

Лекция 8.

Международный маркетинг.

Основан на :

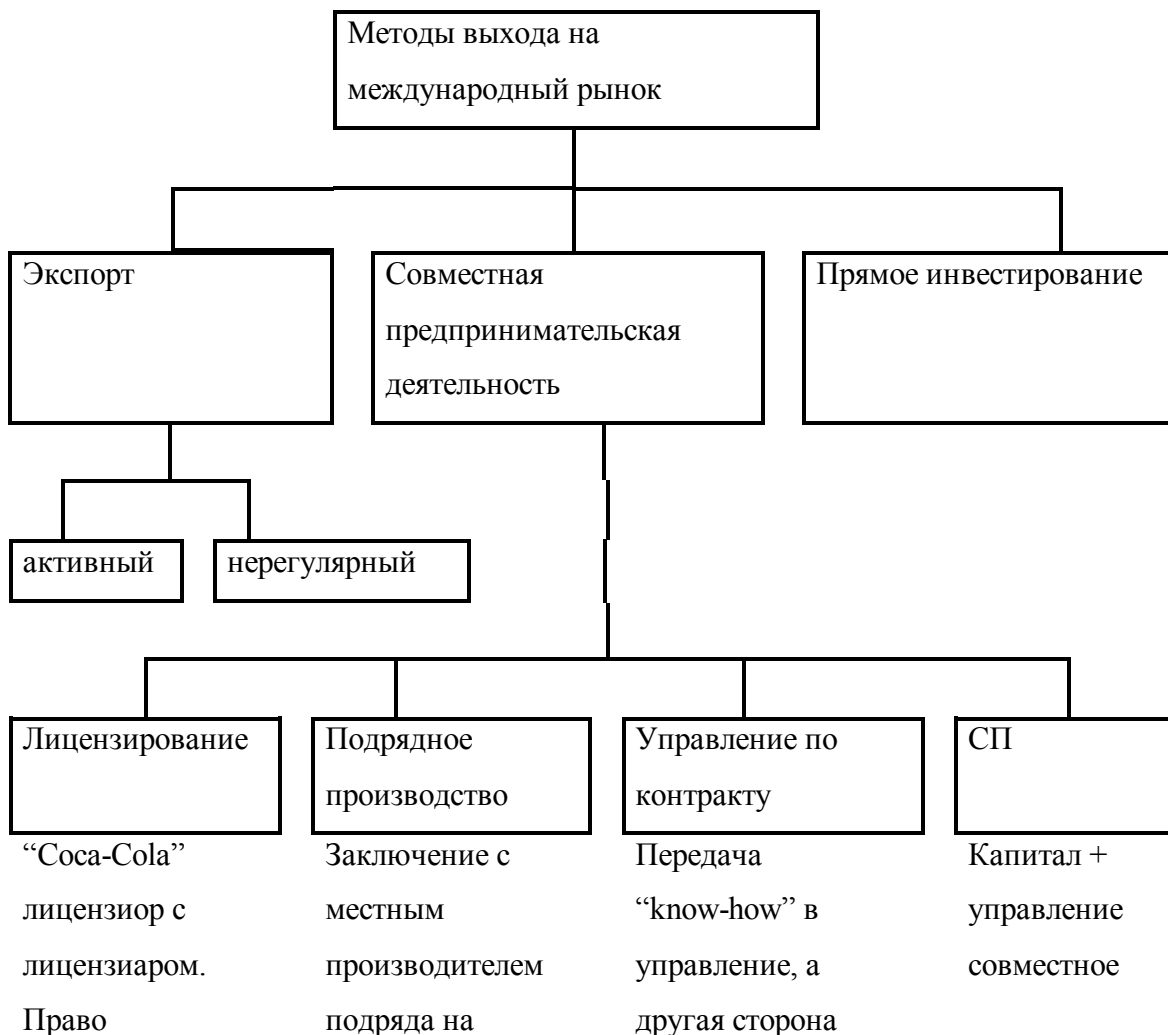
- маркетинговой теории
- теории внешнеэкономической деятельности
- международном праве
- международных финансах и т.д.

Международный маркетинг - это маркетинг предприятий за пределами национальных рынков.

Формы осуществления бизнеса на международном рынке:

1) совместные предприятия (СП);

2) ТНК и ТНБ (финансы, представительства, дочерние компании). Например, “Филипп Морис”, “Джонсон”.



использования производство -капитал
товарного знака “желтая сборка
компьютеров”

Особенности мирового процесса.

1. В мире идет активная компания стандартизации продукции - выдерживание единых стандартов во всех уголках земного шара.
2. Важное место занимает сертификация.

