

Тема 5

Международный договор и его место в системе мирохозяйственных связей.



Правовой основой ВЭД (организаций внешних операций) является различного рода договора, соглашения и конвенции.

Современная практика ведения международного бизнеса предусматривает использование конвенций различного типа:

- общего типа – конвенции, которые относятся к порядку осуществления различного вида внешнеэкономических операций.

- специального типа – как правило, это конвенции, которые охватывают узкую специфическую сферу деятельности.



Международный договор – это соглашение 2-х или нескольких сторон по поводу совершения конкретной международной коммерческой сделки.

Субъекты международного договора – это определенные стороны, обладающие способностью изъявить волю, которая создает, изменяет или прекращает обязательства.

Предмет договора – это основное условие его осуществления.

Предмет договора должен отвечать определенным условиям:

- он должен быть определенным;**
- он должен быть возможным;**
- он должен быть дозволенным.**



Международная юридическая практика для определения момента заключения договора использует различные теории принятия решения:

- теория изъявления: моментом заключения договора является момент получения согласия одной из сторон независимо от формы изъявления.

- теория отсылки или отправки: моментом заключения договора является момент (дата) отправки извещения о принятом предложении.

- теория принятия: моментом заключения договора является момент получения инициатором сообщения о принятии условий другой стороной.

- теория узнавания: моментом заключения договора является момент ознакомления с решением стороны третьим лицом.



Виды договора:

- Договор купли-продажи
- Договор о лизинге
- Бартерный договор или договор обмена
- Договор об оказании услуг
- Договор о выполнении работ (договор подряд).
- Договор о техническом сотрудничестве или договор о техническом обслуживании.
- Договор комиссии (договор посредничества).
- Договор об инвестициях .
- Договор об уступке и передаче авторских прав.
- Договор о международной экспедиции.
- Договор о перевозке и транспортировке.

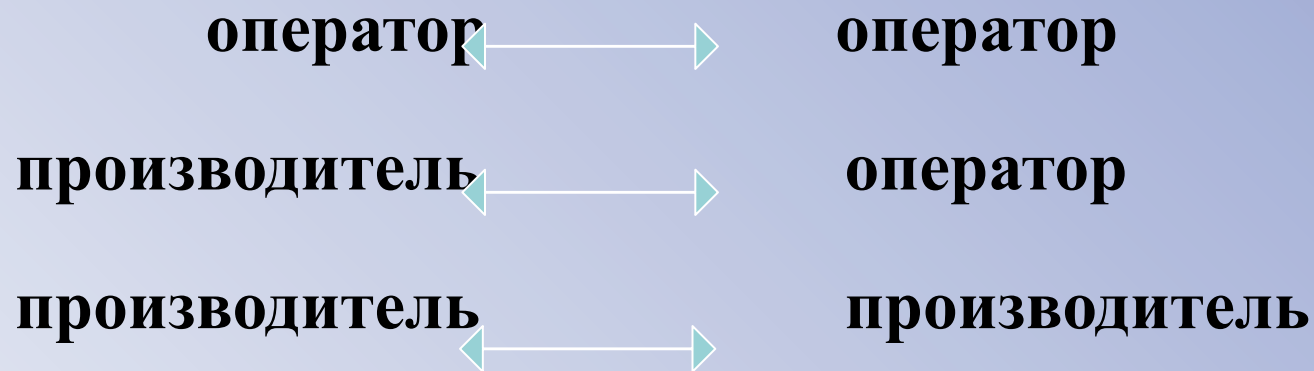


Особенности договорных отношений в сфере телекоммуникационного бизнеса.

Существенное значение имеют следующие формы договоров: договор о лизинге, договор о предоставлении услуг, договор о техническом сотрудничестве и техническом обслуживании и договор об инвестициях объектов.



Современная практика ведения бизнеса в сфере инфокоммуникаций предусматривает определенную схемы взаимоотношений:



Основные особенности и содержание типового договора купли-продажи

Договор (контракт) купли-продажи представляет собой документ, в котором одна сторона сделки («Продавец») обязуется передать указанный в контракте предмет в собственность другой стороне («Покупателю»), которая, в свою очередь обязуется принять его и уплатить за него установленную цену или выполнить иные условия договора.



