

Высшее образование

Серия основана в 1996 г.

В.И. Фомичев

Международная

ТОРГОВЛЯ

2-е издание,
переработанное и дополненное

Рекомендовано Министерством общего
и профессионального образования
Российской Федерации в качестве учебника
для студентов вузов, обучающихся
по специальности «Мировая экономика»

Москва
ИНФРА-М
2001



УДК (075.8)339.5
ББК 65.5
Ф76

Рецензенты: **Круглов В.В.** — *д-р экон. наук, профессор*
Санкт-Петербургского университета экономики
и финансов;
Супрунович Б. П. — *профессор*
Финансовой академии при Правительстве
Российской Федерации.

Фомичев В.И. Международная торговля: Учебник; 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2001. - 446 с. - (Серия «Высшее образование»)

ISBN 5-16-000145-X

В учебнике рассматривается одна из важнейших форм международных экономических отношений — международная торговля товарами и услугами в различных ее аспектах: теория, географическая и товарная структура, внешнеторговая и международная торговая политика, организация внешнеторговых операций.

Предназначен для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности «Мировая экономика».

ББК 65.5

ISBN 5-16-000145-X

© Фомичев В.И., 1998, 2000

ПРЕДИСЛОВИЕ

Международная торговля — основная форма международных экономических отношений, поскольку включает торговлю не только товарами в вещественном понимании этого слова, но и самыми разнообразными услугами (транспортными, финансовыми, услугами для бизнеса, туристическими и др.). Торговые противоречия являются наиболее острыми в мировой экономике, а либерализация торговых отношений — предметом обсуждений в одной из наиболее влиятельных международных организаций — Всемирной торговой организации. Региональные интеграционные процессы также начинаются с ликвидации барьеров во взаимной торговле. Многие предприятия участвуют в международной торговле, импортируя необходимые материалы и экспортируя готовую продукцию, а каждый человек активно участвует в международной торговле, покупая импортные товары.

В предлагаемом учебнике автор попытался отразить многогранность международной торговли, проанализировав все ее основные направления. В нем последовательно рассматриваются шесть основных тем: теории международной торговли; структура и современное состояние международной торговли; закономерности и тенденции внешнеторговой и международной торговой политики; региональный аспект международной торговли и внешнеторговой политики: торговые отношения в Западной и Центральной Европе и внешняя торговля России; организация внешнеторговых операций; международная торговля услугами.

Первое издание учебника пользовалось успехом у читателей, его тиража явно не хватило для всех желающих, что вызвало необходимость подготовки второго издания.

Основное отличие второго издания состоит в том, что объем учебника в значительной степени сокращен для того, чтобы сделать его более удобным для работы в процессе подготовки к семинарским занятиям, зачетам и экзаменам. Кроме того, в него внесены некоторые изменения: актуализирована информация по отдельным главам и обновлен статистический материал. Однако в реальной жизни постоянно происходят изменения, поэтому автор предполагает, что при изучении тем, рассмотренных в учебнике, студенты под руководством преподавателей проведут поиск и анализ текущей статистической и иной информации по соответствующим темам на семинарских занятиях, при подготовке рефератов и курсовых работ.

Автор заранее благодарен всем, кто сочтет возможным прислать конструктивные замечания и предложения, которые позволят сделать книгу более совершенной и тем самым в оптимальной степени удовлетворить интерес к международной торговле самого взыскательного читателя.

ГЛАВА 1. ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ

Проблемы международной торговли интересовали ученых и политиков еще в те времена, когда другие направления экономической теории не были разработаны.

Первой попыткой теоретического осмысления международной торговли и выработки рекомендаций в этой области явилась доктрина меркантилизма (mercantilism). Ранний меркантилизм возник в конце XV в. и был основан на стремлении к увеличению денежного богатства. Для удержания денег в стране запрещался их вывоз за границу. Все денежные суммы, вырученные от продажи, иностранцы должны были потратить на покупку местных изделий. Ранние меркантилисты придерживались взглядов, согласно которым государству следует продавать на внешнем рынке как можно больше любых товаров, а покупать как можно меньше. При этом должно накапливаться золото, отождествлявшееся в то время с богатством.

Поздний меркантилизм развивался со второй половины XVI в. до середины XVIII в. Центральным положением позднего меркантилизма была система активного торгового баланса. Богатство отождествлялось с избытком товаров, который уже на внешнем рынке должен был превратиться в деньги. Источником этого избытка считалась разница между стоимостью вывезенных и ввезенных товаров, которая обеспечивалась двумя способами:

- вывоз изделий из своей страны, причем разрешался вывоз только готовых изделий, так как от их продажи можно выручить больше денег, чем от вывоза сырья, и запрещался ввоз предметов роскоши;
- посредническая торговля, в связи с чем разрешался вывоз денег за границу. При этом выдвигался принцип: покупать дешевле в одной стране и продавать дороже в другой.

Для обеспечения активного торгового баланса и захвата внешних рынков государство ограничивало ввоз путем обложения пошлинами иностранных товаров и поощряло вывоз, выплачивая, в частности, премии для организации производства товаров, пользовавшихся большим спросом на внешнем рынке.

§ 1. Классические теории международной торговли

1. Теория абсолютных преимуществ

В период перехода ведущих стран к крупному машинному производству Адам Смит (Adam Smith) снова поставил вопрос о рациональной международной торговле. В своей знаменитой книге «Исследование о природе и причинах богатства народов» (1776), посвященной критике меркантилизма, он предположил, что для государства может быть выгодной не только продажа, но и покупка товаров на внешнем рынке, а также попытался определить, какие именно товары выгодно экспортировать, а какие — импортировать. В литературе его подход получил название *принципа* (или *модели*) *абсолютного преимущества* (absolute advantage). А. Смит выделял некоторые общие принципы, которые считал характерными для деятельности разумно хозяйствующего субъекта, и переносил их на внешнюю торговлю.

«Основное правило каждого благоразумного главы семьи состоит в том, чтобы не пытаться изготовлять дома такие предметы, изготовление которых обойдется дороже, чем при покупке их на стороне. Портной не пробует сам шить себе сапоги, а покупает их у сапожника. Сапожник; не пробует сам шить себе одежду, а прибегает к услугам портного. Фермер не пробует ни того, ни другого, а пользуется услугами обоих этих ремесленников. Все они находят более выгодным для себя затрачивать весь свой труд в той области, в которой они обладают некоторым преимуществом перед своими соседями, и все необходимое им покупать в обмен на часть продукта или, что то же самое, на цену части продукта своего труда.

То, что представляется разумным в образе действий любой частной семьи, вряд ли. может оказаться неразумным для всего королевства. Если какая-либо чужая страна может снабжать нас каким-нибудь товаром по более дешевой цене, чем мы сами в состоянии изготовлять его, гораздо лучше покупать его у нее на некоторую часть продукта нашего собственного промышленного труда, прилагаемого в той области, в которой мы обладаем некоторым преимуществом»*.

* Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов: Кн IV «О системах политической экономии». — М.: Соцэкгиз, 1935. С. 32-33.

Идея А. Смита может быть выражена в простой модели. Однако поскольку любая модель абстрактна, необходимо ввести некоторые условия, при которых она может быть использована для анализа:

Условие 1. В мире существуют только две страны.

Условие 2. В странах производятся только два товара.

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

Условие 4. Международная торговля сбалансирована (импорт оплачивается экспортом).

Условие 5. Факторы производства не перемещаются между странами.

Условие 6. Только труд влияет на производительность и цену товара.

Условие 7. Соотношение между трудом и выходом продукции постоянно (эффект масштаба).

Условие 8. Факторы производства абсолютно мобильны между отраслями.

Условие 9. В обеих странах и в обеих отраслях имеет место совершенная конкуренция.

Рассмотрим модель абсолютного преимущества.

Таблица 1.1
Принцип абсолютного преимущества

	Страна А	Страна В
Товар S	3 ч	12 ч
Товар Т	6 ч	4 ч

В табл. 1.1 приведены данные о времени, необходимом для производства единицы конкретного товара в конкретной стране. Например, на производство единицы товара S в стране А требуется 3 ч, а в стране В — 12 ч, т. е. в стране А на производство единицы товара S затрачивается меньше времени, чем в стране В, что означает абсолютное преимущество страны А в производстве товара S. Страна В, в свою очередь, имеет абсолютное преимущество в производстве товара Т. Если страна А сократит производство товара Т и увеличит производство товара S, страна В, наоборот, сократит производство товара S и увеличит производство товара Т, то будут иметь место международное разделение труда и международная торговля

на основе принципа абсолютного преимущества (табл. 1.2).

Таблица 1.2

Выгоды от международного разделения труда на основе принципа абсолютного преимущества

	Страна А	Страна В	Весь мир
Товар S	+2 шт.	-1 шт.	+1 шт.
Товар Т	-1 шт.	+3 шт.	+2 шт.

В том случае, если в стране А производство товара Т сократится на 1 шт., то это позволит сэкономить 6 ч, которые можно использовать для производства дополнительных 2 шт. товара S. Подобная ситуация произойдет и в стране В. В этом случае в результате сокращения производства на 1 шт. товара S будет сэкономлено 12 ч, которые можно использовать для дополнительного производства 3 шт. товара Т. В целом, мировое производство товара S увеличится на 1 шт., а товара Т — на 2 шт., причем без использования дополнительных ресурсов, а только благодаря международному разделению труда.

В конце XVIII в. преобладала торговля сырьевыми товарами, что и обусловило создание А. Смитом его теории. Действительно, выгоднее выращивать цитрусовые в тропических странах, а не в Англии. Однако уже в то время на торговлю с европейскими странами приходилось около половины объема внешней торговли Англии. Естественно, что теория абсолютных преимуществ не могла основываться исключительно на природных различиях. В связи с этим А. Смит отмечает, что наряду с естественными преимуществами существуют еще преимущества приобретенные.

«В данном случае не имеет никакого значения, являются ли те преимущества, какими обладает одна страна сравнительно с другой, естественными или приобретенными. Поскольку одна страна обладает такими преимуществами, а другая лишена их, для последней будет всегда выгоднее покупать у первой, а не производить самой. Преимущество, которым обладает ремесленник перед своими соседями, занимающимися другими профессиями, является приобретенным, и, тем не менее, как он, так и они находят более выгодным покупать друг у друга, вместо того, чтобы производить предметы не по своей специальности»*.

* Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов: Кн. IV «О системах политической экономии». — М.: Соцэкгиз, 1935. С. 34.

А. Смит не рассматривал ситуацию, когда какая-либо страна имеет абсолютное преимущество по всем товарам (табл. 1.3). Это сделал Давид Рикардо (David Ricardo), который в своей работе «Начала политической экономии и налогового обложения» (1819) сформулировал более общий принцип взаимовыгодной торговли и международной специализации; включающий в качестве частного случая модель А. Смита.

Таблица 1.3

Абсолютное преимущество одной страны по всем товарам

	Страна А	Страна В
Товар S	3 ч	12 ч
Товар Т	6 ч	8 ч

2. Теория сравнительных преимуществ

Д. Рикардо, отметив специфику международных экономических отношений, создал модель, в которой показал, что несоблюдение принципа А. Смита не является препятствием для взаимовыгодной торговли. Д. Рикардо открыл закон *сравнительного преимущества* (comparative advantage): **страна должна специализироваться на экспорте товаров, в производстве которых она имеет наибольшее абсолютное преимущество (если она имеет абсолютное преимущество по обоим товарам) или наименьшее абсолютное непреимущество (если она не имеет абсолютного преимущества ни по одному из товаров)**. Он приводит ставший хрестоматийным пример обмена английского сукна на португальское вино, в результате которого получают выгоду обе страны, даже если абсолютные издержки производства сукна и вина в Португалии ниже, чем в Англии*. Исходные условия для этого примера представлены в табл. 1.4.

Таблица 1.4
Принцип сравнительного преимущества

	Англия	Португалия
n сукна	100 рабочих/год	90 рабочих/год
m вина	120 рабочих/год	80 рабочих/год

Из табл. 1.4 видно, что для производства определенного количества (n) сукна в Англии потребуется труд 100 рабочих в год. На данное количество сукна Англия приобретает некоторое (m) количество португальского вина, для собственного производства которого потребовался бы труд 120 рабочих в год. Следовательно, Англии выгодно покупать у Португалии вино за счет продажи ей сукна. На производство тех же товаров Португалия затрачивает труд соответственно 90 и 80 рабочих в год, поэтому ей выгодно ввозить сукно в обмен на вино. Неэквивалентный обмен труда 100 английских рабочих на труд 80 португальских рабочих, по мнению Д. Рикардо, обусловлен трудностями перемещения факторов производства между странами.

Согласно модели Д. Рикардо Португалия обладает абсолютным преимуществом перед Англией в производстве обоих товаров, однако Португалия имеет сравнительное преимущество в производстве вина, так как для его производства потребуется 67% ($80/120 \times 100$) издержек Англии, а для производства сукна — 90% ($90/100 \times 100$). Следовательно, для Португалии более выгодно производить и экспортировать вино, а для Англии — сукно.

Д. Рикардо в своей модели предполагает заданным количество производимых товаров (вино и сукно) и рассматривает различия в затратах рабочего времени на их производство. Впоследствии, уже в XX в., этот подход стал интерпретироваться иначе, на основе понятия альтернативных издержек (или издержек замещения). Автором такой интерпретации считается американский экономист Г. Хаберлер.*

* Haberler J. A Survey of International Trade Theory. — Princeton, 1961.

В соответствии с этим подходом заданным считается количество ресурсов, имеющихся в стране. Введем в наш анализ еще одно условие:

Условие 10. В каждой стране технология и количество факторов неизменны.

Теперь проиллюстрируем принцип сравнительного преимущества с этой позиции. Воспользуемся некоторыми исходными условиями из примера Д. Рикардо: имеются две страны (Англия и Португалия) и два товара (сукно и вино). Допустим, что в Англии для производства 1 м² сукна необходимо 100 ч рабочего времени, а для производства 1 л вина — 120 ч. Общее количество рабочих часов, которым располагает Англия в данном году, равно 220 тыс. ч. Таким образом, в Англии может быть произведено либо 2200 м² сукна ($220 \text{ тыс. ч}/100 \text{ ч}$), либо 1833 л вина ($220 \text{ тыс. ч}/120 \text{ ч}$), либо возможна любая комбинация данных товаров в этих пределах.

В Португалии общее количество рабочих часов равно 170 тыс. ч. На производство 1 м² сукна ей потребуется 90 ч, а на производство 1 л вина — 80 ч. Таким образом, в Португалии может быть произведено либо 1899 м² сукна ($170 \text{ тыс. ч}/90 \text{ ч}$), либо 2125 л вина ($170 \text{ тыс. ч}/80 \text{ ч}$), либо возможна любая комбинация данных товаров в этих пределах.

На рис. 1,1 и 1.2 изображены границы производственных возможностей Англии и Португалии.

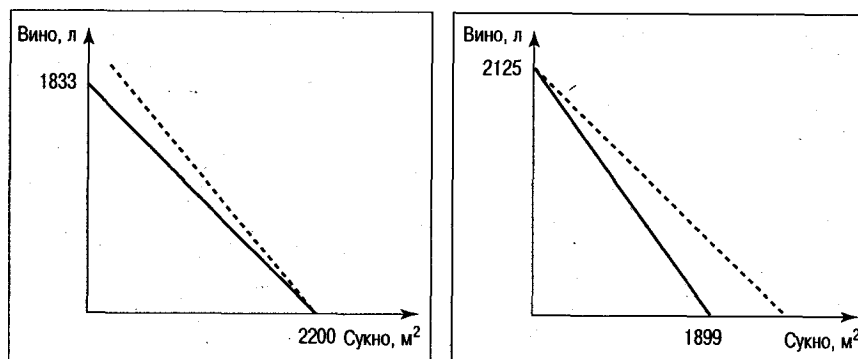


Рис. 1.1. Граница производственных возможностей Англии
 Рис. 1.2. Граница производственных возможностей Португалии

В Англии 1 м² сукна стоит примерно 4/5 л вина, в Португалии — примерно 6/5 л вина. Эти относительные цены существуют при отсутствии торговли между Англией и Португалией и поэтому называются *автаркическими*. Если абстрагироваться от транспортных расходов и предположить, что не существует никаких препятствий для торговли между странами, то Англия будет продавать в Португалию сукно, относительная цена которого в Англии ниже, чем в Португалии, а Португалия будет продавать в Англию вино, относительная цена которого ниже, чем в Португалии.

Эта торговля повлияет на относительные цены товаров таким образом, что вместо двух различных цен замкнутых рынков постепенно установится единая мировая цена. Например, мировая цена 1 м² сукна установится в пределах от 4/5 до 6/5 л вина. Допустим, что эта цена будет равна 5/5, т. е. 1. По этой цене сукно будет продаваться и в Англии, и в Португалии. В Англии производители вина будут получать меньше прибыли, чем раньше, а производители сукна — больше. В результате сократится производство вина и увеличится производство сукна. Обратная ситуация возникнет в Португалии. Все это приведет к тому, что Англия будет специализироваться на производстве и экспорте сукна, а Португалия — на производстве и экспорте 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, новые границы которого обозначены пунктирными линиями на рис. 1.1 и 1.2.

На рис. 1.1 и 1.2 кривые производственных возможностей (production-possibility curves) имеют вид прямых линий. Это означает, что постоянными являются издержки замещения (opportunity costs), т. е. издержки производства некоторого количества других товаров, которыми надо пожертвовать, чтобы увеличить выпуск какого-то одного товара. В нашем примере для производства 1 м² сукна в Англии необходимо отказаться от 4/5 л вина, а в Португалии — от 6/5 л вина независимо от общего количества производимого сукна. Например, в Португалии производство каждого добавочного 1 м² сукна обходится в 6/5 л вина независимо от того, первый ли квадратный метр производится или 1899-й, если необходимо отказаться от производства последних 6/5 л вина.

Эта ситуация слишком далека от реальности, поэтому ее нельзя использовать для дальнейшего анализа. Действительно, при постоянных издержках замещения каждая страна может максимально увеличить свою прибыль от внешней торговли, если будет полностью специализироваться на «сравнительно преимущественном» товаре. Но в реальной жизни такого не бывает. Все страны производят для собственного потребления какое-то количество товаров, которые они частично импортируют.

Кроме того, даже при неизменном эффекте масштаба (*условие 7*) перемещение факторов производства из одной отрасли в другую зачастую сопряжено с ростом издержек замещения, поскольку 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 товаров в других отраслях.

Ситуация, возникающая при возрастании издержек замещения, представлена на рис. 1.3 (для удобства взяты несколько иные цифры).

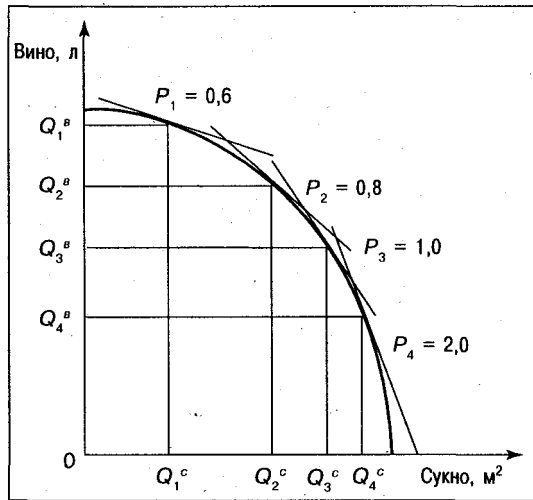


Рис. 1.3. Кривая производственных возможностей при возрастающих издержках замещения

Из рис. 1.3 видно, что если производится количество сукна в точке Q_1^c то для увеличения производства сукна на 1 м^2 потребуется пожертвовать $0,6$ л вина (точка P_1), если же производится еще больше сукна (точка Q_2^c), то для увеличения производства сукна еще на 1 м^2 необходимо пожертвовать уже $0,8$ л вина (точка P_2) и т. д. При такой ситуации кривая предложения будет выглядеть так, как представлено на рис. 1.4. В случае же постоянных издержек замещения кривая предложения сукна выглядит так, как показано на рис. 1.5.

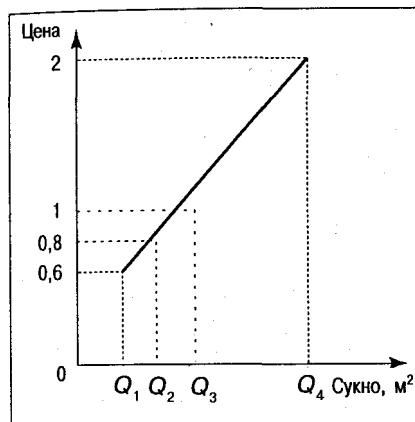


Рис. 1.4. Кривая предложения сукна при возрастающих издержках замещения

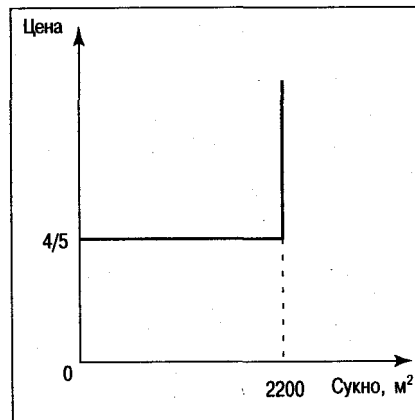


Рис. 1.5. Кривая предложения сукна при постоянных издержках замещения

Если рассматривать производственные возможности с учетом спроса, внутренний рынок сукна в Англии и Португалии будет выглядеть так, как представлено на рис. 1.6 и 1.7.

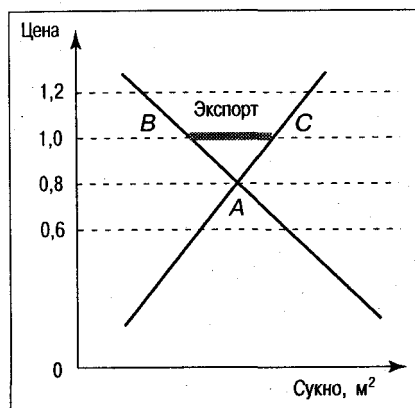


Рис. 1.6. Рынок сукна в Англии

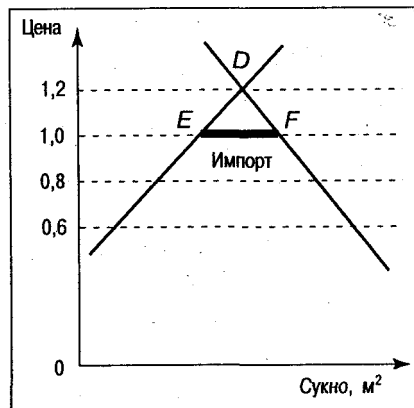


Рис. 1.7. Рынок сукна в Португалии

При отсутствии международной торговли, т.е. в условиях автаркии, равновесие спроса и предложения сукна в Англии и Португалии устанавливается при различных ценах. В Англии в точке равновесия A 1 м^2 сукна стоит $0,8$ л вина, а в Португалии в точке равновесия D — $1,2$ л вина. С развитием торговли между Англией и Португалией мировая цена на сукно устанавливается в пределах от $0,8$ до $1,2$ л вина. Мировой рынок сукна выглядит так, как представлено на рис. 1.8.

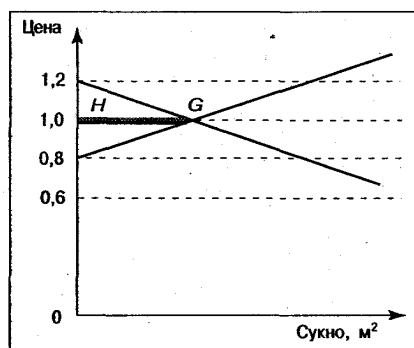


Рис. 1.8. Мировой рынок сукна

Равновесие между мировым спросом и предложением будет в точке G , т. е. при цене 1 м^2 сукна = 1 л вина. При этой цене избыточный спрос в Португалии на сукно равен избыточному предложению Англии и объему мировой экономики: $GH = EF = BC$ (см. рис. 1.6-1.8).

Рассмотрим теперь, какие выгоды от участия в международной торговле получит Португалия, импортирующая сукно (рис. 1.9).

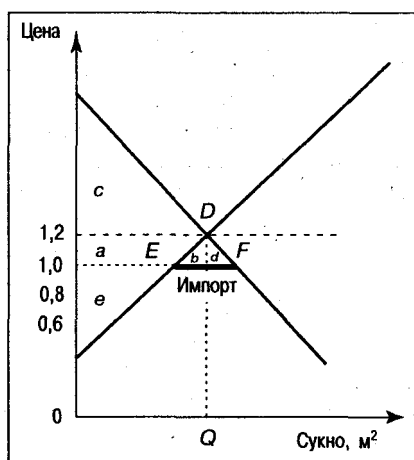


Рис. 1.9. Выгоды Португалии от импорта сукна

Для того чтобы определить эти выгоды, воспользуемся такими понятиями, как *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 соответствует дополнительному доходу тех производителей, которые продали товар по сложившейся на рынке цене равновесия, хотя готовы были продать его по более низкой цене.

На рис. 1.9 дополнительная выгода потребителей в условиях автаркии соответствует площади треугольника c , т.е. площади выше линии цены равновесия, ограниченной кривой спроса. Дополнительная выгода производителей в этих же условиях соответствует площади $a + e$, т.е. площади ниже линии цены равновесия, ограниченной кривой предложения.

В международной торговле, когда товары на внутреннем рынке продаются по мировой цене, отличной от цены равновесия в автаркических условиях, дополнительные выгоды потребителей и производителей изменяются. Цены на сукно в Португалии упали с 1,2 до 1,0. В результате португальские потребители сукна получили дополнительную выгоду (площадь $a + b + d$), в то время как португальские производители потеряли дополнительную выгоду (площадь a).

Теперь сравним выгоды потребителей и потери производителей от участия страны в международной торговле и определим общий результат для страны в целом. Согласно принципу «равноценности денег» одна денежная единица производителя имеет такой же «вес» для страны в целом, как и одна денежная единица потребителя. Следовательно, общий выигрыш Португалии от импорта сукна будет равен площади $b + d$, т.е. половине произведения объема импорта на разницу между внутренней автаркической и мировой ценами равновесия. Этот выигрыш потребителей не компенсируется потерями производителей.

В результате участия Англии в международной торговле повысились цены на английское сукно и, как следствие, увеличилось его производство (рис. 1.10). Таким образом, английские производители сукна получили дополнительную выгоду, размер которой равен площади $a + f$. В то же время в связи с ростом цен на сукно сократилось его потребление в Англии, т.е. английские потребители лишились дополнительной выгоды, выраженной площадью a . Общий выигрыш Англии равен площади f , т.е. половине произведения объема экспорта на разницу между внутренней автаркической и мировой ценами равновесия. Этот выигрыш производителей не компенсируется потерями потребителей.

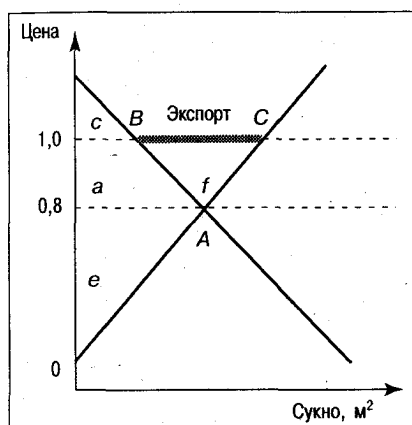


Рис. 1.10. Выгоды Англии от экспорта сукна

Таким образом, международная торговля выгодна всем участникам. Для того чтобы определить степень выигрыша каждого участника, необходимо сравнить площадь $b + a$ (см. рис. 1.9) и площадь f (см. рис. 1.10). В соответствии с нашим предположением о том, что экспорт равен импорту, распределение выгод от международной торговли будет зависеть от того, чьи цены претерпели наибольшее изменение. В нашем примере выгоды распределились поровну между обеими странами, но в действительности это бывает редко. Чаще одна страна выигрывает в большей степени, чем другая, что обусловлено различным наклоном кривых торговли, т.е. их различной эластичностью. Больше выигрывает та страна, у которой эластичность кривых торговли ниже.

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» (terms of trade). Этот показатель регулярно рассчитывается различными организациями по следующей формуле:

где P_x — индекс экспортных цен; (x_i -доля каждого i -го товара в суммарной стоимости

экспорта в базисном году; p_i - отношение текущей цены i -го товара к его цене в базисном году);

где P_m — индекс импортных цен; (m_i — доля каждого i -го товара в суммарной стоимости

экспорта в базисном году).

Рост показателя T обычно называют улучшением условий торговли. Информация об изменении условий торговли регулярно публикуется в статистическом сборнике *International Financial Statistics Yearbook*, издаваемом Международным валютным фондом.

§ 2. Теория Хекшера-Олина

В конце XIX в. - начале XX в. произошли, структурные сдвиги в международной торговле. Роль естественных природных различий как фактора международного разделения труда существенно снизилась. То же можно сказать и о различиях в производительности труда, поскольку торговля между странами с примерно одинаковым уровнем развития (США и европейские страны) была достаточно активной.

В это время шведские экономисты Эли Хекшер (Eli Heckscher) и Бертиль Один (Bertil Ohlin) попытались объяснить причины международной торговли продукцией обрабатывающей промышленности. Основные положения новой теории были сформулированы Э. Хекшером в короткой газетной статье, опубликованной в 1919 г. В 20-е и 30-е гг. эти положения были обобщены и развиты его учеником Б. Олином*. Определенный вклад в развитие этой теории внес и американский экономист П. Самуэльсон.

* Ohlin B. *Interregional and international Trade*. – Cambridge (Mass.), 1933.

В соответствии с их теорией страны экспортируют те товары, в производстве которых в основном используется избыточный фактор. По мнению авторов теории, существует три основных фактора: труд, капитал и земля. Однако теория Хекшера—Олина является двухфакторной, так как в ней сравниваются только два фактора из трех, например труд и капитал. Таким образом, одни товары являются трудоемкими, а другие — капиталоемкими. Различные страны в разной степени наделены трудом и капиталом. Следовательно, в стране, где трудовых ресурсов много, а капитала недостаточно, труд будет сравнительно дешевым, а капитал — дорогим, и наоборот, в стране, где трудовых ресурсов мало, а капитал имеется в достаточном количестве, труд будет дорогим, а капитал — дешевым. Каждая из этих стран будет экспортировать те товары, которые сравнительно дешевле произвести, используя в большей степени «дешевый фактор производства».

