня; станков, компьютеров, автопогрузчиков, электромеханических инструментов, легковых автомобилей, грузовиков и мотоциклов из Японии; видеомагнитофонов и телевизоров из Японии; некоторых текстильных изделий из Бангладеш, Албании, Эстонии, Латвии и Литвы; кислых вишен из Боснии и Герцеговины, Хорватии, Словакии, Македонии, Черногории, некоторых видов обуви из Китая, Республики Корея и Тайваня, а также импортных наркотиков и психотропных средств.

Лицензия необходима для ввоза товаров: животного скота, мяса и мясопродуктов, молока, сливок, простокваши, сыра, гороха, грибов, бобов, гибридов сладкой кукурузы для посева, маниоки, сладкого картофеля, сушеных фиников, крахмала из побегов, временно консервированных фруктов, зерновых и продуктов мукомольной промышленности, сахарной свеклы, оливкового масла, сахара, сахарных сиропов, апельсинового

Страны ЕС импортируют из Японии 4 группы товаров: транспортные средства, офисное оборудование, электрооборудование, аудио и телеаппаратура, они составляют более 60% всего импорта стран ЕС из Японии.

Экспорт стран ЕС в Японию менее однороден, чем импорт, и включает кроме транспортных средств – медицинское оборудование, фармацевтическую продукцию, другие промтовары.

3. ЕВРОПЕЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ (ЕАСТ)

Договор вступил в силу в 1960 году, в его состав входят: Норвегия, Швейцария, Исландия, Лихтенштейн, Австрия, Великобритания, Дания, Португалия, Финляндия, Швеция.

Основные цели:

- содействие постоянному росту экономической активности, обеспечение полной занятости, повышению производительности, рациональному использованию ресурсов, финансовой стабильности, повышению жизненного уровня на территории государств-членов;

- предоставление добросовестных условий конкуренции в торговле между государствами-членами;

- ликвидация неравенства в условиях снабжения сырьем, производимым на территории зоны свободной торговли;

- содействие гармоничному развитию и росту мировой торговли путем постепенной ликвидации торговых барьеров.

- ЕАСТ имеет структуру:

- Совет ЕАСТ;

- комитеты;

- секретариат.

Выход Великобритании и Дании из ЕАСТ в 1972 году заметно ослабил эту организацию и вынудил оставшихся участников искать пути урегулирования экономических отношений с ЕЭС. В результате все члены ЕАСТ, а также Финляндия заключили с ЕАС соглашение о свободной торговле промтоварами (1974 г.). На их основе осуществлено взаимное снижение таможенных пошлин, которые полностью отменены в 1977 г. Таким образом, в Западной Европе была образована зона свободной торговли, в которую вошли страны ЕС и ЕАСТ.

После того, ЕАСТ продолжала заниматься контролем за полной реализацией Стокгольмского соглашения. Ее члены заключили соглашения о свободной торговле со странами Центральной и Вос-

точной Европы, в том числе с Болгарией, Польшей, Румынией, Словакией и Чехией, балтийскими государствами.

Деятельность ЕАСТ положительно повлияла на развитие национальной экономики каждой страны-участницы: увеличился торговый оборот между ними, усилились их позиции на рынках третьих стран.

4. ЕВРОПЕЙСКОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО (ЕЭП)

ЕЭП – это рынок 18 стран с населением около 370 млн. человек.

Договор предусматривает:

- свободное движение товаров, услуг, капитала и людей;
- сотрудничество в таких областях, как наука, образование, экономическая политика, социальная политика;
- создание правовой системы, обеспечивающей реализацию норм и правил.

Договор дополняют:

- двусторонние соглашения между государствами ЕАСТ и Европейским союзом об импорте сельхозпродуктов;
- двусторонние соглашения между европейским союзом и Норвегией о свободной торговле рыбой.

Структура ЕЭП:

1. Совет.
2. Совместный комитет.
3. Консультативный комитет.
4. Совместный парламентский комитет.

5. ЦЕНТРАЛЬНО-ЕВРОПЕЙСКОЕ СОГЛАШЕНИЕ О СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛЕ (ЦЕФТА)

В 1992 году Венгрия, Польша, Словакия, Чехия подписали ЦЕФТА. Затем в нее вступили Румыния и Болгария.

Цель ЦЕФТА – стимулирование развития торгово-экономических, научно-технических и кооперационных связей внутри блока с перспективой создания к 2001 г. зоны свободной торговли. В то же время ЦЕФТА – определенный промежуточный этап вступления в ЕС, позволяющий нивелировать некоторые проблемы, связанные с бедностью капиталов их рынков, ограниченностью в сфере высоких технологий, дефицитом сырьевых ресурсов, отрицательным сальдо внешней торговли.

Развитие ЦЕФТА обусловлено объективными трудностями, и огромным стремлением стран-участниц интегрироваться

Страны ЕС импортируют из Японии 4 группы товаров: транспортные средства, офисное оборудование, электрооборудование, аудио и телеаппаратура, они составляют более 60% всего импорта стран ЕС из Японии.

Экспорт стран ЕС в Японию менее однороден, чем импорт, и включает кроме транспортных средств – медицинское оборудование, фармацевтическую продукцию, другие промтовары.

3. ЕВРОПЕЙСКАЯ АССОЦИАЦИЯ СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛИ (ЕАСТ)

Договор вступил в силу в 1960 году, в его состав входят: Норвегия, Швейцария, Исландия, Лихтенштейн, Австрия, Великобритания, Дания, Португалия, Финляндия, Швеция.

Основные цели:

- содействие постоянному росту экономической активности, обеспечение полной занятости, повышению производительности, рациональному использованию ресурсов, финансовой стабильности, повышению жизненного уровня на территории государств-членов;

- предоставление добросовестных условий конкуренции в торговле между государствами-членами;

- ликвидация неравенства в условиях снабжения сырьем, производимым на территории зоны свободной торговли;

- содействие гармоничному развитию и росту мировой торговли путем постепенной ликвидации торговых барьеров.

- ЕАСТ имеет структуру:

- Совет ЕАСТ;

- комитеты;

- секретариат.

Выход Великобритании и Дании из ЕАСТ в 1972 году заметно ослабил эту организацию и вынудил оставшихся участников искать пути урегулирования экономических отношений с ЕЭС. В результате все члены ЕАСТ, а также Финляндия заключили с ЕАС соглашение о свободной торговле промтоварами (1974 г.). На их основе осуществлено взаимное снижение таможенных пошлин, которые полностью отменены в 1977 г. Таким образом, в Западной Европе была образована зона свободной торговли, в которую вошли страны ЕС и ЕАСТ.

После того, ЕАСТ продолжала заниматься контролем за полной реализацией Стокгольмского соглашения. Ее члены заключили соглашения о свободной торговле со странами Центральной и Вос-

точной Европы, в том числе с Болгарией, Польшей, Румынией, Словакией и Чехией, балтийскими государствами.

Деятельность ЕАСТ положительно повлияла на развитие национальной экономики каждой страны-участницы: увеличился торговый оборот между ними, усилились их позиции на рынках третьих стран.

4. ЕВРОПЕЙСКОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО (ЕЭП)

ЕЭП – это рынок 18 стран с населением около 370 млн. человек.

Договор предусматривает:

- свободное движение товаров, услуг, капитала и людей;
- сотрудничество в таких областях, как наука, образование, экономическая политика, социальная политика;
- создание правовой системы, обеспечивающей реализацию норм и правил.

Договор дополняют:

- двусторонние соглашения между государствами ЕАСТ и Европейским союзом об импорте сельхозпродуктов;
- двусторонние соглашения между европейским союзом и Норвегией о свободной торговле рыбой.

Структура ЕЭП:

1. Совет.
2. Совместный комитет.
3. Консультативный комитет.
4. Совместный парламентский комитет.

5. ЦЕНТРАЛЬНО-ЕВРОПЕЙСКОЕ СОГЛАШЕНИЕ О СВОБОДНОЙ ТОРГОВЛЕ (ЦЕФТА)

В 1992 году Венгрия, Польша, Словакия, Чехия подписали ЦЕФТА. Затем в нее вступили Румыния и Болгария.

Цель ЦЕФТА – стимулирование развития торгово-экономических, научно-технических и кооперационных связей внутри блока с перспективой создания к 2001 г. зоны свободной торговли. В то же время ЦЕФТА – определенный промежуточный этап вступления в ЕС, позволяющий нивелировать некоторые проблемы, связанные с бедностью капиталов их рынков, ограниченностью в сфере высоких технологий, дефицитом сырьевых ресурсов, отрицательным сальдо внешней торговли.

Развитие ЦЕФТА обусловлено объективными трудностями, и огромным стремлением стран-участниц интегрироваться

Лекция 7.

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

План:

1. *Стратегия импортозамещения и экспортоориентации.*
2. *Цели проведения экспортоориентированной экономической политики и роль государства.*
3. *Либерализация валютного рынка.*
4. *Либерализация внешнеэкономической деятельности.*
5. *Либерализация деятельности предприятий.*
6. *Внешнеэкономическая политика.*

Опорные слова: импортозамещение, экспортоориентация, инвестиции, цена, либерализация, валютный рынок, стабилизация, финансы, реформа, тарифное регулирование, инфраструктура.

Экономическая самостоятельность – первоочередная задача нашей республики после обретения независимости. Осуществление программы импортозамещения позволило достигнуть независимость страны в отношении энергоресурсов и существенно продвинуть решение этой задачи по зерновым.

Это помогло обеспечить наименьшее снижение КВП среди стран СНГ. Однако в связи с глобальными изменениями, происходящими в мировых потоках ресурсов и продукции требуется непрерывная адаптация экономической политики к новым условиям с целью эффективной интеграции страны в мировой рынок.

СТРАТЕГИИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ И ЭКСПОРТООРИЕНТАЦИИ

Во внешнеэкономической сфере развивающихся стран для обеспечения устойчивого экономического роста необходимо выбрать одну из двух политик – импортозамещения или экспортоориентации.

Стратегия импортозамещения в большинстве развивающихся стран выбирается исходя из следующих теоретических предпосылок:

- 1) структура производства развивающихся стран ориентирована на производство сырьевых товаров. Политика свободной торговли в таком случае не будет способствовать развитию национальных технологий и человеческого капитала.
- 2) Спрос на сырьевые товары имеет низкую эластичность, а значит доходы от экспорта сырьевых товаров не могут расти очень быстро, что тормозит расширение импорта высокопродуктивного оборудования и технологий.
- 3) Рабочая сила в развивающихся странах занята в основном в сельском хозяйстве, где производительность труда низкая. Для ее повышения необходима ускоренная индустриализация.

Развитие импортозамещения в большинстве стран мира проходило в две фазы. В первой развивались отрасли промышленности, основанные на относительно простых технологиях. Во второй – ставилась задача развития производства инвестиционных товаров. При этом возникали серьезные проблемы, связанные с узостью национальных рынков. В результате снизилась степень конкурентности среды под воздействием протекционизма и роста монополизации, так как внутренний рынок не мог вместить многих производителей. Это дестимулировало инновации и постепенно привело к стагнации.

Импортозамещение часто зависит от динамики внутреннего потребления, что сильно ограничивает рост сбережений, а значит и инвестиции. Такая политика отрицательно влияет на развитие сельского хозяйства и экспорта, поставлявших ресурсы для импортозамещающей индустриализации. Это приводило к несоответствию темпов роста населения и сельхозпроизводства. Что способствовало повышению зависимости страны от импорта продовольствия, падению спроса сельского населения на промтовары, сохранению сбережений на селе. Все это затем негативно отражалось на развитии промышленности. Таким образом, имел место замкнутый цикл.

Для импортозамещающей политики характерны также трудности: проблемы со сбытом продукции из-за низкого платежеспособного обменного курса национальной валюты: нарастание незагруженных мощностей, что снижает рентабельность производства; невысокий объем иностранных инвестиций из-за ограниченной конвертации по сравнению со странами с аналогичной экономикой, но с более открытой внешне-торговой политикой; увеличение рабочих мест происходит

медленно; сокращение официальных международных резервов и рост государственного внешнего долга и расходов на его обслуживание.

Индустриальное и сельскохозяйственное производства должны развиваться параллельно. Сельское хозяйство должно рассматриваться не только как поставщик финансовых ресурсов для промышленности, но и как источник динамического экономического роста, как источник продуктов питания для увеличивающегося числа промышленных работников, источник сырьевых материалов, источник сбережений для поддержки других секторов экономики. Исследование по 56 странам, проведенное экспортом Мирового банка, показало, что рост ВВП тесно связан с ростом продукции сельского хозяйства. Это говорит о первоочередной необходимости стимулирования развития сельского хозяйства и освобождения его от функций донора, осуществляемых через низкие закупочные цены и высокие налоги.

Сравнительный анализ коэффициентов капиталоемкости производства продукции по разным странам показал, что они снижаются, то есть эффективность инвестиций повышается с ориентацией на внешний рынок. Статистика с 1963 года по 1985 год, проанализированная экспертами Мирового банка, свидетельствует, что активная импортозамещающая стратегия развития в долгосрочном плане сопровождалась среднегодовым экономическим ростом не более, чем на 1,6%, а ориентация на экспорт – растет в 6-7%.

Несмотря на это, большинство стран в своем развитии первоначально проходили стадию сильного протекционизма и импортозамещения. Это связано с низким качеством производимых товаров, слабым институциональным развитием, нехваткой специалистов по маркетингу. Только те страны, которые вовремя сумели переориентировать экономику на развитие экспортного производства, обеспечили долгосрочный экономический рост и получили от глобализации и интеграции в мировое хозяйство максимальные выгоды.

Узбекистану также пришлось пройти через преимущественную импортозамещающую политику. Обработывающая промышленность в стране находится под протекционистской защитой – через взаимный контроль, лицензирование импорта и высокие эффективные уровни защиты. Валютная политика направлена на обеспечение импорта оборудования в рамках государственной инвестиционной программы.

Политика импортозамещения позволила не допустить сильного падения производства, укрепить промышленную базу, создать новые отрасли промышленности. Вместе с тем необходимо учитывать следующие обстоятельства:

- для устойчивого состояния экономики (исходя из темпов выбытия производственных фондов и роста рабочей силы) Узбекистану необходим ежегодный прирост ВВП не менее 4-5%, однако при импортозамещающем развитии рост ВВП не превышает 3%;

- эффективность осуществляемых инвестиций еще невысока. Для обеспечения экономического роста 4-5% в год долю инвестиций в ВВП надо довести до 33-40%, что является сложной задачей;

- с 1997 года происходит сокращение экспорта, что снижает объемы импорта современного оборудования, необходимого для структурной перестройки экономики;

- невозможно одновременно развивать импортозамещающие производства и расширять экспорт. Всякая защита, сокращающая импорт, одновременно повышает издержки для экспортных производств, дестимулируя их. А в защищенные отрасли отвлекаются ограниченные ресурсы от экспортоориентированных отраслей.

Цели проведения экспортоориентированной экономической политики и роль государства.

Экспортоориентированное развитие экономики Узбекистана позволит:

- повысить качество управления на всех уровнях экономики, так как обострится конкуренция, усилятся необходимость устранять любые внутренние диспропорции и искать неиспользованные резервы;

- уменьшить искажения цен товаров;

- через устойчивые наращивания обеспечить устойчивый экономический рост;

- создать большое количество рабочих мест, чем при импортозамещении, то есть наиболее конкурентоспособными окажутся трудоемкие производства;

- увеличить экономию на масштабе производства за счет большей важности рынка, что приведет к более глубокой специализации, а через нее – к интеграции в мировую экономику;

- ускорить технологическое развитие и повысить качество «человеческого капитала»;

- стимулировать прямые иностранные инвестиции и иностранные займы, так как решения инвесторов и кредиторов базируются на показателях платежеспособности страны, особенно на величине ее экспортных поступлений;
- увеличить поступления иностранной валюты, не обходимой для импорта, оборудования, у которого нет и не ожидается отечественных аналогов.

Опыт стран Восточной Азии свидетельствует о важном значении «новой теории торговли». В которой значительное участие государства по поддержке национальных фирм, чтобы пробить себе место на мировом рынке. Необходимость вмешательства государства обосновывается четырьмя причинами:

- 1) несовершенство и олигополистическая природа современного рынка, порождающие большие различия в масштабах производства;
- 2) расхождение между частными и государственными интересами;
- 3) неспособность рынка вызывать желательные структурные преобразования и развитие новых технологий;
- 4) необходимость развития производственной, институциональной и финансовой инфраструктуры для внешней торговли.

Опыт государственного вмешательства в странах Восточной Азии наиболее показателен. В Республике Корея и на Тайване правительства проводили реформы, а компетентная бюрократия квалифицированно проводила соответствующую экономическую политику. В Японии, Малайзии, Сингапуре и Таиланде были созданы специальные советы, которые обеспечивали взаимодействие государственных чиновников и деловых кругов. Советы помогали минимизировать негативные эффекты потока рент через лоббирование и коррупцию путем трансформации такой длительности в более ясные и прозрачные процессы размещения рент. Без предварительного обсуждения на совете экономическая политика правительства не изменялась. Советы помогали достигать согласия в вопросах государственной политики.

Однако в современных условиях повторение этого опыта ограничено обстоятельствами:

а) глобализацией и усилением давления со стороны международных организаций и иностранных государств в сторону либерализации национальной экономики. В частности, новый

режим торговли в рамках Всемирной торговой организации (ВТО) уменьшил возможности использования некоторых мер по управлению внешней торговлей;

б) усложнением национальной экономики, что затрудняет проведение эффективного государственного вмешательства из-за необходимости учета слишком большого числа факторов;

в) возможности влияния неэкономических факторов на принятие государственных решений.

ИНСТРУМЕНТЫ ПРОВЕДЕНИЯ ПОЛИТИКИ ЭКСПОРТООРИЕНТАЦИИ

Экспортоориентация должна стать постоянной заботой и стратегической политикой государства. Переориентация национальной экономики на экспортоориентирование невозможно без создания условий:

1. Либерализация валютного рынка.

Устранение множественности обменных курсов и введение свободной конвертации по счету текущих операций влекут определенные выгоды. Среди них – расширение круга экспортируемых товаров и услуг; воздействие конкуренции со стороны импорта на эффективность отечественного производства; совершенствование структуры относительных цен. Только через либерализацию валютного рынка можно обеспечить конкурентоспособный валютный курс сума.

Но при решении данного вопроса необходима осторожность.

Полная конвертация сума поставила бы национальных производителей в жесткие условия международной конкуренции, к которой многие из них готовы еще не совсем. Кроме того, предоставление резидентам страны бесконтрольного доступа на международные рынки капитала вызывает быстрый рост задолженности частного сектора и вместе с этим уязвимость экономики страны перед кредиторами ее зависимости с перемен в их настроениях. Либерализация счета капитала также крайне нежелательно в условиях неразвитости финансового сектора экономики, особенно банковской системы.

2. Либерализация внешнеэкономической деятельности.

Она предполагает создание условий, в которых все хозяйствующие субъекты имеют равные возможности и права

заниматься внешнеэкономической деятельностью. В этой связи необходимы пересмотр некоторых функций МВЭС, упрощение системы оформления таможенных и внешнеторговых документов.

3. Либерализация деятельности предприятий.

Она означает реальную хозяйственную самостоятельность. Необходимо полностью отказаться от вмешательства государственных органов всех уровней в деятельности предприятия и применения в них административных мер воздействия. Руководители предприятий должны самостоятельно принимать решения и нести ответственность только перед собственниками предприятия. Государству даже необходимо создать благоприятные условия для развития частного сектора экономики.