Структура договора купли-продажи:

- **Преамбула или определение сторон**
- **Предмета договора**
- **Цена и стоимость контракта. Методика ценообразования**
- **Количественные и качественные характеристики предмета**
- **Срок поставки и условия транспортировки**
- **Условие платежа**
- **Гарантии, страхование и штрафные санкции (возмещение убытков)**
- **Обстоятельства непреодолимой силы (форс-мажорная оговорка)**
- **Арбитражная оговорка**



- **Преамбула или определение сторон. Указываются юридические наименования сторон. Очень часто в преамбуле указываются основные направления бизнеса сторон.**
- **Предметом контракта указываются в первую очередь значимый предмет, т.е. тот предмет, который с точки зрения стоимости сделки является существенным. Указывается четкое наименование предмета, даются его характеристики и свойства, указывается место в международном платежном балансе.**



Цена и общая сумма контракта.

Методика ценообразования.

Механизм ценообразования зависит от инициативы «Покупателя» или «Продавца». Цена контракта указывается в денежных единицах определенной валюты, которая устанавливается на основе согласования базиса поставки и системы скидок за единицу предмета.

Контрактные цены могут быть различного характера:

- твердая цена;**
- цена с последующей фиксацией;**
- скользящая цена.**

Установление вида цены зависит от специфики предмета контракта и характера взаимоотношения сторон.



Твердая цена вносится в контракт после согласования между сторонами и не подлежит изменению в ходе выполнения контракта. Это касается краткосрочных соглашений в пределах 1 года, 1,5 лет.

Цена с последующей фиксацией, как правило, в контракте не указывается. Описывается способ установления цены и момент исполнения или осуществления данного способа.

Скользкая цена предусматривает фиксацию исходной (базисной) цены с последующей корректировкой.



Существует определенные особенности в установлении контрактной цены на оборудование и средства связи. В данном случае скользящая цена – это цена, установленная на момент исполнения контракта путем пересмотра базовой (исходной) цены с учетом изменения цен в данном сегменте рынка.



***Количество предмета* договора может оговариваться в статье «Предмет контракта». Установление меры количества предмета контракта зависит от наименования предмета контракта и существующих торговых традиций.**

При определении количества предмета контракта стороны должны согласовать:

- единицу измерения количества;**
- систему мер и весов;**
- порядок установления количества.**



Существует торговая традиция, которая позволяет использовать не жесткую меру количества, а условную меру, т.е. «около». Как правило, это позволяет получить дополнительную прибыль в определенных ситуациях продавцу или покупателю. Это также называют опционными торгами. Размер опциона, как правило, не выходит за границы 10 % стоимости сделки.



Качество предмета контракта обязательно подробно расписывается в соответствующей статье независимо от наименования конкретного предмета. В этой статье стороны устанавливают качественные характеристики товара, т.е. совокупность свойств, определяющих его пригодность для использования по назначению.

Определение «качества предмета» зависит от следующих критериев:

- стандартов;
- международных требований к параметрам качества конкретного предмета договора;
- технических и технологических условий описаний;
- образцов;
- эталонов.



Сложившаяся международная практика в сфере купли-продажи оборудования и средств связи предусматривает кроме формирования типовой статьи в контракте («Качество предмета») формирование приложения с подробным описанием технических и технологических особенностей предмета контракта.



Определение *срока поставки* включает специфические условия транспортировки конкретного перевозчика и возможности использования портовых зон (свободные экономические зоны).

Срок поставки – это время или временные периоды, в течение которых «продавец» обязуется передать предмет сделки «покупателю».

Срок поставки – это конечная дата поставки всего количества предмета контракта.



В настоящее время в международной практике существует несколько способов установления срока поставки:

- определение фиксированной даты поставки;**
- определение периода, в течение которого должна быть произведена поставка.**
- применение специальных терминов («немедленная поставка», «со склада», «от производителей», «с биржи», «с аукциона», «с торгов»...).**



Инициатива установления платежа иницируется продавцом. Как правило, условие платежа включают:

- установление валюты платежа;**
- порядок расчетов за поставленный товар;**
- перечень документов, предъявляемых к оплате;**
- защитные меры против необоснованной задержки платежа.**

Условия платежа = форма платежа + вид валюты



При установлении *условий платежа* учитываются:

- специфика и наименование предмета сделки ;**
- конъюнктура рынка соответствующего предмета сделки;**
- система посредничества в совершении операции;**
- существующие торговые и финансовые обычаи;**
- соответствующие торговые площадки;**
- норма национального валютного контроля;**
- сложившиеся в банковской практике единообразные правила по применению различных форм расчетов.**



Согласно сложившейся международной практике существует несколько наиболее распространенных способов платежа:

- платеж наличности;**
- платеж в кредит;**
- их сочетание.**



Условие страхования.