1. Динамическая модель

На примере модели Хекшера-Олина рассмотрим теорию сравнительных преимуществ в динамике с учетом тенденции к экономическому росту.

Рост населения, повышение квалификации рабочей силы, освоение новых земель и месторождений, инвестиции в производство — все это влияет на экономический рост страны и может привести к изменению спроса и предложения.

Изменение спроса имеет определенную закономерность, суть которой состоит в том, что с ростом дохода спрос населения на различные товары и услуги возрастает неравномерно (при неизменности остальных переменных), т.е. различные товары обладают различной эластичностью по доходу (η_i):

$$\eta_i = \frac{\text{Прирост спроса на } i\text{-й товар}}{\text{Прирост дохода, обусловившего увеличение спроса}} \%$$

По мере роста дохода доля некоторых благ в общем объеме спроса сокращается (для них $\eta_i < 0$). Это так называемые предметы первой необходимости. Доля других товаров с ростом дохода возрастает (для них $\eta_i > 1$). Это так называемые предметы роскоши. При экономическом росте данная закономерность определяет структуру международной торговли и место той или иной страны в мировом хозяйстве.

Предположим, что $\eta_i = 1$. В этом случае возможно несколько вариантов экономического роста. Прежде всего это средний (нейтральный) экономический рост, когда предложение факторов производства растет одинаковыми темпами, что приводит к тому, что кривые производственных возможностей не изменяют формы, а изменяется только их масштаб, при этом потребности удовлетворяются на более высоком уровне, что отражено соответствующими кривыми безразличия* (рис. 1.11).

* Кривые безразличия (indifference curve) показывают все те сочетания разного количества имеющихся товаров, которое обеспечивает индивидуальному потребителю одинаковый уровень полезности в пределах общей суммы доходов. Кривые безразличия достаточно подробно рассматриваются в курсе «Микроэкономика». На наших графиках эти кривые обозначаются буквой *I*. Причем чем больше цифра, стоящая возле этой буквы, тем более высокому уровню удовлетворения потребностей соответствует данная кривая безразличия.

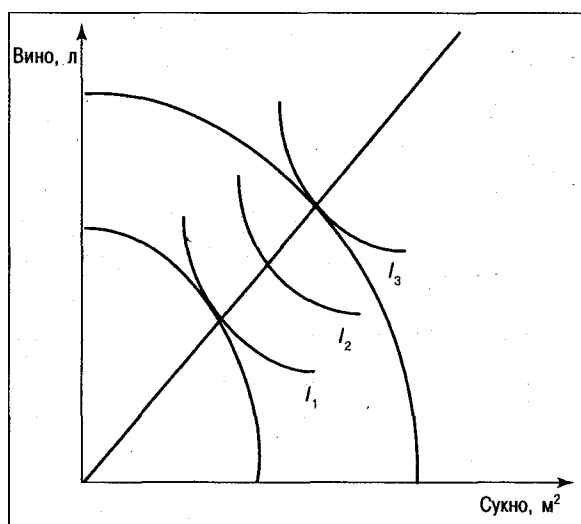


Рис. 1.11. Кривые безразличия и производственных возможностей при нейтральном экономическом росте

При таком экономическом росте мировые цены и направления товаро-потоков не изменяются, а изменяются только объемы торговли.

Иная ситуация возникает при неравномерном росте предложений факторов, т.е. при так называемом несбалансированном росте. Предположим, что этот рост имеет место только в одной стране, а в другой — экономика остается без изменений. Допустим, что страной, в которой произошел экономический рост, является Португалия, экспортирующая вино и импортирующая сукно, и что производство вина землеемкое, а сукна — капиталоемкое. Далее предположим, что имеет место рост предложения одного фактора — капитала. Это приведет к более быстрому росту производства сукна в Португалии, т.е. в отрасли, конкурирующей с импортом. В результате сократится импорт и, возможно, снизятся мировые цены (рис. 1.12).

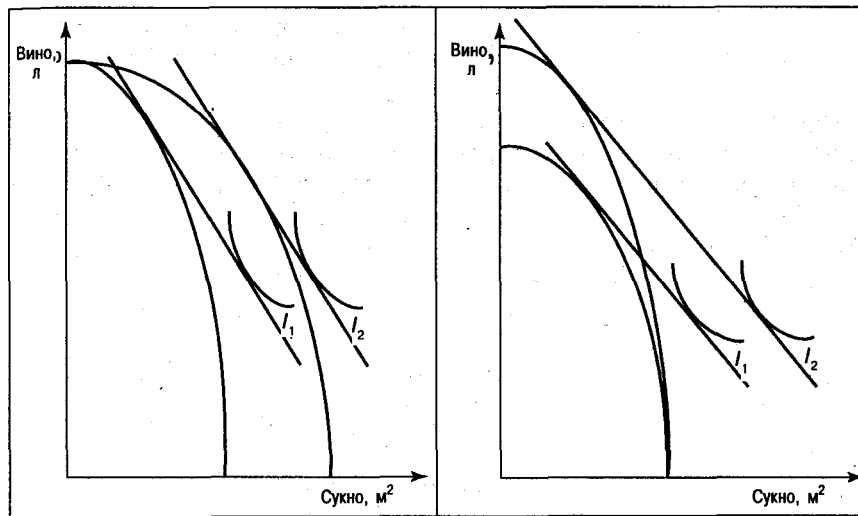


Рис. 1.12. Кривые безразличия и производственных возможностей Португалии при росте предложения одного фактора - капитала

Рис. 1.13. Кривые безразличия, и производственных возможностей Португалии при росте предложения одного фактора — земли

В случае если в Португалии произошел рост предложения новых земель, пригодных для выращивания винограда, а предложение других факторов осталось без изменений (рис. 1.13), то это приведет к снижению арендной платы и к расширению виноградников, а следовательно, к росту предложения вина на экспорт, т.е. к расширению международной торговли и, возможно, к снижению мировых цен.

2. Теорема Рыбчинского

Неравномерный рост предложения факторов имеет еще одно важное последствие, отраженное в теореме Рыбчинского: **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.**

Такая ситуация может возникнуть, например, при производстве сукна в Португалии, если произойдет прирост капитала (рис. 1.14).

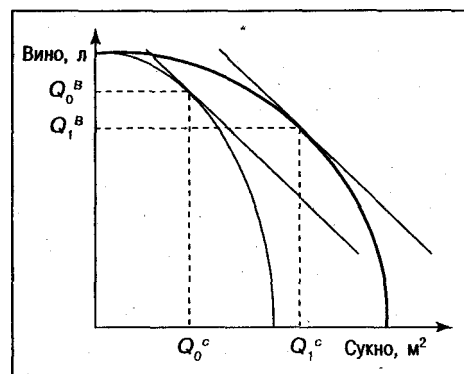


Рис. 1.14. Изменения в производстве товаров в Португалии при росте предложения одного фактора — капитала

Теорема Рыбчинского неоднократно подтверждалась практикой. Так, уже хрестоматийным стал пример деиндустриализации Голландии — «голландская болезнь». Проблема была связана с активной разработкой Голландией месторождений природного газа в Северном море. Создавалось впечатление, что с ростом добычи природного газа промышленный экспорт Голландии сокращался, а рост цен на все виды топлива (включая природный газ) на мировом рынке даже усиливал эту тенденцию. Объяснение этой ситуации вытекает из теоремы Рыбчинского: 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.

Таким образом, с международной торговлей могут быть связаны не только положительные, но и отрицательные последствия, что объясняет наличие двух тенденций во внешнеторговой политике — свободной торговли и протекционизма.

3. Парадокс Леонтьева

В 1954 г. была опубликована статья американского экономиста Василия Леонтьева (Wassily Leontief), в которой была сделана попытка проверить теорию Хекшера—Олина на основе расчета полных затрат труда и капитала на экспорт и импорт США, которые в то время считались капиталоемкой страной. Предполагалось, что США экспортируют капиталоемкие товары, а импортируют — трудоемкие. Такое предположение вытекало из того, что после второй мировой войны в Европе наблюдались нехватка капитала и относительный избыток рабочей силы, в то время как США удалось к окончанию войны обеспечить прирост капитала. Результат оказался обратным и получил название «парадокс Леонтьева» (Leontief paradox). 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 в любой комбинации с данным количеством капитала 1 человеко-год американского труда эквивалентен 3 человеко-годам иностранного труда, т.е. большая производительность американского труда обусловлена более высокой квалификацией американских рабочих, что послужило основой для возникновения модели «квалификации рабочей силы».

В соответствии с этой теорией в производстве участвуют не три фактора, а четыре: квалифицированный труд, неквалифицированный труд, капитал и земля. Относительное изобилие профессионального персонала и высококвалифицированной рабочей силы ведет к экспорту товаров, для изготовления которых необходим квалифицированный труд. Изобилие неквалифицированной рабочей силы способствует экспорту товаров, для производства которых высокая квалификация не требуется.

Попытки объяснить «парадокс Леонтьева» привели также к появлению теорий, основанных на расширительном понимании категории капитала.

§ 3. Неотехнологические теории

Развитие наукоемких, высокотехнологичных отраслей* и стремительный рост международного обмена их продукцией привели к формированию теорий неотехнологического направления, которое представляет собой совокупность отдельных моделей, частично взаимодополняющих, но иногда и противоречащих одна другой.

* К высокотехнологичным отраслям относятся, как правило, производство медицинских препаратов, электронно-вычислительных машин и оборудования, радиоэлектронных компонентов, лабораторного оборудования, авиационная и ракетно-космическая промышленность.

Теория снижающихся издержек (эффект масштаба) развилась на основе критики и отрицания модели Хекшера—Олина. Исходным является предположение, что развитые страны наделены факторами производства в сходных пропорциях, поэтому торговля между ними имеет смысл в том случае, если они специализируются на производстве товаров различных отраслей, что позволяет снижать издержки за счет массового производства.

Теория «технологического разрыва» предполагает, что развитие торговли между странами при одинаковой наделенности факторами производства вызвано техническими изменениями, возникающими в какой-то одной отрасли в одной из торгующих стран. Из-за того, что технические новшества первоначально появляются в одной стране, она приобретает преимущество: новая технология позволяет производить товары с меньшими издержками. Если новшество заключается в производстве нового продукта, то предприниматель в стране-новаторе в течение определенного времени обладает так называемой «квазимонополией», т. е. получает добавочную прибыль, экспортируя новый товар. Следовательно, выгодно выпускать не то, что относительно дешевле, а то, что пока никто выпускать не может, но необходимо всем или многим. 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 этими новшествами. Этот разрыв постепенно будет преодолеваться, так

как другие страны начинают копировать нововведение страны-новатора. Однако пока разрыв не преодолен, торговля новыми товарами, производимыми по новой технологии, будет продолжаться.

Теория «цикла жизни продукта» (product life cycle theory), разработанная в 1966 г. Р. Верноном *, является наиболее популярной теорией неотехнологического направления. Она заинтересовала почти всех экономистов, поскольку более точно отражает реальное состояние международного разделения труда в современном периоде. В соответствии с данной теорией каждый новый продукт проходит цикл, включающий стадии внедрения, расширения, зрелости и старения (рис. 1.15).

* Vernon R. International Investment and International Trade in the Product Cycle// Quarterly Journal of Economics. 1966, May.



Рис. 1.15. Цикл жизни продукта

Степень развития технологии и спрос на каждой стадии различны. На первой стадии цикла, когда новую продукцию только начали производить для внутреннего рынка, спрос на нее будет невелик. Она предлагается лицам с высокими доходами, для которых цена не имеет большого значения при принятии решения о приобретении товара. Чем больше лиц с высоким доходом, тем более вероятно появление на рынке новых товаров, для изготовления которых требуются значительные издержки в связи с новизной технологии. Такая технология предполагает использование большого числа высококвалифицированных работников. Экспорт нового товара на первой стадии будет незначительным.

На второй стадии (расширение) спрос на внутреннем рынке быстро расширяется, продукция становится общепризнанной. Начинается серийный выпуск больших партий нового товара. На этой стадии появляется спрос на новый товар за рубежом. Первоначально он полностью удовлетворяется за счет экспорта, а затем начинается зарубежное производство нового товара благодаря передаче технологии.

На третьей стадии (зрелость) спрос на внутреннем рынке насыщен. Производственная технология полностью стандартизируется, что позволяет использовать менее квалифицированную рабочую силу, снизить издержки производства, цены и достичь максимального выпуска фирмами страны-новатора и зарубежными компаниями, которые начинают проникать на внутренний рынок страны, где появился товар.

На последней стадии цикла продукция стареет, ее производство начинает сокращаться. Дальнейшее снижение цен уже не приводит к повышению спроса, как это было на стадии зрелости.

Такова общая схема прохождения новым продуктом «цикла жизни». В соответствии с данной моделью страны специализируются на производстве и экспорте одного и того же товара на разных стадиях зрелости. В качестве примера можно привести развитие стран Азиатско-тихоокеанского региона, где происходит непрерывный процесс последовательного прохождения определенных фаз экономического развития высокоиндустриальными государствами, новыми индустриальными странами (НИС), странами АСЕАН. Например, страны АСЕАН в области технологии сегодня делают то, что вчера делали НИС и встают на тот же путь «качества специализации». Это явление получило название концепции «летающих гусей».

§ 4. Теория конкурентных преимуществ Майкла Портера

В 1991 г. американский экономист Майкл Портер (Michael E. Porter) опубликовал исследование «Конкурентные преимущества стран» (The Competitive Advantage of Nations), изданное в 1993 г. на русском языке под названием «Международная конкуренция». В этом исследовании достаточно подробно проработан совершенно новый подход к проблемам международной торговли. Одной из предпосылок этого подхода является следующее: **«На международном рынке конкурируют фирмы, а не страны. Необходимо понять, как фирма создает и удерживает конкурентное преимущество, чтобы уяснить роль страны в этом процессе»** *. Успех на внешнем рынке зависит от правильно выбранной конкурентной стратегии.

* Портер М. Международная конкуренция. - М.: Междунар. отношения, 1993. С. 51

1. Стратегия конкурентного преимущества

Основной единицей конкуренции по М. Портеру является отрасль, т.е. группа конкурентов, производящих товары или оказывающих услуги и непосредственно соперничающих между собой. В отрасли производятся продукты со сходными источниками конкурентного преимущества, хотя границы между отраслями всегда достаточно расплывчаты. На выбор конкурентной стратегии фирмы в отрасли влияют два главных момента.

1. *Структура отрасли*, в которой действует фирма, т.е. особенности конкуренции. На конкуренцию в отрасли оказывают воздействие пять факторов (или сил по М. Портеру):

- 1) появление новых конкурентов;
- 2) появление товаров или услуг-заменителей;
- 3) способность поставщиков торговаться;
- 4) способность покупателей торговаться;
- 5) соперничество уже имеющихся конкурентов между собой.

Эти пять факторов определяют прибыльность отрасли, поскольку они влияют на цены, устанавливаемые фирмами, их расходы, капиталовложения и др.

С появлением новых конкурентов снижается общий потенциал прибыльности в отрасли, так как они привносят в отрасль новые производственные мощности и стремятся заполучить долю рынка, а с появлением товаров или услуг-заменителей ограничивается цена, которую фирма может запросить за свой товар.

Поставщики и покупатели, торгуясь, извлекают свою выгоду, что может привести к снижению прибыли фирмы.

Платой за конкурентоспособность при соперничестве с другими фирмами являются либо дополнительные расходы, либо снижение цены, а в результате — сокращение прибыли.

Значение каждого из пяти факторов определяется его основными техническими и экономическими характеристиками. Например, способность покупателей торговаться зависит от того, сколько у фирмы покупателей, какая часть сбыта приходится на одного покупателя, является ли цена товара значительной частью общих расходов покупателя, а угроза появления новых конкурентов — от 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 факторах, например НИОКР и др. Покупателей высокие цены не отпугивают, а поставщики какого-либо существенного влияния на них не оказывают. Разработка эффективного заменителя достаточно трудна, и для нее требуется значительное время.

2. *Позиция, которую занимает фирма в отрасли.*

Позиция фирмы в отрасли определяется прежде всего *конкурентным преимуществом*. Фирма опережает своих соперников, если имеет стабильное конкурентное преимущество:

1) более низкие издержки, свидетельствующие о способности фирмы разрабатывать, выпускать и продавать сравнимый товар с меньшими затратами, чем у конкурентов. Продавая товар по такой же или примерно такой же цене, что и конкуренты, фирма в этом случае получает большую прибыль. Так, корейские фирмы, выпускающие сталь и полупроводниковые приборы с низкими издержками, используют низкооплачиваемую, но весьма производительную рабочую силу в сочетании с современной технологией и оборудованием, закупленными за рубежом или изготовленными по лицензиям;

2) дифференциация товаров, т.е. способность фирмы удовлетворять потребности покупателя, предлагая товар либо более высокого качества, либо с особыми потребительскими свойствами, либо с широкими возможностями послепродажного обслуживания. Так, немецкие станкостроители используют стратегию дифференциации, основанную на высоких технических характеристиках продукции, надежности и быстром техническом обслуживании, что позволяет им диктовать высокие цены и при равных с конкурентами издержках получать большую прибыль.

Конкурентное преимущество дает более высокую продуктивность, чем у конкурентов.

Другим важным фактором, влияющим на позицию фирмы в отрасли, является сфера конкуренции, или широта цели, на которую ориентируется фирма в рамках своей отрасли. Фирма должна решить для себя, сколько разновидностей товаров выпускать, какими каналами сбыта пользоваться, какой круг покупателей обслуживать, в каких районах мира продавать свою продукцию и в каких родственных отраслях конкурировать.

Отрасли сегментированы, поэтому при выборе сферы конкуренции фирма должна решить, конкурировать ли ей по широкому фронту или нацелиться на какой-либо один сектор рынка.

На рис. 1.16 представлены основные типовые стратегии, применяемые при определении позиции фирмы в отрасли *. Концепция ; типовых стратегий заключается в том, что каждая стратегия базируется на конкурентном преимуществе и фирма должна выбрать свою стратегию в зависимости от имеющегося преимущества.

* Портер М. Международная конкуренция. — М.: Междунар. отношения, 1993. С. 58.

		Конкурентное преимущество	
		Меньшие издержки	Дифференциация
Сфера конкуренции	Широкая цель	Лидерство за счет экономии на издержках	Дифференциация
	Узкая цель	Сосредоточение внимания на издержках	Сфокусированная дифференциация

Рис. 1.16. Типовые стратегии

Конкурентное преимущество достигается исходя из того, как фирма организует и выполняет отдельные виды деятельности. В результате этой деятельности создаются определенные ценности для покупателей. Конечная ценность зависит от того, сколько клиенты готовы заплатить за товары или услуги, предлагаемые фирмой. Желательно, чтобы эта сумма превышала совокупные расходы на всю необходимую деятельность. Для того чтобы достичь конкурентного преимущества, необходимо либо предлагать покупателям товар примерно с такой же ценностью, что и у конкурентов; но производить его с меньшими издержками (стратегия меньших издержек), либо предлагать покупателям товар с большей ценностью, за который можно получить большую цену (стратегия дифференциации).

Виды деятельности фирмы объединены в так называемую цепочку ценностей. Все они вносят свой вклад в потребительскую стоимость.

Их можно условно подразделить на две категории:

первичная деятельность (производство, сбыт, доставка и обслуживание товара);

вторичная деятельность (обеспечение компонентами производства: технологией, людскими ресурсами и т.д. или выполнение функций инфраструктуры для поддержки другой деятельности, т.е. поддерживающая деятельность).

В зависимости от выбранной конкурентной стратегии определяются способ, которым фирма выполняет отдельные виды деятельности, и вся цепочка ценностей. В разных отраслях конкретные виды деятельности имеют различное значение для достижения конкурентного преимущества. Так, для продукции отраслей машиностроения большое значение имеют развитие технологии, качество сборки и послепродажное обслуживание, а для производства моющих средств — реклама.

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. Управление этими связями может стать решающим источником конкурентного преимущества.

Фирмы добиваются конкурентного преимущества, если находят новые способы конкуренции в своей отрасли и выходят с ними на рынок, т. е. осуществляют «нововведения». Под *нововведением* в широком смысле подразумевается совершенствование технологии, способов и методов ведения дел. Конкретно обновление может выражаться в изменении товара или производственного процесса, новых подходах к маркетингу, новых путях распространения товара и новых концепциях сферы конкуренции и др.

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.).

Фирмы, которые первыми отреагировали на изменение структуры отрасли, получают преимущество, позволяющее им использовать эффект масштаба, снижать издержки, создавать фирменный имидж и налаживать отношения с клиентами в то время, когда жесткой конкуренции еще нет, а также выбирать каналы распространения, выгодные источники сырья и др.

Само нововведение конкуренты могут скопировать, но преимущества, полученные благодаря быстрой реакции на изменение структуры отрасли, часто остаются за фирмой-новатором.

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

Продолжительность удержания конкурентного преимущества зависит:

- от источников конкурентного преимущества.

Преимущества низкого уровня, такие, как дешевая рабочая сила или сырье, довольно легко могут получить и конкуренты (производство бытовой электроники в Юго-Восточной Азии). Этого же уровня преимущество основано на использовании эффекта масштаба от применения технологий или оборудования и т.д. При появлении новой технологии такой эффект масштаба быстро исчезает.

Преимущества более высокого уровня (патентованная технология, уникальные товары или услуги, репутация фирмы, тесные связи с клиентами) можно удерживать более длительное время. Достижение таких преимуществ возможно при условии долговременных и интенсивных капиталовложений;

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

Для удержания позиций фирмам иногда приходится отказываться от имеющихся преимуществ, чтобы добиться новых. Например, внедрение новых технологий корейскими судостроителями позволило снизить затраты на рабочую силу, хотя у Кореи еще было преимущество в этом отношении.

2. Особенности международной конкуренции

Все, что говорилось выше о конкуренции и конкурентной стратегии, в одинаковой степени может относиться как к внешнему, так и внутреннему рынку. В то же время международная конкуренция имеет некоторые особенности.

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

- множественно-национальные (multidomestic) отрасли, для которых характерно то, что в каждой стране конкуренция протекает по-разному, т. е. в международном масштабе такая отрасль представляет собой совокупность национальных отраслей. Проводить единую стратегию в таких отраслях невозможно. Примером такой отрасли могут служить сберегательные банки;

- глобальные отрасли, которые имеют единое поле конкуренции по всему миру. В таких отраслях получение конкурентного преимущества приобретает особо важное значение в связи с возможностью его всемирного использования. Именно в таких отраслях необходимо разрабатывать не просто конкурентную стратегию, а глобальную, т.е. выработать и внедрять единый подход к продаже продукции во многих странах. Сам факт функционирования многонациональных компаний (МНК) еще не означает наличия глобальной стратегии, поскольку в множественно-национальных отраслях филиалы МНК действуют автономно.

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

1. Конфигурация деятельности, т.е. размещение различных видов деятельности в разных странах для того, чтобы использовать их особенности.

При сосредоточении различных видов деятельности производство осуществляется в одной стране, а выход на внешний рынок — путем экспорта товаров, при их рассредоточении производство осуществляется в разных странах, а выход на внешний рынок — посредством прямых зарубежных инвестиций.

При размещении видов деятельности страна выбирается по следующим критериям:

минимальная стоимость факторов;

наличие необходимых условий для проведения НИОКР;

возможность получения доступа к специализированным навыкам;

степень развития отношений с клиентами и др.

2. Координация деятельности филиалов, которая включает:

обмен информацией;

распределение ответственности;

согласование усилий.

Координация сама может быть конкурентным преимуществом, поскольку способствует накоплению знаний и опыта, полученных в разных местах. Благодаря ей у фирм появляется возможность более быстро реагировать на изменения ситуации на рынке.

3. Детерминанты конкурентного преимущества

Под конкуренцией подразумеваются не равновесие, а постоянные перемены. Каждая отрасль постоянно совершенствуется и обновляется. Причем важную роль в стимулировании этого процесса играет страна базирования. *Страна базирования* - это страна, где разрабатываются стратегия, основная продукция и технология и где имеется рабочая сила с необходимыми навыками.

М. Портер выделяет четыре свойства страны, формирующие среду, в которой конкурируют местные фирмы, и влияющие на ее международный успех (рис. 1.17) *.

*Портер М. Международная конкуренция. - М.: Междунар. отношения, 1993.С.149.

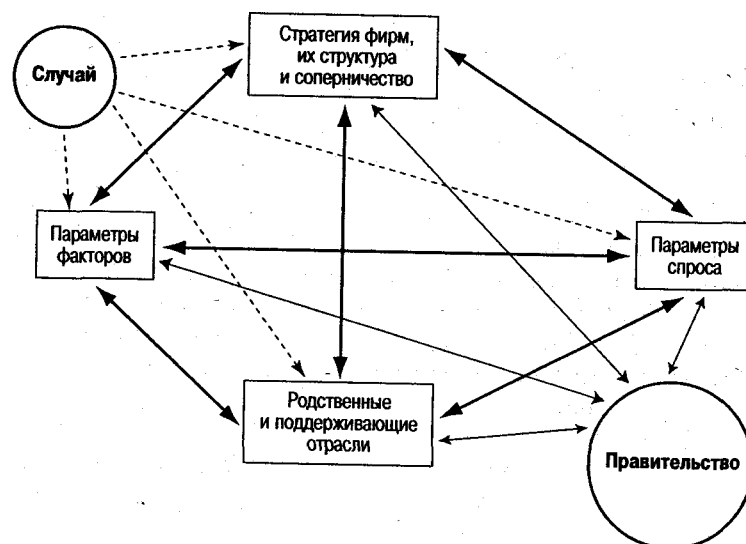


Рис. 1.17. Детерминанты конкурентного преимущества страны

Эти детерминанты, каждый в отдельности и все вместе как система, создают среду, в которой рождаются и действуют фирмы данной страны.

Страны добиваются успеха в тех или иных отраслях благодаря тому, что среда в этих странах развивается наиболее динамично и, постоянно ставя перед фирмами сложные задачи, заставляет их лучше использовать имеющиеся конкурентные преимущества и искать новые. Страны имеют наибольшие шансы на успех в тех отраслях или их сегментах, где компоненты национального «ромба» взаимно усиливаются, т.е. каждый детерминант влияет на все остальные.

Преимущество по каждому детерминанту не является предпосылкой для конкурентного преимущества в отрасли. Именно взаимодействие преимуществ по всем детерминантам обеспечивает самоусиливающиеся выигрышные моменты, которые иностранным конкурентам недоступны.

Параметры факторов

Каждая страна в той или иной степени обладает факторами производства, необходимыми для деятельности фирм в любой отрасли. Теория сравнительных преимуществ в модели Хекшера-Олина посвящена сравнению имеющихся факторов. Страна экспортирует товары, при производстве которых интенсивно используются различные факторы. Однако факторы, как правило, не только достаются по наследству, но и создаются, поэтому для получения и развития конкурентных преимуществ важен не столько запас факторов на данный момент, сколько скорость их создания. Кроме того, изобилие факторов может подорвать конкурентное преимущество, а их нехватка — побудить к обновлению, что может привести к долговременному конкурентному преимуществу. В то же время нацеленность факторами имеет достаточно важное значение, поэтому это первый параметр данной составляющей «ромба».

1. Наделенность факторами

Традиционно в экономической литературе выделяет три фактора: труд, земля и капитал. Но более полно их влияние в настоящее время отражает несколько иная классификация:

- людские ресурсы, которые характеризуются количеством, квалификацией и стоимостью рабочей силы, а также продолжительностью нормального рабочего времени и трудовой этикой. Эти ресурсы подразделяются на многочисленные категории, так как для каждой отрасли требуется определенный перечень конкретных категорий работников;

- физические ресурсы, которые определяются количеством, качеством, доступностью и стоимостью земельных участков, воды, полезных ископаемых, лесных ресурсов, источников электроэнергии и др. К ним также можно отнести климатические условия, географическое положение и даже часовой пояс;

- ресурс знаний, т.е. совокупность научной, технической и коммерческой информации, влияющей на товары и услуги. Этот запас сосредоточен в университетах, исследовательских организациях, банках данных, литературе и т. д.;

- денежные ресурсы, характеризующиеся количеством и стоимостью капитала, который может быть направлен на финансирование промышленности;

- инфраструктура, включающая транспортную систему, систему связи, почтовые услуги, перевод платежей между банками, систему, здравоохранения и др.

Совокупность применяемых факторов в разных отраслях различается. Фирмы достигают конкурентного преимущества, если имеют в распоряжении дешевые или высококачественные факторы, которые важны при конкуренции в конкретной отрасли. Так, расположение Сингапура на важном торговом пути между Японией и Ближним Востоком сделало его центром судоремонтной индустрии. Однако получение конкурентного преимущества на основе факторов зависит не столько от их наличия, сколько от их эффективного использования, поскольку МНК могут обеспечить недостающие факторы путем закупок или размещения деятельности за рубежом, а многие факторы относительно просто перемещаются из страны в страну.

2. Иерархия факторов

Факторы подразделяются на основные и развитые, общие и специализированные.

К основным факторам относятся природные ресурсы, климатические условия, географическое положение, неквалифицированная рабочая сила и т.п. Их получает страна по наследству либо при незначительных капиталовложениях. Они не имеют особого значения для конкурентного преимущества страны либо создаваемое ими преимущество неустойчиво. Роль основных факторов снижается из-за сокращения потребности в них или из-за их возросшей доступности (в том числе в результате перевода деятельности или закупок за рубежом). Эти факторы имеют важное значение в добывающих отраслях и в отраслях, связанных с сельским хозяйством.

К развитым факторам относятся современная инфраструктура, высококвалифицированная рабочая сила и т.п. Именно эти факторы имеют наибольшее значение, так как позволяют достичь конкурентного преимущества более высокого уровня.