Неписаное правило мировой торговли: - товары, не имеющие сертификата качества, продаются по цене в два раза дешевле, чем обычные (“Азовсталь” - первым осознал: - международный сертификат; “Бриллиантовая звезда качества”).

3. Сегодня существует приблизительно 25 млн. наименований товаров.
4. Рынок перенасыщен товарами в 1,5 раза.
5. Приблизительно 80% изделий не оправдывают рыночных ожиданий и уходят с рынка.

Цель выхода на мировой рынок: -

увеличить эффективность производства и сбыта за счет более эффективной мировой системы распределения специализации и поиска новых рынков сбыта.

Особенности современного мирового рынка.

1. Интернационализация хозяйственной деятельности. Мировой рынок - устойчивая система товарно-денежных отношений между субъектами хозяйственных отношений, связанных между собой участием в международном разделении труда.
2. Экспорт всегда первичен.
Экономический обмен всегда выгоден для страны при условии формирования оптимальной структуры экспорта.
3. Участие в международном разделении труда позволяет достичь целей с меньшим использованием общественного труда.
4. Особенность современной специализации: углубление ее привело к поузловой специализации.
5. Особенности современной мировой торговли.
 6. Сокращение значимости торговли сырьем. Падение цен на сырье. Наблюдается интенсификация обмена готовыми наукоемкими изделиями.
 7. “Ценовые ножницы” на сырье и готовую продукцию.
 8. Активизация торговли услугами (25% мирового оборота - техническое содействие (консалтинг и т.д.) + лизинг).

9. Растет обмен информацией, научно-техническими достижениями и т.д. Рост продажи лицензий и патентов.
10. Распространение безвалютного обмена:
- а) компенсационные соглашения (часть за рубежом);
 - б) клиринг (взаимное погашение платежей);
 - в) параллельный бартер - два контракта на одинаковую сумму;
6. Особенности влияния современных валютно-финансовых отношений:
- а) золотой стандарт (XIX - XX);
 - б) золото-долларовый стандарт : Бреттон - Бургская конференция. 1945г. World Bank.
 - в) демолиторизация золота (1973-1975гг), 1976г. Кингстон (Ямайка), (Франция претензии США).

Основа: - покупательная способность.

Широкое распространение получили клиринговые валюты (в них ведутся счета в банках).

Существуют международные клиринговые денежные единицы:

ЭКЮ (EQU) (средневзвешенная 12 стран ЕС);

сdr - специальные права заимствования (средне взвешены фунт, доллар, франк,)

7. Разбалансированность рынка спроса и предложения.

8. Развитость кредитных отношений.

9. Подверженность регулированию:

10) прямое (политико-административные методы);

11) косвенное (экономические методы).

ГАТТ/ВТО (всемирная торговая организация) - международное соглашение по тарифам и торговле.

Сейчас: ? регулирование ? международному

10. Сильная конкуренция на всех уровнях.

“Международные коммерческие термины”.

За годы интенсивной договорной практики по поводу международного кооперативного взаимодействия сформировались официальные и неофициальные правила. Для преодоления разночтений и систематизации Международной торговой палатой в Париже изданы правила толкования наиболее распространенных понятий под названием “Международные коммерческие термины” (сокращенно “Инкотермс”). Впервые в 1936г, далее 1953г, 1967г, 1976г, 1980 и 1990. Сейчас в силе Инкотермс 1990г.

Инкотермс включает перечень и описание организационных правил - вариантов осуществления договорных поставок.

Базисные условия разграничивают ответственность поставщика и покупателя:

1. “Франко - завод” - EX Works (EXW).
2. “Франко - перевозчик” - Free carrier.
3. ФАС - Free along side ship (FAS).
4. “Франко - вагон” - Free on Rail/ Train (FOR/FOT) передаче при погрузке в вагон или на условной станции.
5. ФОБ (FOB) - Free on Board.
6. ФОБ - аэропорт (FOA).
7. КАФ название порта назначения Cost & Freight (CFR).
8. CIF (Cost, Insurance and Freight) - КАФ + страховка за повреждение во время транспортировки.
9. “Фрахт/ провозная плата оплачена до ...” - Freight/ carriage Paid to (PCP) ~ КАФ, но любым видом перевозки.
10. СІР ~ РСР + страховка; по сути СИФ, но для любого вида транспорта
11. “С судна” - EX Ship (EXS) передача на борту судна.
12. “С пристани с оплатой пошлины/ пошлины за счет получателя (должно быть указано в договоре)” EX Q Duty Paid (EXQ)
13. Поставка до границы (название пограничного пункта) Delivered at Frontier (DAF)
14. Поставка (название конечного пункта в стране назначения) с оплатой пошлины Delivered Duty Paid (DDP) - “Франко - объект”