В данной статье отражаются страховые обязательства, которые принимает на себя либо продавец, либо покупатель.

Современная практика ведения бизнеса в сфере инфокоммуникаций предусматривает кроме совершения сделки с оборудованием еще привлечение различных «сервисов». Необходимо в условиях страхования предусматривать, стандартный контракт, который включает обязательные условия страхования и персональное страхование, которое содержит сопроводительные страховые полисы и сертификаты.



Форс-мажорная оговорка в контракте не является обязательной статьей, но она желательна для формирования полноценного контракта.

К форс-мажорным обстоятельствам относятся:

- 1) обстоятельства связанные со стихийными бедствиями;**
- 2) политическая ситуация и военные действия;**
- 3) торгово-политические обстоятельства.**

Форс-мажорные оговорки в контракте необходимы для того, чтобы: 1) отодвигать срок исполнения контракта на момент завершения форс-мажорных обстоятельств или 2) иметь возможность изменить как существенное, так и несущественное условие контракта (по договоренности сторон).



Арбитражная оговорка контракта признается юридической силой независимо от действий контракта и независимо от условий контракта.

Арбитражная оговорка должна обязательно содержать наименование той уполномоченной организации, которая может развивать и разрешать возникший спор. Указывается 2 уполномоченных лица, специализированный арбитражный срок и международный арбитражный суд.



Тема 6

**Особенности планирования
деятельности
компаний-участников
международного бизнеса**



Планирование деятельности экономического субъекта-участника международного бизнеса – это процесс разработки и контроля различного уровня планового документа.

***Планирование ВЭД* — это набор действий и решений, предпринятых руководством фирмы (предприятия, организации), которые обеспечивают достижение целей компании средствами ВЭД на длительную перспективу.**



Принципы планирования ВЭД:

- *принцип единства (холизма),*
- *принцип участия,*
- *принцип непрерывности и гибкости планирования,*
- *принцип точности.*



Процесс планирования ВЭД заключается в решении задач, связанных с выбором альтернативных действий:

- по разработке стратегических целей компании: общих и непосредственно внешнеэкономических;**
- по оценке ее возможностей и ресурсов (производственных, кадровых, финансовых, управленческих и т.п.);**
- по анализу тенденций в области маркетинговой деятельности на зарубежных и внутреннем рынках;**
- по определению стратегии на перспективу и разработке программ.**



На основе решения перечисленных задач осуществляется выработка стратегии.

***Стратегия компании* — это рассчитанная на перспективу система мер, обеспечивающая достижение намеченных компанией целей.**

Выработка стратегии ВЭД предполагает реализацию шести этапов:



Схема этапов разработки стратегии ВЭД предприятия

Этапы ВЭД

Оценка готовности предприятия для вступления в международный бизнес

Получение различных видов поддержки

Выбор форм внешнеэкономической деятельности

Формулирование цели и тактики предприятия

Определение механизма внешнеэкономической операции

Исполнение международной коммерческой сделки



Важнейшая составляющая процесса планирования ВЭД — разработка программ и бизнес-планов.

Программы обычно определяют развитие одного из важных аспектов жизнедеятельности компании. Это могут быть программы по модернизации оборудования, совершенствованию технологий, организации контроля качества, учета движения продукции, запасов, ресурсов и другие, связанные с использованием ресурсов мировых рынков и реализацией внешнеэкономических операций.



В основе разработки программ ВЭД лежит оценка внешнеэкономического потенциала предприятия, включающего:

- производство конкурентоспособной на мировом рынке продукции;**
- использование современного высокотехнологичного оборудования;**
- наличие высококвалифицированных, в том числе в сфере ВЭД, специалистов;**
- привлечение минимального количества надежных поставщиков комплектующих и полуфабрикатов, деталей, обеспечивающих гарантированные бесперебойные поставки;**
- выгодное с точки зрения международного сотрудничества месторасположение самого предприятия.**



В международной практике наиболее распространенной формой внутрифирменного планирования является составление *бизнес-планов*.

Процесс функционирования компаний на рынке определяет значение разрабатываемого бизнес-плана.