По степени специализации факторы подразделяются на общие, которые можно применять во многих отраслях, и специализированные. Специализированные факторы образуют более солидную и долговременную основу для конкурентного преимущества, чем общие.

Критерии подразделения факторов на основные и развитые, общие и специализированные необходимо рассматривать в динамике, поскольку со временем они изменяются. Например, выпускник вуза 60-х гг. при прочих равных условиях совсем не соответствует уровню выпускника того же вуза 90-х гг.

3. Создание факторов

Факторы различаются в зависимости от того, возникли ли они естественным способом или созданы искусственно. Все факторы, способствующие достижению конкурентных преимуществ более высокого уровня, являются искусственными. Страны добиваются успеха в тех отраслях, в которых им наилучшим образом удается создавать и совершенствовать необходимые факторы.

Условия (параметры) спроса

Вторым детерминантом национального конкурентного преимущества является спрос на внутреннем рынке на товары или услуги, предлагаемые этой отраслью. Влияя на эффект масштаба, спрос на внутреннем рынке определяет характер и скорость внедрения новаций. Он характеризуется:

структурой;

объемом и характером роста;

интернационализацией.

Фирмы могут достичь конкурентного преимущества при следующих основных характеристиках структуры спроса:

значительная доля внутреннего спроса приходится на глобальные сегменты рынка;

покупатели (включая посредников) разборчивы и предъявляют повышенные требования, что вынуждает фирмы повышать стандарты качества изготовления продукции, обслуживания и потребительских свойств товаров;

потребность в стране базирования возникает раньше, чем в других странах.

Объем и характер роста внутреннего спроса позволяют фирмам получать конкурентное преимущество если:

за рубежом имеется спрос на товар, обладающий большим спросом на внутреннем рынке;

имеется большое количество независимых покупателей, что создает более благоприятную обстановку для обновления;

внутренний спрос быстро растет, что стимулирует интенсификацию капиталовложений и скорость обновления;

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

Фирмы достигают конкурентного преимущества благодаря интернационализации спроса на внутреннем рынке, т.е. когда отдается предпочтение зарубежным потребителям при условии, если:

существуют мобильные и многонациональные внутренние покупатели, которые способствуют развитию спроса за рубежом (туристы, филиалы МНК и т.д.);

имеется возможность влиять на запросы зарубежных покупателей (передача потребностей), например зарубежные ученые стремятся перенять практику (оборудование, методы и др.) своих коллег из тех стран, которые считаются лидерами в данной области науки («эффект демонстрации»).

Влияние параметров спроса на конкурентоспособность зависит и от других частей «ромба». Так, без сильной конкуренции широкий внутренний рынок, или его быстрый рост не всегда стимулируют инвестиции. Без поддержки соответствующих отраслей фирмы не способны удовлетворять потребности взыскательных покупателей и т.д.

Родственные и поддерживающие отрасли

Третьим детерминантом, определяющим национальное конкурентное преимущество, является присутствие в стране отраслей-поставщиков или смежных отраслей, которые конкурентоспособны на мировом рынке.

При наличии конкурентоспособных отраслей-поставщиков возможны:

эффективный и быстрый доступ к дорогостоящим ресурсам, например к оборудованию или квалифицированной рабочей силе и др.;

координация поставщиков на внутреннем рынке;

оказание содействия процессу нововведений. Национальные фирмы получают наибольшую выгоду, если их поставщики конкурентоспособны на мировом рынке.

Наличие в стране конкурентоспособных родственных отраслей часто ведет к возникновению новых высоко развитых видов производства. *Родственными* называются такие отрасли, в которых фирмы могут осуществлять взаимодействие между собой в процессе формирования цепочки ценностей, а также отрасли, имеющие дело с взаимодополняющими продуктами, например компьютерами и программным обеспечением. Взаимодействие может происходить в сфере развития технологий, производства, маркетинга, сервиса. При наличии в стране родственных отраслей промышленности, способных конкурировать на мировом рынке, открывается доступ к обмену информацией и техническому взаимодействию. Географическая близость и культурное родство обуславливают более активный взаимобмен, чем с иностранными фирмами.

Успех на мировом рынке одной отрасли 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.

Однако успех отраслей-поставщиков и родственных отраслей может повлиять на успех национальных фирм только при условии позитивного воздействия остальных составляющих «ромба».

Стратегия, структура и соперничество фирм

Четвертым важным детерминантом, определяющим конкурентоспособность отрасли, является тот факт, что фирмы создаются, организуются и управляются в зависимости от характера конкуренции на внутреннем рынке, при этом вырабатываются различные стратегии и цели. Национальные особенности влияют на управление фирмами и на форму конкуренции между ними. В Италии многие фирмы, успешно действующие на мировом рынке, являются малыми или средними (по размеру) семейными предприятиями. В Германии чаще встречаются крупные компании с иерархической системой управления. Кроме того, можно вспомнить об американской и японской системах управления. Эти национальные особенности в значительной степени влияют на позиции фирм при ориентации на глобальную конкуренцию.

Особое значение для достижения высокой конкурентоспособности в отрасли имеет сильное соперничество на внутреннем рынке, что объясняется следующими причинами:

сильная внутренняя конкуренция дает более мощный импульс к совершенствованию;

внутренняя конкуренция не только укрепляет позиции фирм на внутреннем рынке, но и заставляет их выходить на мировой уровень с целью дальнейшего роста;

более сильные местные фирмы, закаленные внутренней конкуренцией, способны добиться успеха и за границей;

при конкуренции на внутреннем рынке создаются также преимущества для национальной отрасли в целом, а не только для отдельных фирм. Конкуренты заимствуют друг у друга прогрессивные идеи и развивают их, поскольку в пределах одной нации идеи распространяются быстрее, чем между разными нациями.

Эти преимущества усиливаются при концентрации конкурентов в одной географической местности.

Роль случая

Случай — это событие, которое имеет мало общего с условиями развития в стране и на которое часто не могут влиять ни фирмы, ни национальные правительства. По мнению М. Портера, к ним относятся *:

* Портер М. Международная конкуренция. — М.: Междунар. отношения, 1993. С. 146.

изобретательство;

крупные технологические достижения (биотехнология, микроэлектроника и др.);

резкие изменения цен на ресурсы (нефтяной кризис);

значительные изменения на мировых финансовых рынках или обменных курсов;

резкое повышение мирового или местного спроса;

политические решения зарубежных правительств;

войны.

Случайные события важны потому, что они влияют на позиции конкурирующих фирм. В результате этих событий могут быть сведены на нет преимущества старых конкурентов и создан потенциал для новых фирм, которые достигли достаточного уровня конкурентоспособности в новых условиях. Так, например, производство одежды в Сингапуре стало развиваться после того, как западные страны ввели квоты на импорт данной продукции из Гонконга и Японии.

В то время как случай может способствовать изменению уровня конкурентоспособности в отрасли, национальные особенности влияют на то, каким образом страна сумеет этот случай использовать (например, послевоенные успехи проигравших во второй мировой войне стран — Германии, Японии и Италии).

Роль правительства

Роль правительства в формировании национальных преимуществ заключается в том, что оно оказывает влияния на все четыре детерминанта:

на параметры факторов — через субсидии, политику в отношении рынка капитала и др.;

на параметры спроса — путем установления различных 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 свою налоговую политику, антимонопольное законодательство, путем регулирования инвестиций и деятельности рынка ценных бумаг и т.д.

Все четыре детерминанта могут оказывать и обратное воздействие на правительство. Роль правительства может быть положительной и отрицательной.

Детерминанты национальной конкурентоспособности представляют собой комплексную систему, которая находится в постоянном развитии. Одни детерминанты регулярно воздействуют на другие. Действие системы детерминантов ведет к тому, что конкурентоспособные национальные отрасли распределены не равномерно по всей экономике, а связаны в пучки, или «кластеры», состоящие из отраслей, зависящих друг от друга. Например, 40% итальянского экспорта приходится на отрасли, связанные с производством продуктов питания, одежды и благоустройством жилья. В этом случае также важен и географический (региональный) аспект, о котором уже говорилось.

После рассмотрения теорий международной торговли возникает вопрос, заменяла ли каждая последующая теория предыдущую и какая теория объясняет развитие международной торговли в конце XX в. В настоящее время нельзя говорить о специализации страны в целом в соответствии с какой-либо одной теорией. Речь может идти о специализации отдельных отраслей и отдельных фирм в данной стране.

Причем ни одна из теорий не утратила актуальности: одни в большей, а другие в меньшей степени объясняют тенденции развития современной мировой торговли.

Литература

1. Иголкин А.А., Мотылев В.В. Международное разделение труда: модели, тенденции, прогнозы. — М.: Междунар. отношения, 1988.
2. Линдерт П. Экономика мирохозяйственных связей. — М.: Прогресс, 1992.
3. Портер М. Международная конкуренция. — М.: Междунар. отношения, 1993.
4. Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения / Собр. соч.: Т. I. — М.: Госполитиздат, 1955.
5. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов: Кн. IV «О системах политической экономии». — М.: Соцэкгиз, 1935.
6. Haberler J. A Survey of International Trade Theory. — Princeton, 1961.
7. Ohlin B. Interregional and International Trade. — Cambridge (Mass.), 1933.
8. Vernon R. International Investment and International Trade in the Product Cycle// Quarterly Journal of Economics. 1966, May.

ГЛАВА 2 МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ И МИРОВОЕ ХОЗЯЙСТВО

Международная торговля развивается благодаря специализации стран на производстве определенного товара или набора товаров и продаже их за рубеж, т.е. основой международной торговли является международное разделение труда.

§ 1. Международное разделение труда

Международное разделение труда, отражающее интернационализацию хозяйственной жизни, является естественным продолжением общественного разделения труда внутри отдельно взятых стран. Различают три основных логически и исторически последовательных типа разделения труда: общее, частное, единичное.

Под *общим* понимается разделение труда по сферам производства (добывающая и обрабатывающая промышленность, сельское хозяйство, транспорт и т. д.), под *частным* — разделение труда внутри крупных сфер по отраслям и подотраслям, под *единичным* — разделение труда по видам деятельности внутри отраслей.

Международное разделение труда проявляется в единстве двух процессов — собственно разделение (специализация) и объединение (кооперация).

Специализация развивается по двум направлениям: производственному и территориальному. В зависимости от степени производственной специализации ее подразделяют на межотраслевую, внутриотраслевую и на специализацию отдельных компаний. Территориальная специализация осуществляется по отдельным странам, группам стран и регионам.

Основными видами специализации являются:

- 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 выполнении отдельных технологических процессов, например сборка, сварка и т.д.

Кооперация — это сложный процесс объединения деятельности. Она классифицируется:

- по видам (экономическая кооперация, промышленное сотрудничество и др.);
- по стадиям (предпроизводственная, производственная, коммерческая);
- по числу объектов и субъектов и т. д.

В связи с вышесказанным **международное разделение труда можно определить как высшую степень территориального разделения труда на основе специализации отдельных стран в производстве определенных видов продукции, которыми страны обмениваются.**

Система международного разделения труда, отражающая состояние производства на том или ином этапе исторического развития, претерпела значительную эволюцию. В период натурального хозяйства, неразвитости товарно-денежных отношений существовали лишь элементы международного разделения

труда, что определялось естественными различиями природных условий отдельных стран, обмен между которыми ограничивался рядом продуктов, не производящихся в данной стране и способных сохранять свои потребительские свойства при длительных перевозках (колониальные товары).

Процесс международного разделения труда стал интенсивно развиваться в период перехода наиболее развитых стран к машинному производству в конце XVIII — начале XIX вв. К середине XIX в. сформировалось и существовало примерно до второй мировой войны традиционное международное разделение труда, основанное на межотраслевой специализации. Впоследствии, особенно под влиянием научно-технического прогресса, стало формироваться современное международное разделение труда, характеризующееся глубокой специализацией промышленного производства, в рамках которой уменьшается роль межотраслевой специализации и возрастает роль внутриотраслевой специализации, благодаря чему отдельные страны могут развивать современное производство, не производя при этом полного набора готовых промышленных изделий. Вследствие этого активизируется торговый обмен между странами, перемещение факторов производства, усиливаются кооперационные связи и интеграционные тенденции.

В результате развития международного разделения труда и международной торговли сформировался мировой рынок, который по сравнению с национальными рынками обладает рядом особенностей:

на развитие мирового рынка очень большое воздействие оказывает внешнеторговая и международная торговая политика;

движение товаров между национальными хозяйствами ограничено. Не все товары, производимые в отдельных странах, попадают на мировой рынок;

на мировом рынке существует особая система цен — мировые цены.

Развитие мирового рынка привело к формированию современного *мирового хозяйства* *. Если рассматривать данную категорию как технико-экономическую, то выяснится, что развитие мирового хозяйства как целого, а также его отдельных частей происходит в соответствии с определенными общими закономерностями, поскольку материальной основой современного производства является машинная техника независимо от уровня развития того или иного национального хозяйства. Это не означает, что процесс производства во всех своих проявлениях везде и всегда опирается непременно на машинную технику. Однако если такая техника не применяется, то это обусловлено просто экономической отсталостью.

* В советской экономической литературе использовался термин, «всемирное хозяйство», который объединял понятия «мировое капиталистическое хозяйство» и «мировое социалистическое хозяйство». Сейчас этот термин может применяться в качестве синонима термина «мировое хозяйство».

Современные средства производства могут использоваться в различных социальных системах с диаметрально противоположными основными целями хозяйственной деятельности и с разными последствиями. В этом смысле мировое хозяйство как система представляет собой совокупность взаимосвязанных обособленных подсистем с противоположными внутренними целями. Причем применительно к категории мирового хозяйства речь идет не о простой сумме подсистем — национальных хозяйств, а о целостной системе таких хозяйств, связанных международным разделением труда и находящихся в определенных экономических отношениях друг с другом. При этом возникает новое качественное состояние: эффект функционирования взаимодействующих друг с другом национальных экономических систем больше суммы эффектов, достигаемых при функционировании изолированных друг от друга автономных национальных хозяйств.

Таким образом, **мировое хозяйство представляет собой систему, которая посредством международных экономических отношений связывает входящие в нее субъекты и в то же время как целое влияет на функционирование и рост составляющих частей.**

К субъектам мирового хозяйства относятся прежде всего национальные хозяйства отдельных стран, их группы, а также национальные фирмы, активно участвующие во внешнеэкономической деятельности, многонациональные компании и международные экономические организации. Расширение понятия субъектов мирового хозяйства связано с тем, что развитие международного разделения труда и мирового хозяйства во второй половине XX в. определяется все возрастающей интернационализацией хозяйственной жизни. На этот процесс влияют различные факторы:

во-первых, географические факторы, неравномерность распределения на земном шаре природных ресурсов» в том числе растительного и животного мира, различные почвенно-климатические условия. Увеличение объемов выпуска продукции, появление новых отраслей и производств обуславливают повышенный спрос на сырьевые товары, получение которых ограничено природными условиями. Это

стимулирует добычу сырья в тех странах, где имеются соответствующие запасы. Кроме того, растет спрос на продовольственные товары, которые производятся лишь в определенных климатических зонах;

во-вторых, степень развития производительных сил. Крупное машинное производство, как правило, может быть эффективным только при глубокой специализации и ориентации на широкий рынок сбыта, что приводит к необходимости выхода на внешний рынок;

в-третьих, научно-технический прогресс. При быстром обновлении продукции и технологий невозможно достичь оптимального развития в рамках одной страны всех видов производств. Результатом этого является активный обмен продукцией, услугами и факторами производства.

В этих условиях в большинстве стран имеет место объективная тенденция к открытию своих национальных хозяйств, прежде всего путем развития внешней торговли, что подтверждается кардинальными изменениями в мире, происходящими со второй половины 80-х гг.

1. Открытая экономика

Тенденция ко все большей открытости национальных хозяйств является характерной чертой современного развития международного разделения труда. По степени вовлеченности в международное разделение труда (степени открытости) национальные хозяйства можно подразделить на два противоположных типа:

- полностью замкнутое (автаркическое);
- полностью открытое.

Под *замкнутой (автаркической)* понимается экономика, развитие которой определяется исключительно внутренними тенденциями и не зависит от тенденций, имеющих место в мировом хозяйстве. При этом экономические связи страны с другими национальными хозяйствами минимальны.

Под полностью *открытой экономикой* понимается такая экономика, развитие которой определяется тенденциями, действующими в мировом хозяйстве. Внешние связи страны усиливаются, причем с переходом к более высокому уровню развития происходит как абсолютное, так и относительное их расширение.

Сам факт наличия экономических связей между данной страной и другими странами еще не означает, что она имеет открытую экономику. В настоящее время экономика отдельных стран не может развиваться в отрыве от мирового хозяйства, без каких-либо связей с другими странами. Даже когда в экономической политике страны преобладают автаркические тенденции, внешние связи неизбежно играют ту или иную роль.

Экономика одних стран открыта в большей степени, других — в меньшей. Причем экономика крупных стран, как правило, бывает открыта в меньшей степени. Степень открытости экономики также зависит от обеспеченности природными ресурсами, численности населения, а точнее, от его платежеспособного спроса, который определяется уровнем развития производительных сил. Если производительные силы развиты в равной степени, то экономика более открыта при меньшем экономическом потенциале, под которым понимается способность трудовых и материальных ресурсов обеспечивать максимальный уровень производства продукции и услуг производственного и непроизводственного назначения при условии эффективного использования всех ресурсов. 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 относительная вовлеченность страны в международное разделение труда, т.е. степень открытости ее экономики. Напротив, обрабатывающая промышленность, особенно такие ее отрасли, как машиностроение, электроника, химия и т. п., предполагают более глубокую подетальную специализацию, благодаря чему происходят рост технологической взаимозависимости стран и, соответственно, усиление открытого характера экономики. Таким образом, степень открытости национальной экономики тем выше, чем более развиты ее производительные силы, чем больше в ее отраслевой структуре отраслей с углубленным технологическим разделением труда, чем меньше ее общий экономический потенциал и обеспеченность собственными природными ресурсами.

В качестве показателей, используемых для измерения степени открытости экономики, чаще всего применяются экспортная и импортная квоты.

Экспортная квота представляет собой количественный показатель, характеризующий значимость экспорта для экономики в целом и отдельных отраслей по тем или иным видам продукции. В рамках всего национального хозяйства она рассчитывается как отношение стоимости экспорта (Э) к стоимости валового внутреннего продукта (ВВП) * за соответствующий период в процентах:

* В международной статистике наиболее часто применяются такие макроэкономические показатели, как валовой

внутренний продукт (ВВП) (Gross Domestic Product, GDP) и валовой национальный продукт (ВНП) (Gross National Product, GNP). Валовой внутренний продукт представляет собой рыночную стоимость товаров и услуг, созданных внутри географических границ страны. Показатель валового национального продукта очень близок к показателю ВВП. различие между ними состоит в том, что ВВП представляет собой рыночную Стоимость товаров и услуг, произведенных хозяйственными единицами страны, независимо от того, произведены ли эти товары и услуги в географических границах страны или за ее пределами. Таким образом, ВНП представляет собой ВВП плюс доходы, заработанные хозяйственными единицами данной страны за пределами ее границ, минус доходы, заработанные иностранными хозяйственными единицами в данной стране.

$$K_3 = \frac{\text{Э}}{\text{ВВП}} \times 100\%$$

Импортная квота представляет собой количественный показатель, Характеризующий значимость импорта для народного хозяйства и отдельных отраслей по различным видам продукции. В рамках всего национального хозяйства импортная квота рассчитывается как отношение стоимости импорта (И) к стоимости ВВП:

$$K_H = \frac{\text{И}}{\text{ВВП}} \times 100\%.$$

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

$$K_B = \frac{1}{2}(\text{Э} + \text{И}) / \text{ВВП} \times 100\%.$$

В табл. 2.1 приведены экспортные и импортные квоты ряда стран в 1994 г.

Таблица 2.1 Экспортная и импортная квоты по странам (1994 г.)*

Страны	Экспортная квота, %	Импортная квота, %
Австралия	18,9	20,1
Белиз	51,8	57,5
Бельгия	71,2	66,0
Бразилия	8,6	7,4
Бурунди	11,6	26,3
Венгрия	25,9	35,3
Гаити	4,8	14,6
Германия	33,1	30,3
Египет	22,9	28,1
Канада	33,2	32,5
Маврикий	58,9	70,0
Малайзия	89,8	91,4
Мьянма	1,1	2,1
Нигерия	21,2	19,5
Н о в а я Зеландия	31,2	29,2
Пакистан	15,7	20,0
Республика Корея	30,1	30,9
Россия	23,6	17,0

Словакия	72,3	66,2
США	10,7	12,1
Таиланд	39,0	43,8
Танзания	43,3	89,2
Франция	21,3	19,4
Чехия	52,3	52,5
Чили	28,2	26,8
Эстония	56,1	72,2
Эфиопия	12,1	20,8
ЮАР	23,7	21,8
Япония	9,5	7,3

*Россия и зарубежные страны: сравнение по основным показателям (экспортная и импортная квоты)//Вопросы экономики. 1996. № 4. С. 115-125.

2. Экономическая безопасность

Движение в направлении открытости экономики сопряжено с возникновением многих сложных проблем, одной из которых является проблема экономической безопасности, т.е. определение оптимальных условий взаимодействия с мировым хозяйством. Для промышленно развитых стран, особенно не имеющих собственных запасов энергии и сырья, открытость экономики является существенным фактором, влияющим на их дальнейшее развитие. Все остальные страны также участвуют в международном разделении труда, а следовательно, в установлении и развитии коммерческих отношений друг с другом, что приводит к усилению взаимосвязей и взаимозависимости субъектов международного разделения труда и возникновению необходимости сочетать выгоды от специализации и кооперации с защитой от негативного внешнего воздействия. В результате возникает риск нестабильности национальной экономики, который обусловлен тем, что торговые (коммерческие) отношения, в которые вступают страны по мере своего «открытия», не могут быть абсолютно безопасными. Поэтому при развитии внешней торговли в отдельных странах может иметь место только относительная экономическая безопасность, определяющаяся взаимозависимостью.

Взаимозависимость может привести к экономической зависимости, представляющей собой такие причинно-следственные связи, при которых внешние факторы оказывают значительное влияние на развитие той или иной ситуации. Зависимость возникает тогда, когда для решения любой проблемы требуются соответствующие изменения в виде приспособления.

Под приспособлением подразумевается способность государства влиять на негативную ситуацию, вызванную внешними факторами, таким образом, чтобы либо устранить внешнюю причину, либо ликвидировать последствия, либо переложить издержки приспособления на другие страны. Возможности приспособления имеют четко ограниченные пределы. Среди мер по приспособлению можно выделить следующие:

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

Зависимость проявляется прежде всего в *экономической чувствительности*, под которой подразумевается подверженность национальной экономики негативному воздействию внешних факторов

до того момента, пока не будет осуществлено определенное приспособление к данной ситуации в целях устранения ее неблагоприятных последствий. Более высокой степенью зависимости является *экономическая уязвимость*, под которой понимается неизбежность под воздействием внешних факторов чрезмерных издержек приспособления, даже после корректировки или кардинального изменения внутренней ситуации. Экономическая уязвимость возникает тогда, когда пройден критический порог издержек приспособления. Именно экономическая уязвимость создает проблему экономической безопасности, хотя этого еще недостаточно.

Достаточным условием нарушения экономической безопасности является угроза. Угроза — это ограничение доступа к материальным, трудовым, научно-техническим ресурсам и к системе маркетинга. Выделяются два типа:

- силовая угроза;
- угроза экономическому благосостоянию.

Оба типа угрозы исходят из преднамеренных действий государства или тенденций развития мировой экономики. Инструментами угрозы являются:

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

Таким образом, национальную экономическую безопасность можно определить как положение, при котором обеспеченность товарами и услугами в данной стране защищена от действия внешних факторов, воспринимающихся как угроза эффективному функционированию национальной экономики. Если уровень ВВП не находится в существенной зависимости от внешних преднамеренных или случайных событий, тогда национальная экономика в безопасности. Если же уровень ВВП реагирует на внешние факторы и их последствия невозможно нейтрализовать, тогда уровень экономической безопасности снижается. Наряду с понятием национальной экономической безопасности существует понятие международной экономической безопасности, под которой понимается система правил, основанных на взаимном доверии и равенстве, создающих экономические и институциональные условия прочного мира. Всеобщая безопасность означает предоставление гарантий в том, что ни одна сторона не сможет извлекать ни экономических, ни политических односторонних преимуществ из существования экономических зависимостей в рамках мирового хозяйства.

3. Конкурентоспособность

Если экспортная и импортная квоты служат для определения степени открытости национальной экономики, т.е. для определения степени ее вовлечения в международное разделение труда, то для более общей характеристики положения и роли страны в мировой экономике применяется рейтинг конкурентоспособности, разработанный Международным институтом развития управления в Лозанне (International Institute for Management Development, IMD). Подробный рапорт с рейтингом публикуется ежегодно с 1980 г., а содержащиеся в нем данные часто являются предпосылкой для принятия инвестиционных решений.

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

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

Около 2/3 критериев рассчитывается на базе статистических данных, 1/3 получается по оценкам аналитиков, экспертов и опросам руководителей крупных корпораций.

Оценки касаются не всех стран, а только промышленно развитых, некоторых развивающихся (прежде всего новых индустриальных), а также стран с переходной экономикой. Эти страны ранжируются по количеству баллов по специальной методике. Сумма баллов свидетельствует не только об уровне развития производительных сил, но и способности страны гибко реагировать на изменения в мировой

экономике. Рейтинг ведущих стран по уровню их конкурентоспособности на мировом рынке представлен в табл. 2.2.

Таблица 2.2

Рейтинг стран по уровню конкурентоспособности на мировом рынке *

1995 г.	1998 г.	1999 г.
1. США	США	США
2. Сингапур	Сингапур	Сингапур
3. Гонконг	Гонконг (КНР)	Финляндия
4. Япония	Нидерланды	Люксембург
5. Дания	Финляндия	Нидерланды
6. Норвегия	Норвегия	Швейцария
7. Нидерланды	Швейцария	Гонконг (КНР)
8. Люксембург	Дания	Дания
9. Швейцария	Люксембург	Германия
10. Германия	Канада	Канада
11. Новая Зеландия	Ирландия.	Ирландия
12. Канада	Великобритания	Австралия
13. Чили	Новая Зеландия	Норвегия
14. Швеция	Германия	Швеция
15. Финляндия	Австралия	Великобритания
16. Австрия	Тайвань	Япония
17. Бельгия	Швеция	Исландия
18. Тайвань	Япония	Тайвань
19. Великобритания	Исландия	Австрия
20. Франция		Новая Зеландия

* БИКИ. № 56. 18.05.99 г.; Андрианов В.Д. Конкурентоспособность России в мировой экономике//Международный бизнес России. 1997. № 1. С. 4.

С 1987 по 1993 г. список возглавляла Япония, но уже в 1994 г. в связи с кризисными явлениями в некоторых отраслях, ростом курса иены к американскому доллару она опустилась на 3-е место, а в 1995 г. — на 4-е место. В 1998 г. Япония занимала 18-е место, а в 1999 г., несмотря на азиатский кризис, поднялась на 16-е место. В то же время авторы рапорта считают, что экономика Японии в ближайшие годы будет сталкиваться с экономическими и социальными трудностями.

С 1994 г. абсолютным лидером в рейтинге конкурентоспособности экономики являются США, что обусловлено применением инновационных технологий во многих отраслях, государственным контролем за стоимостью рабочей силы, а также некоторым снижением курса доллара.

Второе место с 1995 г. стабильно занимает Сингапур, на позицию которого в 1999 г. не повлиял даже азиатский кризис.

В Европе происходят быстрые изменения, влияющие на конкурентоспособность стран. Например, Финляндия в 1999 г. заняла 3-е место, а в 1995 г. была на 15-м. Авторы рапорта обращают также внимание, что смена правительства и реструктуризация промышленности в Германии должны в ближайшие годы повысить конкурентоспособность немецкой экономики. В 1999 г. в рейтинге впервые «появилась Словения (40-е место). Авторы рапорта считают, что высокая квалификация управленческого персонала и легкий доступ к современным технологиям обеспечат в ближайшие годы быстрый рост конкурентоспособности этой страны. В то же время конкурентоспособность некоторых европейских стран снизилась. Например, Норвегия опустилась с 6-го на 13-е место, что связано с уменьшением доходов от продажи нефти в связи с падением мировых цен.

Россия впервые оценивалась в 1995 г. и заняла в этом списке последнее место. На таком же месте находилась Россия в 1998 г. и 1999 г. Сильными сторонами российской экономики считаются научно-технический потенциал и трудовые ресурсы, а слабыми — роль государства в экономике, система

управления и кредитно-финансовая сфера. К наиболее конкурентоспособным отраслям относятся аэрокосмическая, приборостроение, судостроение, отдельные отрасли военно-промышленного комплекса.

Подобный рейтинг публикуется и Мировым экономическим форумом на основе экспертных оценок участников форума.

§ 2. Структура мирового хозяйства

По мере развития международного разделения труда сформировалась определенная структура мирового хозяйства, обусловленная уровнем развития отдельных стран. До распада СССР и мировой социалистической системы обычно выделялись три группы стран:

- промышленно развитые страны;
- развивающиеся страны;
- социалистические страны/страны с плановой экономикой *. После распада СССР и социалистической системы в соответствии с классификацией ООН **, которая предназначена только для статистических целей, в первой половине 90-х гг. условно выделялись четыре группы:

* Первое название применялось в социалистических странах, а второе — в ООН и других международных организациях, а также промышленно развитых странах.

** Handbook of International Trade and Development Statistics, 1993. — New York and Geneva, 1994.

- промышленно развитые страны;
- развивающиеся страны;
- страны Восточной Европы: Албания, Болгария, Венгрия, бывшая ГДР, Польша, Румыния, Словакия, бывший СССР, Чехия;
- социалистические страны Азии: Вьетнам, Китай, КНДР, Монголия.