4. Финансовая стабилизация.

Ее необходимость диктуется тем, что при высокой инфляции неэффективно работают рыночные механизмы, выгодными становятся операции, сокращается объем инвестиций в реальный сектор экономики, разрушается финансовый рынок, дорожает национальная валюта, подрывается усилия правительства по сохранению обменного курса.

5. Институциональные реформы.

Для Узбекистана в этом направлении наиболее актуальны следующие задачи: изменение методов и форм управления экономикой, государственными структурами с учетом новых рыночных условий; повышение эффективности и завершение процесса приватизации, формирование класса реальных собственников; обеспечение конкурентной среды и совершенствование антимонопольной политики; коммерциализация банковской системы; совершенствование механизмов реализации принятых законов, особенно в части правовой защиты коммерческих сделок и прав собственности.

ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

Совершенствование таможенной политики включает:

- поддержание небольшого количества импортных тарифов и недопущение их резкой дифференциации на различные товары. Установление относительно высоких импортных пошлин необходимо в краткосрочном периоде для поддержки

отечественного производства. По мере роста конкурентоспособности экономики тарифные ставки должны быть снижены;

- упрощение и обеспечение быстрого происхождения таможенных процедур для экспорта;

- разработка и публикация в средствах массовой информации планов сокращения ограничений по импорту с указанием потолков тарифных ставок, на которые они будут снижены, и новых ставок.

1. Стимулирование экспорта.

Либерализация рынка иностранной валюты даст мощный стимул национальным экспортерам. Поэтому необходимости в дополнительных льготах экспортерам нет. Но в дальнейшем для поддержания устойчивого развития экспорта в Узбекистане могли быть использованы следующие меры:

- скидки на транспортировку экспортируемых грузов по железной и автомобильной дорогам в пределах республики;

- предоставление ссуд в национальной и иностранной валюте по льготным процентным ставкам для фирм-экспортеров на 3-6 месяцев для своевременного предложения или экспортных товаров в ответ на изменение иностранного спроса;

- введение ускоренных норм амортизации;

- налаживание системы консультирования и быстрого оформления документов для экспортеров.

Одной из главных целей государственного вмешательства должно быть обеспечение более легкого доступа к финансированию внешней торговли.

2. Вступление в ВТО.

Важной задачей является гарантирование статуса наибольшего благоприятствования в торговле и расширение на большинство стран мира. В настоящее время Узбекистан пользуется таким режимом в 37 странах с привилегиями обобщенной системы преференций от США, Японии и Евросоюза.

Со вступлением в ВТО Узбекистан, удаленный от морей, получит гарантированную свободу транзита через территорию любого другого члена ВТО; снимутся барьеры и проблемы на пути экономической интеграции; гармонизируется таможенное, тарифное, налоговое, валютное регулирование, свободный транзит грузов.

Однако перед вступлением республики в ВТО необходимо провести подготовительные мероприятия:

1. После либерализации валютной политики повысится роль тарифного регулирования для защиты отечественного производства. В связи с этим необходимы детальные исследования по выявлению чувствительности определенных отраслей Узбекистана к специфическим мерам протекционизма (квотам, тарифам и др.).

2. Правила ВТО запрещают экспортные субсидии, но без них будет трудно расширить экспорт за счет наращивания производства готовой продукции в среднесрочной перспективе.

3. Перспективы развития свободных экономических зон.

Использование механизма свободных зон торговли в Узбекистане вместо проведения адекватных внешнеэкономических реформ вряд ли целесообразно, так как может создать «черные дыры» во внешнеторговых барьерах.

4. Прямые иностранные инвестиции.

Они являются очень важным фактором в деле основания новых производств и технологического оборудования. Однако большого притока их в краткосрочном периоде ожидать не следует по некоторым причинам:

- мировой финансовый кризис 1997-1998 гг. привел к переоценке рисков инвестирования в развивающиеся страны и в страны с переходной экономикой;

- инвестиции не могут быть очень большими, так как рынок республики не столь велик для крупномасштабного производства многих промышленных продуктов;

- имеются трудности и высокие издержки как при импорте комплектующих и оборудования, так и при экспорте готовой продукции на мировой рынок;

- инвесторов настораживают вооруженные конфликты в соседних странах.

5. Реализация сравнительных преимуществ.

После либерализации внешнеторгового режима и перехода к экспортоориентации наибольшее развитие получили производства с наилучшими конкурентными преимуществами. Это основа экспортоориентированного развития. С их учетом наибольшей перспективой обладают отрасли с применением местных ресурсов, а именно:

- трудо- и ресурсоемкая обрабатывающая промышленность, способная вовлечь в производство внутренние сырьевые и трудовые ресурсы некоторые виды текстильного производства, химической и пищевой промышленности;

- отдельные техно- и наукоемкие отрасли, в том числе биохимическое производство, отдельные виды электроники, коммерческие направления ядерной физики, ряд отраслей машиностроения.

Государству следует создавать условия по развитию экспорта на уровне секторов, не отдавая предпочтения отдельным предписаниям и отраслям.

6. Стабильное развитие первичных отраслей (сельского хозяйства, энергетики, добывающей промышленности) – главная задача для обеспечения устойчивого экономического роста. Отечественный аграрный сектор обладает огромным потенциалом подъема производительности за счет повышения заинтересованности в результатах труда. Задействование этого потенциала, в свою очередь, будет способствовать успешному развитию, как обрабатывающей промышленности, так и макроэкономической ситуации в целом, так как:

а) хлопок, основной продукт сельского хозяйства Узбекистана, может обеспечить необходимое количество твердой валюты для макроэкономической стабилизации в период внешнеторговой либерализации;

б) развивающееся сельское хозяйство обеспечивает поставку более дешевого продовольствия для города и удешевление рабочей силы в городах;

в) реформы могут высвободить часть сельского населения, что обеспечить рабочей силой дальнейшую индустриализацию;

г) рост сбережений сельского населения послужит развитию внутренних частных инвестиций, а значит и банковского сектора.

7. Инфраструктура.

По мере развития рыночной экономики государство и его структуры будут постепенно отходить от прямого вмешательства в экономику. Все большую роль будут играть саморегулирующие рыночные механизмы, а также рычаги косвенного воздействия государства. Вместе с тем в связи с наличием огромных диспропорций, характерны для стран с переходной экономикой, только государство способно преодолеть «провалы» рыночного механизма и увеличить выгоды

«перелива» – положительные для общества эффекты от определенных видов экономической деятельности. В этой связи необходимо усилить и расширить маркетинговую работу на внешних рынках. Государство должно позаботиться о создании благоприятных условий для деятельности торговых представительств за рубежом.

В функции таких торговых представительств могли бы входить: сбор научно-технической информации обзоры конъюнктуры рынка, сведения о состоянии фирм – потенциальных торговых инвестиционных партнеров, а также создание совместных производств.

В целом механизм государственного регулирования должен быть направлен на две цели. Первая – стимулирование расширения частного сектора, участвующего во внешней торговле. Вторая – самоорганизация частного бизнеса через объединение в союзы, совместно регулирующие экспортную деятельность. Необходимо также объединение производящих организаций для большей кооперации и быстрого реагирования на конъюнктуру рынка.

Контрольные вопросы:

1. Суть стратегий импортозамещения и экспорто-ориентации.
2. Цели проведения экспортоориентированной экономической политики и роль государства.
3. Либерализация валютного рынка, внешнеэкономической деятельности и финансовая стабилизация – как инструмент проведения политики экспортоориентации.
4. Цели вступления в ВТО. Перспективы развития свободных экономических зон.
5. Стабильное развитие первичных отраслей, как главная задача экономической политики Республики Узбекистан.

Литература:

1. Плотников А.Ю. Как правильно составить внешнеторговый контракт. М., 1994г.
2. Жиков Е.Ф. и др. Международные экономические отношения. М., 2000г.

3. Одинцов Б.Е. Экономические экспертные системы. М., 1996г.
4. Семенов К.А. Международные валютные и финансовые отношения. М., 1999г.
5. Фомичев В.И. Международная торговля. М., 2000г.
6. Жозет Терар. Управление международными денежными потоками. М., 1998г.
7. Овчинников Г.П. Международная экономика. С.-П., 1999г.
8. Спиридинов И.А. Мировая экономика. М., 1999г.
9. Сергеев П.в. Мировая экономика. М., 1999г.
10. Додобаев Ю.Т., Победина М.П. Мировая экономика. Фергана, 1997г.
11. Додобаев Ю.Т. и др. Международные экономические отношения. М., 1998г.
12. Додобаев Ю.Т. и др. Международная торговля. Т., 2000г.
13. Додобаев Ю.Т. Внешнеэкономические связи. Фергана, 1999г.
14. Сергеев П.В. Мировая экономика. Вопросы и ответы. М., 1999г.
15. Щербанин Ю.А. и др. Международные экономические отношения М., 1999г.

Лекция 8.

ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

План:

1. *Виды внешнеторговых операций.*
2. *Методы торговли.*
3. *Выход на внешний рынок.*
4. *Контракты.*
5. *Базисные условия поставок.*
6. *Цены в международной торговле.*
7. *Расчеты в международной торговле.*

Опорные слова: экспорт, импорт, товар, сделка, поставки, посредники, оферта, торги, контракты, платеж, аккредитив, инкассо, перевод тратта, вексель.

Выходу фирм на внешний рынок предшествует его изучение. При экспорте определяется спрос на внешнем рынке на товар, степень конкуренции, уровень и тенденции изменения цен и т.д. При импорте определяются наиболее перспективные поставщики, оцениваются технический уровень их продукции, уровень и тенденции изменения цен.

1. ВИДЫ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

Экспорт – вывоз за границу товара национального происхождения.

Импорт – ввоз иностранных товаров для использования их на внутреннем рынке.

Встречная торговля – внешнеторговые операции, при совершении которых в документах фиксируются твердые обязательства экспортеров и импортеров.

Это самый известный вид международной торговли. На ее долю приходится от 25 до 30% объема международных торговых операций.

Инициаторами развития встречной торговли являются импортеры, которые при нехватке валюты могут закупать товары с полной или частичной оплатой их своими товарами.

Эксперты ООН выделяют три основных вида международных встречных сделок:

- бартерные;
- торговые компенсационные;
- промышленные компенсационные.

Промышленная компенсационная сделка - в ней одна сторона осуществляет поставку второй стороне товаров, услуг, технологии, которая используется последней для создания новых производственных мощностей. Данные поставки затем возмещаются посредством поставок товаров, произведенных на созданных таким образом предприятиях.

Торговая компенсационная сделка. При ней отсутствуют такого рода взаимоотношения сторон.

Международные встречные сделки делятся на две категории:

- **торговая компенсация** - операции на небольшую сумму, включая обмен разнородными товарами, которые органически не связаны между собой;
- **промышленная компенсация** - сделка на более крупную сумму, на комплектное промышленное оборудование или готовое предприятие.

Если при классификации международных встречных сделок исходит из организационно-правовой их основы и принципа компенсации, то они делятся на:

- товарообменные и компенсационные сделки на безвалютной основе;
- компенсационные сделки на коммерческой основе;
- компенсационные сделки на основе соглашений о производственном сотрудничестве.

Эти три основных видов сделок отличаются разнообразием с точки зрения целей и характера, сроков исполнения, механизма расчетов, порядка осуществления.

1. **Сделки на основе натурального обмена - бартера.** Это - безвалютный, но оцененный обмен товарами. Стоимостная оценка товаров осуществляется для обеспечения эквивалентности обмена. Для этих сделок характерно одновременное движение товарных потоков. Чистый бартер наименее распространен во встречной торговле.
2. **Коммерческие сделки, предусматривающие участие продавца в реализации товаров.** Они наиболее распространены и имеют две разновидности:

- непосредственная закупка товаров для внутрифирменного использования либо для перепродажи третьей стороне;
- содействие экспортера в нахождении покупателя товаров импортера.

Принципиальное отличие таких сделок от бартера – при ней деньги используются как мера стоимости и средство платежа. Существует множество их разновидностей:

Компенсационные сделки. Продавец соглашается получить оплату частично или полностью в виде поставок каких-либо товаров покупателя. При этой сделке каждый партнер выставляет счет за свои поставки в денежной форме, а экспортер может поручить выполнение своих обязательств по встречному импорту третьей стороне.

Встречные закупки (поставки). Экспортер обязуется закупить или устроить закупку третьей стороной товаров импортера на сумму, составляющую определенный, заранее оговариваемый процент от его собственных поставок;

Авансовые закупки. Первоначальные и встречные поставки как бы меняются местами: то есть сторона, заинтересованная в продаже своих товаров определенному покупателю, сначала закупает какие-либо товары или услуги от него.

Соглашение об «оффете». Экспортер соглашается закупить в стране импортера товары на суммы, составляющую определенную долю от суммы экспортной поставки, причем такая доля превышает чаще всего 100%.

Сделки типа «свитч». Экспортер передает свои обязательства по встречной поставке третьей стороне, как правило, торговой фирме.

Выкуп устаревшей продукции. Зачет остаточной стоимости выкупаемых товаров по цене новых. Это самый эффективный способ, позволяющий увеличить объем продаж в условиях жесткой конкуренции на рынках сбыта. Наиболее широко применяется при сбыте легковых автомобилей, сельхозтехники, электронно - вычислительных машин.

3. Встречные поставки как составная часть промышленного сотрудничества. Экспортер поставляет оборудование на условиях кредита оплата производится после получения выручки от встречных поставок продукции. Посредством таких соглашений, импортируются машины, оборудование, материалы, товары для строительства промышленных объектов.

Операции с давальческим сырьем – переработка иностранного сырья, с расчетами за работу исходным сырьем или

продуктами переработки. Одна из сторон обязуется экспортировать исходное сырье и импортировать продукты переработки или готовую продукцию, другая – перерабатывать сырье, называемое давальческим, своими средствами. Оплата услуг перерабатывающих фирм по таким соглашениям осуществляется поставками дополнительного количества давальческого сырья.

2. МЕТОДЫ ТОРГОВЛИ

Метод торговли – способ осуществления торгового обмена. В международной торговой практике применяются два основных метода торговли:

- прямой метод (совершения операции непосредственно между производителем и потребителем);
- косвенный метод (совершение операции через посредника);

При прямом методе торговли возникает финансовая выгода, так как сокращаются издержки на комиссионные вознаграждение посреднику, снижается риск и зависимость результатов коммерческой деятельности от недобросовестности и некомпетентности посреднической организации. Но международная торговля по сравнению с внутренней является более рискованной из-за экономических, политических, правовых, социальных условий различных стран. Этот метод к тому же требует коммерческой квалификации и торгового опыта участников.

Более половины международного товарного обмена осуществляется через посредников. Они бывают разных видов.

Простые посредники (брокеры) – подыскивают и сводят взаимозаинтересованных продавцов и покупателей, но сами не принимают участия в сделке.

Поваренные – лица, совершающие сделки за счет и от имени доверителей (продавцов и покупателей).

Договоры комиссий. Комиссионеры получают право подыскивать партнеров и заключать с ними контракты от своего имени, но за счет продавца или покупателя (комитентов). Перед третьими лицами комиссионеры выступают как продавцы.

Консигнация – экспортер (консигнант) поставляет товар на склад посредника (консигнатора) для реализации на рынке в течение определенного срока. Консигнатор осуществляет

платежи, консигнанту по мере его реализации со склада. Таким образом, реализуют в основном товары массового спроса.

Дистрибьютор – независимая торговая фирма, занимающаяся перепродажей товаров. Они отличаются от простых посредников тем, что от своего имени и за свой счет заключают договоры купли-продажи с продавцами и с покупателями.

Агенты – посредники, действующие на рынке в интересах и от имени экспортеров или импортеров (принципалов). Чаще всего агентские соглашения регулируют общие условия сотрудничества агентов и принципалов, а поставки и закупки товаров осуществляются по отдельным контрактам.

3. ВЫХОД НА ВНЕШНИЙ РЫНОК

Экспортер и импортер перед выходом на внешний рынок должен найти контрагента и установить с ним контакты. Выбор контрагента зависит от характера и предмета сделки, страны заключения и исполнения контракта, емкости рынка, конъюнктуры. Учитываются межправительственные торговые соглашения или протоколы о совместных поставках, степень монополизации рынка.

Чтобы установить контакт с потенциальным партнером, продавец может:

а) направить предложение (оферту) одному или нескольким из них. Оферта, содержит все основные условия сделки – наименование товара, его количество, цену, условия и срок поставки, условия платежа, характер тары и упаковки, порядок приема-сдачи.

Твердая оферта – письменное предложение экспортера на продажу определенной партии товара, с указанием срока в течение которого экспортер связан этим предложением. Если в течение этого срока от потенциального партнера не поступает ответ, то это освобождает экспортера от сделанного с ним предложения.

Свободная оферта – предложение без определенного срока для ответа:

б) принять и подтвердить заказ покупателя;

в) послать покупателю предложение в ответ на его запрос с указанием контрактных условий будущего контракта;

г) принять участие в выставках, ярмарках;

д) отправить возможному покупателю коммерческое письмо с информацией о намерениях вступить в переговоры по поводу заключения конкретной сделки.

Импортёр может использовать следующие способы установления контактов с потенциальным экспортером:

а) направление запроса производителя интересующих его товаров, когда из конкурентных предложений выбирается лучшее;

б) направление потенциальному или уже известному продавцу заказа;

в) объявление торгов;

г) направление потенциальному экспортеру коммерческого письма о намерениях вступить в переговоры в ответ на его рекламу, информацию или предложение.

На практике при выборе контрагента часто основную роль играют связи, рекомендации, разовые сделки.

Переговоры могут вестись посредством писем, телеграфа, телетайпа, телефона. После согласования всех условий заключается договор. Для этого используются различные способы:

а) подписание контракта участвующими в нем контрагентами;

б) акцент покупателем твердой оферты продавца;

в) акцент продавцом контрoferты покупателя;

г) акцент продавцом письменного согласия покупателя с условиями свободной оферты;

д) подтверждение продавцом заказа покупателя;

е) обмен письмами и подтверждение достигнутой ранее договоренности.

В письмах делается ссылка на известные обеим сторонам условия.

4. КОНТРАКТЫ

Международный контракт – сделка между двумя или несколькими сторонами, находящимися в разных странах, на поставку установленного количества товарных единиц или оказание услуг.

Совершенный контракт – когда по всем условиям достигнуто согласие сторон. Условия бывают:

- существенные, которые определяются сторонами;
- обычные – вытекают из нормы закона, регулирующей данные отношения;
- случайные – не входят в перечень существенных, однако, включаются в контракт по требованию сторон.

Правовой базой для заключения и реализации договоров купли-продажи на мировом рынке являются Венская конвенция «О договорах международной купли-продажи».

В международной торговле обычно применяют типовые контракты.

Типовой контракт – примерный договор в письменной форме, сформулированный заранее с учетом торговой практики или обычаев, принятых договорами после того, как они были согласованы с требованиями конкретной сделки. Типовые контракты применяются в основном при основе, а также на биржах. Он может меняться и дополняться сторонами.

Типовой контракт используется двумя способами:

- путем безоговорочного принятия одной из договаривающихся сторон условий окончательной формы типового договора, предложенной другой стороной, которая не изменяется, за исключением незначительных деталей;
- путем применения типового контракта как образца, который может быть изменен в соответствии с условиями конкретной сделки.