Бизнес-план может быть:

- планом функционирования;**
- планом создания;**
- планом развития или программой расширения бизнеса, который состоит из трех частей:**
 - 1) инвестиционный проект реализации программы расширения бизнеса (инвестиции, обоснование);**
 - 2) инвестиционный проект программы расширения производственных мощностей;**
 - 3) сам бизнес-план развития.**



Структура бизнес-плана

1. резюме;
2. Описание предприятия;
3. описание продукции (услуг);
4. анализ рынка;
5. производственный план;
6. план сбыта;
7. финансовый план;
8. анализ чувствительности проекта;
9. нормативная информация
10. приложения.



Обязательное отражение в бизнес-плане должны найти следующие аспекты ВЭД:

- экономическое обеспечение ВЭД;**
- способы и формы выхода на внешний рынок;**
- нормативное обеспечение ВЭД;**
- организационное обеспечение ВЭД.**



Указанные аспекты изначально ориентированы на достижение плановых показателей развития ВЭД, среди которых:

- объем производства экспортной продукции;**
- объем реализации продукции на экспорт;**
- ассортимент экспортируемых и импортируемых товаров, услуг, научно-технических достижений;**
- объем и структура затрат на производство и ВЭД;**
- оборачиваемость средств предприятия и его запасов;**
- прибыль (валовая и маржинальная);**
- рентабельность внешнеэкономических операций.**



Преимущества **интернационализации**
предпринимательской деятельности связаны с
возможностью:

- **сохранить и увеличить объемы продаж в случае снижения спроса на внутреннем рынке;**
- **сгладить резкие колебания спроса и продлить жизненный цикл товара;**
- **получить признание за рубежом и завоевать международный престиж для фирмы и ее товаров;**
- **окупить издержки на рыночные исследования и инновации быстрее и эффективнее, чем это может быть сделано на внутреннем рынке;**
- **освоить передовой опыт ведения международного бизнеса, обучить и повысить компетентность персонала фирмы;**
- **улучшить ликвидность активов предприятия за счет использования зарубежных источников получения наличной валюты.**



К трудностям, связанным с выходом на внешние рынки, относятся:

- дополнительные затраты на изучение географических, демографических, политико-правовых, экономических, научно-технических, культурных, социальных и других особенностей предпринимательской среды зарубежных стран;**
- усложнение управления фирмой, что предусматривает необходимость подготовки квалифицированных кадров, владеющих иностранными языками, знакомых с особенностями рынков соответствующих стран, с запросами и предпочтениями зарубежных потребителей, со спецификой ведения переговоров;**
- необходимость модификации и адаптации товаров к требованиям зарубежных рынков;**
- сложности поиска зарубежных партнеров.**



Риски во ВЭД предприятия

Среда возникновения

- экономические
- организационные
- политические
- социальные
- экологические
- смешанные

Территория возникновения

- за рубежом
- на границе
- на национальном рынке

Возможность предвидения и контроля

- полностью предсказуемые и контролируемые предприятием - участником ВЭД;
- частично контролируемые;
- непредсказуемые и неконтролируемые

Сфера проявления

- внутренние;
- внешние



Методики бизнес-планирования

В настоящее время в России наиболее известна следующие основные западные методики формирования бизнес-плана:

1. UNIDO. Данная методика разработана и предполагается ООН (европейское направление по развитию). Ориентирована на экономику развивающихся стран и стран с переходным состоянием экономики – «либерализации рынка». Эта методика бизнес-планирования «блочного типа», в котором представлена взаимосвязанные и взаимоувязанные статьи и разделы бизнес-плана.



2. WB. Эта методика была предложена Всемирным банком Реконструкции и Развития. Данная методика не придерживается блочного типа бизнес-планирование и не призывает к формированию типового бизнес-плана.

Структура бизнес-плана содержит два основных раздела:

- бизнес-проект нового решения в рамках бизнес-плана;**
- финансовое обоснование.**



3. SWT. Разработана компаниями-лидерами в области консалтинга. Бизнес-план касается инвестиционного обоснования. С использованием данной методики формируются инвестиционные проекты компаний и инвестиционные проекты отдельных решений или целых бизнес-направлений.



Особенности использования международных методик бизнес-планирования в инфокоммуникационном бизнесе.

Основные принципы бизнес-планирования:

- **соблюдение системного подхода к формированию бизнес-плана;**
- **использование «блочного» типа бизнес-плана с выделением «ядра» бизнес-планирования;**
«Ядро» - это стратегические направления развития бизнеса и назначения бизнес-плана
- **окончательное решение по бизнес-плану вырабатывается средним топ-менеджментом.**

бизнес-план должен соответствовать «типовому» бизнес-плану (соблюдение принципа сопоставимости) в сфере инфокоммуникационного бизнеса.