Вследствие трансформации экономик бывших социалистических стран (в том числе и азиатских) и республик бывшего СССР подобная группировка перестала быть в полной мере актуальной. ООН стала относить Вьетнам, Китай, КНДР, Монголию; Армению, Азербайджан, Грузию, Казахстан, Киргизию, Таджикистан, Туркмению, Узбекистан к развивающимся странам.

В результате используемая в ООН классификация приобрела следующий вид:

- промышленно развитые страны;
- развивающиеся страны;
- страны Восточной Европы: Албания, Беларусь, Болгария, Венгрия, Латвия, Литва, Молдова, Польша, Румыния, Россия, Словакия, Украина, Чехия, Эстония.

Наряду с подобной классификацией в экономической литературе во второй половине 90-х гг. получило распространение понятие «нарастающие рынки» (emerging markets), к которым относятся страны и территории ЮВА, Китай, страны ЦВЕ и СНГ, Турция, страны Латинской Америки.

В табл. 2.3 и на диаграммах (рис. 2.1-2.4), построенных на основе данных этой таблицы, представлены общие характеристики основных групп стран в 1995 г.

Таблица 2.3
Общие характеристики основных групп стран (1995 г.) *

Страны	Население, тыс. чел.	Площадь, км ²	Плотность населения, чел./км ²	ВВП, млн. дол.	ВВП, на душу населения, дол.
Весь мир	5 678 965	135317850	42	28 383 091	4998
Развитые страны	873446	32677400	27	22137553	25345
Развивающиеся страны	4483870	83 623 054	54	5 562 296	1241
Страны Восточной Европы	321 649	19017396	17	683 242	2124

* Handbook of International Trade and Development Statistics, 1996/7. — Geneva. 1999. P. 319.

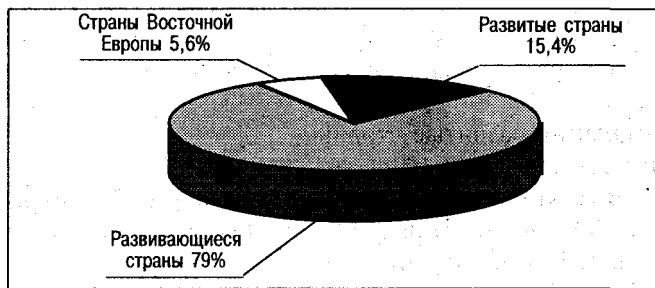


Рис. 2.1. Распределение населения Земли по группам стран (1995 г.)

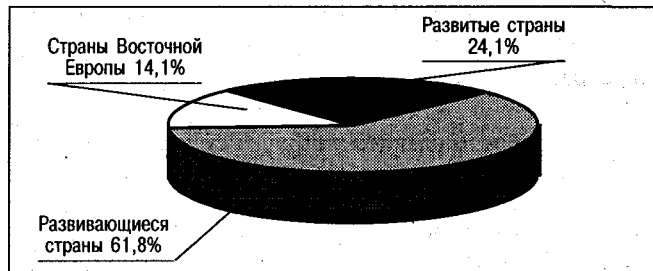


Рис. 2.2. Распределение площади Земли по группам стран (1995 г.)



Рис. 2.3. Распределение мирового валового внутреннего продукта по группам стран (1995 г.)

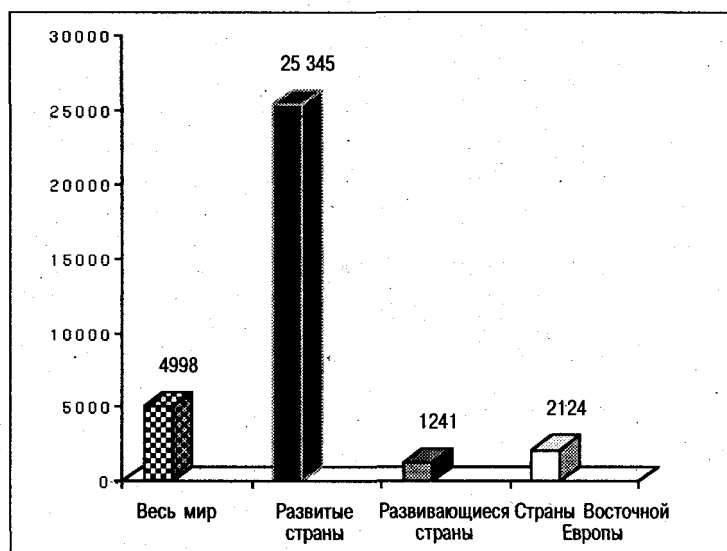


Рис. 2.4. ВВП на душу населения по группам стран в 1995 г. (дол.)

В группу промышленно развитых стран (developed countries) входят страны с крупным частно-монополистическим сектором, занимающие главные позиции в экономике, с развитой хозяйственной и социальной функциями государства. При всем разнообразии этих стран их отличают высокий уровень производительных 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 коммуникаций.

В соответствии с классификацией ООН выделяется группа стран с развитой рыночной экономикой (developed market economy countries), которые также подразделяются по регионам:

- в Америке: Канада и США;
- в Европе: Дания, Италия, Португалия, Швеция, Австрия, Бельгия, Ирландия, Люксембург, Фарерские острова *, Великобритания, Исландия, Нидерланды, Финляндия, Германия, Испания, Франция, Греция, Норвегия, Швейцария;
- в Азии: Израиль и Япония;
- в Африке: ЮАР;
- в Океании: Австралия и Новая Зеландия.

* Фарерские острова находятся в Северной Атлантике и состоят из 18 островов общей площадью 1399 км². Население—44,3 тыс. человек. Фарерские острова принадлежат Дании, но на основе Закона о самоуправлении 1948 г. имеют большую автономию, особенно в сфере экономической политики, и представляют собой самостоятельную таможенную территорию. Коалиция, пришедшая к Власти в 1998 г. после выборов в местный парламент, обещала подготовить к 2000 г. проект конституции, предусматривающий достижение полной независимости. Предполагается сохранение как минимум десятилетней унии с Данией и более длительного валютного союза, а также урегулирование отношений с Данией на основе так называемой исландской модели, обеспечившей Исландии получение полной независимости в 1944 г.

Основной отраслью экономики является рыболовство и рыбопереработка (около 300 тыс. т ежегодно). Предполагается также наличие нефтяных месторождений. ВВП на одного жителя в 1997 г. составил 20276 дол. (в Дании — 31 950 дол.).

Фарерские острова не являются членами ОЭСР и ЕС. Торговые отношения между Фарерскими островами и ЕС регулируются договором о свободной торговле от 06.12.96 г. (вступил в силу 01.01.97 г.), предусматривающим создание зоны свободной торговли с 01.01.2003 г. На 01.01.99 г. аналогичные договоры были заключены Фарерскими островами со странами ЕАСТ, Эстонией и Польшей, а также было выдвинуто предложение заключить подобный договор с Россией. Основными внешнеторговыми партнерами Фарерских островов являются страны ЕС (прежде всего Дания и Великобритания) и Норвегия. Основная статья экспорта — рыба и рыбопродукты (около 95%), импорта — промышленные товары.

Практически все промышленно развитые страны входят в Организацию экономического сотрудничества и развития (ОЭСР). Семь крупнейших промышленно развитых стран (Великобритания, Германия, Италия, Канада, США, Франция, Япония) объединились в так называемую Большую семерку (G7) для обсуждения глобальных экономических и валютных проблем. Встречи проводятся на разных уровнях. Основой же являются ежегодные встречи глав государств и правительств, на которых значительное внимание уделяется определенным конкретным проблемам (энергетическая политика, внешний долг, охрана окружающей среды и др.). На встрече в 1996 г. в обсуждении некоторых вопросов участвовала Россия, а на встрече в 1997 г. «Большая семерка» в определенной степени превратилась в «Большую восьмерку» с участием России, хотя это касается только политического аспекта, а не экономического.

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И РАЗВИТИЯ (ОЭСР)

Организация экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development, OECD) начала свою деятельность 30 сентября 1961 г. после ратификации Конвенции об образовании ОЭСР (Convention on the Organization for Economic Cooperation and Development), называемой также Парижской конвенцией, подписанной 14 декабря 1960 г. двадцатью государствами-учредителями. Остальные страны присоединились позже.

Местопребывание — Париж (Франция).

Государства-члены:

Австралия (07.06.71 г.)	Испания	Республика Корея (12.12.96 г.)
Австрия	Италия	США
Бельгия	Канада	Турция
Великобритания	Люксембург	Финляндия (28.01.69 г.)
Венгрия (07.05.96 г.)	Мексика (18.05.94 г.)	Франция
Германия	Нидерланды	Чехия (21.12.95 г.)
Греция	Новая Зеландия (29.05.73 г.)	Швейцария
Дания	Норвегия	Швеция
Ирландия	Польша (22.11.96 г.)	Япония (28.04.64 г.)
Исландия	Португалия	

В соответствии с соглашением от 28 октября 1961 г. Югославия получила специальный статус, благодаря чему ей предоставилась широкая возможность участвовать в работе ОЭСР либо в качестве наблюдателя, либо в составе некоторых комитетов и рабочих групп. После распада СФРЮ в декабре 1992 г. Совет ОЭСР счел соответствующее соглашение прекратившим действие.

Европейская комиссия (Европейский Союз) принимает участие в работе ОЭСР на основе статьи 13 Конвенции об образовании ОЭСР.

Россия сотрудничает с ОЭСР после подписания в июне 1994 г. Соглашения о привилегиях и иммунитете.

Основными целями ОЭСР являются:

вклад в развитие мировой экономики посредством обеспечения оптимального экономического развития, роста занятости населения и повышения его уровня жизни при сохранении финансовой стабильности государств-членов;

содействие экономическому и (социальному благополучию в регионе ОЭСР путем координации политики государств-членов;

согласование помощи государств ОЭСР развивающимся странам.

ОЭСР имеет следующую структуру:

Совет;

Исполнительный комитет. Исполнительный комитет в особом составе;

комитеты, рабочие группы, экспертные комиссии, комитет содействия развитию;

Международный секретариат, департаменты;

автономные и полуавтономные органы.

Совет, состоящий из представителей государств-членов, является высшим органом ОЭСР. Он заседает обычно один раз в год на уровне министров под председательством одного из государств-членов. В этих заседаниях принимают участие, как правило, министры иностранных дел, финансов, торговли или экономики. На уровне постоянных представителей (в ранге послов) Совет собирается не менее двух раз в месяц под председательством генерального секретаря. Решения Совета принимаются, как правило, консенсусом. Совет имеет право принимать решения, которые с юридической точки зрения являются обязательными для исполнения странами-участницами. Кроме того, он принимает рекомендации, которые хотя и не являются обязательными для исполнения с юридической точки зрения, но должны учитываться странами-участницами, поскольку отражают позицию всей организации. К функциям Совета относятся также решения о принятии новых членов и о создании комитетов, рабочих групп, консультационных групп, групп экспертов и других вспомогательных органов, определение задач, принципов и сроков деятельности этих органов, утверждение программ их деятельности и выделение им соответствующих финансовых средств.

Исполнительный комитет из 14 государств-членов (постоянные члены — «Большая семерка» и семь ежегодно переизбираемых членов) поддерживает Совет в административной и оперативной работе. Он координирует деятельность ОЭСР и готовит заседания Совета, предварительно рассматривая на своих регулярных сессиях рапорты, отчеты комитетов и других вспомогательных органов. Совет может привлекать Комитет к выполнению специальных заданий. Исполнительный комитет в особом составе предоставляет высшим должностным лицам, отвечающим в своих странах за международные экономические отношения, возможность междисциплинарного обсуждения актуальных проблем.

Свыше 150 комитетов, рабочих групп и экспертных комиссий занимаются самым широким спектром экономических и социальных проблем.

В *Комитет содействия развитию* входят в настоящее время 21 государство-член и Европейская комиссия; статус наблюдателей имеют Всемирный банк и Международный валютный фонд. Комитет является центральным органом по координации помощи, оказываемой ОЭСР развивающимся странам. В его задачи входят повышение эффективности этой помощи, содействие созданию в развивающихся странах жизнеспособных экономических систем и их включение в мировую экономику. В 1993 г. комитет

пересмотрел список развивающихся стран с учетом изменений в Центральной и Восточной Европе и появления независимых государств на территории бывшего СССР.

Работой *Международного секретариата руководит* генеральный секретарь. Секретариат разделен на ряд Департаментов, направления деятельности которых соответствуют тематике комитетов.

В структуру Международного секретариата входит Центр по сотрудничеству со странами с переходной экономикой (Center for Cooperation with Economics in Transition, ССЕТ), которым руководит директор в ранге помощника генерального секретаря. В 1990 г. был создан Центр по сотрудничеству с европейскими странами с переходной экономикой (Center for Cooperation with European Economics in Transition, ССЕЕТ), однако поскольку интересы ОЭСР стали охватывать и неевропейские страны, то название этого центра в 1993 г. было видоизменено за счет того, что было убрано слово «европейские».

Автономными и полуавтономными органами ОЭСР являются:

Международное энергетическое агентство (МЭА) — International Energy Agency (IEA);

Агентство по ядерной энергии (АЯЭ) — Nuclear Energy Agency (NEA);

Центр исследований и нововведений в области образования (ЦИНО) — Centre for Education Research and Innovation (CERI);

Центр развития ОЭСР — OECD Development Center.

Предшественницей ОЭСР была Организация европейского экономического сотрудничества (ОЕЭС), созданная 16 апреля 1948 г. прежде всего для регулирования потоков финансовых средств, направляемых из США в рамках плана Маршалла в целях помощи европейским странам в послевоенном восстановлении экономики. Кроме того, целями ОЕЭС были постепенное устранение препятствий во взаимной торговле стран Западной Европы и постепенное введение конвертируемости их национальных валют. После выполнения своих функций эта организация была заменена на ОЭСР.

После принятия в члены ОЭСР Новой Зеландии в 1973 г. эта организация в течение 21 года функционировала как «закрытый клуб богатых» и называлась также «Группой 24-х». В 1994 г. с принятием в члены организации Мексики начался новый период развития ОЭСР.

Некоторые публицисты называют ОЭСР «клубом богатых стран», который используется для постоянного диалога и координации деятельности в сфере экономической и социальной политики между правительствами развитых стран. Распространенным является также мнение, что ОЭСР представляет собой интеллектуальный центр (think tank) стран-членов и выполняет роль своеобразного «экономического генерального штаба» или «центрального командования» мировым хозяйством. Кроме того, достаточно часто считается, что ОЭСР является аналогом НАТО в сфере международных экономических отношений. Иногда ОЭСР называют «экономическим Ватиканом». Однако все эти определения только в малой степени отражают реальную роль ОЭСР в мировом хозяйстве. Много важных проблем глобального характера рассматривается в рамках ОЭСР, а ее резолюции и оценки оказывают существенное влияние не только на экономическую жизнь стран-участниц, но и на все мировое хозяйство.

ОЭСР регулярно распространяет аналитические и статистические материалы. Выпускаются специальные монографии, журналы, серийные издания, экономические отчеты и прогнозы, технические и статистические бюллетени и др.

OECD Economic Outlook.

Содержит прогнозы Экономического департамента Секретариата ОЭСР (The Economics Department of the OECD Secretariat) по объему производства, занятости и текущим балансам на ближайшие 2 года, основанные на обзоре развития каждой страны-участницы. Особое внимание обращается на политику, проводимую правительствами для решения текущих экономических проблем. Статистические данные и прогнозы затрагивают и некоторые страны, не являющиеся членами ОЭСР. Все данные относительные. Выходит два раза в год в июне и декабре.

OECD Economic Studies.

Выпускается два раза в год Экономическим департаментом Секретариата ОЭСР (The Economics Department of the OECD Secretariat) и включает статьи, посвященные отдельным макроэкономическим проблемам в межстрановом разрезе.

OECD Economic-Survey.

Представляет регулярные подробные обзоры экономических тенденций и экономической политики стран-участниц. Содержащаяся в этом издании информация более детализирована, чем в OECD Economic Outlook. Каждый выпуск посвящен одной стране. Обзоры публикуются также по странам — потенциальным членам ОЭСР. Так, например, были изданы обзоры по Польше (июнь 1992 г.), Венгрии (сентябрь 1993 г.), Словакии и Чехии (февраль 1994 г.), Республике Корея (май 1994 г.), Российской Федерации (1995 г.)

Представляет собой сборник статистических данных и графических иллюстраций о текущем развитии основных макроэкономических показателей. Информация предоставляется преимущественно в национальных, валютах и относительных величинах. Выходит ежемесячно.

2. Развивающиеся страны

Другая группа, значительно более крупная, чем развитые страны, охватывает свыше 130 развивающихся государств (developing countries) и территорий. Ее главная особенность состоит в многообразии социальных укладов, а также переходных форм экономических отношений при значительной политической роли государства. Во многих развивающихся странах процесс формирования национальных хозяйств еще не завершен, преобладает экстенсивный тип хозяйственного развития. Эти страны значительно отстают по уровню экономического развития от первой группы. Развивающиеся страны можно классифицировать по следующим признакам:

- степень развития рыночных отношений;
- глубина и формы включения в мировые экономические связи;
- уровень ВВП на душу населения.

Условно можно выделить три уровня развивающихся стран.

Верхний уровень составляют страны, в которых государственный, иностранный и местный частный капитал образовал интегрированные системы. Эти страны прочно включены в мировое хозяйство. Наиболее характерными являются:

страны, в которых в течение длительного времени существуют рыночные формы хозяйствования, но которые не сумели в силу ряда социально-исторических причин утвердить высшие формы экономической организации в народнохозяйственном масштабе и занять привилегированные позиции в мировом хозяйстве. К этим странам можно отнести Аргентину, Уругвай, Чили;

страны с крупным экономическим и демографическим потенциалом, которые достигли высокого уровня технологической, экономической и организационной зрелости (новые индустриальные страны). Экономика стран данной группы, активно участвующих в международном разделении труда, зависит от динамики развития мирового хозяйства. К таким странам относятся Бразилия и Мексика. О роли Мексики в мировом хозяйстве достаточно красноречиво свидетельствует тот факт, что она является членом Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), а также (вместе с США и Канадой) членом Североамериканского соглашения о свободной торговле (НАФТА);

новые индустриальные страны Юго-Восточной Азии (НИС ЮВА), динамичное развитие и активное участие в международном разделении труда которых основывается на освоении современных высокотехнологичных производств при господстве рыночных отношений во всех сферах экономики. К этим странам относятся Гонконг *, Республика Корея, Сингапур, Тайвань. Республика Корея является членом ОЭСР;

иные страны с относительно высоким уровнем современного экономического развития (Багамские острова, Кипр, Аомынь (Макао)).

* В ночь с 30 июня на 1 июля 1997 г. британская колония Гонконг перешла под юрисдикцию Китая. Вместе с изменением статуса было изменено и название — Сянган.

На *среднем уровне* находятся страны с так называемой дуальной экономикой:

крупные и средние страны, современное развитие которых началось «в обход» массивных традиционных структур (Турция, Таиланд, Египет и др.). Турция является членом НАТО, а также ОЭСР;

страны, современное развитие которых началось сравнительно недавно и основывалось преимущественно на их включении в мировое хозяйство по линии поставок сырья, пользовавшегося большим спросом на мировом рынке. В этих странах формируется капиталэкспортирующее направление. Вывоз капитала в значительных размерах направляется как в развивающиеся, так и в высокоразвитые страны;

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

На *нижнем уровне* находятся наименее развитые страны.

В соответствии с упоминавшейся классификацией ООН все страны и территории, не включенные в группы развитых стран и стран Восточной Европы, относятся к категории развивающихся (developing countries and territories). Развивающиеся страны подразделяются:

по регионам; ...

по экономическим группировкам;

по уровню дохода.

В соответствии с классификацией по экономическим группировкам выделяется несколько групп развивающихся стран и территорий:

основные экспортеры нефти;

основные экспортеры промышленных товаров;

остальные страны, в том числе наименее развитые страны (least developed countries).

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

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

со средним доходом (ВВП на душу населения от 700 до 3500 дол. США);

с низким доходом (ВВП на душу населения ниже 700 дол. США).

3. Географическая структура международной торговли

Особенности развития стран определяют и их роли в международной торговле. Доля промышленно развитых стран в мировом экспорте на протяжении последних 30 лет составляет около 70%. Такова же доля этих стран и в мировом импорте. Около 20—30% мировой торговли приходится на развивающиеся страны, но в каждой из этих групп происходят существенные изменения. В 90-е гг. доля промышленно развитых стран в мировой торговле постепенно сокращалась, а доля развивающихся стран (в основном азиатских) увеличивалась (табл. 2.4). Ведущие позиции в мировой торговле занимают США, Германия, Япония, Франция, Великобритания, Италия, Канада, Нидерланды, Бельгия, Люксембург. Среди развивающихся стран можно выделить Китай, Республику Корея, Гонконг, Тайвань, Сингапур, Малайзию, Мексику, Бразилию, Индонезию. В табл. 2.5 представлены основные страны-экспортеры и импортеры в 1996 г.

Таблица 2.4

Структура мирового экспорта по группам стран (1950—1996 гг.) *

	Млн. дол.											
	1950	1960	1970	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Всего	61893	129886	314614	2022400	1958601	3490909	3506702	3755842	3752952	4279208	5112856	5329657
Развитые страны	37557	85598	224978	1285284	1295190	2489035	2538792	2685997	2623343	2949333	3505195	3593589
Развивающиеся страны	20393	31049	59335	586848	494354	831486	877393	969497	1020946	1185441	1422787	1534800
Страны Восточной Европы	3944	13239	30302	150268	169057	170388	90517	100348	108663	144434	184874	201268
	%											
Всего	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Развитые страны	60,68	65,90	71,51	63,55	66,13	71,30	72,40	71,52	69,90	68,92	68,56	67,43
Развивающиеся страны	32,95	23,90	18,86	29,02	25,24	23,82	25,02	25,81	27,20	27,70	27,83	28,80
Страны Восточной Европы	6,37	10,19	9,63	7,43	8,63	4,88	2,58	2,67	2,90	3,38	3,62	3,78

* Handbook of International Trade and Development Statistics 1996/1997. — Geneva. 1999.

Таблица 2.5
Основные экспортеры и импортеры в 1996 г. *

	Экспорт	Доля		Импорт	Доля
Всего	5329657		Всего	5481106	
1 США	625073	11,73	США	882025	16,09
2 Германия	521111	9,78	Германия	455683	8,31
3 Япония	410901	7,71	Япония	349152	6,37
4 Франция	288468	5,41	Великобритания	285997	5,22
5 Великобритания	260746	4,89	Франция	277673	5,07
6 Италия	250857	4,71	Италия	206916	3,78
7 Канада	201633	3,78	Гонконг	198550	3,62
8 Нидерланды	197417	3,70	Нидерланды	180639	3,30
9 Гонконг	180750	3,39	Канада	175158	3,20
10 Бельгия и Люксембург	170297	3,20	Бельгия и Люксембург	161303	2,94
11 Китай	151197	2,84	Республика Корея	150339	2,74
12 Республика Корея	129715	2,43	Китай	138944	2,53
13 Сингапур	125014	2,35	Сингапур	131338	2,40
14 Тайвань	115726	2,17	Испания	121782	2,22
15 Испания	101994	1,91	Тайвань	101278	1,85
16 Мексика	96000	1,80	Мексика	89469	1,63
17 Россия	88703	1,66	Малайзия	78418	1,43
18 Швеция	84852	1,59	Швейцария	74462	1,36
19 Малайзия	78327	1,47	Таиланд	73484	1,34
20 Швейцария	76196	1,43	Австрия	67331	1,23
21 Австралия	60479	1,13	Швеция	66836	1,22
22 Австрия	57818	1,08	Австралия	65427	1,19
23 Саудовская Аравия	56703	1,06	Россия	61147	1,12
24 Таиланд	55721	1,05	Бразилия	56947	1,04
25 Дания	50108	0,94	Дания	44493	0,81

* Handbook of International Trade and Development Statistics 1996/1997. — Geneva. 1999.

Во второй половине 90-х гг. определилась четкая зависимость развития международной торговли от изменений в экономике и внешней торговли стран ЮВА, на долю которых вместе с Китаем приходится около 1/4 мировой товарной торговли. Так, например, вследствие прежде всего азиатского кризиса замедлились темпы международной торговли в 1998 г., что проявилось в заметном сокращении деловой активности и импортного спроса со стороны затронутых кризисом стран, девальвации их валют и, следовательно, в сокращении импорта из промышленно развитых стран, которые направляют в этот регион значительную часть своего экспорта. В то же время девальвация национальных валют способствовала повышению эффективности экспортной экспансии стран этого региона.

Литература

1. Андрианов В.Д. Конкурентоспособность России в мировой экономике/Международный бизнес России. 1997. № 1.
2. Вопросы экономической безопасности в зарубежной литературе. — М.: ИНИОН, 1988.
3. Россия и зарубежные страны: сравнение по основным показателям (экспортная и импортная квоты

)//Вопросы экономики. 1996. № 4.

4. Соколов В., Шишков Ю. Как измерить открытость национального хозяйства//МЭиМО. 1990. № 12.

4. Handbook of International Trade and Development Statistics. — New York and Geneva, 1994.

ГЛАВА 3

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ И МИРОВЫЕ ТОВАРНЫЕ РЫНКИ

§ 1. Товарная структура мирового рынка

Международные организации систематизируют и классифицируют товары, которые являются предметом международной торговли.

В 1983 г. была опубликована Гармонизированная система описания и кодирования товаров, ГС (Harmonized Commodity Description and Coding System), разработанная Советом таможенного сотрудничества (СТС). Классификационная схема ГС представлена в табл. 3.1.

Таблица 3.1
Классификационная схема ГС

Наименования разделов	Количество		
	Групп (коды)	позиций	субпозиций
I. Живые животные и продукция животноводства	5(01-05)	14	194
II. Продукты растительного происхождения	9(06-14)	790	270
III. Жиры и масла животного или растительного происхождения; продукты их расщепления; приготовленные пищевые жиры; воски животного или растительного происхождения	1(15)	22	53
IV. Продукты пищевкусовой промышленности; алкогольные и безалкогольные напитки; табак и искусственные заменители табака	9(16-24)	56	181
V. Минеральные продукты	3(25-27)	67	151
VI. Продукция химической и смежных отраслей промышленности	11(28-38)	176	759
VII. Пластмассы и изделия из них; каучук и резиновые изделия	2(39-40)	43	189

УШ. Кожевенное сырье; кожа; пушнина; пушно-меховое сырье; изделия из них; шорно-седельные изделия и упряжь; дорожные принадлежности; сумки и аналогичные товары; изделия из кишок .	3(41-43)	21	74
ИХ. Древесина и изделия из нее; древесный уголь; пробка; изделия из нее; изделия из соломы, ольфы и других материалов для плетения; корзины и другие плетеные изделия	3(44-46)	27	79
Х. Бумажная масса из древесины или других целлюлозно-волокнистых материалов; бумажная и картонная макулатура; бумага, картон и изделия из них	3(47-49)	41	149
ХІ. Текстиль и текстильные изделия	14(50-63)	149	809
ХІІ. Обувь, головные уборы, зонты, трости, хлысты и их части; обработанные перья и изделия из них; искусственные цветы; изделия из волос	4(64-67)	20	55
ХІІІ. Изделия из камня, гипса, алебаstra, цемента, асбеста, слюды или аналогичных материалов; керамические изделия; стекло и изделия из него	3(68-70)	49	138
ХІУ. Жемчуг натуральный или культивированный, полудрагоценные и драгоценные камни, драгоценные металлы, неблагородные металлы, плакированные драгоценными металлами, и изделия из них; бижутерия и монеты	1(71)	18	52
ХУ. Черные и цветные металлы и изделия из них	11(72-76, 78-83)	157	587
ХУІ. Машины, оборудование и механические приспособления, электрооборудование и их части; звукозаписывающая и воспроизводящая аппаратура; видеоаппаратура, их части и принадлежности	2(84-85)	133	762
ХУП. Средства наземного, воздушного, космического, водного транспорта, оборудование и части для них	4(86-89)	38	132

ХУШ. Приборы и аппараты оптические, фотографические и кинематографические, измерительные, контрольные, прецизионные, медикохирургические инструменты и аппараты; часы; музыкальные инструменты; их части и принадлежности	3(90-92)	56	230
XIX. Оружие и боеприпасы; их части и принадлежности	1(93)	7	17
XX. Разные готовые изделия	3(94-96)	32	131
XXI. Произведения искусства, предметы для коллекционирования и антиквариат	1(97)	6	7
Итого:	96	1241	5019

Классификация товаров осуществлялась по следующим признакам:

происхождение товара;

вид материала, из которого изготовлен товар;

назначение товара;

химический состав товара.

Первые две цифры кода обозначают товарную группу, четыре — товарную позицию, шесть — субпозицию. Например:

72 — Товарная группа — «Черные металлы».

7201 — Товарная позиция — «Чугун, включая зеркальный, в чушках, болванках и других первичных формах».

720140 — Товарная субпозиция — «Зеркальный чугун». -

Гармонизированная система описания и кодирования товаров служит основой для переговоров в рамках ВТО/ГАТТ, а также является базой для увязки с системами классификации ООН.

С ориентацией на ГС была разработана и в 1986 г. опубликована 3-я редакция Стандартной международной торговой классификации (СМТК) ООН (Standart International Trade Classification (SITC), Rev. 3). Классификационная схема СМТК представлена в табл. 3.2.