Типовые контракты разрабатываются заинтересованными организациями, союзами, биржами, торговыми палатами, крупными фирмами. Наиболее распространены типовые контракты купли-продажи, разработанные в рамках Европейской экономической комиссии ООН. Они составлены применительно к основным внешнеторговым товарам, а также для договоров на поставку и монтаж оборудования. Существует более 3% вариантов типовых контрактов.

Во внешней торговле используются также типовые договоры фрахтования судов, аренды транспортных средств и оборудования, типовые лицензионные договоры и др.

В качестве примера рассмотрим **контракт купли-продажи**. Он состоит из разделов:

- 1) **Вводная часть.** В ней указываются наименования и номер контракта, дата и место заключения, наименование сторон.
- 2) **Предмет контракта.** Списывается товар купли-продажи.
- 3) **Количество.** Указывается единица измерения. Определяются порядок установления количества.
- 4) **Качество.** Применяются различные способы определения качества:

- по стандарту (национальные стандарты и стандарты крупных фирм);
- по техническим условиям (дается подробная характеристика товара, описываются материалы, из которых он изготовлен, приводятся правила проверки и испытаний);
- по спецификации (указываются технические параметры);
- по образцу (один образец находится у покупателя, второй – у продавца, третий – у нейтральной стороны);
- по предварительному осмотру.

5) Срок и дата поставки. Срок поставки – это момент, когда продавец обязан передавать товар в собственность покупателю. Существуют различные способы установления срока поставки:

- немедленно, в течение не более 2 недель;
- определение календарного дня поставки;
- определение периода: месяц, квартал, год;
- указание числа, дней, недель, месяцев с момента совершения действия.

Дата поставки зависит от способа поставки и определяется датой документа, подтверждающего передачу права собственности на предмет купли-продажи, например:

- дата документа, выдаваемого транспортной организацией, принявшей товар для перевозки;
- дата расписки транспортно-экспедиционной фирмы в приемке груза для дальнейшей отправки по назначению;
- дата складского свидетельства;
- дата подписания приемо-сдаточного акта после поставки последней партии, без которой невозможно использовать все ранее поставленное оборудование;
- дата подписания приемо-сдаточного акта и выдачи сертификата на право собственности.

6) Базисные условия поставки. Определяются, кто несет расходы, связанные с транспортировкой товара от экспортера к импортеру.

7) Цена и общая стоимость контракта. Указывается единица измерения, за которую устанавливается цена, способы фиксации и уровень цены, а также скидки.

8) Платеж. Устанавливаются:

- валюта платежа, валюта цены, курс пересчета;

оговорки по уменьшению и устранению валютного риска;

- способ платежа (наличные, аванс, кредит);
- форма расчетов.

9) Упаковка и маркировка. Экспортеры обязаны обеспечить физическую сохранность груза. При поставке на базисных условиях они всегда несут ответственность за повреждение товаров из-за несоответствия упаковки базисным условиям контракта.

Маркировка груза должна содержать обязательные для экспортеров реквизиты:

- товаросопроводительная информация об импортере, номер контракта и транса, весогабаритные характеристики мест, номер места, число мест в партии;
- указание транспортным фирмам о том, как обращаться с грузом;
- предупреждение об опасностях в результате неосторожного обращения с грузом;

10) Рекламации. Указываются порядок и сроки проведения рекламаций, права и обязанности сторон в связи с их предъявлением, способы урегулирования.

11) Гарантии. Определяются объем гарантий, их срок, обязанности продавца, случаи, на которые гарантии не распространяются.

Большинство контрактов содержит коммерческие гарантии качества, то есть обязательства продавца поставить покупателю товар, обладающий в течение установленного времени (гарантийного периода) определенными свойствами. Могут быть предусмотрены санкции за поставку некачественного товара.

Технические гарантии проверяются в ходе использования товаров потребителем.

Банковские гарантии «должного исполнения контрактов» устанавливаются при поставке крупных партий сложных машин. Развертка таких гарантий в некоторых случаях достигает 30% и более стоимости товаров.

12) Штрафные санкции и возмещение убытков. Чтобы предотвратить несвоевременную поставку товара, контракты предусматривают штрафы с экспортеров в случае просрочки. Максимальные тарифы чаще всего составляют 8-10% от стоимости не поставленных в срок товаров.

Положение о штрафных санкциях в контракте не снимает вопроса о возмещении убытков. Если он не решен в контракте,

то урегулируется в соответствии с правом той или иной страны.

13) Страхование. Устанавливается предмет страхования, перечень рисков, страхователь, лицо, в пользу которого проводится страхование. Как правило, условия контрактов включают обязательства экспортеров предоставлять покупателям страховые полисы или сертификаты, которые входят в комплект платежных документов.

14) Форс-мажорные обстоятельства. Это положение контракта купли-продажи, которое предусматривает отсрочку его исполнения или полное освобождение сторон от обязательств по нему в связи с наступлением событий, не зависящих от сторон контракта, которые делают его исполнение невозможным. Они могут быть длительными (война, запреты экспорта или импорта) и кратковременными (пожар, наводнение, закрытие навигаций) и т.д.

В контрактах оговаривается, что соответствующая сторона обязана информировать контрагента о наступлении форс-мажорных обстоятельств. А также устанавливаются сроки, после которых стороны имеют право аннулировать взаимные обязательства.

15) Арбитраж. Указываются порядок и срок разрешения споров.

16) Прочие условия. В зависимости от объекта сделки контракты могут включать другие разделы (технические условия, условия испытаний, требования к технической документации, условия командирования специалистов для осуществления шефмонтажных работ и т.д.).

5. БАЗИСНЫЕ УСЛОВИЯ ПОСТАВОК

Базисные условия поставок разработаны на основе международной торговой практики и торговых обычаях. Они публикуются в Правилах толкования международных торговых терминов (Инкотермс). В настоящее время действует Инкотермс в редакции 1990г.

В Инкотермс – 90 отражены обязанности продавца и покупателя по 10 основным вопросам:

Обязанности продавца:

1. Предоставление товара в соответствии с условиями договора.
2. Оформление лицензий, разрешений, выполнение иных формальностей.

3. Оформление договора перевозки и страхования.
4. Поставка.
5. Переход риска.
6. Распределение расходов.
7. Извещение покупателя.
8. Доказательство, поставки, транспортные документы.
9. Проверка, упаковка, маркировка.
10. Другие обязанности.

Обязанности покупателя:

1. Уплата цены.
2. Оформление лицензий, разрешений и выполнение иных формальностей.
3. Оформление договора перевозки.
4. Принятие поставки.
5. Переход рисков.
6. Распределение расходов.
7. Извещение продавца.
8. Доказательство поставки, транспортные документы или эквивалентные извещения по электронной связи.
9. Инспектирование товара.
10. Другие обязанности.

Все термины в «Инкотермс – 90» распределяются на четыре категории:

1. Отгрузка.
2. Основная перевозка не оплачена.
3. Основная перевозка оплачена.
4. Прибытие.

В пределах категорий термины делятся на группы, в наименование которых первая буква свидетельствует о принадлежности к той или иной группе.

Группировка торговых терминов следующая:

Группа Е: Отгрузка с завода.

Группа F: основная перевозка оплачена.

FCA – Франко-перевозчик; FAS – Свободно вдоль борта; FOB – Свободно на борту.

Группа C: основная перевозка не оплачена.

CFR – стоимость и факт; CIF – стоимость, страхование и фрахт; CPT – перевозка оплачена до ...; CIP – перевозка и страхование оплачено до ...

Группа D: Прибытие.

- DAF – поставка на границе; DES – поставка с судна; DEQ – поставка с причала; DDU – поставка без оплаты пошлин; DDP – поставка с оплатой пошлин.

6. ЦЕНЫ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Цена продукции – существенное условие сделки. При ее установлении определяется единица измерения. Цена в контракте может быть установлена:

- за определенную количественную единицу или за определенное количество единиц;
- за весовую единицу исходя из базисного содержания вещества в товаре;
- за весовую единицу в зависимости от колебания наружного веса содержания посторонних примесей и влажности;
- за единицу сделки, минимальное количество товара, необходимое для совершения сделки.

Контрактная цена – это количество денежных единиц, которое должен заплатить покупатель продавцу в той или иной другой валюте за весь товар или единицу товара, доставленные продавцом на базисных условиях в указанный в контракте графический пункт.

Важный элемент установления цен в контрактах – способ фиксации цен. Соответственно различаются цены:

- твердая;
- с последующей фиксацией;
- подвижная;
- скользящая.

Твердая цена устанавливается в момент подписания контракта и не изменяется в течение срока его действия.

Цена с последующей фиксацией устанавливается в процессе исполнения контракта. В контракте определяется только момент фиксации и принцип определения уровня цены.

Подвижная цена – зафиксированная цена при заключении контракта, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменяется. В такой контракт вносится оговорка, предусматривающая повышение или понижение цены, в случае если к моменту исполнения сделки цена на рынке изменяется, обязательно должен быть определен источник, по которому следует судить об изменении рыночной цены.

Скользящая цена – исчисляется путем пересмотра договорной цены с учетом изменений в издержках производства, происходящих в период исполнения контракта. Скользящие цены применяются при продаже сложного оборудования производственного назначения, а также судов, требующих длительных сроков исполнения.

В контракте окончательно фиксируются:

- базисная цена оборудования;
- зависимость изменения окончательной цены оборудования от изменения цен материалов и ставок заработной платы;
- цены материалов и ставки заработной платы к моменту заключения сделки, то есть базисные цены и ставки;
- период, в течение которого должно исчисляться скольжение по ценам материалов и ставки зарплат, и порядок определения этих величин для установленного периода скольжения;
- источники, на основе которых выявляются изменения цен материалов и ставок заработной платы или соответствующих индексов.

Зависимость скользящей цены от изменения цен материалов и ставок заработной платы устанавливается в виде формулы скольжения:

$$PI = PO \left(A \frac{al}{ao} + B \frac{bl}{bo} + C \right), \text{ где}$$

PI – скользящая цена;

PO – базисная цена;

A – скользящая часть, то есть доля в цене расходов на материалы;

B – скользящая часть, то есть доля в цене расходов на заработную плату;

C – неизменная часть цены;

ao – базисная цена материалов;

bo – базисные ставки зарплат;

al – цена материалов за период скольжения;

bl – ставки зарплат за период скольжения.

Устанавливается и **лимит скольжения**, процент от общей стоимости заказа.

Для контрактной цены могут быть учтены различные сделки:

- простая скидка со справочной цены товара;
- скидка при покупке товара за наименьший расчет;
- базисная скидка (за оборот);
- скидка за количество или серийность;
- дилерская скидка;
- специальная скидка на пробные партии товаров;
- экспортная скидка;
- сезонная скидка;
- скрытая скидка в виде оказания бесплатных услуг.

7. РАСЧЕТЫ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ

Платеж заключительная стадия взаиморасчетов между партнерами. При определении условий платежа в контракте устанавливаются:

- валюта платежа, валюта цены, курс пересчета;
- оговорки, направленные на уменьшение и устранение валютного риска;
- способ платежа;
- формы расчетов.

Валюта платежа может совпадать с валютой цены товара, а может и не совпадать. В последнем случае в контракте указывается курс, по которому валюта цены будет переведена в валюту платежа. Обычно это делается по курсу, действующему в стране, в которой производится платеж.

Под валютными исками понимается опасность валютных потерь при изменении курса иностранной валюты по отношению к национальной денежной единицы при проведении внешнеторговых и иных операций. Экспортер несет убыток при понижении курса валюты контракта относительно национальной валюты в период между подписанием контракта и осуществлением платежа по нему. Импортёр, напротив, несет убытки при повышении курса валюты контракта. Защитные оговорки направлены на устранения валютного риска.

Способы платежа.

Наличный платеж производится через банк до или после передачи экспортером товарораспределительных документов или самого товара в распоряжение покупателя. Наличный платеж предусматривает оплату товара в полной стоимости в период от его готовности отгрузке для экспортера до перехода в распоряжение покупателя и может осуществляться единовременно или по частям. Для экспортера выгоден наличный единовременный платеж после получения импортером те-

леграфного извещения от экспортера о готовности товара к отгрузке. Для импортера – выгоден платеж после вручения комплекта товарораспределительных документов с предоставлением для оплаты нескольких льготных дней или часов.

Платеж с авансом. Выплата покупателям-импортерам согласованных в контракте сумм в счет причитающихся по договору платежей до передачи товара в его распоряжение.

Авансовый платеж выполняет две функции:

- форма кредитования импортеров экспортера;
- средство обеспечения обязательств, принятых покупателем по контракту.

Аванс предоставляется в двух формах:

- денежной;
- товарной.

Аванс погашается обычно путем зачета при поставке товара и обеспечивается гарантией банка экспортера или оговоркой в контракте.

Большая часть внешнеторговых сделок, особенно при торговле машинами и оборудованием, осуществляются на основе кредита.

Кредит коммерческий бывает финансовый и товарный, делятся на краткосрочный, среднесрочный, долгосрочный (свыше 5 лет).

Гарантирование платежей – главная проблема кредитных отношений. В международной торговле наиболее распространена форма гарантии – вексельная.

Вексель – безусловное обязательство должника выплатить указанную в нем сумму по истечении установленного в нем срока. Векселя могут передаваться от одного векселедержателя к другому. При этом на их оборотной стороне и наносится подпись (индоссамент) с указанием или без указания имени нового держателя.

Тратта – водный вексель. Это документ, содержащий срок определенной суммы кредитору или третьему лицу – векселедержателю, которым чаще всего является банк кредитора.

Тратты – это ценные бумаги и могут быть использованы как средство платежа

Тратты бывают двух видов:

- с платежом по предъявлению;
- с платежом в определенный срок. Если тратта принята банком, она становится банковским акцентом, а если фирмой – торговым акцентом.

Они делятся также на:

- чистые, когда продавец посылает коммерческие документы покупателю напрямую, и тот имеет возможность получить товар независимо от платежа или акцента тратты;
- специальные, когда коммерческие документы приложены к тратте и могут быть выданы только после платежа или акцента.

ФОРМА РАСЧЕТОВ

В международной торговле существует одна базовая дилемма. Экспортер и импортер живут в разных странах, работают в разных политических, социальных и экономических условиях. Для того, чтобы обезопасить экспортера от риска неприятия товара, неплатежа или несвоевременного платежа, с одной стороны, и гарантировать импортеру надлежащее выполнение контракта, с другой стороны, в качестве посредника между ними привлекается банк. Безналичные расчеты через банки при внешнеторговых операциях осуществляются в следующих формах:

- аккредитив;
- инкассо;
- банковский период;
- расчеты по открытому счету.

Аккредитив – обязательство банка произвести по указанию импортера платеж экспортеру.

Различают аккредитивы:

- **отзывные и безотзывные**, которые могут быть изменены или аннулированы банком-эмитентом в любой момент без предварительного уведомления бенефициара;
- **подтвержденные аккредитивы**, когда банк принимает на себя обязательство оплачивать документы, соответствующие условиям аккредитива;
- **переводной аккредитив**, деньги по нему могут быть получены другим юридическим лицом;
- **револьверный аккредитив**, он предусматривает автоматическое восстановление суммы аккредитива через определенное время или после каждого использования;
- **покрытый аккредитив**, при его открытии банк-эмитент перечисляет собственные средства плательщика в распоряжение банка поставщика на опреде-

ленный балансовый счет на весь срок действия обязательств банка-эмитента;

- **документальный аккредитив**, выплаты обусловлены предъявлением коммерческих и финансовых документов;

- **денежный аккредитив** – именно документ-поручение о выплате денег получателю, в течение определенного срока;

- **резервный аккредитив** – он выставляется банком-эмитентом по поручению импортера и обеспечивает платеж в случае невыполнения импортером своих обязательств.

Каждый аккредитив должен содержать:

- наименование и адрес экспортера и его банка;
- отметку о виде аккредитива;
- сумму аккредитива;
- вид отгрузочных документов;
- количество, цена, точное обозначение товара;
- условия поставки;
- максимальный срок поставки.

Аккредитив выгоден экспортеру, так как обеспечивает ему:

- надежность расчетов;
- скорость расчетов;
- возможность дополнительного финансирования под открытый и подтвержденный аккредитив.

Для импортера он менее удобен, так как:

- платит банку за открытие аккредитива;
- открывает аккредитив до поставки товара;

Инкассо – поручение экспортеру своему банку получить от импортера непосредственно или через другой банк определенную сумму или подтверждение того, что эта сумма будет выплачена в установленный срок.

Инкассо бывает двух видов:

- простое, то есть взыскание платежа по финансовым документам без сопровождения коммерческих документов;
- документарное, то есть взыскание платежа по финансовым документам, сопровождаемым коммерческими документами.

Документы или инкассо бывают двух видов:

- финансовые (векселя, чеки и т.д.);
- коммерческие (транспортные и др.).

При документарном инкассо экспортер может дать банку следующие указания:

- выдать документы только после оплаты;
- выдать документы против акцента тратты;
- выдать документы без оплаты.

При инкассовой форме расчетов особое значение имеют:

- доверие экспортера и платежные способности и добросовестности импортера;
- четкое определение в контракте обязательств продавца и покупателя;
- структура товара в соответствии с условиями сделки;
- передача покупателю товарных документов только после платежа или акцента тратты.

Банковская гарантия – безотзывное обязательство банка произвести исполнение платежа в денежной форме в случае, когда третье лицо не осуществит этого.

Банковский перевод – это простое поручение коммерческого банка своему банку-корреспонденту выплатить определенную сумму денег по просьбе и за счет перевододателя иностранному получателю (бенефициару).

В международной практике существует несколько способов защиты импортера от риска потери аванса при непоставке товара:

- банковская гарантия на возврат аванса;
- документарный или условный перевод, при котором банк экспортера произведет фактическую выплату аванса на его счет только после представления транспортных документов. Указывается также период от отправки груза и предоставления документов.

Расчеты по открытому счету – периодические платежи импортера экспортеру при поставках товара на условиях его последующей оплаты и зачисления задолженности за счет импортера.

Открытый счет используется при расчетах:

- между фирмами, связанными традиционными торговыми отношениями;
- между МНК и ее заграничными филиалами;
- между специальными фирмами с участием экспортера, а также при расчетах за товары, отправляемые на консультацию.

Расчеты по открытому счету выгодны импортеру, так как:

- он проводит оплату товаров после их получения;

- процент за представленный кредит при этом не взимается;
- отсутствует риск оплаты не поставленного или не принятого товара.

Для экспортера эта форма расчетов менее выгодна, так как:

- замедляется оборачиваемость его капитала;
- повышается риск неполучения или несвоевременного получения платежа;
- иногда возникает необходимость прибегать к банковскому кредиту.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ ПАЛАТА (МТП)

МТП создана в 1919 году, члены – группы более чем из 60 стран.

Основные цели:

- представлять торговлю, промышленность, финансы, транспорт, страхование и в целом все сектора международного предпринимательства;
- обобщать позиции отдельных лиц, фирм, корпораций, организаций, участвующих в международной торговле и родственной предпринимательской деятельности, доводить их до соответствующих межправительственных учреждений и национальных правительств через национальные комитеты, группы, членов;
- разрабатывать эффективные и последовательные меры в экономической и юридической областях, в целях содействия гармоническому развитию и свободе международной торговли;
- предоставлять практические и экспортные услуги международному сообществу предпринимателей;
- поощрять эффективное сотрудничество между предпринимателями и их организациями в пределах собственных стран.