Таблица 3.2

Классификационная схема СМТК (3-я редакция)

КОДЫ РАЗДЕЛОВ И ИХ НАИМЕНОВАНИЯ	КОЛИЧЕСТВО			
	групп; их коды	подгрупп	позиции	субпозиций
0. Продовольственные товары и живые животные Food and live animals	10(00-09)	36	132	344
1. Напитки и табак Beverages and tobacco	2(11-12)	4	11	22
2. Сырье непродовольственное, кроме топлива Crude materials, inedible, exopt fuels	9(21-29)	36	123	267
3. Минеральное топливо, смазки и подобные им товары Mineral fuels, lubricants and related materials	4(32-35)	11	25	37

4. Жиры, масла и воски растительного и животного происхождения Animal and vegetable oils, fats and waxes	3(41-43)	4	21	44
5. Химические продукты Chemicals and related products, n.e.s.	.9(51-59)	33	126	474
6. Обработанные изделия, классифицированные преимущественно по материалам Manufactured goods classified mainly by material	9(61-69)	52	233	829
7. Машины, оборудование и транспортные средства Machinery and transport equipment	9(71-79)	50	214	653
8. Разные готовые изделия Miscellaneous manufactured articles	8(81-85, 87-89)	31	144	442
9. Товары и сделки, не включенные в вышеперечисленные разделы Commodities and transactions not classified elsewhere in SITC	4(91,93,96,97)	4	4	6
Итого:	67	261	1033	3118

Классификация товаров на уровне групп осуществлялась:

по видам сырья, из которого изготовлен товар;

по степени обработки товара;

по назначению товара;

по месту товара в международной торговле.

Как и в предыдущих изданиях СМТК, в 3-м издании сохранена десятичная система кодирования: первая цифра кода соответствует товарному разделу, две — товарной группе, три — товарной подгруппе, четыре — товарной позиции, пять — субпозиции. Например:

8 — Раздел — «Разные готовые изделия».

88 — Товарная группа — «Фотоаппараты ... оптические приборы ... часы».

885 — Товарная подгруппа — «Часы ручные, настольные, стенные».

8857 — Товарная позиция — «Часы настольные, стенные».

88574 — Субпозиция — «Будильники на батарейках, аккумуляторах или питающиеся от сети».

На основе 3-го издания СМТК можно определить сопоставимые показатели, характеризующие объем и структуру экспорта и импорта различных стран, а также с помощью специального «ключа» производить перегруппировку товаров с СМТК на другие классификации и номенклатуры.

Для статистики международной торговли применяется также Классификатор товаров по укрупненным экономическим группировкам (КУЭГ) ООН (Classification by Broad Economic Categories (BEC)). Ныне действующая редакция издана в 1989 г. Классификационная схема КУЭГ представлена в табл. 3.3.

Таблица 3. 3. Классификационная схема КУЭГ

1. Продовольственные товары и напитки	1 Food and beverages
1.1. Сырьевые товары	11 Primary
1.1.1. Для промышленного потребления	111 Mainly for industry
1.1.2. Для личного потребления	112 Mainly for household

1.2.Обработанные полуфабрикаты	12 Processed
1.2.1. Для промышленного потребления	121 Mainly for industry
1.2.2. Для личного потребления	122 Mainly for household consumption
2. Промышленное сырье (непродовольственное)	2 Industrial supplies not elsewhere specified
2.1. Сырьевые товары	21 Primary
2.2. Полуфабрикаты	22 Processed
3. Топливо и смазки	3 Fuels and lubricants
3.1. Сырьевые товары	31 Primary
3.2. Полуфабрикаты	32 Processed
3.2.1. Бензин	321 Motor spirit
3.2.2. Прочие полуфабрикаты	322 Other
4. Машины, оборудование и части к ним (кроме средств транспорта)	4 Capital goods (except transport equipment), and parts and accessories thereof
4.1. Машины и оборудование	41 Capital goods (except transport equipment)
4.2. Части и принадлежности	42 Parts and accessories
5. Транспортные средства, их части и принадлежности	5 Transport equipment and parts and accessories thereof
5.1. Легковые автомобили	51 Passenger motor cars
5.2. Другие автомобили	52 Other
5.2.1. Транспортные средства производственного назначения	521 Industrial
5.2.2. Транспортные средства личного потребления	522 Non-industrial
5.3. Части и принадлежности к транспортным средствам	53 Parts and accessories
6. Потребительские товары	6 Consumer goods not elsewhere specified
6.1. Товары длительного пользования	61 Durable
6.2. Товары среднесрочного пользования	62 Semi-durable
6.3. Товары краткосрочного пользования	63 Non-durable
7. Товары, не включенные в перечисленные выше группы	7 Goods not elsewhere specified

КУЭГ основан на товарах, включенных в ГС и СМТК. Все товары, перечисленные в этих классификациях, распределены на семь групп в соответствии с их назначением, а внутри каждой группы — по степени обработки. Кроме того, некоторые товары объединены в группы по принципу промышленного или личного потребления, а некоторые — в зависимости от срока пользования.

В КУЭГ также 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 и

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 для государственных и частных учреждений, классифицируются как капитальное оборудование, кроме оружия, которое классифицируется как товары, не отнесенные к другим категориям.

Потребительские товары (непищевые) недлительного пользования — товары со сроком потребления один год или менее, включая товары, используемые государственными и частными учреждениями.

Товары среднесрочного пользования — товары со сроком пользования от 1 до 3 лет и с относительно низкой стоимостью.

Товары длительного пользования — товары со сроком пользования свыше 3 лет, а также товары со сроком пользования от 1 до 3 лет, но с высокой стоимостью.

В табл. 3.4 показана товарная структура международной торговли, в табл. 3.5 — доли основных товаров в мировом экспорте в 1980-1996гг.

Таблица 3.4
Товарная структура международной торговли (%) *

-	1980	1990	1993	1994	1995
Сырьевые товары (0+1+2+3+4+68)	43,44	26,97	23,64	23,11	22,53
Промышленные товары (5+6+7+8-68)	54,23	70,50	73,65	74,44	74,72
Продовольственные товары (0+1+22+4)	11,05	9,33	9,33	9,25	8,95
Сельскохозяйственное сырье (2-22-27-28)	3,69	3,02	2,53	2,73	2,80
Руды и металлы(27+28+68)	4,67	3,64	2,96	3,09	3,35
Топливо (3)	24,03	10,99	8,82	8,04	7,44
Химические товары (5)	7,03	8,83	8,88	9,22	9,48
Машины, оборудование и транспортные средства (7)	25,64	35,18	37,47	38,12	38,48
Разные промышленные товары (6+8-68)	21,56	26,49	27,30	27,11	26,77

Handbook of International Trade and Development Statistics 1996/97. — Geneva. 1999.

Таблица 3.5
Доля основных товаров в мировом экспорте в 1980-1996 гг. *

	1980-81		1990-91		1994-95
333 Нефть неочищенная	16,23	333 Нефть неочищенная	5,75	781 Пассажирские автотранспортные средства	4,87
334 Нефтепродукты	4,35	781 Пассажирские автотранспортные средства	5,03	333 Нефть неочищенная	4,34

781 Пассажирские автотранспортные средства	2,99	334 Нефтепродукты	2,76	776 Транзисторы, электронные лампы и т. д.	3,26
784 Запчасти для автотранспортных средств	1,71	784 Запчасти для автотранспортных средств	2,51	752 Автоматические устройства обработки данных	2,51
341 Газ	1,69	792 Самолеты и соответствующее оборудование	2,11	784 Запчасти для автотранспортных средств	2,51
931 Товары, не вошедшие в классификацию	1,53	752 Автоматические устройства обработки данных	2,06	931 Товары, не вошедшие в классификацию	2,40
792 Самолеты и соответствующее оборудование	1,36	931 Товары, не вошедшие в классификацию	1,86	764 Телекоммуникационное оборудование	2,29
782 Грузовые и специальные автомобили	1,17	776 Транзисторы, электронные лампы и т. д.	1,86	334 Нефтепродукты	1,91
641 Бумага	1,07	764 Телекоммуникационное оборудование	1,77	759 Запчасти и составляющие для офисного оборудования	1,84
764 Телекоммуникационное оборудование	1,06	759 Запчасти и составляющие для офисного оборудования	1,51	778 Электрооборудование	1,54
674 Железо и сталь листовые	1,00	641 Бумага	1,50	792 Самолеты и соответствующее оборудование	1,54
678 Железные и стальные трубы и пр.	0,91	583 Полимерные изделия прочие	1,44	583 Полимерные изделия прочие	1,46
583 Полимерные изделия прочие	0,86	541 Медицинские, фармацевтические изделия	1,16	641 Бумага	1,45
793 Корабли, лодки	0,86	728 Прочие машины для отдельных отраслей	1,15	541 Медицинские, фармацевтические изделия	1,45
723 Инженерное оборудование...	0,83	778 Электрооборудование	1,14	772 Части передаточных механизмов	1,29
041 Пшеница	0,82	782 Грузовые и специальные автомобили	1,13	728 Прочие машины для отдельных отраслей	1,19
728 Прочие машины для отдельных отраслей	0,80	874 Измерительное, контрольное оборудование	1,11	749 Части неэлектрических машин	1,16

Handbook of International Trade and Development Statistics. 1994, 1999

§ 2. Мировые цены

Мировой рынок характеризуется множественностью применяемых цен, что объясняется действием различных коммерческих и торгово-политических факторов. Множественность цен означает наличие ряда цен на один и тот же товар или товары одинакового качества в одной и той же сфере обращения (импортные, оптовые, розничные), на одинаковой транспортной базе. В связи с этим обычно выделяют:

- 1) цены по обычным коммерческим сделкам с платежом: в свободно конвертируемой валюте, в неконвертируемой или ограниченно конвертируемой валюте;
- 2) цены по клиринговым соглашениям;

3) цены по программам в рамках государственной помощи и др.

При этой множественности цен под собственно мировыми понимаются цены, по которым производятся крупные экспортно-импортные операции, в наибольшей степени характеризующие состояние международной торговли конкретным товаром. При этом операции должны:

1) осуществляться на регулярной основе, поскольку цены сделок, носящих случайный, эпизодический характер, не являются представительными;

2) носить раздельный коммерческий характер, т.е. не учитываются операции встречной торговли, поставки товаров в рамках государственной помощи и т.п., «связанный» характер которых существенно влияет на цены;

3) выполняться в условиях свободного торгово-политического режима, т.е. есть качестве мировых не могут служить, например, цены, установленные в рамках замкнутых экономических группировок (так называемые цены «закрытого рынка»);

4) осуществляться в свободно конвертируемой валюте.

В международной торговле применяются два основных вида цен: расчетные и публикуемые.

Расчетные цены индивидуально определяются фирмами-экспортерами на конкретные виды промышленных товаров в соответствии с различными методиками.

Публикуемые цены — это цены, сообщаемые в специальных и фирменных источниках информации. Они, как правило, отражают уровень мировых цен. К ним относятся:

справочные цены;

биржевые котировки;

цены аукционов;

цены торгов;

цены фактических сделок;

цены предложения крупных фирм.

Одними из наиболее широко применяемых в международной торговле мировых показателей являются справочные цены, представляющие собой цены товаров во внутренней оптовой и внешней торговле промышленно развитых стран. Справочные цены регулярно публикуются практически по всем основным видам продукции, реализуемой на мировом рынке.

Источниками справочных цен являются экономические отраслевые газеты и журналы, специальные бюллетени, фирменные каталоги и прейскуранты. Справочные цены носят номинальный характер, играют роль лишь отправной точки, с которой начинается процесс согласования цен при заключении сделок.

Справочные цены в большинстве случаев представляют собой так называемые базисные цены, т.е. цены товара определенного количества и качества в том или ином заранее установленном географическом пункте (базисном пункте). Базисные цены устанавливаются в соответствии с так называемыми базисными условиями поставок, определяющими, включаются ли расходы по доставке в цену товара или нет (см. § 5 главы 8).

Исходя из особенностей ценообразования обычно выделяют две основные группы цен: на продукцию обрабатывающей промышленности и на сырье.

Мировыми ценами на продукцию обрабатывающей промышленности обычно являются экспортные цены крупных компаний производителей и экспортеров этой продукции. Экспортные цены базируются на ценах этих компаний на внутреннем рынке, которые чаще всего рассчитываются по методу полных затрат или методу прямых затрат*.

*Никитин С., Глазова Е., Степанова М. Мировые цены: особенности формирования//МЭиМО. 1997. №3.

По методу полных затрат суммируются все затраты, связанные с производством продукции, к ним добавляется величина предполагаемой прибыли. Полученный таким образом ожидаемый доход от реализации делится на количество производимых за месяц товаров. В результате получается фабричная цена одной единицы изделия.

По методу прямых затрат сначала определяются несколько вариантов предполагаемых цен и соответствующие предполагаемые объемы продаж. Из полученной величины ожидаемого дохода вычитаются прямые (переменные) затраты. Тем самым определяется наценка — маржинальная прибыль на единицу продукции и на весь объем прогнозируемых продаж. Из полученной маржинальной прибыли

вычитаются постоянные расходы. Полученная прибыль сравнивается по всем вариантам, после чего определяется, какая из предполагаемых цен может принести максимальную прибыль.

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

В то же время определить мировые цены на машины и оборудование достаточно сложно. Определенное значение могут иметь так называемые удельные цены, т.е. цены, рассчитанные на единицу производительности, мощности и т.п.

При установлении *мировых цен на сырьевые товары* основную 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 (например, цены Лондонской биржи металлов) или цен аукционов (например, цены Санкт-Петербургского и других пушных аукционов). Особое значение при формировании цен на многие виды сырьевых товаров имеют соответствующие объединения стран — экспортеров или производителей (например, цены на нефть стран — членов ОПЕК), что совсем не характерно для ценообразования на продукцию обрабатывающей промышленности (об особенностях ценообразования на рынках отдельных видов сырьевых товаров см. главу 4).

§ 3. Товарные биржи

Распространенным способом торговли для ряда сырьевых товаров являются товарные биржи, представляющие собой постоянно действующие оптовые рынки однородных (заменимых) товаров.

Впервые биржи возникли в Европе в XV-XVI вв. С тех пор изменились и их роль, и их функции. Тем не менее они оказывают значительное влияние на мировую торговлю. На товарных биржах совершается около 20% операций с сырьевыми товарами, а цены во внебиржевой торговле устанавливаются на основе биржевых котировок. Кроме того, биржа является не только местом заключения сделок, но и центром информации обо всем, что касается того или иного биржевого товара.

К крупнейшим мировым товарным биржам относятся Лондонская биржа металлов, Чикагская торговая палата, Чикагская товарная биржа. Нью-йоркская товарная биржа. Французская международная фьючерсная биржа. Ниже приведен перечень основных товарных бирж.

Австралия

Sydney Futures Exchange Ltd.(SFE)

Фьючерсная биржа Сиднея

13-15 O'Connell Street

Sydney, N.S.W.2000

Основными предметами оборота являются шерсть, скот, золото, серебро, а также ценные бумаги.

Бразилия

- Bolsa Brasileira de Futuros (Brazilian Futures Exchange)

Бразильская фьючерсная биржа

Rua Do Mercado

7-2 Andar E.Sobreloja

Rio de Janeiro, 20010

Основными предметами оборота являются кофе, скот, бобы сои, золото.

- Bolsa de Mercadorias de Sao Paulo (Sao Paulo Commodities Exchange)

Товарная биржа Сан-Паулу

Rua Libero Badaro, 471 Fourth Floor

Sao Paulo, 01009

- Bolsa Mercantile & de Futuros (BM&F) (The Mercantile & Futures Exchange)

Товарная и фьючерсная биржа Сан-Паулу

Praca Antonio Prado, 48

Sao Paulo, 01010

Великобритания

London Futures and Options Exchange (FOX)

Лондонская фьючерсная и опционная биржа

1 Commodity Quay

St. Katharine Docks

London, E1 9AX

Торговля какао-бобами, кофе сорта «Робуста», сахаром-сырцом и сахаром рафинированным.

- Baltic Futures Exchange (BFE)

Балтийская фьючерсная биржа

Торговля картофелем, пшеницей, ячменем, крупным рогатым скотом, свининой, соевым шротом.

- International Petroleum Exchange of London Ltd.

Международная нефтяная биржа Лондона

International House

1 St. Katharine's Way

London, E1 9UN

Торговля дизельным топливом, мазутом, североморской нефтью «Брент».

- London Commodity Exchange

Лондонская товарная биржа

London

Одна из крупнейших товарных бирж мира. Основным предметом оборота является сельскохозяйственная продукция. Особенности торговли каждым видом сельскохозяйственной продукции привели к выделению соответствующих рынков:

- ⇒ Coffee Terminal Market Association.

Торговля кофе, в основном сорта «Робуста».

- ⇒ Cocoa Terminal Market.

Торговля какао.

- ⇒ United Terminal Market Association.

Торговля сахаром.

- ⇒ London Rubber Terminal Market Association.

Торговля каучуком.

- ⇒ London Potato Futures Association.

Торговля картофелем.

- ⇒ London Vegetable Oil Market Association.

Торговля семенами масличных растений и растительными маслами (соевое, кокосовое, рапсовое, подсолнечное, льняное, арахисовое).

⇒ Soya Bean Meal Futures Association (SOMFA).

Торговля соевой мукой.

⇒ The London Meat Futures Association.

Торговля приправами, копрой, джутом, сизалем, рыбной мукой и беконом.

• London Metal Exchange (LME)

Лондонская биржа металла

Plantation House, Fenchurch Street

London, EC3M 3AP

Крупнейший в мире центр торговли цветными металлами (медь, алюминий, цинк, свинец, никель, серебро и др.)

• The Royal Exchange

Королевская биржа

London, EC3V 3PJ

• London Traded Options Market

Лондонская опционная биржа

Old Broad Street

London, EC2N 1HP

Гонконг

Hong Kong Futures Exchange

Фьючерсная биржа Гонконга

Room 911, Ninth Floor

New World Tower, 16-18 Queen's Road

Ирландия

• European Mercantile Exchange (EME)

Европейская товарная биржа

Shell House

20/22 Lr. Hatch Street

Dublin, 2

• Irish Futures and Options Exchange (IFOX)

Ирландская фьючерсная и опционная биржа

Ferry House

Lr. Mount Street

Dublin, 2

Канада

• The Montreal Exchange

Монреальская биржа

800 Square Victoria

Montreal, Quebec H4Z 1A9

• Toronto Futures Exchange

Фьючерсная биржа Торонто

2 First Canadian Place

The Exchange Tower

Toronto, Ontario M5X 1J2

• The Winnipeg Commodity Exchange (WCE)

Виннипегская товарная биржа

500 Commodity Exchange Tower

360 Main Street

Winnipeg, Manitoba R3C 3Z4

Основными предметами оборота являются пшеница, ячмень, овес, рожь, семена льна, а также золото.

Малайзия

K. L. Commodity Exchange

Товарная биржа Куала-Лумпура

Kuala Lumpur

Основными предметами оборота являются олово, каучук, пальмовое масло.

Нидерланды

European Options Exchange (EOE)

Европейская опционная биржа

Rokin 65

Amsterdam, 1012 KK

Операции с золотом, серебром и др.

Новая Зеландия

New Zealand Futures Exchange

Новозеландская фьючерсная биржа

P.O. Box 6734, Wellesley Street

Auckland

США

• Chicago Board of Trade (CBT)

Чикагская торговая палата

141 W. Jackson Blvd.

Chicago, IL 60604

Одна из крупнейших товарных бирж в мире. Предметами оборота являются в основном зерновые (кукуруза, пшеница, овес), а также соевый шрот, соевое масло, серебро, золото, нефтепродукты и др. Около 46% фьючерсных сделок США.

- Chicago Board Options Exchange (CBOE)

Чикагская опционная биржа

400 S.LaSalle Street

Chicago, IL 60605

- Chicago Mercantile Exchange (CME)

Чикагская товарная биржа

30 S.Wacker Drive

Chicago, IL 60606

Одна из крупнейших товарных бирж мира. В отличие от CBOT основными предметами оборота являются продукты животноводства (крупный рогатый скот, живые свиньи, бекон), также осуществляется торговля золотом, валютой, пиломатериалами и ценными бумагами. Около 30% объема фьючерсных сделок США.

- Chicago Rice & Cotton Exchange (CRCE)

Чикагская биржа риса и хлопка

141 W.Jackson Blvd.

Chicago, IL 60604

Основными предметами оборота являются рис и хлопок.

- Coffee, Sugar & Cocoa Exchange Inc. (CSCE)

Биржа кофе, сахара и какао

4 World Trade Center

New York, NY 10048

Основными предметами оборота являются кофе «Арабика», какао-бобы, сахар-сырец и сахар рафинированный.

- Commodity Exchange, Inc. (COMEX)

Нью-Йоркская товарная биржа

4 World Trade Center

New York, NY 10048

Основными предметами оборота являются металлы (золото, серебро, медь, алюми-

ний). Один из крупнейших центров торговли золотом.

- Kansas City Board of Trade (KCBT)

Торговая палата Канзас-Сити

4800 Main Street, Suite 303

Kansas City, MO 64112

Основными предметами оборота являются пшеница и другие зерновые культуры, а также ценные бумаги.

- MidAmerica Commodity Exchange (MidAm)

Среднеамериканская товарная биржа

141 W.Jackson Blvd.

Chicago, IL 60604

Торговля пшеницей, кукурузой, овсом, соей, рисом, сахаром, говядиной, серебром, золотом, валютой и ценными бумагами.

- Minneapolis Grain Exchange (MGE)

Зерновая биржа Миннеаполиса

400 S.Fourth Street

Minneapolis, MN 55415

Основным предметом оборота является пшеница.

- New Orleans Commodity Exchange

Новоорлеанская товарная биржа

New Orleans

Основными предметами оборота являются рис, хлопок, соя.

- New York Cotton Exchange (NYCE)

Нью-Йоркская хлопковая биржа

4 World Trade Center

New York, NY 10048

Основными предметами оборота являются хлопок, концентрат апельсинового сока и жидкий пропан.

- New York Futures Exchange (NYFE)

Нью-Йоркская фьючерсная биржа

20 Broad Street

New York, NY 10005

- New York Mercantile Exchange (NYMEX)

Нью-Йоркская товарная биржа

4 World Trade Center
New York, NY 10048
Основными предметами оборота являются платина, палладий, серебряные монеты, картофель, нефть, бензин, дизельное топливо.

- Philadelphia Board of Trade
Торговая палата Филадельфии
1900 Market Street
Philadelphia, PA 19103
- Twin Cities Board of Trade (TCBOT)
Торговая палата Твин-Сити
5353 Wayzata Blvd., Suite 500
Minneapolis, MN 55416

Франция

- Marche a Terme International de France (MATIF)
Французская международная фьючерсная биржа
108 rue de Richelieu
Paris, 75002
- Paris Bourse de Commerce
Парижская товарная биржа

Paris

Основными предметами оборота являются сахар, а также кофе и какао.

Швеция

- Stockholm Options Market (OM)
Стокгольмская опционная биржа
Box 16305
Stockholm, S-10326
- Swedish Options and Futures Exchange (SOFE)
Шведская опционная и фьючерсная биржа
P.O. Box 7267
Stockholm, S-103 89

Япония

Tokyo Commodity Exchange for Industry
Токийская промышленная товарная биржа
10-8 Nihonbashi Horidomecho
1 chome
Chou-ku, Tokyo
Торговля золотом, серебром, платиной, каучуком, хлопковой и шерстяной пряжей.

Биржи бывают публичными и частными. Наиболее распространены частные биржи, организованные в форме акционерных обществ, но не выплачивающие своим членам дивиденды. Члены таких бирж получают монопольное право на осуществление биржевых сделок.

Институт биржи основывается на принципе членства. Это означает, что только члены биржи имеют право непосредственно и в полной мере использовать преимущества, создаваемые биржей в торговле. Прежде всего члены биржи имеют право на заключение сделок на ней, что позволяет им проводить операции за свой счет и в качестве посредников (брокеров) в интересах нечленов биржи. Они также имеют право участвовать в биржевых собраниях и в выборах руководства биржи.

Членами товарных бирж являются, как правило, физические лица, представляющие промышленные или торговые компании, производящие или торгующие товаром, обращающимся на бирже. Торговые компании финансируют покупку членства и поддерживают кандидата. На некоторых биржах членство граждан других стран ограничено. Кроме того, кандидат в члены биржи должен быть платежеспособным. Финансовые требования различаются в зависимости от цели членства. Если кандидат собирается использовать членство для себя, то к нему предъявляются достаточно высокие требования. В случае же членства в интересах компании личное финансовое положение не играет существенной роли, но при этом имеют значение величина оборотов компании и ее уставный капитал.

На многих биржах существуют различные категории членства в зависимости от степени ограниченности прав. Например, существенным критерием классификации может быть право непосредственного заключения сделок, которым обладают так называемые члены ринга, остальные же члены биржи имеют право только на свободный вход на биржу и могут во время биржевых сессий давать поручения членам ринга на заключение сделок за их счет.

Количество членов может быть оговорено в уставе биржи либо устанавливается советом директоров. Цена членства зависит прежде всего от активности биржи и от ее значения в обороте данным товаром, от преимуществ, получаемых от данного членства, а также от наличия свободных мест.

Участники биржи, так же как и ее члены, могут заключать сделки, но не имеют права на скидки, а также не имеют права участвовать в выборе руководства биржи.

Брокеры нанимаются для посредничества при заключении сделок. Они действуют от имени и за счет третьих лиц, получая за свои услуги комиссионные. Комиссионные обычно составляют доли процента от цены товара, но, тем не менее, их доходы бывают значительными, поскольку стоимость каждого контракта достаточно высока, а обороты на бирже имеют массовый характер. Брокеры должны соблюдать определенные условия, оговоренные в уставе биржи, а также сдать соответствующий экзамен. Посредничество брокеров является необходимым, так как клиенты зачастую находятся далеко от биржи. Но прежде всего это необходимо с формальной стороны, поскольку только определенным лицам

доверяется непосредственное заключение сделок. Функции брокеров обычно выполняют члены или участники биржи.

Приглашенные гости являются последней группой участников биржевой торговли. Они могут заключать сделки с помощью членов биржи или брокеров.

1. Биржевые товары

К товарам, традиционно являющимся предметом биржевого оборота, относятся:

- продукты растительного происхождения (зерно, масличные культуры, сахар, кофе, какао, чай, пряности, хлопок, апельсиновый сок, каучук и т. п.);
- продукты животного происхождения (живой скот, мясо свежее и мороженое, бекон, бройлеры, яйца, топленое сало, щетина, кожи, шерсть, шелк-сырец, рыбная мука);
- энергетические и смазочные материалы, а также иные химикаты (нефть, бензин, смазочные масла, пропан, кокс, ацетон, спирт, каустическая сода и др.);
- металлы, а также изделия и полуфабрикаты из них. Биржевые товары отличаются от других сырьевых товаров наличием у них некоторых общих признаков, характеризующих их как предметы биржевой торговли:

1) биржевой товар должен быть однородным (заменяемым), т.е. каждую партию данного товара можно без ущерба для потребителя заменить любой другой партией товара аналогичного качества и количества;

2) биржевой товар должен быть пригодным для стандартизации, т.е. для создания классификационного стандарта, на основе которого заключаются сделки без наличия товара;

3) биржевой товар не должен быстро портиться;

4) спрос и предложения на биржевой товар должны носить массовый характер;

5) предложение биржевого товара должно, как правило, превышать его спрос в течение достаточно продолжительного времени;

6) величина спроса и величина предложения на биржевой товар должны быть легко прогнозируемы.

Хотя на современных биржах зачастую торгуют товарами, которым не присущи данные признаки, что связано с усилением влияния на биржевую торговлю техники осуществления операций, такие признаки, как заменяемость и пригодность к стандартизации, все же являются определяющими для биржевых товаров.

В самом широком смысле стандарт представляет собой образец, принимаемый за исходный для сопоставления с ним других подобных товаров. Конкретные характеристики данного образца должны быть четко определены и описаны. Стандартизация используется в торговле для того, чтобы обеспечить потребителю однородность товара по качеству, размерам, весу, внешнему виду. Для этого в процессе стандартизации выделяется небольшое количество типичных сортов определенного товара, охватывающих большую часть его производства. Стандартизированный товар можно продавать и покупать, пользуясь только названиями и (или) номерами сортов. Помимо качественных характеристик стандартными в биржевой торговле являются количество товара, время и место поставки.

На каждой бирже в торговле определенным товаром используются 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 (котировки) трех типов:

цена продавца, т.е. цена, по которой владелец товара хочет его продать;

цена покупателя, т.е. цена, по которой покупатель хочет приобрести товар;

цена, по которой фактически была заключена сделка.

На некоторых биржах выделяются во всех трех указанных типах также цены начала, середины и конца биржевой сессии, что позволяет участникам биржевой торговли ориентироваться в краткосрочных тенденциях изменения цен.

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 (лот), который является кратным единице товара. Например, на американских биржах при торговле пшеницей за единицу измерения принимается 1 бушель, а минимальный размер партии для реализации составляет 5000 бушелей. При торговле медью на Лондонской бирже металлов (LME) за единицу

измерения принимается 1 т, цены устанавливаются в фунтах стерлингов за 1 т, а минимальный размер партий составляет 25 т. На Нью-Йоркской товарной бирже (NYMEX) при торговле медью единицей измерения является 1 фунт (453,59 г), цены устанавливаются в центах за 1 фунт, а минимальный размер партии — 25 000 фунтов.

2.

Организация биржевой торговли

Торговля на бирже сосредоточена в операционном 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* (питах), или кольцах (рингах), которые предназначены для торговли одним товаром. Если оборот товара невелик либо товары тесно взаимосвязаны, торговля осуществляется несколькими товарами в одной яме. Яма представляет собой ступенчатый шести- или восьмиугольник. Участники торгов располагаются на ступеньках, что облегчает визуальный контакт. В ряде случаев каждая яма может соответствовать определенному месяцу поставки данного товара.

Время торговли, т. е. длительность биржевых сессий, устанавливается руководством биржи. На одних биржах заключение сделок во всех ямах начинается и заканчивается одновременно. На других биржах торговля разными товарами с различными сроками поставки проходит в разное время. Например, в Чикагской торговой палате (Chicago Board of Trade) сделки на кукурузу, пшеницу, овес и сою заключаются с 9.30 до 13.15, на нефтепродукты — с 8.30 до 14.30, на фанеру — с 9.00 до 13.00 и т. д.

Время функционирования бирж устанавливается таким образом, чтобы они могли моментально реагировать на события, происходящие на других биржах. Например, на развитие ситуации на Нью-Йоркской товарной бирже Лондонская биржа металлов может отреагировать на послеобеденной сессии, так как разница во времени составляет 5 ч.

Операционное время начинается и заканчивается по громкому звуковому сигналу. Заключение сделок до и после соответствующего сигнала категорически запрещено.

Во время биржевых сессий покупатели и продавцы должны находиться в пределах аудиовизуального контакта. Согласно правилам бирж предложения купли или продажи должны выкрикиваться громким голосом, чтобы все, находящиеся в яме, имели одинаковую возможность принимать предложения. Это, естественно, приводит к сильному шуму, поэтому участники торгов прибегают к помощи жестов для передачи своего предложения.

Сделку необходимо заключать с первым лицом, которое приняло предложение. В случае когда предложение принимается одновременно двумя лицами и более, сделка разделяется между ними, если, конечно, предметом сделки является не один контракт.

Возле каждой ямы находится огражденное возвышение, где располагаются наблюдатели, являющиеся работниками биржи. Они следят за ценами. Каждое изменение цен регистрируется ими, вводится в компьютеры и сообщается работникам, обслуживающим таблицу цен в операционном зале.

Заключение сделок происходит при посредничестве брокеров, которые действуют в соответствии с инструкциями, полученными от клиентов. Форма передачи и, соответственно, получения инструкции может быть совершенно различной. Чаще всего, инструкции передаются устно (непосредственно или по телефону), а иногда подтверждаются письменно при помощи телефакса, телеграфа или телетайпа. Инструкция должна определять тип товара, количество, цену, а также срок реализации сделки. Остальные условия содержатся в стандартных биржевых контрактах.

Цена в инструкции определяется путем установления ее верхней или нижней границы либо заключения сделки в наиболее выгодный момент. В этом случае цена будет максимально приближена к котировкам данного дня.

После заключения сделки каждый брокер записывает в своей карточке цену, количество, месяц поставки, тип товара, название фирмы, по поручению которой осуществлена сделка, инициалы второго брокера, участвовавшего в данной сделке. Таким образом, сделка фиксируется дважды.

Члены биржи рассчитываются между собой не непосредственно, а через биржевой клиринг. Ежедневно брокеры представляют отчеты о всех заключенных сделках и выплачивают или получают только разницу по всем операциям.

Каждая сделка, заключенная во время биржевой сессии в устной форме, проверяется соответствующими клерками, представляющими договаривающиеся стороны, и до 12.00 следующего рабочего дня подтверждается письменным контрактом, представленным продавцом.

3.

Биржевые операции

Существует несколько разновидностей биржевых операций, которые подразделяются:

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

По результату осуществления сделки выделяются действительные (реальные) и спекулятивные сделки, а также страховые операции, объединяющие оба вида, по длительности периода между моментом заключения сделки и моментом ее реализации — наличные и срочные сделки.

Сделки с реальным товаром

Действительные (реальные) сделки заключаются с целью передачи прав собственности на товар от продавца потребителю за определенный денежный эквивалент. Исполнение таких сделок заключается в фактической поставке товара.

Наличные сделки, называемые также сделками «спот» (spot), предусматривают передачу товара без промедления после заключения сделки. Поставка осуществляется путем фактической передачи товара либо путем передачи соответствующих документов, как правило, ваваранта (свидетельства, выдаваемого товарным складом, о приеме товара на хранение). Оплата производится обычно в день заключения сделки либо на следующий день. На некоторых биржах к наличным относятся сделки, срок реализации которых не превышает двух недель с момента их заключения.

Срочные сделки, имеющие реальный характер, называются *форвардными (forward)* и предусматривают поставку товара в более поздние сроки, чем при наличных сделках. К ним относятся:

сделки на прибытие товаров, погруженных перед их заключением и отправленных до определенного пункта (например, на биржевой склад). Если сделка была заключена во время их перевозки, то товары направляются непосредственно в место назначения, указанное покупателем;

сделки на погрузку товара, который продавец обязан погрузить в пункте отправления в срок, указанный в сделке;

сделки на поставку товара, который продавец обязан доставить к месту назначения в установленный срок.

Правила различных бирж предусматривают различные минимальные и максимальные сроки реализации форвардных сделок. Обычно это три месяца, но на некоторых биржах устанавливаются сроки 14, 17, а иногда и 24 месяца. В контрактах оговаривается лишь месяц ликвидации сделки, а конкретные дни заранее устанавливаются правилами биржи.

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

Если цена товара по срочным сделкам выше цены «спот», причем цена тем выше, чем позднее срок, то эта разница называется *контанго (contango)*. Считается, что при стабильной ситуации имеет место превышение цен по форвардным сделкам над ценами по наличным сделкам примерно на величину затрат на хранение, страхование и выплату банковского процента. Подобное превышение свидетельствует о превышении предложения над спросом в данный момент.

В случае когда цена товара по срочным сделкам ниже цены «спот», причем цена тем ниже, чем позднее срок, то эта разница называется *бэквардейшн (backwardation)*. Превышение цен по наличным сделкам над ценами по форвардным свидетельствует о нехватке товара с немедленной поставкой. Эта ситуация обычно возникает, когда производители придерживаются либо выкупают товары на бирже в целях повышения их цен.

Операции с реальными товарами составляют небольшую часть оборота бирж. Для покупателей биржа не является основным источником снабжения, а для продавцов — основным местом сбыта. При реализации товара через биржу у продавца появляются дополнительные издержки: выплата комиссионных, оплата хранения товаров на биржевом складе и их страхование. Покупатель также выплачивает комиссионные, оплачивает хранение и страхование товаров, находящихся на биржевом складе с момента получения ваваррантов до момента получения товара со склада. Кроме того, транспортные издержки при реализации товара через биржу оказываются выше, чем в случае поставки непосредственно от производителя к потребителю.

В связи с этим покупателю выгоднее получать биржевой товар непосредственно у производителя, причем даже по ценам, несколько превышающим биржевые котировки. Производители биржевых товаров стремятся продать их непосредственно потребителям как по причине более высоких цен, так и по причине того, что крупные поставки товаров на биржу могут вызвать на ней снижение цен, особенно в случае относительного рыночного равновесия. Поэтому в контрактах на продажу производители часто предусматривают пункт, запрещающий перепродажу купленного у них товара на бирже. В результате сделки на реальный товар заключаются через биржи в минимальных объемах и, как правило, в случаях, когда возникают сложности в реализации продукции непосредственно потребителям. В то же время биржа является более надежным местом реализации и источником снабжения.

Фьючерсные операции

Сделки за наличный расчет и форвардные сделки представляют собой сделки с реальным товаром, в то время как все срочные сделки спекулятивного характера именуется *фьючерсными* (futures), которые заключаются не с целью реальной поставки товара, а для получения прибыли посредством игры на разнице цен. Существует несколько разновидностей фьючерсных сделок.

СДЕЛКИ НА РАЗНОСТЬ

В случае срочных (фьючерсных) сделок спекулятивного характера контрагенты, используя колебания во времени цен на биржевые товары, рассчитывают на получение прибыли посредством купли-продажи срочных контрактов и при этом часто стремятся сформировать определенную тенденцию биржевых котировок. Поскольку стороны не предполагают передачи реального товара, ликвидация сделки заключается в выплате разницы между фьючерсной ценой по данному контракту и ценой «спот» в день реализации сделки. Поэтому основная разновидность спекулятивных операций называется сделками на разность.

Каждая, из сторон имеет право в любой день по своему усмотрению осуществить ликвидацию данной сделки 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 разность. В соответствии с прогнозом изменения цен биржевики играют либо на повышение, либо на понижение цен. Брокеры, играющие на повышение цен, называются «быками» (bulls), а брокеры, играющие на понижение, — «медведями» (bears).

Играющие на повышение цен «быки» покупают определенное количество срочных контрактов, создавая себе так называемую длинную позицию (buying long). Организованные таким образом закупки больших партий товаров при относительно стабильном их предложении приводят к росту цен на бирже. Такая ситуация называется «хосса» (hausse, bull market). 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 при относительно стабильном спросе. Это в свою очередь вызывает снижение цен. Такая ситуация называется «бесса» (baisse, bear market). 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.

Выбор момента ликвидации сделок является крайне важной и трудной задачей при игре на разность. От него зависит, получит играющий прибыль или понесет убытки и в каких размерах.

СДЕЛКИ С ПРЕМИЯМИ

Сделки с премиями состоят в том, что одна из сторон имеет право отказаться от своих обязательств, за что уплачивает другой стороне обусловленную премию. Сделку с премией можно определить как договор, по которому одна из сторон обещает другой уплатить определенную сумму за предоставленное право выбора исполнять или не исполнять эту сделку в целом или в какой-либо ее части. Премия уплачивается независимо оттого, воспользовалась ли соответствующая сторона своим правом или нет.

СТЕЛЛАЖНЫЕ СДЕЛКИ

При «стеллажной» сделке продавец и покупатель обуславливают стоимость каждой единицы данного товара путем указания возможного процента отклонения в обе стороны. Например, цена одной единицы товара — 1000 дол. США $\pm 5\%$. Если в день, указанный в сделке, цены поднимутся выше 1050 дол. США, то продавец имеет право решить, передавать покупателю товар или уплатить разницу. В случае если цена товара опустится ниже 950 дол. США, то вопрос решает покупатель.

СДЕЛКИ С ОПЦИОНАМИ

Особой разновидностью сделок с премией являются сделки с опционами, при которых покупается опцион, т.е. стандартный контракт по сделкам этого вида, на продажу или покупку данного количества товара в определенный срок в будущем по цене, установленной в день заключения сделки. Причем покупатель опциона принимает на себя только обязательство выплатить определенную премию продавцу и не обязан покупать или поставлять товар.

Различают следующие типы сделок с опционами:

- 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 получает право до наступления срока ликвидации сделки объявить либо о продаже товара, либо об отказе от продажи;
- двойной опцион. Покупатель опциона получает право до наступления срока ликвидации сделки объявить, осуществит ли он покупку или продажу товара.

Решение принимается в зависимости от направления и размеров изменения цен и от типа опциона. Покупатель опциона «колл» ожидает повышения цен до уровня, обеспечивающего ему получение прибыли после выплаты премии и комиссионных. Покупатель опциона «пут» ожидает падения цен. Покупатель двойного опциона, будучи не в состоянии определить направление изменения цен, рассчитывает на такой значительный масштаб изменений, который перекроет его затраты, связанные с выплатой двойной премии за данный опцион. Ограничение возможных потерь только выплатой премии является главным преимуществом для покупателя опциона. Операции с опционами получили очень широкое распространение, что связано с разрешением перепродажи опционов третьим лицам.

АРБИТРАЖНЫЕ СДЕЛКИ

Для того чтобы избежать чрезмерных колебаний на бирже, вытекающих из деятельности спекулянтов, предусматриваются определенные ограничения: устанавливаются лимиты изменения цен в течение дня; ограничивается количество лотов, покупаемых или продаваемых данным биржевиком в течение месяца на данной бирже. Кроме того, сделки на разность связаны с достаточно большим риском. Эти ограничения можно обойти, а риск уменьшить при проведении арбитражных сделок, которые основаны на одновременном заключении сделок на покупку и продажу:

- 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 назначению (например, цинк и олово), 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. Такие сделки имеют смысл, если разница цен между этими биржами выше, чем связанные с исполнением этой сделки затраты (транспортные издержки, затраты на страхование и т.д.).

Во втором случае спекулянты используют разницу в ценах разных сортов одного и того же товара, вызванную не разницей в издержках производства, а нарушением рыночного равновесия. Например, при быстром росте спроса на какой-либо сорт биржевого товара и, как результат этого, при непропорционально большом росте цен на него заключается срочная сделка на продажу этого сорта и одновременно на покупку в тот же срок другого сорта, цены на который изменились в меньшей степени. Спекулянт предполагает, что к сроку исполнения сделки чрезмерная разница в уровнях цен между данными сортами уменьшится и при ликвидации сделок можно получить определенную прибыль.

Подобные действия имеют место и в третьем случае. Если в результате нарушения рыночного равновесия увеличивается разница между биржевыми котировками соответствующих товаров, то заклю-

чается срочная сделка на покупку товара, цена которого упала относительно иных товаров, при одновременном заключении срочной сделки на продажу другого товара с относительно высокой ценой.

Деятельность спекулянтов, проводящих арбитражные операции, способствует восстановлению рыночного равновесия и одновременно приносит им прибыль при ликвидации подобных сделок.

ОНКОЛЬНЫЕ СДЕЛКИ

Онкольные сделки (on call) заключаются на поставку товаров в будущем и с расчетом по котировкам будущего периода. В момент заключения онкольных сделок четко устанавливается предмет контракта (товар, его сорт, количество, срок поставки, условия оплаты и т.д.). Что же касается цены, то в контракте определяется, что она 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. Как правило, цена определяется по котировкам фьючерсных сделок, но возможно и использование цены «спот». Право объявления цены может получить любой из контрагентов в зависимости от результатов переговоров. Покупатель стремится получить это право, когда ожидает падения цен, а продавец — когда ожидает их повышения.

Хеджирование

Деятельность спекулянтов способствует искусственному увеличению частоты и амплитуды колебания цен. При спекулятивных оборотах внешне увеличивается спрос или предложение при этом усиливаются действующие на бирже ценовые тенденции, определяемые объективными рыночными факторами. Однако, с другой стороны, благодаря спекулянтам существует возможность заключения страховых сделок, защищающих продавцов и покупателей реального товара от нежелательного колебания цен. К таким сделкам относится хеджирование (hedging), которое осуществляется, как правило, в тех случаях, когда:

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

б) торговый посредник хочет застраховаться от падения цен в период от покупки им товара до момента его перепродажи 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 производимую им готовую продукцию.

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

Существуют два основных вида хеджирования:

1. *Хеджирование продажей*, или короткое хеджирование (selling hedge, short hedge). 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 предусмотренного к обязательной поставке в определенный срок.

Пример 1. 29 марта посредник купил 100 т олова в Австралии в соответствии с котировками Лондонской биржи металлов по цене 288,0 ф. ст. за 1 т с доставкой в Англию в течение 3 месяцев. Если бы за этот период, т.е. к 29 июня, цены упали, то он понес бы убытки, так как купил товар по более высокой цене, чем мог бы сделать это сейчас. Стремясь избежать такой ситуации, посредник в день покупки реального товара заключает на бирже фьючерсную сделку на продажу такого же количества олова с поставкой 29 июня по цене 289,9 ф. ст. за 1 т. 26 июня, когда товар прибыл в Англию и поступил на биржевой склад, посредник продает олово за наличный расчет по цене 284,3 ф. ст. за 1 т и ликвидирует (выкупает) фьючерсный контракт на 29 июня по цене 284,0 ф. ст. за 1 т. Результат всей операции выглядит следующим образом.

Сделка с реальным товаром

а) покупка 29 марта	288,0 ф. ст./т
б) продажа 26 июня за наличный расчет	284,3 ф. ст./т
убытки	3,7 ф. ст./т

Страховая сделка

а) продажа фьючерса 29 марта	289,9 ф. ст./т
б) выкуп фьючерса 26 июня	284,0 ф. ст./т
прибыль	5,9 ф. ст./т

Таким образом, общая прибыль посредника составила 2,2 ф. ст. за 1 т. Если бы не была совершена страховая операция, то потери составили бы 3,7 ф. ст. за 1 т.

Пример 2. Представим, что ситуация на 29 марта из примера 1 осталась та же, но изменение цен к 26 июня приняло иное направление. В результате повышения цен посредник в этот день, т.е. 26 июня, продал олово за наличный расчет по цене 292,4 ф. ст. за 1 т и ликвидировал (выкупил) фьючерсный контракт по цене 292,0 ф. ст. за 1 т. Результат в этом случае выглядит следующим образом.

Сделка с реальным товаром

а) покупка 29 марта	288,0 ф. ст./т
б) продажа 26 июня за наличный расчет	292,4 ф. ст./т
прибыль	4,4 ф. ст./т

Страховая сделка

а) продажа фьючерса 29 марта	289,9 ф. ст./т
б) выкуп фьючерса 26 июня	292,0 ф. ст./т
убыток	2,1 ф. ст./т

Таким образом, прибыль составляет 2,3 ф. ст. за 1 т, т.е. меньше, чем посредник мог бы получить в результате операции с реальным товаром.

2. *Хеджирование покупкой*, или длинное хеджирование (buying hedge, long hedge). Осуществляется потребителем или торговцем с целью страхования от увеличения цены при покупке в будущем необходимого товара.

Пример. 27 марта производитель изделий из меди заключил сделку на продажу своей продукции с поставкой через 2 месяца по цене 1043,5 ф. ст. за 1 т на основе котировок Лондонской биржи металлов. Одновременно, стремясь застраховаться от возможного роста цен на медь, он купил соответствующее количество меди с поставкой 27 мая по цене 1040,0 ф. ст. за 1 т. 10 мая этот производитель получил заказанную заранее медь (сырье) по цене 1096,0 ф. ст. за 1 т и продал контракты на поставку меди 27 мая по цене 1100,0 ф. ст. за 1 т. Результат всей операции выглядит следующим образом. Сделка с реальными товарами

Сделка с реальными товарами

а) продажа изделий из меди 27 марта	1043,5 ф. ст./т
б) покупка меди (сырья) 10 мая	1096,0 ф. ст./т
убытки	52,5 ф. ст./т

Страховая сделка

а) покупка фьючерса 27 марта	1040,0 ф. ст./т
б) продажа фьючерса 10 мая	1100,0 ф. ст./т
прибыль	60,0 ф. ст./т

Таким образом, прибыль производителя изделий из меди составила 7,5 ф.ст. за 1 т.

Как следует из приведенных выше примеров, величина прибыли или убытков в результате хеджирования зависит от изменения разницы между ценами «спот» и фьючерсными котировками. Эта разница, называемая *базисом*, зависит от соотношения между спросом и предложением на данный товар

и его заменители во времени и на разных рынках, от затрат на транспортировку и т. д. Величина базиса редко превышает 15% цены наличных сделок.

В случае хеджирования продаж (пример 1) базис на начало операции составлял -1,9 ф. ст. (288,0 ф. ст. - 289,9 ф. ст.), а к концу операции возрос до +0,3 ф. ст. (284,3 ф. ст. — 284,0 ф. ст.), т. е. базис вырос на 2,2 ф. ст., что соответствует величине прибыли на 1 т олова.

§ 4. Аукционы

Еще одним способом международной торговли являются аукционы (торги), специализирующиеся на сбыте реальных товаров со строго индивидуальными свойствами. В международной торговле сложилась весьма ограниченная номенклатура товаров, продающихся с аукционов (например, пушнина, чай, овечья шерсть, цветы, каучук, кожа, антиквариат). Около половины мирового производства овечьей шерсти реализуется посредством аукционной торговли. Наибольшее значение имеют австралийские и новозеландские аукционы, особенно аукцион в Сиднее. Традиционным аукционным товаром является также чай. Чайные аукционы проводятся в Калькутте (Индия), Джакарте (Индонезия), Момбасе (Кения), Коломбо (Шри-Ланка). Важным центром аукционной торговли каучуком является Сингапур, пушниной — Санкт-Петербург, антиквариатом — аукционы Кристи (Christie) и Сотби (Sotheby) в Лондоне.

Товары, продаваемые на аукционах, бывают массовыми и единичными, но их общей чертой является неоднородность партий или отдельных экземпляров, т.е. их нельзя покупать без предварительного осмотра продаваемой единицы товара (лота).

Аукционы можно подразделить на регулярные и нерегулярные. Регулярные аукционы проводятся специальными аукционными фирмами в одном и том же месте один или несколько раз в год, чаще всего в традиционное для каждого аукциона время. Нерегулярные аукционы проводятся, когда возникает необходимость продажи товара, не полученного в установленное время со склада, либо товара, на который иным способом не удалось найти покупателя.

На аукционах принятые от продавцов товары сортируются в зависимости от качества по партиям (лотам), из каждой партии отбирается образец, а лоту присваивается номер. Затем выпускается каталог, который рассылается потенциальным покупателям, прибывающим на аукцион заранее, чтобы осмотреть товар.

Торги на аукционах проводятся либо с повышением цены, либо с понижением («голландский аукцион»). Аукционный торг с повышением цены может проводиться «с голоса» или с помощью жестов. В первом случае аукционист объявляет номер лота и называет начальную цену, спрашивая: «Кто больше?». Покупатели повышают цену на величину не ниже минимальной надбавки (0,01—0,025% первоначальной цены). Если очередное повышение цены не предлагается, то после трехкратного вопроса: «Кто больше?» — лот считается проданным тому, кто назвал предыдущую цену.

При негласном торге покупатели подают аукционисту знаки о согласии повысить цену на заранее установленную надбавку. Аукционист, объявляя новую цену, не называет покупателя.

На аукционе с понижением цены аукционист понижает цену на заранее установленные скидки. Лот приобретает покупатель, который первым скажет «да».

Для примера рассмотрим аукционную торговлю пушниной, которая традиционно относится к товарам, имеющим сложную специфику, и не обладает принципом однородности в силу ряда индивидуальных признаков шкурки (окраска, шелковистость волосяного покрова, размер и др.).

Оценка достоинств и недостатков определяется органолептически и носит субъективный характер. Аукционная форма продажи является также конъюнктурообразующим фактором, который наиболее правильно отражает изменение спроса и, уровень цен на пушнину. Преимущество аукционной формы продажи заключается в том, что проведение аукционов позволяет продавать значительное количество товаров в короткий период, определять спрос рынка в данный момент. Расписание аукционов на год устанавливает Международная пушная федерация (МПФ) по согласованию с аукционными компаниями мира. Покупатель предварительно осматривает товар, который впоследствии продается в процессе публичных торгов и переходит в собственность покупателя по согласованию с аукциона-торами, если покупатель предложит высшую цену.

Конъюнктура рынка пушно-меховых товаров в каждом сезоне развивается по-разному. Наибольшую активность проявляют обычно фирмы США и стран Дальнего Востока. Тактика запродаж пушнины изменяется в зависимости от условий на международном рынке в различные периоды. Выбор места запродаж основан на конъюнктурных предпосылках в целях получения максимально достижимых цен.

Уровень цен, устанавливаемый на Санкт-Петербургском пушном аукционе, оказывает существенное влияние на мировой рынок пушнины в течение длительного периода времени.

Первый пушной аукцион был проведен более 300 лет тому назад. В настоящее время имеется несколько крупных международных аукционных центров в Санкт-Петербурге, Лондоне, Копенгагене, Хельсинки, Нью-Йорке, Монреале и Сиэтле. На международных пушных аукционах продается более 90% всей производимой в мире пушнины. При этом почти вся пушнина реализуется в сырье. Исключение составляет выделанный и крашеный каракуль.

Первый пушной аукцион в Санкт-Петербурге состоялся в 1931 г., и с тех пор стал одним из центров международной пушной торговли. Для проведения аукционов на Московском проспекте было сооружено четырехэтажное здание (Дом пушнины) с цехами для сортировки и показа товаров и аукционным залом.

Ежегодно Санкт-Петербургский аукцион посещают до 700 покупателей из 25—30 стран. На Санкт-Петербургском аукционе помимо отечественной пушнины на комиссионных началах продаются товары из Польши, Австралии, Великобритании, Канады и некоторых других стран.

Приемка, экспортных товаров для крупных аукционов производится непосредственно в местах производства пушнины, в здании Дворца пушнины в Санкт-Петербурге, а также на пушно-меховых холодильниках и базах, где осуществляется их экспортная сортировка.

Забой зверей начинается в конце октября — начале ноября в зависимости от созревания меха. Первичная обработка и сортировка шкурок являются ответственным периодом, который завершает годовой цикл в деятельности звероводческих хозяйств. В середине ноября специалисты выезжают в зверохозяйства для приемки экспортных товаров.

В декабре в короткий срок производится приемка экспортных товаров не только для предстоящего январского аукциона, но и для последующих.

По мере накопления товарных партий (шкурок норки от 20 до 60—70 тыс. штук, длинноволосой пушнины до 10—20 тыс. штук) они готовятся для продажи на аукционе.

Подготовка товаров производится в пяти производственных секциях и является важнейшей частью процесса проведения аукциона.

Товар передается на рассмотрение специальной комиссии, которая разбивает его на лоты в зависимости от некоторых характерных особенностей шкурок. При этом обязательно учитывается цвет, опушенность, размер, качество обработки мездры, товарный вид, т.е. в одном лоте все шкурки должны быть одинаковы. Каждому лоту присваиваются определенные номера, на основании которых составляются каталоги. Однородные лоты объединяются в стринги, и после этого выбирается образец. Образец должен отражать качество, цвет, размер, опушенность товара, находящегося в стринге, так как покупатель по образцу судит о товаре, который он собирается купить. Количество шкурок в образце зависит от вида товара. Так, при подготовке шкурок норки в образец берется 40 штук, длинноволосой пушнины — 20, а шкурки соболя выставляются для осмотра полностью.

При определении ассортимента выставленной коллекции обязательно учитывается состояние мирового пушного рынка.

После подготовки всех товаров издается и рассылается потенциальным покупателям аукционный каталог, в котором помимо полной характеристики товара указываются условия аукционной продажи и другой информационный и рекламный материал.

По завершении подготовки товара все образцы вывешиваются на специальных вешалках в тех же производственных секциях, которые превращаются в залы для осмотра товаров. Остальной товар упаковывается и хранится на складе. В течение 8—10 дней покупатели осматривают образцы, определяют их качество и оценивают. При необходимости они могут осмотреть весь товар стринга, хранящегося на складе.

На аукционе обычно присутствуют одни и те же клиенты. Администрация аукциона, зная уже своих покупателей, предварительно посылает им приглашения. В назначенный для проведения торгов день покупатели и продавцы приезжают в Санкт-Петербург. Основными покупателями обычно являются бизнесмены из Японии и Республики Корея. Норка пользуется спросом у покупателей из Италии, а соболь — у покупателей из США.

Публичные торги длятся 4-5 дней. Аукцион ведется на английском языке. Каждый аукционатор сменяется через 1,5-2 часа. Слева и справа от аукционатора располагаются сотрудники, за каждым из которых закреплен определенный сектор аукционного зала. В процессе торгов при назначении первоначальной цены аукционатор ориентируется на лимитные цены, которые были заранее определены во время оценки товаров специальной комиссией. Продавцы не назначают свои цены, они лишь поставляют товар. Цены устанавливаются на основе исследования конъюнктуры рынка, спроса и

предложения на данный товар. При этом отслеживаются котировки цен на предыдущих аукционах. Цены бывают не ниже, а иногда и выше мировых цен на несколько процентов. Они устанавливаются в долларах США за одну шкурку на условии поставки ФООБ Санкт-Петербург. Уровень цен, тактика продаж и состояние пушного рынка обсуждаются перед каждым аукционом за 1-2 дня до начала торгов. Очередность продажи товаров определяется фирмой-аукционатором. Покупателем считается тот, кто предложил самую высокую цену, а лот — проданным после удара молотка.

По окончании торгов бухгалтерия и валютно-финансовый отдел производят оформление всех необходимых документов. Страницы каталога с проданными товарами направляются в бухгалтерию, где покупателю выписываются счет и спецификация, в которую вносятся все номера лотов, которые он купил на аукционе.

Валютно-финансовые условия Санкт-Петербургского аукциона не содержат требований о доказательстве кредитоспособности покупателя, что свидетельствует об одинаковой степени доверия ко всем контрагентам и подчеркивает солидность организаторов пушного аукциона в Санкт-Петербурге. Платеж за купленный товар должен производиться в свободно конвертируемой валюте по курсу на день, предшествующий дню платежа. За основу принят наличный платеж полной стоимости товара до его отгрузки. Расчет производится телеграфным переводом или безотзывным аккредитивом.

В понятие стоимости товара, а точнее, суммы, подлежащей к оплате, включаются:

стоимость купленной пушнины;

аукционный сбор или комиссия — 2%;

сбор в пользу МПФ — 0,6%.

По мере поступления оплаты транспортно-экспедиторский отдел отгружает товары по инструкциям покупателей. Основные отгрузки приходятся на долю автотранспорта через Хельсинки.

Механизм проведения Санкт-Петербургского пушного аукциона имеет некоторые особенности. Подготовка к аукциону ведется более тщательно, чем на любых других аукционах. Возможно, это так же влияет на тот факт, что, несмотря на относительно высокие цены по сравнению с ценами на те же товары на других аукционах, числе покупателей не уменьшается.

§ 5. Торговля промышленными товарами

К промышленным товарам относятся товары из раздела 5 СМТК «Химические вещества и аналогичные изделия, в другом месте непоименованные» (Chemicals and related products, n.e.s.); раздела 6 «Обработанные изделия, классифицированные преимущественно по материалам» (Manufactured goods classified mainly by material), кроме группы 68; раздела 7 «Машины, оборудование и транспортные средства» (Machinery and transport equipment) и раздела 8 «Разные готовые изделия» (Miscellaneous manufactured articles). Структура международной торговли промышленными товарами приведена в табл. 3.6

Таблица 3.6 Структура международной торговли промышленными товарами (%) *

	Химические товары (5)	Машины, оборудование и транспортные средства (7)	Разные промышленные изделия (6+8-68)	Промышленные товары (5+6+7+8-68)
1980	12,97	47,28	39,75	100,00
1990	12,53	49,90	37,57	100,00
1993	12,06	50,88	37,06	100,00
1994	12,38	51,21	36,41	100,00
1995	12,68	51,50	35,82	100,00

* HANDBOOK of International Trade and Development Statistics, 1996/7. — Geneva, 1999.

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

потребительские товары (непродовольственные);

средства производства.