В рамках МТП действуют 15 международных комиссий в следующих областях:

- международная торговля и инвестиционная политика;
- финансовые услуги;
- страхование;
- налогообложение;
- окружающая среда;

- энергетика;
- право и практика конкуренции;
- маркетинг и реклама;
- воздушный транспорт;
- морской и наземный транспорт;
- компьютеры, телекоммуникации и информационная политика;
- международный арбитраж;
- интеллектуальная и промышленная собственность;

Действуют органы:

- Международный арбитражный суд;
- Постоянный комитет Международного морского арбитража;
- Международный центр экспертизы;
- Международный совет по практике маркетинга;
- Институт международного предпринимательского права и практики;
- Международное бюро торговых палат;
- Служба МТП по компьютерной преступности;
- Центр по морскому сотрудничеству.

Контрольные вопросы:

1. Основные виды внешнеторговых операций.
2. Методы торговли, как способ осуществления торгового обмена.
3. Цели и направления выхода на внешний рынок.
4. Заключение контрактов и условия их осуществления.
5. Главные условия поставок. Обязанности продавца и покупателя.
6. Цена продукции, как существенное условие сделки.
7. Виды расчетов в международной торговле. Формы расчетов.
8. Цели создания Международной торговой палаты (МТП).

Литература:

1. Плотников А.Ю. Как правильно составить внешнеторговый контракт. М., 1994г.

2. Жиков Е.Ф. и др. Международные экономические отношения. М., 2000г.
3. Одинцов Б.Е. Экономические экспертные системы. М., 1996г.
4. Семенов К.А. Международные валютные и финансовые отношения. М., 1999г.
5. Фомичев В.И. Международная торговля. М., 2000г.
6. Жозет Терап. Управление международными денежными потоками. М., 1998г.
7. Овчинников Г.П. Международная экономика. С.-П., 1999г.
8. Спиридинов И.А. Мировая экономика. М., 1999г.
9. Сергеев П.в. Мировая экономика. М., 1999г.
10. Додобаев Ю.Т., Победина М.П. Мировая экономика. Фергана, 1997г.
11. Додобаев Ю.Т. и др. Международные экономические отношения. М., 1998г.
12. Додобаев Ю.Т. и др. Международная торговля. Т., 2000г.
13. Додобаев Ю.Т. Внешнеэкономические связи. Фергана, 1999г.
14. Сергеев П.В. Мировая экономика. Вопросы и ответы. М., 1999г.
15. Щербанин Ю.А. и др. Международные экономические отношения М., 1999г.

Лекция 9.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ

План:

1. *Аренда машин и оборудования.*
2. *Информационные услуги.*
3. *Реклама.*
4. *Страхование.*

Опорные слова: услуга, аренда, рентинг, хайринг, лизинг, реклама, страхование, франшиза, полис, гарантии.

Международная торговля товарами и услугами тесно связаны между собой. Отличие второй от первой заключается в следующем:

- услуги не имеют овеществленной формы, хотя ряд услуг приобретает ее;
- услуги производятся и потребляются одновременно и хранению не подлежат.

Существует четыре способа международной торговли услугами:

- 1) Трансграничная торговля, когда продавец и покупатель услуг не перемещаются за границу, ее пересекает только услуга. Например, представление юридических консультаций по телефону из-за границы.
- 2) Потребление за границей, когда потребитель из одной страны приобретает и потребляет услугу на территории другой.
- 3) Торговое присутствие в стране предоставления услуги, когда фирма, предоставляющая услугу, пересекает границу –и открывает там представительство. Сама услуга и ее потребитель через границу не перемещаются.
- 4) Присутствие физических лиц, предоставляющих услугу, в стране потребителя.

В соответствии с положением ВТО, все услуги подразделяются на 12 секторов:

- услуги для бизнеса;
- строительные услуги;
- услуги связи;

- дистрибуционные услуги;
- транспортные услуги;
- финансовые услуги;
- образовательные услуги;
- услуги здравоохранения;
- туристические услуги;
- рекреационные услуги;
- услуги по охране окружающей среды;
- не классифицированные услуги.

Услуги для бизнеса являются наиболее разнообразными: профессиональные, компьютерные, в сфере исследований и разработок, в сфере оборота недвижимости, по аренде оборудования без обслуживающего персонала и т.д.

Профессиональные услуги: правовые, бухгалтерские, по налоговому консультированию, аудиторские, архитектурные, инженерные, по градостроительному планированию, услуги медперсонала, стоматологов, ветеринаров, по научно-техническому консультированию.

Прочие услуги для бизнеса: по аренде оборудования, с обслуживающим персоналом, рекламные, по изучению рынка и общественного мнения, по консультированию в сфере управления, сельского хозяйства, охоты, лесничества, рыболовства, в сфере добычи полезных ископаемых, посредничество в трудоустройстве, охранные, по ремонту оборудования, издательские, полиграфические, переводческие, упаковочные, по уборке зданий, фотоуслуги, по организации съездов и конференций, по проектированию интерьеров.

В международном масштабе подписано Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС). В соответствии с положениями ГАТС члены ВТО должны придерживаться следующих принципов:

- обеспечение прозрачности системы регулирования сферы услуг на своей территории;
- гарантия доступа к национальным процедурам разрешения споров;
- не увеличение ограничений в доступе на рынок и следование принципу национального режима;
- соблюдение процедур разрешения споров во всех областях, регулируемых ВТО;
- участие в будущих переговорах о новых аспектах обмена в сфере услуг, а также о содержании национальных списков обязательств.
- В то же время каждая страна имеет право:

- сохранять национальную монополию на предоставление некоторых услуг либо выделять одного или нескольких услугодателей, которым предоставляются исключительные или специальные права;
- ужесточить регулирование сферы услуг в отношении всех услугодателей при соблюдении принципа недискриминации;
- сохранять исключения в определенных ситуациях, включая отступления от принципа наибольшего благоприятствования;
- применять ограничения для защиты платежного баланса;
- использовать различное трактование отечественных и иностранных субъектов, если это продиктовано интересам защиты потребителей, акционеров.

1. АРЕНДА МАШИН И ОБОРУДОВАНИЯ

Аренда – форма хозяйствования, при которой на основе договора между арендодателем и арендатором последнему передаются в срочное возмездное владение и пользование, различные объекты, необходимые для самостоятельного ведения хозяйства.

Различают три вида аренда:

рентинг – краткосрочная аренда на срок от нескольких месяцев до года. Предметом рентинга являются туристические товары, транспортные средства;

хайринг – среднесрочная аренда на срок от нескольких месяцев до года. Предметом хайринга обычно являются транспортные средства, дорожно-строительные машины, монтажное оборудование, сельхозмашины;

лизинг – долгосрочная аренда на срок более одного года.

Лизинг появился еще в XI в. в Венеции – венецианцы сдавали в аренду якоря, которые после окончания плавания возвращались владельцам. На европейском рынке лизинговые общества появились в конце 50-х – начале 60-х годов. Лизинговыми операциями могут заниматься банки, торговые и промышленные предприятия, но, как правило, их осуществляют специализированные фирмы.

Лизинговая операция осуществляется следующим образом:

Арендодатель заключает арендный контракт с арендатором и подписывает с производителем оборудования контракт купли-продажи. Производитель передает арендатору предмет аренды. Лизинговая компания за свой счет или посредством полученного в банке кредита расплачивается с производителем и погашает кредит из арендных платежей.

Арендная плата – это периодические платежи с процентом амортизации оборудования, затраты лизинговой компании по привлечению необходимых средств для его покупки, накладные расходы и прибыль лизинговой компании. Ставка арендной платы должны обеспечивать арендодателю получение прибыли не ниже средней нормы на вложенный капитал, а для арендатора стоимость аренды должны быть ниже стоимости банковского кредита на приобретение машин и оборудования.

Гибель или невозможность использования впредь объекта аренды не освобождает лизингополучателя от обязанности погашать долг. В случае выявления дефектов в объеме лизинговой сделки лизингодатель считается полностью свободным от гарантийных обязательств и уступает лизингополучателю право предъявления претензий к поставщику данного оборудования.

Существуют две группы – формы лизинга – оперативный и финансовый.

Оперативный лизинг – аренда оборудования в течение срока, который короче амортизационного периода. Такая аренда часто используется для предварительной проверки технико-экономических показателей оборудования непосредственно в условиях эксплуатации.

Финансовый лизинг – предусматривает выпуск в течение периода своего действия сумм, покрывающих полную стоимость оборудования, а также прибыль лизингодателя. Такая операция во многом схожа с обычной внешнеторговой сделкой, когда обеспечивается 100%-ное финансирование сделки.

По истечении срока действия такого соглашения лизингополучатель может:

- вернуть объект лизингодателю;
- купить объект по остаточной стоимости;
- заключить новое соглашение на лизинг данного оборудования.

Лизинг бывает внутренний и международный. Различают также:

экспортный лизинг – сделка, в которой лизинговая компания получает оборудование у национальной фирмы, а затем предоставляет его за границу лизингополучателю;

импортный лизинг – оборудование закупается у иностранной фирмы и предоставляется отечественному лизингополучателю.

Причинами широкого распространения аренды являются:

- для производителей – дополнительная возможность сбыта продукции при обострившейся конкуренции на внутренних и внешних рынках;

- для потребителей – возможность в условиях ускоренных темпов научно-технического прогресса обновлять оборудование без единовременной мобилизации значительных финансовых средств на его приобретение.

2. ИНФОРМАЦИОННЫЕ УСЛУГИ

На современном этапе для информационного обеспечения характерны особенности:

- значительное увеличение спроса на информацию в 80-х начале 90-х годов в условиях замедления темпов экономического развития, ухудшения положения на мировых товарных рынках и обострения конкурентной борьбы. Информация нужна в таких условиях для выработки рыночной стратегии, долгосрочных программ, выбора перспективных направлений производства и сбыта;

- внедрение принципиального нового технологического процесса на базе быстрого развития электронно-вычислительной техники, что позволило в развитых странах создать эффективные национальные и международные информационные сети;

- быстрое расширение программного обеспечения, составляющего базу новой технологии в информационных системах.

С появлением более сложных ЭВМ стоимость технических средств и программирования в абсолютном значении в целом возрастает, причем затраты фирм на разработку и внедрение информационных систем значительно превышают затраты на приобретение электронно-вычислительной техники.

Владельцами информации являются издательские и исследовательские организации, обладающие мощной финансо-

вой и технической базой. Они получают от своих филиалов, клиентов и других источников данные, которые обрабатывают, хранят и на коммерческой основе передают посредникам.

В информационный рынок входят деловая, правовая, экологическая, медицинская и другая информация для специалистов, и массовая потребительская информация.

Рынок информационных услуг подразделяется на:

- глобальный;
- международный;
- национальный;
- региональный;
- локальный;
- точечный.

Примерно ? современного мирового рынка информационных услуг приходится на операции пяти наиболее экономически развитых стран – США, Японии, Великобритании.

3. РЕКЛАМА

Играя значительную роль в международной торговле, реклама из придатка к ней превратилась в самостоятельную, прибыльную сферу бизнеса.

Реклама – это вид деятельности или произведения в ее результате продукции, цель которой – оказание целенаправленного воздействия на выбранную потребительскую аудиторию.

Различают рекламу: первоначальную, конкурентную, сохранную.

Первоначальная реклама готовит заранее установленный круг возможных потребителей и новым для данного рынка товаром и услугами путем сообщения подробных сведений о качестве, цене, способе потребления, месте продажи.

Конкретная реклама – она выделяет рекламируемый товар из массы аналогичных товаров, выпускаемых конкурирующими фирмами, показать его отличительные черты и убедить покупателя купить именно этот товар.

Сохранная реклама поддерживает спрос на ранее рекламируемый товар, поэтому носит напоминающий характер.

В зависимости от места проведения различают рекламу:

- на внутреннем рынке;
- внешнеэкономическую.

Важным фактором, определяющим содержание и направление рекламы, является характер товара, услуги и масштаб

рекламных мероприятий, а также необходимые для этого средства.

1. Участники рекламного процесса.

Это – рекламодатели, рекламные агенты, средства рекламы, рекламопотребители.

Рекламодатель – платежеспособный заказчик рекламы и ее организатор.

Функции рекламодателя:

- определение группы экспортных товаров, нуждающихся в рекламе;
- определение особенностей рекламирования этих товаров;
- планирование рекламной деятельности, в том числе создание рекламных мероприятий, материалов и проведение рекламных компаний;
- подготовка и передача исполнителю исходных материалов: формулирование целей и задач рекламы, ее потребителей; подготовка текстов с выделением главных достоинств и особенностей товара;
- помощь исполнителю в организации фото-, кино- или видеосъемок предоставление необходимой технической консультации, разработка наглядной графической информации о товарах;
- утверждение макетов рекламных материалов и оригиналов рекламной продукции;
- расчеты с исполнителем.

Рекламное агентство – организация-исполнитель, выполняющая по заказам рекламодателей творческие и исполнительские работы, связанные с созданием рекламной продукции, разработкой, осуществлением рекламных компаний и отдельных рекламных мероприятий.

Рекламное агентство оказывает заказчикам услуги:

- подготовка рекламных материалов и их размещение в прессе, на радио, телевидении;
- проведение рекламных мероприятий на выставках и ярмарках;
- организация и проведение рекламно-технических семинаров и пресс-конференций;
- разработка, изготовление, монтаж и техническое обслуживание средств наружной рекламы;
- производство, озвучивание: на иностранных языках, тиражирование, прокат рекламных кино- и видеофильмов;

- редакционная подготовка и полиграфическое исполнение печатной рекламной продукции;
- разработка товарных знаков и фирменного стиля;
- рассылка рекламных материалов;
- организация выставок;
- разработка и поставка рекламных сувениров и упаковки к ним;
- осуществление фотосервиса и опрашиваемых видеосъемок;
- разработка и реализация комплексных рекламных компаний;
- исследование зарубежных рекламных рынков и разработка на основе компьютерного анализа рекомендаций для проведения за рубежом рекламы экспортных товаров;
- разработка концепции и осуществление престижных рекламных мероприятий по созданию и поддержанию положительного образа.

Средства распространения рекламы – средства массовой коммуникации и других каналов распространения рекламной информации – издательства, редакция, телевидение, радио-, видео- или киносеть и пр.

Современная реклама делится на:

■ в зависимости от рекламодателя:

- а) реклама от производителей;
- б) реклама от имени розничных и оптовых торговцев;
- в) реклама от частных лиц;
- г) реклама от имени правительства, осуществляемых институтов и групп;

■ в зависимости от методов организации:

- а) реклама с помощью средств массовой информации;
- реклама в прессе;
- аудиовизуальная реклама;
- радиореклама;
- б) прочие виды рекламных материалов:
- выставки и ярмарки;
- рекламные сувениры;
- почтовая реклама;
- наружная реклама;
- публик рилешнз;
- компьютеризированная реклама.

2. Организация международных рекламных компаний.

Международная рекламная компания – это комплекс рекламных мероприятий, осуществляемых за пределами страны рекламоделателя-производителя или продавца товара.

Различают три метода управления международными рекламными компаниями – целенаправленный, нецеленаправленный, смешанный.

Централизованное управление, – когда стратегические, тактические и творческие решения принимаются в рекламном агентстве, реализуются же они в его филиалах.

Основные достоинства метода – соблюдение во всех точках и уровнях сбыта рекламы выработанной концепции рекламной компании и единообразия визуального и текстового представления рекламы, обеспечение комплексности выполнения плана рекламных мероприятий. Но сегодня на мировом рынке рекламы происходит отход от централизованного управления во избежание принятия неэффективно авторитарных решений.

Децентрализованное управление – решения принимаются автономно рекламными агентствами. При этом учитываются специфические особенности сбыта в определенных условиях в отдельных регионах, а также программы с трудом корректируются.

Принцип децентрализации целесообразно применять при дифференцированной товарной специализации филиалов. Его преимуществом является быстрая реакция на новые веяния на конкретных рынках, а недостатком – большие затраты на исследования, разработку и подготовку рекламных материалов.

Смешанное управление, – когда решения принимаются рекламными агентствами на местах, но согласуются с центром. При этом учитывается специфика отдельных рынков, с другой – устраняются нежелательные последствия от неожиданных действий на местах, так как фирма контролирует рекламную деятельность своих отделений, филиалов, агентов. Такой способ предполагает усиленный контроль за стоимостью рекламных компаний.

Разделяют следующие способы воздействия на рекламу – недифференцированный, дифференцированный.

Недифференцированный способ – разработка рекламной идеи и производство исходных материалов осуществляется централизованно. На местах в рекламные материалы вносится лишь небольшая конъюнктурная правка.

Дифференцированный способ – применяется для различных сегментов потребителей. При этом учитываются ограничения местных регулирующих органов и различия в традициях населения регионов. Такая реклама создается местными рекламными агентствами, которые получают от рекламодателя только исходные материалы: характеристику товаров, сведения об его особенностях, потребительских свойствах и достоинствах, базовые рекламно-графические решения.

Мировой рынок рекламы – это среда, в которой в условиях конкуренции осуществляются рекламные мероприятия, направленные на экспортирование местных товаров. Этот рынок характеризуется динамичностью: реклама мгновенно реагирует на события, происходящие на рынках.

На развитие рынка рекламы влияет обострение конкуренции между МНК, а также разграничение мира на экономические зоны, трудности со сбытом. Сегодня, темпы роста расходов на рекламу отражают темпы увеличения выписки ВВП и инфляции. Например, в США затраты на рекламу у производителей лекарств составляют 20% суммарных расходов, парфюмерии и косметики – 13,8%. Стоимость одной минуты рекламы во время самых престижных передач ведущих американских телекомпаний достигает 700 тыс. долл.

Сегодня наблюдается монополизация рынка рекламных услуг, так как реклама – сфера деятельности, обеспечивающая высокую прибыль. Мелкие рекламные агентства ограничивают свою деятельность и специализируются в отдельных направлениях рекламной деятельности.

Корпорации, входящие в лидирующую десятку, доминируют в общенациональной и международной рекламе, товаров массового спроса, предоставляя своим клиентам полный комплекс обслуживания в области маркетинговых коммуникаций. Многие крупные агентства в основном ограничиваются услугами региональной и местной рекламы.

Существует также специализация и по товарам. Из 100 крупнейших монополий США свыше половины пользуются услугами одних и тех же рекламных агентств более 25 лет.

В то же время происходит диверсификация ассортимента рекламных услуг. Агентства, оказывая рекламодателям услуги по рекламе, выполняю и другие виды работ.

Структура мирового рынка постоянно усложняется и обновляется. И экспортерам, осуществляющим рекламные мероприятия, приходится оперативно и адекватно реагировать на эти изменения.

3. Международное регулирование рекламной деятельности.

Система регулирования рекламной деятельности состоит

из:

- стихийного рыночного регулирования;
- государственного регулирования.

В США, например, законы в области рекламы принимаются и действуют на общегосударственном уровне, уровне штатов и муниципалитетов. Создаются рекламные ассоциации, контролирующие рекламную деятельность своих членов. Они защищают их интересы, занимаются стандартизацией и унификацией рекламной деятельности.

Существуют международные ассоциации, которые контролируют рекламную деятельность в рамках мирового рынка. Сегодня усиливается вмешательство государства в рекламную деятельность, так как в рекламных ассоциациях отсутствует отлаженный механизм исполнения принятых решений и наказания за их нарушение. Например, нельзя рекламировать товары, представляющие потенциальную опасность для потребителей, прежде всего в области фармацевтики, санитарии и гигиены.