Однако это деление во второй половине XX в. стало очень относительным под влиянием расширения ассортимента производимых промышленных товаров, что является следствием, с одной стороны, роста потребительских и инвестиционных потребностей, а с другой — расширения возможностей удовлетворения этих потребностей в результате внедрения новых технологий производства. Разнородность потребительских и инвестиционных потребностей, различные технологии, изменяющие потребительские качества товаров и уменьшающие издержки производства, приводят к тому, что практически ни одна страна не в состоянии производить весь возможный набор потребительских товаров и средств производства, соответствующих современному уровню потребностей населения и экономики. Все это обуславливает активизацию международного обмена промышленной продукцией. Кроме того, если изменения структуры рынков сырьевых товаров носят эволюционный характер, то на рынках промышленных товаров происходят революционные изменения. Причем примерно с 70-х гг. все большую роль играют страны и фирмы, уделяющие первостепенное внимание научным исследованиям и опытно-конструкторским разработкам (НИОКР), а наряду с торговлей промышленной продукцией активно развиваются научно-технический обмен, передача технологий, а также научная и производственная кооперация. Таким образом, происходит интернационализация промышленного производства, а ведущую роль в этом процессе играют многонациональные компании (МНК).

Строго говоря, рынка товаров промышленного производства как такового не существует, поскольку речь может идти только о совокупности огромного количества рынков конкретных товаров.

Для производства *фармацевтической продукции* огромное значение имеет возможность осуществления затрат на НИОКР. Подавляющую часть этих средств тратят США, Швейцария, Великобритания, Япония, Германия, Франция и Италия. Эти страны являются и основными поставщиками фармацевтических продуктов на мировой рынок. Некоторые страны, не осуществляя значительных затрат на НИОКР, производят и экспортируют в значительных количествах копии фирменных лекарств (Индия, Польша и др.).

Крупнейшими импортерами *химических удобрений* (азотные, фосфорные и калийные) являются Китай и Индия. Основные поставщики фосфорных удобрений на мировой рынок — США, калийных — Канада. Ведущими производителями азотных удобрений считаются Китай, США, Индия и Россия; фосфорных — США, Китай, Индия и Россия, калийных — Канада и Россия.

В последнее десятилетие сокращается производство и потребление химических удобрений в развитых странах в связи с чрезмерным использованием в предыдущие годы. В то же время увеличивается их производство и потребление в развивающихся странах.

Наблюдается относительно устойчивый рост производства искусственных материалов-*пластмасс*, которые заменяют природные материалы, прежде всего в производстве упаковки, строительстве, производстве бытовых приборов. В текстильной промышленности широко используются химические волокна.

Мировой объем производства *бумаги и картона* в 90-е гг. превышал 250 млн. м³. Около 30% мирового объема бумажной продукции приходится на писчую и типографскую бумагу, 15% — на газетную и 55% — на прочие сорта бумаги и картона (для упаковки, технических, санитарных целей и др.). Основными производителями являются США, Япония, Китай, Канада, Германия, Финляндия, Швеция, Франция, Италия, Бразилия, Россия. Крупнейшими экспортерами бумаги считаются скандинавские страны.

В мировом производстве и экспорте *тканей, готовой одежды, обуви и изделий из кожи* передовые позиции занимают азиатские страны, причем наблюдается перемещение производства из НИС ЮВА в Малайзию, Вьетнам, Филиппины, Индонезию. Одним из ведущих производителей и экспортеров кожаной одежды является Турция; Из европейских стран сохраняет хорошую позицию на рынке обуви, а также эксклюзивной одежды (особенно мужской) Италия.

Международная торговля *мебелью* и материалами для ее производства активно стала развиваться со второй половины XX в. Значительная доля в мировом экспорте приходится на мебель из тропического дерева и кухонную мебель, спрос на которые достаточно высок в Западной Европе. В межконтинентальной торговле мебелью определенное значение имеет только мебель ручного производства. Помимо мебели в международной торговле растет доля шпона из экзотических деревьев (из Африки и Южной Америки), а также металлической фурнитуры (из Италии и Испании).

Активно развивается международная торговля потребительскими *электротоварами* (холодильники, стиральные и посудомоечные машины, электробритвы, тостеры и т.д.) и бытовой электроникой (аудио- и видеоаппаратура, калькуляторы, персональные компьютеры и т.д.). Производство этих товаров широко

интернационализировано. В производстве и экспорте бытовой электроники ведущая роль принадлежит азиатским странам.

Важное значение в международной торговле имеют *транспортные средства*, особенно автомобили. Основными экспортёрами автомобилей являются Япония и Германия.

Промышленные товары могут продаваться в виде готовых изделий, в разобранном виде. Для машин и оборудования характерны также комплектные поставки.

1. Поставки Комплектного оборудования

В 70—80-е гг. при закупках комплектного оборудования для промышленных и иных объектов получили распространение условия генерального подряда, которые называются условиями *поставок «под ключ»* (turnkey contracts).

В соответствии с определением Комитета по развитию внешней торговли Европейской экономической комиссии ООН под договором «под ключ» понимается сделка, при которой контрагент заказчика берет на себя ответственность за сооружение объектов промышленного и непромышленного назначения и представляет заказчика в отношениях с другими юридическими лицами, участвующими в сооружении объекта. Контрагент передает заказчику объект, готовый к эксплуатации, согласно условиям договора, спецификациям и гарантиям.

Широкое распространение сооружения объектов «под ключ» связано с тем, что смонтировать, наладить и освоить эксплуатацию современного сложного оборудования и технологии не под силу без помощи поставщика даже высокоразвитым в техническом отношении покупателям. Сегодня ни один поставщик не может «передать» заказчику решение всех организационных и технических проблем, возникающих на строящемся объекте, посредством описаний, инструкций и т.п. Освоение новой технологии на строящемся объекте может быть осуществлено только путем обучения местного персонала и проведения на месте НИОКР.

Подрядчик по условиям договора ответственен прежде всего за своевременное и качественное сооружение объекта в обусловленные сроки, за качество продукции при условии обслуживания его персоналом, подготовленным из местных кадров. Обычно в обязательства входят также предынвестиционные инженерно-консультационные услуги, полевые работы, топографические съемки территории объекта, составление карт, сейсморазведочные работы, исследования местности, буровые работы, а также разработки прогнозов развития отрасли и технических проектов. В объем поставки и предоставляемых услуг, как правило, входят передача технологии, ноу-хау, проектирование, поставка комплектного оборудования, его монтаж, проведение пусконаладочных работ, а также проектирование и строительство вспомогательных гражданских сооружений.

Генеральным подрядчиком может выступать обладатель передаваемой технологии, или основной поставщик оборудования, или инжиниринговая компания. В последние годы для сооружения крупных предприятий создаются консорциумы фирм, предоставляющие покупателям льготные условия финансирования. Для этого в состав консорциума включаются финансовые учреждения, банки, страховые общества, которые организуют предоставление покупателям финансовой помощи и кредитов.

Основными преимуществами 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 входят также современное строительное оборудование, а 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 возложена на одно юридическое лицо — генерального подрядчика. Заказчик обычно не несет ответственности за неполадки, возникшие в ходе строительства и при вводе оборудования в эксплуатацию. Наличие только одного контрагента, с которым имеет дело заказчик, способствует решению всех спорных вопросов, возникающих в процессе сооружения объекта;

предприятия на условиях поставки «под ключ» строятся быстрее, так как проектирование объекта и его строительство входят в обязательства генерального подрядчика. Он может комбинировать очередность работ и их совмещение. Кроме того, снижается вероятность конфликтов между проектировщиками и строителями.

Однако этот метод имеет и существенные недостатки:

стоимость такого строительства оказывается обычно намного выше, чем при закупке отдельных видов оборудования и услуг. Как правило, в контракте оговаривается общая сумма без ее разбивки на отдельные статьи по видам поставляемого оборудования и услуг. Даже в редких случаях, когда в контрактах указывается стоимость отдельных видов оборудования и услуг, заказчику очень трудно определить сумму дополнительных надбавок на каждой стадии выполнения проекта, так как генеральный подрядчик на переговорах обычно настаивает на обсуждении стоимости «технологических пакетов оборудования и услуг». С расширением обязательств, генерального подрядчика ценовая проблема обостряется, поскольку он повышает цены на дополнительные услуги и стремится получить компенсацию за дополнительный риск;

генеральный подрядчик может включить в объем поставки оборудование, не пользующееся спросом на мировом рынке;

строительство «под ключ» не всегда способствует техническому прогрессу в стране заказчика, так как он принимает минимальное участие в сооружении объекта. Генеральные подрядчики из промышленно развитых стран склонны рассматривать подобные соглашения только как сделки, предусматривающие выплату определенной суммы за создание объекта. В результате специалисты заказчика недостаточно знают оборудование и технологические процессы нового предприятия. Проблема обостряется в связи с тем, что после сдачи объекта в эксплуатацию у заказчика чаще всего не остается способов воздействия на генерального подрядчика, который не обязан обеспечивать удовлетворительную работу предприятия в послегарантийный период.

В связи с обострением конкуренции подрядчики берут на себя дополнительную ответственность, распространяющуюся на стадию начальной эксплуатации сооружаемого объекта. В договорах с условием «*под готовую продукцию*» (*product-in-hand agreements*) предусматривается обязанность подрядчика обеспечить эксплуатацию предприятия до достижения им проектной мощности и освоения выпуска продукции согласованной номенклатуры, качества и количества. В договорах с условием «*под выпуск и реализацию продукции*» (*market-in-hand agreements*) подрядчик обеспечивает не только эксплуатацию предприятия в начальный период, но и сбыт его продукции.

В 70-е гг. в связи с обострением проблемы внешней задолженности большинства развивающихся стран получили распространение *поставки комплектного оборудования на условиях BOT* (сокращение от английских слов *build* — строить, *operate* — эксплуатировать, *transfer* — передавать).

В самом широком смысле под термином *BOT* понимается привлечение международного консорциума для финансирования всех затрат, связанных со строительством промышленного объекта «под ключ», а также с эксплуатацией и обслуживанием объекта под гарантию правительства в приобретении продукции этого предприятия в течение 10—15 лет по ценам, обеспечивающим возмещение издержек и получение установленной прибыли участникам строительства объекта.

Продавец заинтересован в этой форме поставок, поскольку он может реализовывать продукцию на рынке другой страны, а также получить заранее обусловленный доход.

В свою очередь покупатель приобретает полностью готовый объект без крупных финансовых затрат и не испытывает многочисленных трудностей, связанных с вводом его в эксплуатацию и первоначальным периодом функционирования.

При строительстве объектов на условиях *BOT* функции заказчика и подрядчика выполняет одно лицо, что позволяет достичь разумных компромиссов между проектными решениями и возможностями их практического осуществления, сократить сроки и расходы на строительство.

Однако при этой форме поставок заказчик получает в свое распоряжение относительно изношенное оборудование, а подрядчик несет повышенный риск в связи с долгосрочным характером соглашения.

2.

Торги

Одним из распространенных способов современной торговли машинами и оборудованием является размещение заказов через международные 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 тем продавцом (подрядчиком), который предложил более выгодные для покупателя (заказчика) условия.

Посредством торгов закупаются различные оборудование (энергетическое, электротехническое и электронное, металлургическое, химическое, насосно-компрессорное, металлоперерабатывающее, подъемно-транспортное, горно-шахтное, лесобумажное, текстильное, пищевое, цементное,

дорожно-строительное, сельскохозяйственное и др.), грузовые автомобили, железнодорожный подвижной состав, суда и другие транспортные средства, оборудование связи, приборы и лабораторная аппаратура и т.п.

Широко распространены, особенно в развивающихся странах, торги на строительство (в том числе и «под ключ») предприятий химической и смежных с ней отраслей промышленности, лесобумажной, легкой и пищевой, цементной промышленности, металлургических и иных предприятий, электростанций, линий электропередач, железных и автомобильных дорог, газопроводов, мостов и тоннелей, аэродромов, гостиниц и т.п.

Торги в современной экономике играют важную роль. По оценкам специалистов, стоимость заказов на поставку оборудования и объектов капитального строительства, полученных посредством торгов, составляет около одной трети общей стоимости экспорта машинотехнической продукции из промышленно развитых стран.

В современной международной торговле применяется несколько видов торгов, различающихся между собой способами привлечения участников и гласностью результатов.

Открытые торги. В них могут принять участие все желающие фирмы. Обычно они проводятся при размещении заказов на относительно несложное оборудование и услуги, которые могут предложить другие фирмы.

Открытые торги с предварительной квалификацией проводятся в два тура. В первом туре принимают участие все желающие oferенты. Они представляют в тендерные комитеты материалы, подтверждающие их компетентность и опыт в выполнении подобных заказов. В материалах перечисляются объекты, в сооружении которых они принимали участие, приводятся отзывы покупателей и заказчиков. Затем производится отбор фирм — перекавалификация. Во втором туре участвуют только фирмы, отобранные тендерным комитетом на основе анализа представленных материалов.

Обычно в открытых и перекавалификационных торгах принимают участие до нескольких десятков фирм и консорциумов. Объявления о проведении открытых торгов публикуются покупателями (заказчиками) в газетах или специализированных журналах, поэтому часто такие торги называют *публичными*. О крупных торгах объявляется за 2—4 и более месяцев до дня проведения, об обычных — за 1—1,5 месяца, о небольших — иногда за 20 дней. В объявлениях об открытых торгах коротко сообщаются только основные сведения: название организации, проводящей торги; номер тендера; наименование, характер и количество закупаемого оборудования (или назначение и характеристика строительного объекта); порядок и срок представления предложений; адрес, по которому можно получить все необходимые сведения.

Иногда объявления носят чисто формальный характер, а их публикация делается с большим опозданием. Это происходит в тех случаях, когда все условия торгов заранее сообщаются одной или двум фирмам, уже поставившим аналогичное оборудование, с которыми и предполагается заключить новый контракт, официально оформив его через торги.

В день закрытия торгов в присутствии всех участников руководители тендерных комитетов вскрывают пакеты с предложениями, называют фирмы или составы консорциумов, подавших предложения, а также объявляют предложенные участниками цены. Такие торги называют *гласными*. При гласных торгах решения тендерных комитетов о передаче заказов победителям, а также информация о приведенных ценах других участников публикуются в печати.

Закрытые торги. Приглашения к участию в таких торгах рассылаются устроителями наиболее известным поставщикам и подрядчикам, имеющим достаточно высокий авторитет на мировом рынке. Закрытые торги обычно проводятся на поставки дорогостоящего современного оборудования с высокими техническими характеристиками и на сложные подрядные работы, требующие высокой квалификации. Тендерные комитеты не производят публичного вскрытия предложений и не объявляют ни состава участников, ни предложенных ими условий. Решение о передаче заказов также не публикуется, а сообщается победителям в конфиденциальной форме. Такие торги являются негласными, и их часто называют *тендерами*.

Единичные торги. В ряде случаев торги осуществляются только при наличии одного oferента (например, обладателя патента) или в случаях, когда заключение обычного контракта затруднено какими-либо обстоятельствами.

Покупатели, принявшие решение о размещении заказов через торги, создают *тендерные комитеты*, в состав которых входят технические и коммерческие эксперты, представители администрации. Председателями тендерных комитетов обычно назначаются руководители организаций, производящих закупки. Тендерные комитеты осуществляют всю организационную работу по проведению торгов. Они

публикуют объявления о торгах, распространяют их условия между участниками, анализируют представленные предложения и выносят решения о передаче заказов.

Продавцы, принявшие решение об участии в объявленных торгах, выкупают их условия у тендерных комитетов. Стоимость условий торгов составляет условную величину от десятков до нескольких сотен долларов, не покрывающую затрат на их разработку. В последние годы организаторы торгов стали в некоторых случаях повышать стоимость выкупа условий до нескольких тысяч долларов, стремясь тем самым отсеять от участия в торгах мелкие фирмы. Выкуп условий торгов не накладывает никаких обязательств ни на продавцов, ни на организаторов.

Условия торгов обычно состоят из двух частей:

общей части, которая нередко аналогична для многих видов оборудования, закупаемого через торги в данной стране;

специальной части, содержащей все необходимые сведения о данном конкретном виде оборудования.

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

наименование и количество оборудования, намечаемого к закупке, или характер объекта, намечаемого к строительству, его мощность и производительность и т.п.;

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 предложений и требований, связанных с техническим обслуживанием оборудования.

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

Принятие решения и присуждение заказа происходят через определенный период (иногда до 8—10 месяцев) после тщательной проверки всех предложений, их соответствия поставленным условиям, а при крупных торгах — после изучения кредитоспособности и производственных возможностей фирм-оферентов и т.д. Победа присуждается 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, надежность предложенных методов строительства. Во всех случаях, особенно в развивающихся странах, большое значение имеет привлечение к выполнению заказа местных фирм.

Заказы на поставку оборудования, выдаваемые фирмам, выигравшим торги, по своим условиям практически почти не отличаются от обычных контрактов.

Литература

1. Гармонизированная система описания и кодирования товаров. — М.: ИНИОН, 1990:
2. Как продать ваш товар на внешнем рынке: Справочник. — М.: Мысль, 1990. С. 286-317.
3. Левшин Ф.М. Мировой рынок: конъюнктура, цены и маркетинг. — М.: Междунар. отношения, 1993.
4. Недужий И.И. Международные торги. — М.: Междунар. отношения, 1991.
5. Никитин С. Глазова Е., Степанова М. Мировые цены: особенности формирования//МЭиМО. 1997. № 3.
6. Статистика и товарные номенклатуры во внешнеэкономических связях. — М.: Б.И., 1989.
7. Giieldy w gospodarce swiatowej. — W-wa, 1987.
8. Handbook of International Trade and Development Statistics, 1993. — Geneva, 1994.
9. The International Convention on the Harmonized Commodity Description and Coding System. Customs Co-operation Council. — Brussels, 1989.
10. Classification by Broad economic categories defined in terms of SITC. Rev.3.. Statistical papers. Series M. № 53/Rev. 3. U.N. — New York, 1989.
11. Standard International Trade Classification. Rev. 3. Statistical papers. Series M. № 34/Rev. 3. U.N. — New York, 1986.

ГЛАВА 4

РЫНКИ СЫРЬЕВЫХ ТОВАРОВ И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

§ 1. Рынки продовольствия

В международной торговле к продовольственным товарам (СМТК 0+1+22+4) относятся продукция земледелия, животноводства, лесного хозяйства, рыболовства и морского промысла, а также полученные на их основе полуфабрикаты и некоторые готовые товары:

Раздел 0. Продовольственные товары и живые животные/Food and live animals

00. Живые животные/Live animals

1. Мясо и мясопродукты/Meat and meat preparations

2. Молочные продукты и яйца/Dairy products and eggs

03. Рыбы и морепродукты/Fish, crustaceans, mollusks and aquatic invertebrates and preparations thereof

04. Зерновые и продукты из зерна/Cereals and cereal preparations

05. Овощи и фрукты/Vegetables and fruit

06. Сахар и мед/Sugar and honey

07. Кофе, чай, какао, специи/Coffee, tea, cocoa, spices

08. Корма для скота/Feeding stuff for animals

09. Разные продовольственные товары/Miscellaneous edible products and preparations

Раздел 1. Напитки и табак/Beverages and tobacco

11. Напитки/Beverages

12. Табак и табачные продукты/Tobacco and tobacco manufactures

Из раздела 2. Сырье непродовольственное, кроме топлива/Crude materials inedible, except fuels к продовольственным товарам относится товарная группа 22. Масличные/Oil seeds and oleaginous fruits

Раздел 4. Жиры, масла и воски растительного и животного происхождения/Animal and vegetable oils, fats and waxes включает 3 товарные группы:

41. Жиры и масла животного происхождения/Animal oils and fats

42. Жиры и масла растительного происхождения/Fixed vegetable fats and oils, crude, refined or fractionated

43. Жиры и масла животного и растительного происхождения, в другом месте не поименованные/Animal and vegetable fats and oils, processed, n.e.s.

Основные позиции на мировом рынке продовольствия занимают зерновые и продукты их переработки, маслосемена, растительные масла, жиры, шроты, овощи и фрукты, мясо и мясопродукты, молочные продукты, кофе, какао, чай, сахар, рыба и морепродукты. Последние годы наблюдается ярко выраженная тенденция к более быстрому росту торговли продовольствием, готовым к употреблению.

Торговля многими продовольственными товарами на мировом рынке осуществляется на биржах, а цены на такие товары во внебиржевой торговле ориентируются на биржевые котировки (пшеница, кукуруза, кофе, сахар, некоторые виды семян и др.). Некоторые товары продаются на аукционах, которые определяют мировые цены на них (рыба, чай, овощи, фрукты и др.). Для отдельных продовольственных товаров в качестве мировых цен служат импортные или экспортные цены основных импортеров или экспортеров. Например, цены на орехи, сухофрукты, мед определяются на лондонском рынке, на некоторые виды кормовых, овощей и фруктов — на парижском оптовом рынке или по импортным ценам Германии.

Цены на многие продовольственные товары отличаются значительной неустойчивостью из-за влияние различных факторов (погода, сезонность спроса и предложения, возможность проведения спекулятивных биржевых операций и др.). Колебания цен на многие товары могут достигать 100% в течение года, 10—13% в течение месяца.

Цены на продовольствие аналогично ценам на многие другие товары характеризуются множественностью в связи с наличием различных сортов, центров торговли, а также с разными сроками поставки и др. Сильное влияние на цены оказывает конкуренция со стороны искусственных и синтетических заменителей (хотя в большей степени это относится к сельскохозяйственному сырью). Под ее воздействием происходит сближение цен на натуральные и синтетические товары, причем последние достаточно часто становятся регулятором цен на натуральные продукты.

Некоторыми особенностями обладает ценообразование на продукцию многолетних (особенно древесных) культур. Это связано с существованием различных циклов развития этих культур, а также с

сильным и продолжительным воздействием на них неблагоприятных погодных условий. Аналогичное влияние эти факторы оказывают и на рынок мяса, что обусловлено длительностью воспроизводства стада.

Динамика мировых цен в значительной степени зависит от внешнеторговой политики, поскольку для продовольственных товаров характерны достаточно жесткая тарифная и нетарифная защита внутренних рынков и в промышленно развитых странах широкое субсидирование экспорта.

В связи с большими колебаниями цен на продовольствие, как и на другие сырьевые товары, на межгосударственном уровне предпринимаются шаги по стабилизации рынков. Международные товарные соглашения, в которых участвуют экспортеры и импортеры, с помощью экспортных квот, буферных запасов и других механизмов пытаются регулировать цены на кофе, какао, сахар, пшеницу и др., ассоциации стран-экспортеров — цены на перец, бананы и др.

Продукция животноводства

Это понятие объединяет несколько товарных групп (СМТК, группа 00. Живые животные; группа 01. Мясо и мясопродукты; группа 02. Молочные продукты и яйца).

Оборот мировой торговли *крупным рогатым скотом* составляет свыше 5 млн. голов в год, свиней — 9-10, овец — 15. В торговле племенным скотом участвуют в различной степени почти все страны, а основными экспортерами являются США, страны ЕС и Канада. Торговля живым убойным скотом носит в основном региональный приграничный характер. Такая торговля наиболее развита в США и странах ЕС.

Важным регионом сбыта живых овец и ягнят является Ближний Восток, поскольку страны этого региона в силу специфических религиозных требований к убою скота закупают мясо в виде живого скота. Главными поставщиками в этот регион являются Австралия и Турция.

Основными рынками реализации *мясных лошадей и конины* являются Италия, Франция, страны Бенилюкса, Австрия.

На мировом рынке мяса осуществляется торговля птицей (куры, утки, индейки, голуби, фазаны, куропатки и др.) разной степени обработки, говядиной, свининой, бараниной, козлятиной и др. в свежем, охлажденном и мороженом виде. Удельный вес поставок на мировой рынок охлажденного и замороженного мяса с каждым годом возрастает. В первой половине 90-х гг. мировое производство мяса составляло 270—280 млн. т в год, в том числе говядина и телятина — 25%, свинина — 35%, баранина и козлятина — 15%, мясо птицы — 25%.

Мировой экспорт *говядины* составляет около 5,5 млн. т. Основными поставщиками являются Австралия, Бразилия, Аргентина, Новая Зеландия, Уругвай, а также страны ЕС и США. Основными производителями *свинины* являются Китай, США и Европа, основными экспортерами — Дания, страны Бенилюкса, Канада и США. *Баранина и ягнятина* производятся в основном в Австралии и Новой Зеландии. Мировой экспорт баранины составляет около 1 млн. т. Основные производители *битой птицы* — США, страны ЕС, Китай. Мировой экспорт птичьего мяса составляет около 3 млн. т в год. Основными экспортерами являются США, Франция, Голландия, а импортерами — Германия, Япония, Гонконг, Саудовская Аравия.

Цены на рынке мяса подвержены значительным колебаниям в зависимости от качества, условий поставки и других факторов. Очень высокие требования предъявляются к качеству и санитарным характеристикам при ввозе мясопродуктов, например в странах ЕС.

Помимо непосредственно мяса на мировом рынке обращаются и *субпродукты* (печень, ножки, хвосты, языки, легкие и др.), кости, костная мука и др. Традиционно развитым рынком таких товаров является Западная Европа.

До конца XIX в. *молочные продукты* (молоко, сливочное масло, сыры) производились в основном для внутреннего потребления. Только сыры, составлявшие специализацию отдельных регионов (во Франции, Швейцарии, Италии), были в небольших количествах предметом международной торговли. Более широкое вовлечение молочных товаров в международный оборот произошло в результате использования холодильного оборудования на транспортных средствах (автомобили, суда и вагоны-рефрижераторы), а также благодаря росту потребления этих продуктов в промышленно развитых странах.

Ежегодный объем мировой торговли молочными товарами превышает 11 млн. т. Наиболее распространена торговля такими видами молочных товаров, как сыры, сливочное масло, сухое молоко. Для молочных товаров характерна высокая степень географической концентрации экспорта. Основными поставщиками этой продукции выступают страны ЕС, Новая Зеландия, США, Австралия, Аргентина. Объемы импорта существенно различаются по конкретным видам товаров и странам. Мировое производство сливочного масла составляет около 7 млн. т, из которых на экспорт направляется около

20%, сыра — около 10 млн. т, в том числе 20% экспортируется. Молоко продается на мировом рынке в основном в виде сухого порошка или конденсата. Мировое производство составляет 400—450 млн. т.

В 90-е гг. отмечаются высокие темпы роста мирового производства и потребления *яиц*, а также международной торговли ими. Это позволяет рассматривать данный рынок как один из наиболее динамично развивающихся рынков сельскохозяйственных и продовольственных товаров. Объем мирового производства яиц в 1997 г. составил свыше 710 млрд. шт. Основными производителями являются Китай (более 45%), страны ЕС (более 10%), США (более 10%), а также Япония (около 6%), Индия (около 4%) и Россия (около 4%). В 1997 г. мировой экспорт яиц составил около 6,8 млрд. шт., а в 1998 г. — свыше 7 млрд. шт. При этом около половины всех экспортных поставок осуществляется из США (около 3 млрд. шт.), более 1 млрд. экспортируется из Китая, менее 1 млрд. шт. — из Нидерландов. На эти три страны приходится около 70% мирового экспорта *. Основными покупателями являются Япония, Гонконг, Канада и Мексика. В странах ЕС торговля яйцами носит в основном внутрирегиональный характер, хотя наблюдается тенденция к росту экспорта в третьи страны.

* Кривокоченко Л.В. На мировом рынке яиц//БИКИ. 1999. №53-54.13 мая. С. 9,12.

Зерновые

Данная группа включает не только зерновые культуры, но и продукты их переработки (СМТК, группа 04. Зерновые и продукты из зерна). Зерновые (пшеница, кукуруза, ячмень, овес, рожь и др.) являются самым массовым продовольственным товаром на мировом рынке. Зерновые используются также в качестве кормов для скота, сырья для промышленной переработки. В связи с этим развитие рынка зерновых товаров оказывает значительное влияние на торговлю продовольственными и сельскохозяйственными товарами в целом.

Наиболее важное место среди зерновых занимает *пшеница*, которая во многих странах считается стратегическим товаром. Мировое производство пшеницы составляет свыше 600 млн. т в год. Для потребительских целей используются твердые сорта — дурум (*durum*), а в качестве кормовой пшеницы — мягкие сорта.

Крупнейшим в мире продуцентом пшеницы является Китай (около 100 млн. т), который выступает на рынке и в качестве ее крупного покупателя. К основным продуцентам относятся страны ЕС, особенно Франция (около 90 млн. т), США (около 60 млн. т), Индия (около 60 млн. т), Россия (около 30 млн. т), Канада (около 25 млн. т), Австралия, Аргентина, Пакистан, Турция и Казахстан.

В год экспортируется около 100 млн. т пшеницы. Среди экспортеров выделяются США, Канада, Австралия, Аргентина, а также страны ЕС. К числу значительных импортеров пшеницы относятся Китай, страны СНГ, Япония, Бразилия, Египет, а также Алжир, Иран и Индонезия.

Пшеница является традиционным биржевым товаром. Мировые цены на пшеницу в значительной мере формируются на рынке США, которые считаются крупнейшим экспортером этого товара и центром биржевой торговли. Значительную роль в формировании цен на пшеницу играет Чикагская торговая палата (*Chicago Board of Trade, CBOT*).

В 1997-1998 гг. мировое производство *кукурузы* составило почти 600 млн. т, а мировой экспорт — более 63 млн. т *. Основным производителем и экспортером кукурузы являются США.

БИКИ, 1999, № 50.29 апреля. С.6.

Производство *ячменя* сконцентрировано в северном полушарии. Основные производители — страны СНГ, Канада, Великобритания. На мировой рынок попадает около 15% всего мирового производства.

Основными производителями *овса* считаются страны СНГ, ЕС, США и Канада, а основными производителями ржи, которая используется в основном для выпечки хлеба, — страны СНГ;

Организацией, занимающейся прогнозированием и в некоторой степени регулированием мирового рынка зерновых, является Международный совет по зерну (МСЗ).

Мировой рынок *риса* представляет собой несколько обособленный сегмент рынка зерновых в силу специфики его производства и потребления. Рис является одним из основных продуктов питания в ряде азиатских и некоторых других странах, что определяет значительные объемы производства и мировой торговли этим товаром. Наиболее высококачественным считается сорт «white basmati», цены на который почти в два раза превышают цены на остальные сорта. Мировое производство риса в 1994—1996 гг. составляло свыше 530 млн. т. в год. Основными производителями являются Китай (около 33%), Индия (около 23%), Индонезия (около 9%), Бангладеш (около 5%), а также Вьетнам, Таиланд, Мьянма, Япония,

Филиппины, Бразилия*. Потребление риса с начала 90-х гг. превышает его производство, что приводит к общему сокращению запасов.