4. СТРАХОВАНИЕ

В процессе международной торговли возникает необходимость формирования специального фонда для покрытия убытков, то есть страхового фонда. Он может создаваться каждым хозяйствующим субъектом отдельно. Но наиболее эффективной является система страхования через фонд группы участников. Аккумулированные средства могут в таком случае использоваться не только для покрытия убытков, но и для инвестирования в различных формах.

Важнейшие особенности страхования:

- целевое финансирование и использование средств. Материальный ущерб возмещается лишь в строго оговоренных случаях и пределах;
- вероятностный характер, ведь заранее неизвестны ни срок наступления страхового события, ни размер убытков, ни то, чей конкретно материальный интерес оно затронет;

- материальная заинтересованность субъекта страхования в благополучном исходе страхового мероприятия.

Страхователь – физическое или юридическое лицо, страхующее свой интерес от неблагоприятных и непредсказуемых явлений.

Взаимное страхование – когда созданный фонд формируется по договоренности между страхователями и управляется совместно.

Страховая премия – взносы, собранные страховщиком и создающие основу страхового фонда. Это план за принятие страховщиком на себя обязательств возместить ущерб, нанесенный имуществу страхователя.

В страховом полисе, помимо размера страховой премии оговариваются условия:

- конкретные риски, по которым страховщик обязан возместить ущерб;
- страховой случай – оговоренное в полисе событие;
- страховая оценка, то есть определенная стоимость застрахованного имущества;
- **франшиза** – доля, возмещение которой осуществляет сам страхователь, а не страховщик. Она бывает условной и безусловной.

Прибыль страховых компаний формируется из двух источников: собственно страховой деятельности и инвестиционной деятельности. В первом случае прибыль возникает в результате превышения сумм аккумулированных страховых премий, и полученных регрессивных взносов над суммами выплаченных страхового возмещения и административных расходов, во втором случае – в результате операций с ценными бумагами.

Различают несколько видов страхования:

Личное страхование – объектами которого являются жизнь и трудоспособность человека. Это страхование:

- жизни;
- от несчастных случаев;
- на случай болезни.

Имущественное страхование – объектом являются различные виды собственности юридических и физических лиц, при этом необходима точная страховая оценка имущества и ущерба. Целью такого страхования является возмещение прямого или косвенного убытка.

Прямой убыток – это потери или обесценивание застрахованного имущества, в результате страхового случая. Он поддается оценке и чаще выражается в материальной форме. **Косвенный убыток** – это недополученный доход вследствие прямого убытка. Он возникает из-за временной остановки процесса производства, невыполнения обязательств перед контрагентами, приведшего к уплате неустойки и т.д.

Страхование ответственности перед третьими лицами. Такая ответственность возникает при совершении неправильных действий страхователем или его бездействия и представляет собой его обязанность возместить ущерб каким-либо юридическим и физическим лицам. В отличие от имущественного страхования в этом случае объектом страховых отношений является не собственность, а экономический интерес в его надежном выражении. Страховая сумма не может быть определена до страхового случая. Помимо суммы возмещения ущерба третьим лицом могут быть возмещены и издержки страхователя, связанные с судопроизводством.

1. Морское страхование.

Основные требования к договору морского страхования содержатся в Кодексе торгового мореплавания (КТМ).

Объектом морского страхования может быть имущественный интерес, связанный с торговым мореплаванием. Договор морского страхования заключается на основании письменного заявления страхователя. Заявление должно содержать:

- наименование груза, род упаковки, число мест, вес груза;
- номер и даты коносаментов других перевозочных документов;
- наименование, год постройки, флаг, тоннаж судна;
- способ транспортировки груза;
- пункты отправления, перегрузки и назначения груза;
- дату отправки груза, страховую сумму, условия страхования.

Договор страхования считается заключенным с момента, когда факт страхования подтвержден страховой компанией. После этого страхователь выдает страховой полис. Договор страхования может быть заключен на условиях:

- с ответственностью за все риски;
- с ответственностью за частную аварию;
- без ответственности за повреждение, кроме случаев крушения.

Эти условия выработаны институтом лондонских страховщиков.

На условиях с ответственностью за все риски возмещаются все убытки от повреждения или полной гибели всего или части застрахованного груза, кроме убытков, происшедших в результате:

а) военных действий и мероприятий, гражданской войны, народных волнений и забастовок, конфискации, реквизиции, ареста и уничтожения груза по требованию военных и гражданских властей;

б) прямого или косвенного воздействия атомного взрыва, радиации, связанных с любым применением атомной энергии и использование расщепляемых материалов;

в) умысла или грубой небрежности страхователя, нарушения установленных правил перевозки, хранения грузов;

г) влияния температуры, трюмного воздуха, особых свойств и естественных качеств груза;

д) несоответствующей упаковки грузов и отправления грузов в поврежденном состоянии;

е) воздействия огня или взрыва вследствие погрузки с ведома страхователя, но без ведома страховой компании;

ж) недостача груза при целостности наружной упаковки;

з) повреждения грузов червями, грызунами, насекомыми;

и) несвоевременной доставки груза и падения цен.

Под общей аварией понимаются убытки и расходы при столкновении судов, пожара или взрыва на судне, посадки на мель. В этих случаях применяются Йорк-Антверпенские правила.

По договору страхования на условиях с ответственностью за частную аварию возмещаются:

- убытки от повреждения или полной гибели всего или части застрахованного груза вследствие огня, молнии, бури, вихря, иных стихийных бедствий, крушения или столкновения судов, самолетов и других перевозочных средств между собой или удара их о неподвижные предметы, посадки судна на мель, провала мостов, взрыва, повреждения судна льдом, подмочки заборной водой, а также в результате мер, принятых для спасения или тушения пожара;

- убытки вследствие пропажи судна или самолета без вести;

- убытки от повреждения или полной гибели всего или части груза в результате несчастного случая при по-

грузке, укладке, выгрузке грузов и приеме суднам то-плива;

- убытки, расходы и взносы по общей аварии;

- все необходимые и целесообразно произведенные расходы по спасению груза, а также по уменьшению убытка и установлению его размера, если убыток возмещается согласно условиям страхования.

Страхование без ответственности за повреждение кроме случаев крушения совпадают с условиями страхования с ответственностью за частную аварию.

Ликвидация убытка – это установление размера ущерба в результате страхового случая, документальное оформление и оплата страхования.

Страхователь может заявить страховщику об отказе своих прав на застрахованное имущество или сделать заявление об абандоне и получить страховую сумму в случаях: пропажи судна без вести, экономической нецелесообразности восстановления или ремонта застрахованного судна; захвата судна или груза, если захват длится более двух месяцев.

Генеральный полис – соглашение, по которому могут быть застрахованы все или известного рода грузы, которые страхователь получает или отправляет в течение определенного срока.

Страхователь обязан при этом сообщать страховщику сведения о наименовании груза, пути следования и страховую сумму. По генеральному полису страхуются грузы, перевозимые: по морским и водным путям на исправных документах к плаванию судам по железной дороге, автомашинами, воздушным транспортом.

До отхода судна или другого транспортного средства страхователь сообщает данные:

- наименование груза, число мест, вес и род упаковки;

- вид транспорта и способ отправки груза;

- пункт отправления и назначения груза, а также переездов и перегрузок;

- дата отправки груза;

- номера и даты коносаментов, накладных или других

- транспортных документов;

- страховая сумма;

- условия страхования грузов.

2. Страхование рисков.

Страхование технических рисков.

Оно подразделяется на:
строительно-монтажное страхование;
страхование машин от поломок;
страхование послепусковых гарантийных обязательств;
страхование импортируемого в страну комплексного оборудования;

страхование электронного оборудования;
страхование ответственности перед третьими лицами при строительно-монтажных работах.

Страхование строительно-монтажных рисков проводится при строительстве зданий и сооружений, монтаже оборудования, выполняемых по внешнеэкономическим контрактам на территории страны или за ее пределами.

Возмещению подлежат прямые убытки от гибели или повреждения застрахованного в результате:

- ошибки при проведении строительных и монтажных работ, дефектов в застрахованных объектах, а также ошибок инженеров и служащих и небрежности или умысла третьих лиц;
- короткого замыкания, перегрузки электросети, атмосферных разрядов;
- разрывов тросов и цепей, падения деталей, других предметов;
- пожара, взрыва, землетрясения, вулканического извержения, горного обвала, оползней, наводнения, бури, вихря, урагана, других стихийных бедствий;
- любых других внезапных и непредвиденных событий на строительной площадке, не исключенных условиями страхования;

Не подлежат возмещению убытки, которые произошли в результате:

- военных действий и их последствий;
- ядерного взрыва, радиации или радиоактивного заражения;
- умышленного действия или грубой небрежности страхователя, или лица, в пользу которого заключено страхование;
- ошибок, недостатков или дефектов, которые были известны страхователю до наступления несчастного случая;
- частичного или общего прекращения работ;
- коррозии, гниения, естественного износа, самовозгорания;

- экспериментальных или исследовательских работ;
- повреждения строительной техники и транспортных средств в результате из внутренних поломок, которые не вызваны внешними факторами.

Страхование послепусковых гарантийных обязательств. Страховая компания принимает обязательства по гарантиям, выданным на изделия, сооружения, оборудование которые построены или смонтированы по внешнеэкономическим контрактам с гибелью или повреждением объекта страхования, возмещаются, если они явились следствием:

- недостатков при строительно-монтажных или пусконаладочных работах, но выявленных в период гарантийной эксплуатации;
- выполнения гарантийных обязательств лицом, в пользу которого заключено страхование.

Страхование импортируемого в страну комплектного оборудования производится за вред, причиненный покупателю и третьим лицам в период монтажных работ, пусконаладочных работ и гарантированного срока эксплуатации оборудования. Возмещению подлежат только прямые убытки в результате: ошибочных действий или указаний страхователя или лиц, в пользу которых заключено страхование, допущенных по месту производства монтажа, пусконаладочных работ и эксплуатации оборудования в течение страхового периода; дефектов узлов, агрегатов и других частей оборудования, за исключением расходов на ремонт и замену дефектных частей.

Страхование риска неплатежа. Особое значение этот вид страхования приобретает в условиях рыночной экономики, когда предприятия и организации самостоятельно выходят на внешний рынок, устанавливают прямые коммерческие связи без достаточного знания своих партнеров, условий торговли в их странах.

Страхование экспортных кредитов осуществляется специализированными учреждениями и обществами, которые принадлежат государству и в которых оно имеет контрольный пакет акций.

Страхованию подлежат убытки от неоплаты счетов за поставленные товары или оказанные услуги. Страхование распространяется на неустойки, договорные штрафы, проценты за просрочку, возмещение убытков по рекламации, курсовые разницы; счета, выписанные на государственные предприятия, организации и фирмы; счета по экспортным поставкам.

Страховой случай наступает при следующих событиях: открытие судебного производства по делу о несостоятельности иностранного покупателя или отказ о возбуждении дела о несостоятельности иностранного покупателя в связи с отсутствием у него имущества; открытие судебного процесса по предотвращению несостоятельности; достижение внесудебного компромисса между иностранным покупателем и его кредиторами; бесперспективность платежа в силу показанных неблагоприятных обстоятельств.

Контрольные вопросы:

1. Организация международной торговли услугами. Основные принципы организации. Цели и задачи.
2. Аренда, как форма хозяйствования. Виды аренды.
3. Характеристика информационных услуг.
4. Реклама – прибыльная сфера бизнеса. Виды рекламы. Участники рекламного процесса.
5. Важнейшие особенности страхования.
6. Виды страхования.

Литература:

1. Плотников А.Ю. Как правильно составить внешнеторговый контракт. М., 1994г.
2. Жиков Е.Ф. и др. Международные экономические отношения. М., 2000г.
3. Одинцов Б.Е. Экономические экспертные системы. М., 1996г.
4. Семенов К.А. Международные валютные и финансовые отношения. М., 1999г.
5. Фомичев В.И. Международная торговля. М., 2000г.
6. Жозет Терар. Управление международными денежными потоками. М., 1998г.
7. Овчинников Г.П. Международная экономика. С.-П., 1999г.
8. Спиридинов И.А. Мировая экономика. М., 1999г.
9. Сергеев П.В. Мировая экономика. М., 1999г.
10. Додобаев Ю.Т., Победина М.П. Мировая экономика. Фергана, 1997г.
11. Додобаев Ю.Т. и др. Международные экономические отношения. М., 1998г.

12. Додобаев Ю.Т. и др. Международная торговля. Т., 2000г.
13. Додобаев Ю.Т. Внешнеэкономические связи. Фергана, 1999г.
14. Сергеев П.В. Мировая экономика. Вопросы и ответы. М., 1999г.
15. Щербанин Ю.А. и др. Международные экономические отношения М., 1999г.

Лекция 10.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ОБМЕН

План:

1. Лицензионная торговля.
2. Объекты лицензий.
3. Европейская патентная организация (ЕПО).
4. Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС).
5. Формы технологического обмена.

Опорные слова: поставка, технологии, лицензия, изобретение, аналог, патент, прототип, образец, товарный знак, авторское право, лицензии на ноу-хау, экспорт, импорт, соглашения, платеж, контракт, инжиниринг, франчайзинг.

Развитие международное технологического обмена обусловлено существенными различиями в техническом уровне отдельных стран. Под этим понятием подразумевается, во-первых, проникновение любых научно-технических знаний и обмен производственным опытом между странами, во-вторых, передача научно-технических знаний и опыта, относящихся к воспроизводству конкретных технологических процессов.

Технологический процесс осуществляется в некоммерческих формах:

- научно-техническая публикация;
- проведение выставок, ярмарок, симпозиумов;
- обмен делегациями и встречи ученых и инженеров;
- миграция специалистов;
- обучение студентов и аспирантов;
- деятельность международных организаций по сотрудничеству в области науки и техники.

Технологический обмен осуществляется в коммерческих формах:

- передача на условиях лицензионных соглашений прав пользования изобретениями, технической документации;
- поставка машин и различного промышленного оборудования;
- оказание технической помощи;
- инжиниринговые услуги;

- экспорт комплектного оборудования;
- подготовка и стажировка специалистов;
- управленческие контракты;
- научно-техническое и производственное кооперирование.

Передача технологии в коммерческих формах подразумевает, что она является специфическим товаром. Использование новых разработок в производстве позволяет выпускать более конкурентоспособную продукцию, а значит, дополнительную прибыль. Но последняя исчезает как только технические усовершенствования становятся достоянием большинства предприятий одной отрасли. Поэтому понятно стремление стран и отдельных фирм, достигших высокого технического уровня, сохранить свою монополию на новые технологии.

Технологии передаются двум основным группам покупателей:

- зарубежным филиалам или дочерним фирмам МНК;
- независимым фирмам.

Новые технологии преимущественно предоставляются МНК своим филиалам и дочерним компаниям по следующим причинам:

- в значительной степени преодолевается противоречие между необходимостью широкого использования новой технологии с целью получения максимальной прибыли и возникающей в связи с этим угрозой утраты монопольной собственности на научно-технические достижения;
- сокращаются удельные расходы на НИОКР и в то же время исключаются утечки секретной информации за пределы МНК;
- увеличивается прибыль материнских компаний, т.к. во многих странах платежи за новую технологию освобождаются от налогообложения.

Чаще всего независимым фирмам продаются технологии тех отраслей, в которых низкий удельный вес расходов на НИОКР (металлургия, металлообработка, текстильная и швейная промышленность и др.). В этих отраслях монополия на техническое усовершенствование не может удержаться долго, т.е. нововведения легко воспроизводятся.

Существование технологий отражает процессы диалектики и включает четыре этапа: уникальная, прогрессивная, традиционная, морально устаревшая.

Уникальные технологии

Это изобретения и научно-технические разработки, защищенные патентами или содержание ноу-хау. Эти технологии обладают новизной, наивысшим техническим уровнем, могут быть использованы на условиях исключительной монополии. Такие технологии способны создавать максимальную дополнительную прибыль ее покупателю.

Прогрессивные технологии – разработки, обладающие новизной и технико-экономическими преимуществами по сравнению с технологиями-аналогами, используемыми потенциальными покупателями новой технологии и их конкурентами. В отличие от уникальной технологии, обладающей абсолютным превосходством над другими, преимущества прогрессивной имеют относительный характер. И хотя технологии не защищаются патентами и не обладают ноу-хау, но гарантируют их покупателям дополнительную прибыль.

Традиционные технологии – разработки, отражающие средний уровень производства, достигнутый большинством производителей продукции данной отрасли.

Преимущества такой технологии для покупателя – невысокая стоимость и то, что она проверена в производстве. Продавцу технология компенсирует издержки на ее подготовку и получение средней прибыли.

Морально-устаревшая технология не обеспечивает производство продукции среднего качества.

1. ЛИЦЕНЗИОННАЯ ТОРГОВЛЯ

Лицензия – это разрешение использовать на определенных условиях предмет лицензии: запатентованные изобретения, промышленные образцы, товарные знаки, ноу-хау.

Лицензии подразделяются на:

- патентные;
- безпатентные;
- самостоятельные, т.е. передача технологии не зависимо от материального носителя;
- сопутствующие, имеющие зависимый характер и предоставляются одновременно заключением соглашения или контракта.

Продажа лицензий – путь выхода на местный рынок, действенный стимул для сбыта собственной продукции.

2. ОБЪЕКТЫ ЛИЦЕНЗИЙ

Изобретение – это техническое решение, обладающее новизной и существенными отличиями.

Техническое решение считается выполненным, если:

А) имеется указание на технические средства для его решения;

Б) раскрываются принципиально важные моменты;

В) решение осуществляется, т.е. пригодно для использования.

Техническое решение признается обладающими существенными отличиями, если оно характеризуется совокупностью признаков, дающих положительный эффект:

А) все признаки – новые;

Б) часть признаков – новые, часть – известные;

В) все признаки – известные, их сочетание – новое.

Аналоги – сходные однородные изобретения.

Прототип – наиболее близкий из них к предложенному новому техническому решению.

Патент – документ, удостоверяющий государственное признание технического решения изобретения. Он выдается государственным ведомством изобретателю и его правопреемнику. Исключительное право патентообладателя заключается в том, что ему предоставлены естественной монополией в отличие от владельца запатентованного изобретения.

Сегодня ноу-хау превратилось в самостоятельный объект лицензированных соглашений. В одних случаях ноу-хау – фактическое изобретение, которое умышленно сохраняется в тайне и не патентуется или является элементом изобретения, не включенным в описание, в других оно связано с изобретением, но само по себе не патентовано, т.к. не соответствует требованиям законодательства.

Ноу-хау могут включать:

- предметы – образцы изделий, незапатентованные промышленные образцы, машины, приборы, запасные части, инструменты, приспособления и т.д.;

- техническую документацию – формулы, расчеты, чертежи, схемы, незапатентованные изобретения и т.д.;

- инструкции – пояснения, касающиеся конструкции производства или применения изделия, процесса производства, производственных навыков, практических советов; сведения об организации работ и дан-

ные, помогающие в решении экономических вопросов.

При заключении договоров ноу-хау не действует патентная защита. Наиболее характерными условиями лицензионных соглашений, ограничивающими лицензиата в использовании ноу-хау, являются:

- не передавать приобретенные знания и опыт третьей стороне в течение срока действия соглашения и в среднем до 5 лет после окончания срока;
- указывать в рекламных документах или на выпускаемой продукции, что она изготовлена по лицензии другой фирмы;
- не предоставлять сублицензии на ноу-хау, т.к. это может повлечь за собой его утрату.

СОСТОЯНИЕ ЛИЦЕНЗИОННОЙ ТОРГОВЛИ

Сегодня выделяются группы стран в зависимости от их роли в международной лицензионной торговле:

- промышленно-развитые страны с доминирующим экспортом лицензий (США). Суммарные затраты на НИОКР в США превышают аналогичные затраты в Великобритании, Германии, Японии, Франции, Италии, вместе взятых. При этом государство берет на себя подавляющую часть расходов на проведение фундаментальных научных исследований;
- промышленно-развитые страны с преобладающим экспортом лицензий (Великобритания, Швейцария). Торговля лицензиями базируется на изготовлении высококачественной продукции для машиностроения, приборостроения, электротехники и т.д.) создании филиалов и дочерних компаний для использования новых технологий;
- промышленно-развитые страны с преобладанием импорта лицензий (остальные промышленно-развитые страны). Страны эти широко используют зарубежный опыт и технические знания для оснащения ведущих отраслей передовой технологии;
- развивающиеся страны с импортно-экспортной направленностью лицензионной торговли (Аргентина, Бразилия, Мексика, Индия, Турция);

- развивающиеся страны с импортной направленностью лицензионной торговли (Таиланд, Алжир, Панама и др.);
- развивающиеся страны с эпизодическим характером лицензионной торговли.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЛИЦЕНЗИОННОЙ ТОРГОВЛИ

Существует три вида лицензии: простая, исключительная, полная.

Простая лицензия – оставляет за продавцом право самостоятельно использовать объект лицензии, а также предоставлять аналогичные лицензии третьим лицам.

Исключительная лицензия – при которой лицензиату предоставляются исключительные права на использование объекта лицензии на условиях договора. Третьим лицам также лицензии не предоставляются.

Полные лицензии – при продаже которых лицензиар полностью лишается права на использование объекта лицензии на срок договора.

Лицензионное соглашение – договор, по которому лицензиар предоставляет покупателю разрешение или право на использование объекта лицензии за определенное вознаграждение.

Основные требования к объекту лицензии:

- высокий технический уровень лицензии;
- промышленное освоение;
- патентная защита объекта;
- технологический пакет лицензии (ноу-хау, поставка оборудования, комплектующих, запасных частей, исходного сырья, полуфабрикатов).

Срок освоения производства по лицензии занимает несколько лет. Поэтому необходима тщательная проверка сведений о потенциальном партнере.

В США при выборе лицензиата принято анализировать данные:

- правовое положение фирмы и ее репутацию в деловом мире;
- финансовое положение;
- коммерческую деятельность фирмы;
- НИОКР и производство;
- сбытовые возможности;
- информационное обеспечение;

- прочие вопросы.

Лицензионный договор состоит из следующих разделов:

1. Пreamбула (наименование партнеров, их юридические адреса).
2. Определения:
 - продукция по лицензии;
 - способ (технологический процесс);
 - специальная продукция вне лицензии;
 - техническая документация для производства продукции по лицензии;
 - оборудование для технологического процесса, изготовления продукции;
 - комплектующие изделия;
 - патенты;
 - ноу-хау;
 - территория;
 - начало коммерческого производства;
 - отчетный период;
 - продажная цена.

3. Предмет соглашения (название лицензии по объему передаваемых прав, номера патентов, условия предоставления сублицензии третьим лицам).

4. Техническая документация (перечень, сроки предоставления).

5. Территория действия соглашения (страны, лицензиат имеет право производить и передавать продукцию по лицензии).

6. Гарантия на ответственность.

7. Платежи.

8. Усовершенствование, новые патенты.

9. Техническая помощь.

10. Сборы, налоги.

11. Информация и отчетность.

12. Обеспечение конфиденциальности.

13. Разрешение споров.

14. Условия вступления соглашения в силу, порядок прекращения его действия.

15. Прочие условия.

Цена лицензии – это своего рода баланс между интересами продавца и покупателя. Реальная стоимость лицензии может быть установлена только в процессе эксплуатации лицензионного объекта. Она определяется путем расчета с учетом ряда факторов:

- вероятная прибыль, которую может получить лицензиат в процессе эксплуатации лицензии. Избыточная прибыль – это максимально возможная цена на технологию. По экспертным данным в среднем 25 % сверх прибыли от использования приобретенной технологии лицензиат перечисляет лицензиару. Остальное получает лицензиат, т.е. он несет основные расходы и весь риск от применения нововведения;
- затраты на создание технологии (расходы на НИОКР и освоение производства);
- упущенная выгода, т.е. потери, связанные с неполучением прибыли от самостоятельного применения технологии. Упущенная выгода достигает наибольших размеров, если ее собственник обладает абсолютной монополией на технические нововведения, не имеющие аналогов;
- издержки, возникающие при передаче технологии. Они обычно касаются неформализованных знаний, которые нигде не фиксируются, а хранятся в памяти работника. Эти затраты включают главным образом расходы на командирование специалистов для практического ознакомления и обучения использования новой техники, оказание технологической помощи, проведение пусконаладочных работ;
- цены на аналогичные технологии у конкурентов;
- потенциальные издержки от самостоятельной разработки технологии покупателем;
- издержки, связанные с нарушением патентных прав интеллектуальной собственности.

Лицензированные платежи (цена лицензии) подразделяются на периодические (роялти) и единовременные (паушальные).

Периодические платежи – это отчисления от дохода покупателя в течение периода действия соглашения, т.е. размер вознаграждения от экономического эффекта использования лицензии. Цена лицензии в этом случае определяется по формуле:

$$C_p = \sum_{i=1}^T V_i Z_i P_i, \text{ где}$$

V_i – объем выпуска продукции в году;

Z_i – цена единицы продукции в году;

Р₁ – размер роялти в году;

Т – расчетный срок действия соглашения.

Единовременные платежи – не связаны по времени с использованием лицензии, а устанавливаются заранее на основании экспертных оценок. Он определяется на основе расчетной прибыли и представляет собой среднюю сумму роялти, которые лицензиар ожидает получить на весь срок действия лицензионного соглашения без учета колебаний цен на рынке.

Паушальная форма платежей применяется чаще всего в тех случаях, когда лицензиар не может контролировать деятельность партнера по лицензионному соглашению, т.е. может проверить фактическую прибыль.

Комбинированные платежи – когда единовременные платежи сочетаются с периодическими отчислениями.

МЕЖДУНАРОДНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ

Основным международным соглашением в этой области является Парижская конвенция по охране промышленной собственности.

Цель Конвенции – предоставление льготных условий для патентования изобретений, промышленных образцов, регистрации товарных знаков иностранными гражданами и не предусматривает создания этих понятий международного типа.

Основные положения Конвенции:

- принцип национального режима;
- право конвенционального приоритета;
- принцип предотвращения злоупотреблений в этой сфере.

Принцип национального режима – это предоставление гражданам и фирмам любой страны-участницы такой же охраны промышленной собственности, как и гражданам этой страны и фирмам законодательством данного государства.

Право конвенционального приоритета – заявка страны-участницы конвенции обладает приоритетом в течение года с момента подачи заявки в первой стране. Это право также дает преимущество при патентовании изобретений за границей: срок приоритета составляет один год.

Принцип предотвращения злоупотреблений – патентообладатель получив патент на изобретение в какой-либо стране и обладая исключительным правом, может сам не использовать и не разрешать другим применять это изобретение. В

этих случаях выделяются принудительные лицензии, на условиях, предусмотренных конвенцией.

В 1991 году страны-участницы Парижской конвенции подписали Мадридскую конвенцию о Международной регистрации товарных знаков.

В 1970 году заключен Договор о патентной кооперации; в 1973 году – подписана Конвенция о выдаче европейского патента Европейским патентным ведомствам.

3. ЕВРОПЕЙСКАЯ ПАТЕНТНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (ЕПО)

Создана в 1973 году.

Цели ЕПО:

- выдача европейских патентов;
- расширение сотрудничества между европейскими государствами в области охраны изобретений;
- усиление патентной защиты благодаря единой процедуре выдачи патентов.

Структура ЕПО:

- Европейское патентное ведомство (ЕПВ);
- Административный совет.

ЕПО финансируется за счет взносов договаривающихся государств и собственных средств. До выдачи патента проходит три года.

Процесс оформления патента включает три фазы;

- 1) Гаага, Берлин: подача заявки, ее формальная проверка, патентный поиск, публикация заявки и результатов патентного поиска;
- 2) Мюнхен: содержательная экспертиза, выдача или отказ в выдаче патента;
- 3) Мюнхен: возражение третьей стороны против выдачи патента, подача жалоб, их проверка, вынесение окончательного решения.

ЕПО сотрудничает с Европейским Союзом, другими международными организациями, принимает усилия по унификации важнейших аспектов патентного права Европы, Японии и США.

ЕПО содействует созданию и модернизации патентных систем в развивающихся странах, координирует свои проекты с договаривающимися государствами.

ЕПВ представляет тексты необходимых документов и разнообразный материал на многих языках.

4. ВСЕМИРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ (ВОИС)

Основана в 1970 году.

ВОИС управляет объединениями государств:

- в области охраны промышленной собственности;
- в области авторского права и граничащих с ним областей права.

Основные цели ВОИС:

- охрана интеллектуальной собственности во всем мире через сотрудничество между государствами и международными организациями;
- расширение административного сотрудничества между союзами в области интеллектуальной собственности.

ВОИС выполняет функции:

- заключение новых международных договоров и работа по совершенствованию национального законодательства в области поощрения охраны интеллектуальной собственности во всем мире;
- предоставление технической помощи развивающимся странам;
- сбор и распространение информации;
- поддержка при одновременном получении прав на изобретения, товарные знаки, промышленные образцы или модели в нескольких странах.

Членам ВОИС может стать любое государство – член союза или ООН.

ВОИС имеет структуру:

- 1) три административных Совета:
 - Генеральная ассамблея;
 - Конференция;
 - Комитет по координации;
- 2) другие органы:
 - постоянный комитет ВОИС по информации о промышленной собственности;
 - Международное бюро.

Основные источники финансирования – взносы государств-членов и сборы за международные регистрационные услуги.

В сфере промышленности ВОИС проводит консультации, подготовку кадров, обеспечивает информацией и материалами развивающиеся страны для поощрения развития изобрета-

тельства, создания благоприятных условий для приобретения запатентованных технологий, повышения конкурентоспособности в международной торговле посредством улучшения охраны товарных знаков, облегчения доступа к техническим знаниям, содержащимся в патентной документации.

В сфере авторского права ВОИС поощряет создание литературных и художественных произведений и пытается упростить процедуру приобретения прав на литературные и художественные произведения, принадлежащие иностранным гражданам.

5. ФОРМЫ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОБМЕНА

Заключение субконтрактов – когда крупные иностранные фирмы дают заказы небольшим местным фирмам на производство деталей или конечной продукции.

Контракты «продакшн шэринг» - применяются в основном в нефтяной промышленности. Иностранная компания осуществляет разведку месторождения, и если обнаруживаются запасы, предоставляет оборудование, ноу-хау, необходимый персонал, получая за это часть продукции (фиксированную).

Контракты «на обслуживание» – иностранная компания занимается только геологоразведочными работами и выполняет свои обязательства до момента обнаружения нефти. В одних случаях эксплуатационный риск несет иностранная компания, а все расходы по эксплуатации – государство. Компания получает право закупать часть добываемой нефти с 3-10% скидкой от уровня мировой цены. В других случаях – эксплуатационные риски несет правительство, а иностранная компания за услуги получает сумму в размере фиксированной части (менее 1%) от цены барреля нефти.

Контракты на управление – иностранная фирма, которой передается управление, определяет важнейшее направление деятельности предприятия:

- общее управление;
- управление финансами;
- проведение административной и кадровой политики;
- управление производством;
- организация сбыта.

Оплата за услуги управления может принимать различные формы.

Маркетинговые контракты – аналогичны управленческим.

Контракты на оказание технической помощи – зарубежные фирмы представляют технические услуги в каком-либо специфическом аспекте деятельности фирмы.

Контракты на использование товарного знака (франчайзинг) – предоставляются права на использование торговой марки и фирменного названия, а также оказание услуг по технической помощи, повышению квалификации рабочей силы, организации торговли и управлению. Размеры платежей по этим контрактам колеблются от 1,5 до 12% суммарных годовых продаж.

В настоящее время франчайзинг широко применяется в международных экономических отношениях. В США эти сделки подразделяются на три вида:

- **франчайзинг продукта и торговой марки** – предусматривает реализацию дилером товаров головной компании исключительно под ее товарным диском;
- **комплексный франчайзинг** – дилеру головной компанией предоставляются права на использование товарного знака, разработку маркетинговой стратегии и технологии бизнеса, подготовку руководства по эксплуатации, контроль качества продукции;
- **розничный франчайзинг** практикуется при продаже строительных материалов, мебели, бытовой аппаратуры.

Инжиниринг – это услуги по использованию технологических и иных научно-технических разработок. Это, в отличие от лизинга, лишь косвенная форма передачи технологии.

Инжиниринговые услуги можно подразделить на три группы:

- 1) услуги по подготовке производства;
 - проектные услуги (социально-экономические исследования, изучение рынка, полевые исследования, топографическая съемка, исследование почв, разведка полезных ископаемых, подготовка технико-экономических обоснований, консультации и надзор за проведением указанных работ);
 - проектные услуги (составление генеральных планов и схем, рабочих чертежей, технических спецификаций, консультации и надзор);
 - послепроектные услуги (подготовка контрактной документации, ведение проекта, надзор и инспекция за

осуществлением работ, управление строительством, приемо-сдаточные работы и т.п.);

2) услуги по организации процесса производства и управлению предприятием;

3) услуги по обеспечению реализации продукции.

Международные контракты на оказание инженеринговых услуг включают ряд обязательных пунктов:

- обязательства инженеринговой фирмы и заказчика и приложением перечня подлежащих выполнению работ;

- сроки и графики работ;

- численность и состав персонала инженеринговой фирмы, участвующую в работах по контракту;

- степень ответственности сторон за нарушение ими договорных обязательств;

- условия и ставки оплаты;

- условия заключения субподрядных контрактов.

При оплате инженеринговых услуг используются три основных метода.

1. Повременная оплата на базе ставок заработной платы инженеров-консультантов. Расценки по данному методу устанавливаются на основе рыночных почасовых или дневных ставок заработной платы персонала инженерингов фирмы, включая доплаты, затраты на социальное обеспечение, начисления на зарплату. Ставки оплаты труда и размеры коэффициента изменяются в зависимости от национальной принадлежности, престижа и опыта работы данной фирмы.

2. Оплата фактических затрат плюс фиксированное вознаграждение.

3. Оплата в процентах от стоимости строительства.

Среди экспертов инженеринговых услуг доминирующее положение занимают американские компании, их главным соперником являются фирмы Великобритании, Германии, Японии, Франции.

ЮНИДО

ЮНИДО – организация объединенных наций по промышленному развитию – основана в 1967 году.

В Программу реформ ЮНИДО включены следующие положения:

- индустриализация наименее развитых стран;
- приоритетное промышленное развитие Африки;

Лекция 11.

ТРАНСПОРТНЫЕ УСЛУГИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

План:

1. *Морской транспорт.*
2. *Воздушный транспорт.*
3. *Авиаперевозчики.*
4. *Обслуживание авиаперевозок.*
5. *Международное регулирование воздушных перевозок.*
6. *Прочие виды транспорта.*

Опорные слова: перевозки, коносамент, фрахт, тариф, льгота, чартер, тайм-чартер, плата, рейс.

Транспортные услуги различаются в зависимости от:

- вида транспорта: водный, наземный, воздушный, трубопроводный, смешанный;
- характеристики товара: сухой, насыпные, генеральные, наливной;
- периодичности перевозки;
- порядка прохождения границы;
- вида транспортно-технологической системы;
- вида сообщения.

Транспортные операции считаются международными, если они связаны с перемещением внешнеторговых грузов на внешних относительно страны-продавца и страны-покупателя участках маршрута перевозки.

1. МОРСКОЙ ТРАНСПОРТ

Морской транспорт считается наиболее универсальным видом транспорта.

1.1. МОРСКИЕ ПЕРЕВОЗКИ

Суда, на которых осуществляются морские перевозки делятся на:

- 1) *грузовые;*
- а) суда универсального назначения для перевозки генеральных и насыпных грузов;

б) ролкеры с горизонтальным способом погрузки и выгрузки, используемые для перевозки колесной и гусеничной техники, контейнеров и др.;

в) контейнеровозы, применяемые для перевозки генеральных грузов в контейнерах между оборудованным терминалом на регулярных линиях с мощными и устойчивыми потоками;

г) лихтеровозы, для перевозки грузов в смешанном морском и речном сообщениях;

д) лесовозы;

е) паромы для грузов в железнодорожных вагонах на линиях небольшой протяженности с устойчивым грузопотоком и высокой частотой отправки;

ж) суда для тяжелогабаритных грузов к местам строительства объектов;

з) балкеры для навалочных и насыпных грузов;

и) рефрижераторные суда;

к) танкеры для нефти и других химических грузов;

л) нефтебалкеры – комбинированные суда для навалочных, насыпных и жидких грузов;

2) пассажирские суда;

3) ледокольные суда;

4) гидрографические суда;

5) аварийно-спасательные суда;

6) служебно-вспомогательные.

В международном судоходстве – две формы организации перевозок: линейная и трамповая.

Международное линейное судоходство – организуется на устойчивых географических направлениях. Особенность такого судоходства – закрепление судов на данном направлении международной торговли и их регулярные заходы в определенные порты по заранее объявленному расписанию.

Основным документом для перевозки товара в международном линейном судоходстве является коносамент.

Коносамент – это документ о принятии товара для морской перевозки, обязывающий перевозчика выдать товар законному владельцу.

Коносамент является:

- распиской о принятии к перевозке товара, обозначенного на лицевой стороне этого документа;

- контрактом на перевозку товара по оговоренным в нем условиям;

- товарораспорядительным документом.

Существует несколько видов коносамента:

коносамент на предъявителя - предоставляет право его владельцу распоряжаться товаром;

именной коносамент - на конкретного получателя товара;

ордерный коносамент - перевозчик должен поставить товар по указанию обозначенной стороны. Такой коносамент может передаваться получателем третьему лицу посредством коносамента, т.е. передаточной подписи на этом документе;

бортовой коносамент - на погруженный на борт судна груз;

коносамент на груз, принятый к отправке - для товара, который сдан на склад для последующей отгрузки;

долевой коносамент - распоряжение получателя капитану о выдаче части груза после предъявления оригинала коносамента на всю грузовую партию;

сквозной коносамент - на его грузы транспортируются из порта погрузки в порт назначения двумя и более судоходными линиями, действующими в соответствии с соглашением;

чистый коносамент - если перевозчик не сделал в нем замечаний относительно состояния перевозимого груза;

нечистый коносамент - если в нем сделаны соответствующие оговорки.

Трамповое судоходство - суда эксплуатируются на нерегулярной основе и перемещаются из одной секции фрахтового рынка в другую в зависимости от спроса на тоннаж.

Применяются следующие виды фрахтования судов:

1) фрахтование на условиях рейсового чартера, который бывает:

а) фрахтование на один рейс;

б) фрахтование на последовательные рейсы;

в) фрахтование по генеральному контракту;

2) фрахтование на условиях тайм-чартера, которое подразделяется на обычный тайм-чартер и круговые рейсы;

3) фрахтование на условиях берткют-чартера или димайз-чартера, т.е. аренда судна без экипажа.

Договор морской перевозки заключается в форме чартера и содержит основные статьи:

1. Место и время заключения.

2. Наименование сторон - фрахтователя и фрахтовщика (перевозчика) с указанием их местонахождения.

3. Название и характеристика зафрахтованного судна: флаг, год постройки, грузовая характеристика.
4. Мореходность судна, т.е. его способность противостоять обычным опасностям рейса и доставить груз получателю в сохранности.
5. Наименование и количество груза.
6. Место погрузки и выгрузки.
7. Позиция судна, т.е. начальная дата – лейдес, и конечная – канселлинг.
8. Информация о прибытии судна.
9. Распределение расходов по погрузке и выгрузке.
10. Сталийное время, т.е. срок для выполнения погрузо-разгрузочных работ, по условиям чартера или обычаям порта.
11. Демередж (штраф фрахтователя за задержку судна сверх сталийного времени); диспач (премия фрахтователю за сокращение сталийного времени).
12. Фрахт и его оплата. Ставки фрахта устанавливаются за единицу измерения количества груза.
13. Ледовая оговорка.
14. Оговорка о забастовке.
15. Военная оговорка.
16. Оговорка об общей аварии.

1.2. РЕГУЛИРОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПЕРЕВОЗОК

Основное международное соглашение о взаимоотношении участников договора морской перевозки и правовом статусе коносамента – Брюссельская конвенция об унификации некоторых правил о коносаменте (1924 г.).

МЕЖДУНАРОДНАЯ МОРСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (ММО)

ММО основана в 1958 году и приняла более 40 конвенций в различных сферах об охране человеческой жизни на море; о безопасных контейнерах; о поиске и спасении в море; по вопросам предотвращения загрязнения морей; по вопросам ответственности при морских перевозках; по облегчению международного судоходства.

Основные цели ММО:

- расширение сотрудничества между правительствами по всем техническим вопросам международного морского судоходства;

- содействие принятию наилучших стандартов в области безопасности на море, морской навигации, предотвращения и борьбы с загрязнениями моря и судов, борьбы с загрязнением окружающей среды.

2. ВОЗДУШНЫЙ ТРАНСПОРТ

На долю международного воздушного транспорта приходится более 54% от общего объема всех регулярных авиационных перевозок в мире.

2.1. МЕЖДУНАРОДНЫЕ АВИАПЕРЕВОЗКИ

Международная воздушная перевозка – это перевозка, осуществляемая на воздушных судах, при которой место направления расположено там же, где и место назначения – на территории двух государств или на территории одного и того же государства с остановкой на территории другого.

Полеты на международных воздушных линиях делятся на регулярные и нерегулярные.

Регулярные авиаперевозки. Регулярные рейсы – это рейсы, выполняемые в соответствии с опубликованным расписанием по договорным авиалиниям.

Такие перевозки оплачиваются по международным авиационным тарифам – опубликованным и неопубликованным.

Опубликованные тарифы – это тарифы и сборы от аэропорта отправления до аэропорта назначения, помещенные в тарифных справочниках.

Неопубликованные тарифы – это тарифы, которые при отсутствии опубликованного тарифа образуются двумя способами:

А) путем прибавления к опубликованному тарифу дополнительной суммы;

Б) путем сложения участковых тарифов отдельных сквозных участков перевозки.

Большинство же тарифов не опубликовано, их нет в тарифных справочниках.

Официальные международные пассажирские авиатарифы опубликованные в справочниках АРТ и АСТ. В них перечислены также правила перевозок в отдельных странах.

Международные авиатарифы устанавливаются на двусторонней основе путем соглашения, эксплуатирующими одни и те же авиалинии. Но чаще всего такие тарифы выходят за пределы двусторонних соглашений и образуют сложную систему, включающую различные виды тарифов для перевозки между двумя пунктами и более.

Международные авиационные тарифы подразделяются на:

- пассажирские;
- багажные;
- грузовые.

Пассажирские тарифы – классифицируются на:

- нормальные;
- специальные.

Нормальные (сквозные) тарифы – это опубликованные тарифы – от пункта отправления, до пункта назначения. В зависимости от класса бывают экономические тарифы и тарифы первого класса.

Экономический класс – более низкий класс обслуживания. Первый класс – более высокий класс обслуживания. Промежуточный между ними называется бизнес-классом.

По сезонности перевозки тарифы подразделяются на:

- высший;
- низший;
- промежуточного сезона.

По виду оформления перевозки тарифы подразделяются:

- на перевозку в одну сторону;
- на перевозку «туда и обратно»;
- на перевозку по круговому маршруту.

Специальные тарифы – экскурсионные и льготные.

Экскурсионные – их стоимость зависит от сезона.

Тарифы – исключив - тур – перевозка оплачивает в оба конца вместе с услугами за экскурсионное обслуживание. Этот тариф объявляется только для агентов туристических фирм.

Льготные тарифы – со скидками с основных нормальных тарифов для различных категорий пассажиров (дети, семьи, студенты, турагенты и др.).

Наиболее дешевыми пассажирскими тарифами являются блок чартерные тарифы для реализации свободной емкости самолетов на регулярные рейсы.

Багажный тариф – норма бесплатного провоза багажа, которая определяется классом обслуживания. Багаж, перево-

зимый сверх нормы бесплатного перевоза, подлежит оплате пассажиром.

Грузовые тарифы бывают основные, количественные, минимальный сбор.

Основные тарифы – это стандартные тарифы на провоз 1 кг. груза от пункта отправления до пункта назначения. Нормальные являются базовыми для определения скидок или доплат при образовании классовых, количественных и специальных тарифов.

Количественный тарифы применяются со скидками по дополнительным весовым категориям.

Классовые тарифы – применяются для перевозки грузов определенного класса. Они выражаются в определенном проценте к нормальному грузовому тарифу по 45 кг. Эти тарифы устанавливаются на виды грузов: живые животные, клетки для животных, ценный груз, человеческие останки в гробу, печатная продукция, несопровождаемый багаж и т.п. Процентная надбавка зависит от класса груза и зоны перевозки и составляет от 150 до 300% от нормального грузового тарифа.

Специальные тарифы (корейты) – это льготные грузовые тарифы со скидкой. Они публикуются вместе с основными грузовыми тарифами в справочнике АСТ.

Специальные службы маркетинга авиакомпаний следят за состоянием мировых авиационных тарифов и выдают рекомендации по их применению коммерческим директором и своим представительством за границей. На их основе вырабатывается тарифная политика.

Нерегулярные авиаперевозки. Они выполняются по разрешению на разовые полеты и подразделяются на дополнительные, специальные и чартерные.

Дополнительные рейсы – это рейсы по тем же авиалиниям, что и регулярные, но по особому расписанию, как правило, в этот же день, что и регулярные.

Социальные рейсы. – это рейсы со специальным заданием, как по маршруту регулярных рейсов, так и по особому маршруту.

Чартерные рейсы – выполняются по специальным контрактам между перевозчиком и заказчиком.

Самым крупным в мире является международный рынок нерегулярных (чартерных) перевозок между 22 западноевропейскими государствами, входящими в Европейскую конференцию гражданской авиации. Вторым по емкости рынком чар-

терных перевозок являются перевозки через Северную Атлантику.

Чартерные рейсы выполняются на основе контракта. Заказчик покупает всю вместимость самолета на определенных участках перевозки и на определенных условиях.

Авиачартерные перевозки классифицируются по следующим видам:

Закрытый чартер – некоммерческая перевозка, заказчиком выступает организация для доставки своих работников к месту работы, деловой встречи или отдыха.

Эфинити – чартер – полукommerческая поездка, организуемая для своих членов клубами или ассоциациями. Договор заключает руководство клуба или ассоциации с авиакомпанией.

Инклюзив – тер – чартер – коммерческая перевозка, при которой арендуется весь самолет и оплачивается наземное обслуживание.

Блок – чартер – арендуется не весь самолет, а только его определенная часть, блок мест (30-40).

Нецелевой коммерческий чартер – в группу для перевозки объединяются любые лица, вне зависимости от их принадлежности к какой-либо организации. Группа должна состоять из 50 человек. Участники полета оплачивают 252% стоимости чартерной перевозки за 6 месяцев до начала перевозки, за 30 дней – всю стоимость.

Протрейтовый чартер – перевозка осуществляется поэтапно. На первом участке полета перевозка осуществляется на рейсовых самолетах в соответствии с правилами ИАТА, на втором – начинается собственно чартерная перевозка.

С точки зрения использования самолетов авиачартерные перевозки делятся на три вида:

- 1) **разовая перевозка «туда обратно»** – турфирма или организация арендует самолет для перевозки одной или нескольких групп пассажиров;
- 2) **тайм-чартер** – самолет арендуется на определенный период, поступая в полное распоряжение арендатора. Такие операции получают сегодня все большее распространение в массовом туризме;
- 3) **чартерная цепочка** – целевая перевозка большого количества пассажиров в пункт назначения и обратно; при этом полеты совершаются по челночной схеме. При чартерной цепочке сокращается число хо-

лостых прогонов и повышается экономическая эффективность перевозки.

Чартерного тарифа в буквальном смысле этого слова не существует. Чартерная цена самолета рассчитывается исходя из себестоимости летного часа данного типа самолета. Блок-чартерные рейсы применяются для реализации свободной емкости самолета на регулируемых рейсах. Блок мест продается целиком, независимо от того, будет ли он полностью заполнен заказчиком или останутся свободные места.

3. АВИАПЕРЕВОЗКИ

Авиакомпании классифицируются на три вида:

Государственные – в бывших социалистических странах, в развивающихся странах.

Частные – принадлежащие одному владельцу или семье. Например, ИТА (Франция).

Корпоративные – акционерные.

По дальности и направлению полетов авиакомпании классифицируются на:

- магистральные;
- региональные;
- местные;
- компьютерные;

по типу перевозок на:

- пассажирские;
- грузовые;
- смешанные;

по виду операций на:

- регулярные;
- чартерные.

По величине парка самолетов и объему перевозок на:

- крупные;
- мелкие;
- средние.

4. ОБСЛУЖИВАНИЕ АВИАПЕРЕВОЗОК

Этим заняты свыше 50 тысяч граждан аэропортов. Для определения целесообразности эксплуатации той или иной линии немаловажную роль играют сборы за посадку самолетов в аэропортах.

На конференции ИКАО в 1956 году был выработан генеральный принцип, в соответствии с которым сборы должны соотноситься как с аэропортовыми расходами, так и с возможностью авиакомпаний, пользующихся аэропортами, уплатить их.

Другой принцип, провозглашенный концепцией 1956 года, - соотношение стоимости предоставляемого оборудования и обслуживания в аэропорту с доходной емкостью самолета.

При определении платы за посадку или взлет часто применяется метод весовой шкалы, согласно которому плата взимается в зависимости от самолета. В основу принимается максимальный взлетный вес, указанный в свидетельстве о летной годности воздушного судна. В ряде случаев весовая шкала остается постоянной, то есть взимается одинаковая пропорциональная плата за посадку как более тяжелых, так и более легких самолетов.

В ряде случаев применяется переменная шкала, по которой до определенного веса самолета плата возрастает, затем остается постоянной, а определенного веса - падает.

Плата также взимается в зависимости от типа самолета и класса аэропорта (за основу принимают тип двигателей и их мощность).

Комбинированная плата - состоит из отдельных сборов за использование различного оборудования и услуги во время взлета и посадки.

Многие международные аэропорты взимают также плату в зависимости от расстояния, которое пролетает самолет. Различная оплата взимается также за полеты по расписанию и вне расписания, особая плата - за посадку туристических самолетов.

В международных аэропортах применяются различные скидки в зависимости от количества посадок (при увеличении их числа плата уменьшается), а также для авиакомпаний, которые пользуются услугами технического обслуживания самолетов.

5. МЕЖДУНАРОДНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ВОЗДУШНЫХ ПЕРЕВОЗОК

Полеты над своей территорией осуществляются в соответствии с национальными законами и правами, полеты над чужой территорией - в соответствии с двусторонними и много-

сторонними соглашениями. Регулированием воздушных перевозок занимаются различные международные организации.

ОСНОВНЫЕ МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОНВЕНЦИИ, РЕГУЛИРУЮЩИЕ ВОЗДУШНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ

- Конвенция об унификации некоторых правил воздушных перевозок (Варшавская конвенция, 1929г.).
- Конвенция о международной гражданской авиации (1944г.).
- Конвенция об унификации некоторых воздушных перевозок (Гвадалахарская конвенция, 1961 г.).
- Римская конвенция о возмещении вреда, причиненного иностранными воздушными судами третьим лицам на поверхности (1952г.).
- Токийская конвенция о правонарушениях и некоторых других действиях, совершенных на борту воздушного судна (1963г.).
- Конвенция о международном принятии прав на воздушные суда, наложение ареста и принудительной продажи воздушного судна во исполнения решения суда.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ (ИКАО)

Создана в 1947 году, члены – более 180 государств.
Основные принципы:

- полный и исключительный суверенитет каждого государства на воздушное пространство, расположенное в пределах государственных границ;
- обязанность применять гражданскую авиацию только для соединения и сохранения дружественных взаимоотношений между государствами и народами всего мира;
- установление регулярных воздушных сообщений путем заключения двусторонних и многосторонних соглашений;
- предоставление средств и создание необходимых условий для осуществления воздушных сообщений;
- обеспечение безопасности международных полетов;
- предоставление договаривающимися государствами друг другу права нерегулярных полетов на их терри

ториях, когда между ними нет соглашений о регулярном воздушном сообщении.

Основные направления деятельности ИКАО:

- 1) аэронавигация;
- 2) совместное финансирование аэронавигационных проектов;
- 3) упрощение формальностей в международных воздушных перевозках;
- 4) разработка норм и кодификация международного воздушного права;
- 5) техническая помощь развивающимся странам в строительстве аэропортов и других аэронавигационных сооружений;
- 6) издание печатных материалов.

ИКАО имеет структуру:

- Ассамблея;
- Совет;
- Специальные комитеты;
- Региональные бюро;
- Секретариат.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ МЕЖПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ

- Европейская конференция гражданской авиации (ЕКАК) (1954г.).
- Европейская организация по безопасности аэронавигации (Евроконтроль, 1963г.).
- Латиноамериканская комиссия гражданской авиации (ЛАКАК, 1973г.).
- Совет гражданской авиации арабских государств (1967г.).

МЕЖДУНАРОДНАЯ АССОЦИАЦИЯ ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА (ИАТА)

Создана в 1945 году. Основная задача – развитие безопасных регулярных и экономических воздушных сообщений, содействие воздушной коммерции и изучение связанных с этим проблем и др. ИАТА также действует как международное агентство и как центральный банк информации и технических знаний для авиакомпаний – членов этой организации. ИАТА руководит деятельностью различных комитетов, объединяющих

экспертов авиакомпаний, представляет последние в международных организациях

6. ПРОЧИЕ ВИДЫ ТРАНСПОРТА

Международные железнодорожные перевозки осуществляются на основании двусторонних и многосторонних соглашений между министерствами государств – участников соглашения. Крупнейшими по объемам перевозок грузов являются железные дороги Китая, США, России. Но в настоящее время грузооборот железных дорог несколько сокращается пользу автомобильного транспорта, а пассажирооборот – в пользу авиатранспорта.

Регулирование международных железнодорожных перевозок и согласованием тарифов занимается Центральное бюро международного железнодорожного транспорта.

Автомобильные перевозки обладают наибольшей эксплуатационной эластичностью по сравнению с другими видами транспорта, так как возможна доставка «от двери до двери».

Международные автомобильные сообщения регулируются Конвенцией о договоре международной перевозки грузов автомобильным транспортом и европейским соглашением о международных автомобильных перевозках опасных грузов.

Международные речные сообщения развиты в основном в Европе, где существует сеть рек и каналов с развитой транспортной инфраструктурой.

Некоторые товары попадают в международный торговый оборот с помощью иных средств доставки. Нефть и газ – посредством трубопроводного транспорта, электроэнергия – посредством электросетей, информационные товары и услуги – с помощью телекоммуникаций и электронных средств связи.

Контрольные вопросы:

1. Различия транспортных услуг на мировом рынке.
2. Морские перевозки и международное линейное судоходство.
3. Регулирование международных морских перевозок.
4. Задачи международных авиаперевозок. Тарифы и рейсы.
5. Классификация международных авиакомпаний. Обслуживание авиаперевозок.

6. Основные международные конвенции, регулирующие воздушные перевозки.
7. Виды транспорта и регулирование международных перевозок.

Литература:

1. Плотников А.Ю. Как правильно составить внешнеторговый контракт. М., 1994г.
2. Жиков Е.Ф. и др. Международные экономические отношения. М., 2000г.
3. Одинцов Б.Е. Экономические экспертные системы. М., 1996г.
4. Семенов К.А. Международные валютные и финансовые отношения. М., 1999г.
5. Фомичев В.И. Международная торговля. М., 2000г.
6. Жозет Терар. Управление международными денежными потоками. М., 1998г.
7. Овчинников Г.П. Международная экономика. С.-П., 1999г.
8. Спиридинов И.А. Мировая экономика. М., 1999г.
9. Сергеев П.в. Мировая экономика. М., 1999г.
10. Додобаев Ю.Т., Победина М.П. Мировая экономика. Фергана, 1997г.
11. Додобаев Ю.Т. и др. Международные экономические отношения. М., 1998г.
12. Додобаев Ю.Т. и др. Международная торговля. Т., 2000г.
13. Додобаев Ю.Т. Внешнеэкономические связи. Фергана, 1999г.
14. Сергеев П.В. Мировая экономика. Вопросы и ответы. М., 1999г.
15. Щербанин Ю.А. и др. Международные экономические отношения М., 1999г.

Лекция 12.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ

План:

1. Развитие международного туризма.
2. Организация международного туристического бизнеса.
3. Всемирная туристическая организация (ВТО).

Опорные слова: маршрут, тур, туристическая путевка, ваучер, пэкидж - тур, инклюзив - тур, транспорт, гостиницы.

В настоящее время около 500 млн. человек ежегодно посещают разные страны в туристических целях. Международный туризм является не только популярной формой отдыха, но и интенсивно развивающейся отраслью экономики.

Туризм классифицируется:

по целям: маршрутно-познавательный, спортивно-оздоровительный, самодеятельный, деловой, курортный, лечебный, горнолыжный, фестивальный, охотничий, экологический, шоп - туризм, религиозный, учебный и др.;

по степени мобильности: передвижной, стандартный, смешанный;

по форме участия: индивидуальный, групповой, семейный;

по возрасту: зрелый, молодежный, детский, смешанный;

по продолжительности: однодневный, многодневный, транзитный;

по использованию транспортных средств: автомобильный, железнодорожный, авиационный, водный, велосипедный, конный, комбинированный;

по сезонности: активный, туристский сезон, межсезон, несезон;

по географии: межконтинентальный, международный, региональный, местный, приграничный;

по способу передвижения: пешеходный, с использованием экзотических видов транспорта (канатная дорога, фуникулер, дирижабль, воздушный шар, дельтаплан).

1. РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА

Всемирный характер он приобрел с 60-70 гг., в результате образовался мировой рынок с участием всех без исключения стран.

К объективным причинам развития международного туризма относятся экономические и социальные, прежде всего – рост личных доходов граждан. К субъективным – деятельность государственных органов, регулирующих въезд и выезд из страны.

В мире насчитывается 15 стран, специализирующихся на туристических услугах, поступления от которых превышают доходы от экспорта во много раз (Австралия, Испания, Португалия, развивающиеся страны).

В результате расходов иностранных туристов в стране пребывания увеличиваются доходы фирм, занятых в туристическом бизнесе; повышается спрос со стороны туристического сектора экономики на товары и услуги поставщиков, что способствует повышению спроса на товары и услуги своих поставщиков; увеличиваются личные доходы населения.

Развивающиеся страны вынуждены импортировать значительное количество продуктов и товаров для туристов, а также оборудование для индустрии туризма. Существует также импорт, обусловленный воздействием «демонстрируют эффекта». Туристы из промышленно развитых стран демонстрируют товары лучшего качества и ассортимента, что является «живой» рекламой и способствует импорту иностранных потребительских товаров.

Велико значение туризма и для рынка рабочей силы. Туризм обеспечивает работой свыше 100 млн. человек.

2. ОРГАНИЗАЦИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Туристы являются потребителями основных, дополнительных и содействующих услуг.

Основные: размещение, питание, транспорт, экскурсионные работы.

Дополнительные: медицинские, физкультурно-оздоровительные, культурно-зрелищные, игровые.

Сопутствующие: обеспечение сувенирами, туристической символикой, торговое, валютно-кредитное, информаци-

онное, конгрессное обслуживание, услуги специальных видов связи.

Основу индустрии составляют фирмы, организующие поездки и продажу путевок и туров; предоставляющие услуги по размещению и питанию туристов; их передвижению по стране.

Международный туризм как вид экономической деятельности имеет особенности:

- основан не на обмене товарами и услугами, а туристами, то есть живыми людьми;

- туристические услуги не мобильны, они не могут следовать за покупателем и не подлежат хранению;

- в предложениях нет гибкости.

Страна, принимающая туристов, обычно не имеет эффективных методов воздействия на спрос.

Туризм является крупным землепользователем, весьма требовательным к качеству природных и иных ресурсов.

В систему индустрии туризма входят специализированные предприятия, организации и учреждения.

Предприятия, предоставляющие услуги по размещению: гостиницы, мотели, кемпинги, пансионаты, частные квартиры, дома, туристические базы, дома отдыха, приюты.

Предприятия питания: рестораны, столовые, кафе, бары, фабрики-кухни, другие предприятия общественного питания.

Фирмы по транспортному обслуживанию: автопредприятия, авиационные компании, железнодорожные ведомства, предприятия речного и морского транспорта и др.

Туристические фирмы по разработке и реализации туризма: туристические бюро, экскурсионные бюро, агентства по туризму, бюро реализации путевок.

Рекламно-информационные туристические учреждения: рекламные агентства, рекламные бюро, информационные агентства.

Производственные туристические предприятия: фабрики по производству туристической и гостиничной мебели, по производству туристического снаряжения, туристических сувениров и т.д.

Предприятия торговли: магазины по реализации туристического снаряжения, туристических сувениров, пункты проката.

Предприятия сферы досуга в туризме: киноконцертные залы. Клубы по интересам, зоны игровых автоматов и др.

Учреждения самостоятельного туризма: туристические клубы, альпинистские клубы, туристические велосипедные клубы, клубы водного туризма.

Органы управления туризмом: комитеты и департаменты туризма, общественные туристические организации и объединения.

Учебные туристические заведения: высшие и средние специальные учебные туристические заведения, институты повышения квалификации и переподготовки, учебные курсовые комбинаты.

Научные и проектные учреждения: научно-исследовательские институты и лаборатории, институты по проектированию туристских предприятий, исследовательские туристические полигоны.

Обслуживание туристов производят различные туристические предприятия:

Государственные, частные фирмы и компании, фирмы со смешанным капиталом, предприятия общественных объединений и организаций, международные или совместные фирмы.

Маршрут – это заранее спланированная трасса передвижения туриста в течение определенного времени с целью предоставления ему предусмотренных программой услуг.

Тур – индивидуальная или групповая поездка по определенному туристическому маршруту в конкретно определенный срок.

Туристическая путевка – документ, подтверждающий оплату предусмотренных программой услуг, являющийся формой строгой отчетности. В путевке указываются трасса маршрута, перечень основных услуг, срок действия, цена, описание маршрута и др.

Ваучер – документ, на основании которого производятся обслуживание иностранных туристов и взаиморасчет с фирмой.

Туристические маршруты классифицируются по различным признакам: по типу сезонности действия, построению трассы, продолжительности вида транспорта, способу передвижения, содержанию.

После разработки маршрута приступают к формированию тура, который бывает двух видов:

Пэкидж-тур – комплексная туристическая услуга, включающая размещение, питание, экскурсионное обслуживание, транспортные, бытовые, спортивно-оздоровительные, физкультурные, медицинские и прочие услуги;

Инклюзив-тур – отдельные туристические услуги: питание, размещение, транспорт, экскурсии и т.д.

Тур, прежде чем стать товарным продуктом, проходит ряд этапов: экспериментальное внедрение, реклама, презентация тура и его продажа.

Далее туристическая путевка реализуется через турагентства, специальные бюро.

Размещение туристов – один из важнейших видов услуг в технологии туристической деятельности.

Туристическая гостиница – особый тип гостиницы, предназначенный для предоставления туристами комплекса услуг, связанных с путешествием, которые не предусмотрены в коммунальной гостинице. Видов услуг четыре: размещение, питание, досуг, бытовое обслуживание.

Планировка номеров в таких гостиницах зависит от категории и включает:

- номера «апартаменты»;

- номера «люкс»;

- одноместные номера;

- семейные номера и др.

Классификация гостиниц – это определение соответствия конкретной гостиницы и номеров критериям или стандартам обслуживания. В каждой стране принята своя классификация, которая содержит категорию разрядности качественный параметр стандарта. Разрядность гостиницы влияет на ее престиж, формирование клиентуры, стоимость гостиничных услуг и др.

В настоящее время существует более 30 видов классификаций. Международная корпорация «Лидирующие отели мира» ежегодно публикует и составляет их рейтинг. В каталоге 1995г. среди 270 отелей лучшими признаны в США – 48, Италии – 27, Швейцарии 15, во Франции – 16, Германии – 10, Японии – 8, Индии – 8, Китае – 7, Таиланде – 5, Канаде – 4, Португалии 4, Бразилии – 4, Швеции, Норвегии, Дании, Бельгии, Саудовской Аравии, Пакистане, Тайване – 1.

Характерной чертой развития мирового гостиничного развития является формирование международных и национальных гостиничных цепей, значительная часть которых создана мощными МНК. В сферу гостиничного бизнеса вовлечены торговые фирмы, строительные компании, крупнейшие международные воздушные перевозчики.

Питание – один из основных услуг в технологии обслуживания туристов. Она включает рестораны, кафе, бары, сто-

ловые, фабрики – кухни, фабрики заготовительных, буфеты, продовольственные магазины и др.

Эти предприятия подразделяются: **по форме обслуживания:** на обслуживание с помощью официантов и самообслуживание;

по режиму питания: полный пансион, специальные питание, питание для детей и др., комплексное питание, питание по выбору, по предварительному заказу;

по числу мест, режиму работы (круглосуточный с ограничением по времени).

В зависимости от степени технической оснащенности, качества и объема услуг, места расположения, цены, архитектурно-художественного оформления помещений, ассортимента, степени автоматизации предприятия туристической индустрии питания, подразделяются на категории.

Категория – отличительный признак предприятия питания, характеризующий уровень качества обслуживания. Категории обозначаются символы «звезда»: высшая категория – пять звезд, низшая – одна.

Схема обеспечения питания туристов зависит от вида тура, категории туристов, соотношения размещения к посадочным местам питания, и многих других факторов. Питание туристов производится в соответствии с условиями, оговоренным в путевке, ваучере, договоре.

В перечень дополнительных и сопутствующих услуг входят: варьете, оркестр, музыкальное сопровождение без оркестра, телевизор, танцевальная площадка, возможность вызова такси или автомобиля напрокат, покупки сувениров.

Транспортное обслуживание туристов – одна из составных частей индустрии туризма, а также самостоятельный вид туризма.

Транспортные путешествия классифицируются по следующим признакам:

способ передвижения на маршруте;

вид транспорта;

построение трассы маршрута;

продолжительность путешествия;

сезонность и др.

По приоритетам требования туристов к транспорту распределяются в такой последовательности:

безопасность путешествия;

стоимость и льготы;

комфортабельность;

время поездки;
прочие факторы.

Чем больше положительных факторов, тем выше стоимость. В международном туризме наиболее распространен воздушный транспорт.

Наиболее массовой туристический транспорт = автобус – в большинстве случаев является собственностью крупных туристических компаний, объединений, ассоциаций. Обладая высокой маневренностью и мобильностью, туристические автобусы имеют преимущества на коротких и средних маршрутах (до 200 км).

Высококомфортабельные туристические автобусы используются также на длинных маршрутах. Отдых туристов в ночное время обеспечивается в отелях и мотелях.

Движение на регулярных международных маршрутах регламентируется двусторонними правительственными соглашениями. В 1973 г. в этих целях была принята Конвенция о договоре международной автомобильной перевозки багажа и пассажиров.

Тарифы на перевозку автобусами пассажиров, багажа и оказание других услуг разрабатываются и утверждаются в каждой стране перевозчиком. Единых международных тарифов не существует.

В странах Западной Европы тарифы исчисляются на 1 км пробега. В ряде стран Европы работает система тарифов: при групповой перевозке пассажиров в пределах 15 человек – скидка на 10%, 20 – на 20%, 35 – на 30%, более 45 – на 40%.

Транспортные туристические путешествия в международном сообщении осуществляются на личных или взятых в аренду автомобилях.

Групповой туризм на автомобилях с прицепами с полным комплексом жизнеобеспечения называется караванинг. Турист может перевезти свой автомобиль на судах, по железной дороге, на самолете и продолжать в нем путешествие. Предусмотрен и прокат автомобилей, в том числе со скидкой до 40%, если турист является обладателем карты ETM и др.

3. ВСЕМИРНАЯ ТУРИСТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (ВТО)

Основана в 1975 году. Основные цели:

- поддержка туризма как средства экономического развития и международного взаимопонимания для обеспечения ми-

ра, благосостояния, уважения и соблюдения прав человека независимо от расы, пола, языка, религии;

- соблюдение интересов развивающихся стран в области туризма.

Ассоциированными членами ВТО могут быть любые государственные территории или группы территорий, не несущие самостоятельную ответственность за внешнюю политику, а присоединившимися членами ВТО – любые межправительственные или негосударственные организации, действующие в сфере, представляющей интерес для туризма, а также коммерческие организации и объединения, деятельность которых имеет отношение к задачам или полномочиям ВТО (авиакомпании, гостиницы, банки, исследовательские институты, издательские группы и др.).

Государства – члены ВТО распределены по шести региональным комиссиям:

Африка;

Америка;

Восточная Азия;

Европа;

Ближний и Средний Восток;

Южная Азия.

ВТО приняла ряд деклараций по вопросам туризма:

- Манильская декларация о туризме и мире (1980г.);
- документ Акапулько (1982г.);
- хартия по туризму и Кодекс поведения туриста (1985г.);
- Гаагская декларация по туризму (1984г.).

Контрольные вопросы:

1. Классификация международного туризма.
2. Характер развития международного туризма.
3. Основные и дополнительные услуги в организации международного туристического бизнеса.
4. Виды туров и путевок.
5. Цели создания Всемирной туристической организации (ВТО). Ее задачи и направления деятельности.

время поездки;
прочие факторы.

Чем больше положительных факторов, тем выше стоимость. В международном туризме наиболее распространен воздушный транспорт.

Наиболее массовой туристический транспорт = автобус – в большинстве случаев является собственностью крупных туристических компаний, объединений, ассоциаций. Обладая высокой маневренностью и мобильностью, туристические автобусы имеют преимущества на коротких и средних маршрутах (до 200 км).

Высококомфортабельные туристические автобусы используются также на длинных маршрутах. Отдых туристов в ночное время обеспечивается в отелях и мотелях.

Движение на регулярных международных маршрутах регламентируется двусторонними правительственными соглашениями. В 1973 г. в этих целях была принята Конвенция о договоре международной автомобильной перевозки багажа и пассажиров.

Тарифы на перевозку автобусами пассажиров, багажа и оказание других услуг разрабатываются и утверждаются в каждой стране перевозчиком. Единых международных тарифов не существует.

В странах Западной Европы тарифы исчисляются на 1 км пробега. В ряде стран Европы работает система тарифов: при групповой перевозке пассажиров в пределах 15 человек – скидка на 10%, 20 – на 20%, 35 – на 30%, более 45 – на 40%.

Транспортные туристические путешествия в международном сообщении осуществляются на личных или взятых в аренду автомобилях.

Групповой туризм на автомобилях с прицепами с полным комплексом жизнеобеспечения называется караванинг. Турист может перевезти свой автомобиль на судах, по железной дороге, на самолете и продолжать в нем путешествие. Предусмотрен и прокат автомобилей, в том числе со скидкой до 40%, если турист является обладателем карты ЕТМ и др.

3. ВСЕМИРНАЯ ТУРИСТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (ВТО)

Основана в 1975 году. Основные цели:

- поддержка туризма как средства экономического развития и международного взаимопонимания для обеспечения ми-

ра, благосостояния, уважения и соблюдения прав человека независимо от расы, пола, языка, религии; ·

- соблюдение интересов развивающихся стран в области туризма.

Ассоциированными членами ВТО могут быть любые государственные территории или группы территорий, не несущие самостоятельную ответственность за внешнюю политику, а присоединившимися членами ВТО – любые межправительственные или негосударственные организации, действующие в сфере, представляющей интерес для туризма, а также коммерческие организации и объединения, деятельность которых имеет отношение к задачам или полномочиям ВТО (авиакомпании, гостиницы, банки, исследовательские институты, издательские группы и др.).

Государства – члены ВТО распределены по шести региональным комиссиям:

Африка;
Америка;
Восточная Азия;
Европа;
Ближний и Средний Восток;
Южная Азия.

ВТО приняла ряд деклараций по вопросам туризма:

- Манильская декларация о туризме и мире (1980г.);
- документ Акапулько (1982г.);
- хартия по туризму и Кодекс поведения туриста (1985г.);
- Гаагская декларация по туризму (1984г.).

Контрольные вопросы:

1. Классификация международного туризма.
2. Характер развития международного туризма.
3. Основные и дополнительные услуги в организации международного туристического бизнеса.
4. Виды туров и путевок.
5. Цели создания Всемирной туристической организации (ВТО). Ее задачи и направления деятельности.

Литература:

1. Плотников А.Ю. Как правильно составить внешнеторговый контракт. М., 1994г.
2. Жиков Е.Ф. и др. Международные экономические отношения. М., 2000г.
3. Одинцов Б.Е. Экономические экспертные системы. М., 1996г.
4. Семенов К.А. Международные валютные и финансовые отношения. М., 1999г.
5. Фомичев В.И. Международная торговля. М., 2000г.
6. Жозет Терар. Управление международными денежными потоками. М., 1998г.
7. Овчинников Г.П. Международная экономика. С.-П., 1999г.
8. Спиридинов И.А. Мировая экономика. М., 1999г.
9. Сергеев П.в. Мировая экономика. М., 1999г.
10. Додобаев Ю.Т., Победина М.П. Мировая экономика Фергана, 1997г.
11. Додобаев Ю.Т. и др. Международные экономические отношения. М., 1998г.
12. Додобаев Ю.Т. и др. Международная торговля. Т., 2000г.
13. Додобаев Ю.Т. Внешнеэкономические связи. Фергана, 1999г.
14. Сергеев П.В. Мировая экономика. Вопросы и ответы. М., 1999г.
15. Щербанин Ю.А. и др. Международные экономические отношения М., 1999г.

Для заметок

СОДЕРЖАНИЕ:

предисловие.....	3
Лекция 1. Теории международной торговли.....	6
1. Классические теории международной торговли.....	6
2. Теория Хекшера-Олина.....	10
3. Неотехнологические теории.....	12
4. Теория конкурентных преимуществ Майкла Портера.....	13
Лекция 2. Международная торговля и мировое хозяйство.	
1. Международное разделение труда.....	22
2. Открытая экономика.....	24
3. Экономическая безопасность.....	25
4. Конкурентоспособность.....	26
5. Структура мирового хозяйства.....	27
6. Структура экономического сотрудничества и развития.....	28
Лекция 3. Международная торговля и мировые товарные рынки.	
1. Товарная структура мирового рынка.....	33
2. Мировые цены.....	34
3. Товарные биржи.....	35
4. Аукционы.....	42
5. Торговля промышленными товарами.....	43
Лекция 4. Рынки сырьевых товаров и продовольствия.....	50
1. Рынки продовольствия.....	50
2. Рынки сельскохозяйственного сырья.....	54
3. Рынки руд и металлов.....	56
4. Рынки топлива.....	61
Лекция 5. Внешняя и международная торговая политика.	
1. Внешнеторговая политика.....	67
2. Международная торговая политика.....	73
3. Зоны свободной торговли. Таможенные союзы.....	73
4. Торгово-экономическое сотрудничество в Азии, Африке и Тихоокеанском бассейне.....	79
Лекция 6. Торговые отношения в Европе.	
1. Бенилюкс.....	87
2. Европейский Союз (ЕС).....	89

3.	Европейская Ассоциация свободной торговли.....	100
4.	Европейское экономическое пространство (ЕЭП).....	101
5.	Центрально-европейское соглашение о свободной торговле (ЦЕФТА).....	101
Лекция 7. Внешняя торговля Республики Узбекистан.....		104
Лекция 8. Организация внешнеторговых операций.....		
1.	Виды внешнеторговых операций.....	116
2.	Методы торговли.....	119
3.	Выход на внешний рынок.....	120
4.	Контракты.....	121
5.	Базисные условия поставок.....	125
6.	Цены в международной торговле.....	127
7.	Расчеты в международной торговле.....	129
Лекция 9. Международная торговля услугами.....		137
1.	Аренда машин и оборудования.....	139
2.	Информационные услуги.....	141
3.	Реклама.....	142
4.	Страхование.....	147
Лекция 10. Международный технологический обмен.....		156
1.	Лицензионная торговля.....	158
2.	Объекты лицензий.....	159
3.	Европейская патентная организация (ЕПО).....	165
4.	Всемирная организация интеллектуальной собственности (ВОИС).....	166
5.	Формы технологического обмена.....	167
Лекция 11. Транспортные услуги на мировом рынке.....		
1.	Морской транспорт.....	172
2.	Воздушный транспорт.....	176
3.	Авиаперевозки.....	180
4.	Обслуживание авиаперевозок.....	180
5.	Международное регулирование воздушных перевозок.....	181
6.	Прочие виды транспорта.....	184
Лекция 12. Международный туризм.....		186
1.	Развитие международного туризма.....	187
2.	Организация международного туристического бизнеса.....	187
3.	Всемирная туристическая организация (ВТО).....	192

С. С. Гулямов, Ю.Т.Додобаев

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ

(Учебное пособие)

Редактор: ТУЕВА Н.В.

Корректор: ОДИНЦОВА В.И.

Сдано в набор 25.05.2001 г. Подписано в печать 30.05.2001 г.

Формат 84х108 1/16. Бумага офсетная.

Заказ № 829.. Тираж 1000 экз.

Цена договорная

Отпечатано в типографии ОАО «ANDIJON NASHRIYOTI»

Адрес: г. Андижан, пр. Навои, 71