* Зотов Г.М. Современное состояние мировых рынков сырья//Международный бизнес России. 1996. № 6. С. 28.

Объем мировой торговли рисом в середине 90-х гг. составлял 15-20 млн. т. Лидирующие позиции в мировом экспорте риса занимают Таиланд, США, Вьетнам, Мьянма и Пакистан. Крупнейшим импортером риса в 1995 г. была Индонезия (14% мирового импорта). Значительными импортерами выступали Бангладеш, КНДР, Иран, Саудовская Аравия, Бразилия, ЕС.

Производство остальных видов зерновых культур имеет региональный характер, как, например, сорго и просо в Африке и Азии.

Помимо зерновых на мировой рынок поступают хлебопродукты (хлеб, макароны, вафли, сухари и др.) и продукция мукомольной промышленности (мука, битый рис, солод, крахмал и др.). Рынок хлебопродуктов сформировался в последней четверти XX в. в результате диверсификации пищевой промышленности, что определяет широкую номенклатуру товаров этой группы и разнообразие цен. Цены на продукцию мукомольной промышленности находятся под влиянием цен исходного сырья, так как затраты на переработку не подвержены существенным колебаниям. Крупным экспортером является Германия, а импортером — Япония.

Овощи и фрукты

Овощи и фрукты не имеют такого большого значения в международной торговле, как, например, зерновые. Они выращиваются по всему миру и различаются в ассортиментах по регионам, в зависимости от почвенных и климатических условий. За последние годы роль овощей и фруктов в современной диете человека возрасла, что привело к увеличению площадей их выращивания и расширению ассортимента, особенно в районах крупных промышленных агломераций.

Среди фруктов наибольшее значение в международной торговле имеют *цитрусовые и бананы*. Их мировое производство в 90-х гг. составляло 75—80 млн. т в год. Торговля цитрусовыми осуществляется в основном между странами Средиземноморского бассейна и европейскими странами, а бананами — между Латинской Америкой, Северной Америкой и Европой. Объем мирового экспорта бананов в 90-е гг. составлял 10—12 млн. т.

Среди фруктов умеренной климатической зоны наибольшее значение в международной торговле имеют *яблоки*. В середине 90-х гг. их мировое производство составляло свыше 30 млн. т, в том числе свыше 10 млн. т экспортировалось.

В Европе достаточно активно развивается торговля свежими и замороженными *ягодами* (клубника, малина, вишня и др.).

Сахар

Сахар производится в тропической зоне из сахарного тростника (около 2/3 мирового производства) и в умеренной климатической зоне из сахарной свеклы. Основными производителями сахара из сахарного тростника являются Куба, Бразилия, а также ЮАР, Индия, Китай. Производство свекловичного сахара осуществляется в основном в промышленно развитых странах и обходится дороже, чем выработка сахара из сахарного тростника, поэтому в странах производящих свекловичный сахар, как правило, применяются правительственные субсидии, особенно для стимулирования экспорта по ценам, которые могли бы конкурировать с ценами тростникового сахара.

В 1995—1996 гг. объем продукции в 110 странах-производителях, согласно оценке специалистов, составил примерно 120 млн. т (на общую сумму 25 млрд. дол.); около 28% было поставлено на внешний рынок.

Производство сахара является важной отраслью сельского хозяйства многих стран, поэтому национальные рынки сахара обычно защищаются с помощью различных инструментов (контингенты, контролируемые цены внутреннего рынка и др.). В ближайшие годы потребление сахара будет возрастать примерно на 1,2% ежегодно и достигнет к концу столетия 125 млн. т. Этому будет способствовать политика правительства по поддержке национальных производителей, а также действие Международного соглашения по сахару.

В то же время в пищевой промышленности увеличивается потребление заменителей сахара, которые вытесняют с рынка натуральное сырье. К ним относятся, например, сахарин, кукурузные сиропы

(распространены в США) и др. Производство заменителей сахара также будет увеличиваться, прежде всего в промышленно развитых странах. Заменители будут вытеснять натуральный сахар, особенно при изготовлении безалкогольных напитков, кондитерских изделий и других продовольственных товаров. В результате совершенствования технологий в производстве заменителей сахара должны снизиться цены на них, что будет способствовать увеличению их потребления и ослабит позиции натурального сахара даже в традиционных сферах его применения в пищевой промышленности.

Цены на сахар характеризуются большой нестабильностью, усиливаемой спекуляциями на биржах. Три четверти мировой торговли сахаром осуществляется на свободном рынке, где наиболее представительными ценами являются котировки Лондонской, Нью-Йоркской и Парижской бирж. Остальная часть сахара реализуется по высоким ценам преференциальных рынков, например импорт сахара в страны ЕС из стран Африки, бассейнов Карибского моря и Тихого океана.

Регулирование мирового рынка сахара осуществляется на основе Международных соглашений по сахару, первое из которых было заключено в 1932 г. На основе решений Международного соглашения по сахару 1968 г. была создана Международная организация по сахару (International Sugar Organization, ISO) со штаб-квартирой в Лондоне. Высшим органом этой организации является Международный совет по сахару (International Sugar Council, ISC).

Пищевкусовые товары

К пищевкусовым товарам относятся товары группы 07 СМТК:

кофе, чай, какао, специи.

Кофе выращивается в тропической климатической зоне более чем в 70 странах. Основные сорта — «арабика» (около 90% мирового производства кофе) и «робуста», который выращивается в основном в Африке. В некоторых странах (Либерия, Конго, Ява) выращивается также сорт «либерика», который качественно уступает первым двум и почти не имеет значения в международной торговле.

Основными продуцентами кофе являются Бразилия, а также Колумбия, Кот-д'Ивуар, Индонезия, Мексика, Индия, Вьетнам. Значительная часть кофе в сыром виде экспортируется в развитые страны, где оно подвергается дальнейшей обработке, потребляется или экспортируется в другие страны в готовом к употреблению виде. Крупнейшими потребителями кофе в мире являются страны ЕС (особенно Германия и Франция) и США (самая крупная страна-импортер).

Торговля кофе осуществляется как непосредственно между фирмами стран — производителей и потребителей, так и посредством бирж, 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.

Регулирование рынка кофе осуществляется Ассоциацией стран — продуцентов кофе (Association Coffee Producing Countries, АСРС), а также на основе Международных соглашений по кофе. Первое Международное соглашение по кофе заключено в 1962 г., второе — в 1968 г., третье — в 1976 г., четвертое — в 1983 г., пятое — в 1994 г. на период до сентября 1999 г., однако фактически перестало действовать уже за несколько месяцев до этого срока. Дерегулирование рынка кофе произошло вследствие реализации в большом объеме его излишков и запасов бразильскими продуцентами, которые использовали благоприятный момент для получения прибыли в результате обесценения бразильской валюты после финансового кризиса.

Какао, так же как и кофе, выращивается в тропической зоне, а затем в сыром виде зерна какао экспортируются в развитые страны. Основными районами выращивания какао являются Центральная Африка (Кот-д'Ивуар, Гана, Нигерия, Камерун) и Латинская Америка (Бразилия и Мексика), а также Малайзия.

Ежегодные объемы мирового производства какао, как правило, значительно отличаются, что приводит к постоянным колебаниям цен на мировом рынке. Основными факторами, влияющими на объемы производства, являются засуха в Африке, проливные дожди или холода в период сбора какао, бобов в Бразилии, а также частые изменения площади выращивания какао под влиянием низких цен международного рынка в предыдущем периоде.

Основными потребителями какао считаются США, Германия, Голландия, Великобритания, Швейцария.

Международная торговля какао осуществляется как между фирмами стран — производителей и потребителей, так и посредством бирж, в основном в Лондоне и Нью-Йорке.

Регулирование рынка какао осуществляется на основе Международных соглашений по какао. Первое Международное соглашение было заключено в 1972 г., второе — в 1975 г., третье — в 1980 г., четвертое — в 1986 г., пятое — в 1993 г.

Чай выращивается в тропической и субтропической зонах. Наиболее ценными сортами черного чая обладают Кения и Шри Ланка, а также Индонезия, которая поставляет очень ароматный чай золотистого цвета. На рынке также присутствует зеленый чай из Китая, однако его популярность относительно не велика.

Основными производителями чая в 1998 г., как и в прошлые годы, оставались Индия (867 тыс. т), Кения (294 тыс. т), Шри Ланка (280 тыс. т), а также Индонезия и Бангладеш, основными экспортёрами — Шри Ланка (271 тыс. т), Кения (264 тыс. т), Индия (205 тыс. т)*. В Индии большая часть чая потребляется на внутреннем рынке.

БИКИ, 1999. № 57. 20 мая. С. 6.

Чай является традиционным товаром аукционной торговли. В 1679 г. в Лондоне прошел первый аукцион чая, а 29 июня 1998 г. — последний. Великобритания была единственной, не производившей чая страной, в которой проходили чайные аукционы. Теперь они проходят только в странах-производителях. В 1997 г. Кения отказалась участвовать в лондонских аукционах, аналогичным образом поступили Шри-Ланка, Малави и Танзания. Наибольшее значение имеют чайные аукционы в Калькутте (Индия), Джакарте (Индонезия), Момбасе (Кения), Коломбо (Шри-Ланка).

Наиболее представительными ценами на *специи* (черный и белый перец, кардамон, тмин, гвоздика, имбирь и др.) являются цены Лондонского оптового рынка.

В последние годы отмечалось значительное увеличение потребления перца в странах Азии. В таких государствах, как Индонезия и Китай, все большее количество перца направляется на внутренний рынок. В то же время растет потребление перца и в других странах. В этой связи наблюдается существенное превышение потребления перца над его производством и, как следствие, сокращение запасов и рост цен.

В середине января 1997 г. цены на белый перец на европейском рынке составляли 5600 дол. за т, а на черный перец — 3000 дол. Черный и белый перец получают с одного растения. Если разница в ценах на черный и белый перец превышает 1500 дол. за т, продуценты переключаются на выпуск первого.

На долю США приходится около 90% мировых закупок черного перца. Он производится в Индии, Бразилии, Индонезии, Малайзии и Вьетнаме.

Основным поставщиком белого перца выступает Индонезия, а также Бразилия и Малайзия. Крупнейшими потребителями белого перца являются Германия, Индонезия, США, страны Восточной Европы.

Маслосемена, растительные масла

В группу десяти важнейших видов масличных включаются соя, бобы, рапсовое, хлопковое, кунжутное, льняное и касторовое семя, подсолнечник, арахис, пальмовое ядро, копра. Объем мирового производства десяти основных видов масличных в 1995-1999 гг. составлял свыше 250 млн. т в год и возрастал из года в год.

Основное значение имеет *soя*, мировое производство которой составляет около 125—130 млн. т в год. Основными производителями являются США, а также Китай, Бразилия, Аргентина, основными импортёрами — европейские страны и Япония. Во второй половине 90-х гг. ежегодные объемы мирового производства *соевого масла* составляли около 20 млн. т, из которых около 5 млн. т экспортировалось.

Рапс также является важной и распространенной масличной культурой, его мировое производство составляет около 30 млн. т. в год. Основные производители — Китай и Индия, основной экспортёр — Канада. Главными международными рынками рапса считаются Виннипег (Канада) и Гамбург (Германия). Мировое производство *рапсового масла* составляет свыше 10 млн. т в год, из которых на экспорт направляется 1,5—2,0 млн. т.

Мировое производство *семян хлопчатника* составляет около 40 млн. т в год, *хлопкового масла* — около 4 млн. т, из которых экспортируется 250-300 тыс. т.

Мировое производство *семян подсолнечника* составляет около 20 млн. т в год, а *подсолнечного масла* — около 9 млн. т в год во второй половине 90-х гг., в том числе экспортируется 2,6-2,9 млн. т.

Мировое производство *арахиса* составляет около 20 млн. т. Основные производители — Индия, Китай и США. Мировое производство *арахисового масла* — свыше 4 млн. т в год, из которых экспортируется — около 300 тыс. т.

Мировое производство *пальмового масла* составляет свыше 15 млн. т (основной производитель — Малайзия), в том числе экспорт — свыше 10 млн. т; *кокосового масла* — около 3 млн. т, в том числе экспорт — около 1,5 млн. т; *пальмоядрового масла* — свыше 2 млн. т, в том числе экспорт — 800-900 тыс. т; *оливкового масла* — около 2 млн. т, в том числе экспорт — свыше 400 тыс. т; *кукурузного масла* — около 1,8 млн. т, в том числе экспорт — около 600 тыс. т; *кунжутного масла* — около 750 тыс. т, в том числе экспорт — около 20 тыс. т.

Маслосемена, пищевые растительные масла (соевое, хлопковое, подсолнечное, арахисовое, льняное, пальмовое, кокосовое, касторовое, кукурузное и др.) и шроты (отходы производства растительных масел) являются массовыми биржевыми товарами.

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (ФАО)

Продовольственная и сельскохозяйственная организация (ФАО) — Food and Agricultural Organization (FAO) — была основана 16 октября 1945 г. Этот день ежегодно отмечается как Всемирный день продовольствия. ФАО является специализированным учреждением системы ООН.

Местопребывание — Рим (Италия).

Основными целями ФАО являются:

повышение качества питания и жизни;

совершенствование производства и распределения продовольствия и другой сельскохозяйственной продукции;

улучшение условий жизни сельского населения;

вклад в развитие мировой экономики.

ФАО имеет следующую структуру:

Конференция;

Совет, комитеты;

генеральный директор.

Высшим органом ФАО является *Конференция*, на которой каждый член представлен одним делегатом. Очередные сессии проходят один раз в два года. На Конференции определяются основные принципы деятельности организации, утверждается бюджет, рассматриваются общая ситуация с продовольствием и положение в сельском хозяйстве, принимаются рекомендации и др.

Совет состоит из 49 избранных Конференцией государств-членов. Он является исполнительным органом Конференции между ее сессиями и в своей работе опирается на пять *комитетов*: по продуктам, рыболовству, лесам, сельскому хозяйству, всемирной продовольственной безопасности.

Генеральный директор избирается Конференцией сроком на шесть лет. Он руководит работой ФАО под контролем Конференции и Совета и является главой секретариата, разделенного на семь департаментов: экономической и социальной политики, сельского хозяйства, рыболовства, лесов, развития, управления и финансов, общих вопросов и информации.

Деятельность ФАО может быть подразделена на два основных направления:

· 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, как правило, в сотрудничестве с правительствами и международными организациями.

§ 2. Рынки сельскохозяйственного сырья

К сельскохозяйственному сырью относятся товары раздела 2 СМТК (Сырье непродовольственное, кроме топлива/*Crude materials, inedible, except fuels*), за исключением групп 22, 27, 28, а именно следующие товарные группы:

21. Шкуры, кожи, пушнина/*Hides, skins and furskins raw*

23. Каучук/*Crude rubber*

24. Пробка и дерево/*Cork and wood*

25. Целлюлоза и макулатура/*Pulp and waste paper*

26. Текстильные волокна и их отходы/*Textile fibers and their wastes*

29. Сырье животного и растительного происхождения, в другом месте не поименованное/*Crude animal and vegetable materials, n.e.s.*

Каучук

Каучук используется в основном для производства покрышек, а также иных резиновых изделий. Центром мирового производства натурального каучука является Юго-Восточная Азия, а крупнейшими продуцентами — Таиланд, Индонезия и Малайзия. На эти страны приходится около 3/4 производства натурального каучука.

Основными потребителями натурального каучука являются промышленно развитые страны, а также быстро развивающиеся страны Азии. Доля стран Америки в мировом потреблении натурального каучука в 1994 г. составляла 23%, Европы — 18%, Японии — 12%, Китая — 8%.

Спрос на натуральный каучук на мировом рынке относительно стабилен. Хотя конкуренция со стороны синтетического каучука возрастает, он не может полностью заменить натуральный продукт в ряде областей потребления (например, авиационные покрышки или санитарные резиновые изделия).

Организацией, целью которой является контроль за стабильностью цен на рынке натурального каучука, является Международная каучуковая организация, ИНРО (International Rubber Organization, INRO), созданная в 1980 г. Эта межправительственная организация объединяет государства:

продуценты — Таиланд, Индонезия, Малайзия, Кот-д'Ивуар, Нигерия, Шри Ланка;
импортеры — Япония, США, Китай, Германия, Франция, Австрия, Бельгия, Нидерланды, Люксембург, Дания, Финляндия, Греция, Ирландия, Италия, Испания, Швеция, Великобритания.

Ценовой механизм ИНРО заключается в том, что если средняя цена на каучук за последние пять дней упадет до 183 малазийских/ сингапурских центов за 1 кг, то руководитель буферного запаса может (но не обязан) выступить на рынке в качестве покупателя. Ценовой порог, когда он обязан это сделать, еще ниже.

Продуценты считают деятельность ИНРО неэффективной, поскольку принятый ценовой механизм не гарантирует поддержки уровня цен. Это объясняется, в частности, следующим:

- только 60% натурального каучука попадает на свободный рынок, что делает цены на него не слишком прозрачными;
- ИНРО не всегда адекватно реагирует на изменение цен;
- фонды ИНРО иногда недостаточны для эффективной интервенции.

В этой связи Малайзия (1/5 бюджета ИНРО) и Таиланд (1/6 бюджета ИНРО) заявили о выходе из этой организации.

Лесные товары

За 1983—1993 гг. мировое производство круглых лесоматериалов возросло с 3044,9 млн. до 3484,4 млн. м³, фанеры — с 44 млн. до 48,3 млн. м³, древесностружечных плит — с 39,9 млн. до 51,6 млн. м³, древесноволокнистых плит — с 16,5 млн. до 19 млн. м³. За этот же период производство пиломатериалов снизилось с 441,8 млн. до 432,4 млн. м³*

* FAO Yearbook of Forest Products. 1993. — Rome, 1995.

К крупнейшим производителям круглых лесоматериалов относятся США, Китай, Индия, Бразилия, Индонезия, Канада, Россия, Нигерия; пиломатериалов — США, Канада, Россия, Япония, Китай, Индия; фанеры — США, Индонезия, Япония, Китай, Канада, Россия, Бразилия; древесностружечных плит — Германия, США, Канада, Россия, Франция, Китай, Япония; древесноволокнистых плит — США, Китай, Россия, Япония, Канада, Бразилия, Германия. Наиболее динамично развивается производство лесных товаров в США и Китае.

В ассортименте лесных товаров произошли определенные структурные изменения. Хотя соотношение между отдельными видами лесопродукции в 80—90-е гг. оставалось довольно стабильным, тем не менее, можно отметить некоторые тенденции: увеличилась доля балансов — сырья для целлюлозно-бумажного производства и дров; снизился удельный вес бревен — сырья для механической обработки древесины, а также прочих деловых сортиментов, что объясняется сокращением производства сортиментов, используемых в круглом виде (рудничная стойка для крепления горных выработок, бревна для столбов и т.п.),

Более половины мирового объема лесозаготовок приходится на дровяную древесину, что связано с ее широким использованием в качестве топлива в развивающихся странах Южного полушария. В структуре топливно-энергетического баланса отдельных регионов имеются существенные различия. В Европе,

Северной Америке и России, где основными энергоносителями являются природный газ, нефть, каменный уголь и ядерное топливо, на долю дров приходится соответственно 15, 20 и 23% производства круглых лесоматериалов. В то же время в Африке этот показатель составляет 78%, в Южной Америке — 57%, а в крупнейших странах Азии — Индии и Индонезии — 87 и 78% (для сравнения: Финляндия — 10%, США — 18, Канада — 4, Швеция — 7, Япония — 0,5%) *.

*Рохленко Д.Б. Мировое производство лесных товаров: тенденции и перспективы//МЭиМО. 1996. № 5. С. 131.

Определенные структурные сдвиги происходят и в ассортименте других видов лесных товаров. Так, в составе листовых древесных лесоматериалов доля фанеры снизилась, но увеличилась доля древесностружечных плит, а доля древесноволокнистых плит осталась без изменений. Для ряда стран Северного полушария характерно более широкое вовлечение в переработку лиственной древесины, что дает возможность экономить ценную древесину хвойных пород. В странах с развитой лесной и лесоперерабатывающей промышленностью большое внимание уделяется более полному использованию заготовленной древесины путем утилизации древесных отходов. Они перерабатываются в технологическую щепу, используемую в целлюлозно-бумажном производстве и при изготовлении древесных плит. Измельченные отходы применяются также в качестве топлива. В 80-90-е гг. переработанные древесные отходы превратились в объект международной торговли. С 1983 по 1993 г. мировой объем экспорта щепы и древесной стружки вырос в 2 раза — с 13,8 до 27,6 млн. м³ (в том числе 10,4 млн. м³ из Северной Америки, 7,1 млн. м³ из Океании, 4,1 млн. м³ из Южной Америки, 2,6 млн. м³ из Европы, около 2 млн. м³ из Азии и 1,4 млн. м³ из Африки).

Текстильные волокна

Хлопок (волокно) является важнейшим товаром в международной торговле текстильными волокнами (около 50%). Крупнейшими экспортёрами являются США, Узбекистан, Австралия, Пакистан, Туркменистан, крупнейшими импортёрами — Россия, Япония, Республика Корея, Индонезия, страны ЕС.

Мировое производство хлопка составляет 18—20 млн. т в год.

Основными центрами мировой торговли хлопком можно считать Нью-Йоркскую биржу хлопка (NYCE), Чикагскую биржу риса и хлопка (CRCE) и посреднический рынок Ассоциации по хлопку в Ливерпуле.

Цены на хлопок подвержены значительным колебаниям в зависимости 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 и др.

Рынок хлопка подразделяется на рынок коротковолокнистого, средневолокнистого, тонковолокнистого хлопка. Из тонковолокнистого хлопка вырабатывают хлопчатобумажную пряжу высоких номеров, из средневолокнистого — среднюю и тонкую пряжу, из коротковолокнистого — сравнительно толстую пряжу низких номеров.

На мировом рынке также продаются отходы хлопка (отходы от хлопкопрядения, расщипанное хлопковое волокно и пр.).

Шерсть является одним из наиболее дорогостоящих видов текстильного сырья. Доля шерсти в потреблении всех текстильных волокон составляет около 5%.

В Австралии сорта шерсти классифицируются в зависимости от изменения тонины волокна на 0,1 микрон. В целом в международной практике все виды шерсти подразделяются на следующие основные сорта: высшее качество, очень хорошее качество, хорошее качество, среднее качество, низкое качество.

Мировое производство шерсти составляет около 2 млн. т в год. Основными производителями являются страны Южного полушария (Австралия, Новая Зеландия, Аргентина, Уругвай, ЮАР), а также СНГ.

Наиболее распространенной формой международной торговли является аукционная, посредством которой реализуется около половины мирового производства овечьей шерсти. Наибольшее значение имеют австралийские и новозеландские аукционы, особенно аукцион в Сиднее. Важную роль в торговле шерстью играют также торговые дома.

Продвижению шерсти на мировой рынок способствует деятельность Международного секретариата по шерсти (International Wool Secretariat, IWS), который использует торговые знаки «Woolmark» (для изделий из 100%-ной натуральной шерсти) и «Woolblendmark» (для изделий из смеси натуральной шерсти с синтетическими тканями).

Доля натурального *шелка* в группе текстильных волокон невелика, его мировое производство составляет 75—100 тыс. т в год. К крупнейшим производителям относятся Китай, Индия, а также Италия. На мировой рынок попадает около 10% произведенного шелка.

Джут используется для производства грубых тканей (мешковина, ковры, мебельные ткани). Мировое производство составляет около 2,7—3,0 млн. т в год. Основными производителями являются Бангладеш, Индия, Китай, Таиланд, Непал.

§ 3. Рынки руд и металлов

К рудам и металлам относятся две товарные группы из раздела 2 СМТК (Сырье непродовольственное, кроме топлива/*Crude materials, inedible, except fuels*):

27. Природные удобрения и минералы/*Crude fertilizers and crude minerals*

28. Металлические руды и металлолом/*Metalliferous ores and metal scrap*, а также одна товарная группа из раздела 6 (Промышленные товары, классифицированные в основном по материалам/*Manufactured goods classified chiefly by material*):

68. Цветные металлы/*Non-ferrous metals*.

Минеральное сырье включает широкую гамму продуктов добывающей промышленности: различные соли, асбест, графит, строительные камни и др. Большинство из них широко распространено в природе, хотя они и не всегда используются, что зависит от необходимости, возможности и рентабельности добычи. Одни минеральные продукты используются непосредственно (каменная соль, строительные камни и др.), другие являются сырьем для химической (калийные соли, фосфориты, сера и др.) и ювелирной (драгоценные камни) промышленности и др. Большая часть минеральных сырьевых продуктов не участвует в международном обороте по причине их широкого распространения либо является предметом региональной торговли.

Рынок руд и металлов традиционно подразделяется:

- на рынок черных металлов,
- на рынок цветных металлов.

Причем к сырьевым товарам относятся железная руда, руды цветных металлов и сами цветные металлы, а к промышленным товарам (группа 67) — произведенные из железных руд железо и сталь. Основным в мире поставщиком железной руды является Бразилия. В Азии крупнейшими потребителями железной руды — основными импортерами — считаются Китай, Япония и Республика Корея.

Среди цветных металлов особое значение имеет медь. Развитие рынка меди в существенной степени влияет на ценообразование и развитие рынков других цветных металлов. Особенностью ценообразования на рынках цветных металлов является отсутствие как таковых мировых цен на сырье для получения цветных металлов, что связано с огромным разнообразием качественных характеристик исходного сырья. Цены на сырье (руды или концентраты) зависят от цен на соответствующий рафинированный металл. Рафинированный металл стандартного качества обладает однородными свойствами, поэтому в качестве базисного выбирается 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

Месторождения медных руд имеются почти во всех регионах, однако основные их запасы, а также добыча сконцентрированы в небольшом количестве стран. В 1997 г. в первую десятку этих стран входили Чили, США, Канада, Австралия, Индонезия, Россия, Перу, Китай, Польша, Мексика и Замбия.

Крупнейшими продуцентами медных руд среди промышленно развитых и развивающихся стран считаются Чили, США, Канада, черновом металла — США, Чили, Япония, а также Замбия, Заир, Канада.

Медное сырье является объектом активной международной торговли. Основными экспортерами медных концентратов среди промышленно развитых и развивающихся стран выступают США, Чили, Папуа—Новая Гвинея, Португалия, Филиппины. Среди импортеров выделяются Япония, Германия, Испания, Республика Корея. Торговля черновым металлом носит ограниченный характер. Крупнейшими поставщиками являются Чили, Перу, основными импортерами — США и страны ЕС, а также Республика Корея.

Цены на медные концентраты рассчитываются на основе котировок Лондонской биржи металлов на медь сорта «А» (содержание металла 99,99%), из которых вычитаются стоимость переработки концентрата в черновую медь и стоимость ее рафинирования*:

* Мировые рынки промышленного сырья и топлива: Часть III. Основные цветные металлы и неметаллическое промышленное сырье. — М.: НИУПО «НИКИ», 1992. С. 25-26.

$$P_{конц} = (P_{меди} - RS)(T - a) / 100 - TC,$$

где $P_{конц}$ — цена 1 т медного концентрата;

$P_{меди}$ — котировка 1 т рафинированного металла сорта «А» на Лондонской бирже металлов;

RS — стоимость рафинирования;

T — процентное содержание меди в концентрате;

a — технологические потери металла, определяемые в настоящее время как одна единица содержания (тоннопроцент) меди в концентрате;

TC — стоимость переработки концентрата в черновую медь.

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 попутных компонентов, например других цветных металлов, которые могут быть рентабельно извлечены при современном уровне технологией. Наиболее часто встречаются никель, золото, серебро, металлы платиновой группы. При относительно высоком содержании таких металлов на них устанавливаются надбавки (с учетом потерь при переработке).

Мировой объем производства рафинированной меди с 1993 г. составляет 11—14 млн. т в год. Основными производителями являются США, Чили, Япония, Китай, а также Германия и Россия, основными потребителями — США, Япония, Китай и Германия, а также Франция, Италия, Республика Корея и Тайвань. Объем мирового экспорта рафинированной меди в 1993—1998 гг. составлял 4—6 млн. т в год. Основными экспортерами считаются Чили (свыше 2 млн. т в 1997—1998 гг.), Россия, Канада, Перу, Замбия и Казахстан.

Около 50% меди используется в электротехнической промышленности, в машиностроении — около 25—30%, в строительстве — около 15%. В электротехнической промышленности медь применяется прежде всего для изготовления кабелей, генераторов и трансформаторов, а также для средств телекоммуникации, хотя в последнем случае медь в существенной мере вытесняется волоконно-оптическими кабелями. В автомобилестроении увеличивается потребление медной проволоки в выпускаемых автомобилях, но в то же время медно-латунные радиаторы заменяются алюминиевыми. Медь используется при создании установок по опреснению воды, в отопительных системах и нагревательных аппаратах на основе солнечной энергии и др.

Около 40—50% произведенной рафинированной меди поступает на мировой рынок. Основными центрами международной торговли медью являются Лондонская биржа металлов и американский рынок.

Для координации действий стран — экспортеров меди на мировом рынке был создан Межправительственный совет стран — экспортеров меди (СИПЕК).

Алюминии, бокситы и глинозем

Мировая добыча бокситов в 1996—1998 гг. составляла свыше 120 млн. т в год. Основными районами добычи бокситов являются Австралия (свыше 40 млн. т в год), Гвинея (около 19 млн. т в год), Ямайка (около 12 млн. т в год), Бразилия (свыше 11 млн. т в год). Россия в 1994—1998 гг. добывала около 3,5 млн. т в год. Регулирование рынка бокситов осуществляет Международная ассоциация бокситодобывающих стран (ИБА).

Географическая структура производства глинозема примерно совпадает со структурой добычи бокситов. Ведущие позиции по его производству занимают Австралия, страны Латинской Америки, США и Канада. Мировое производство глинозема в 1996—1998 гг. составляло свыше 40 млн. т в год

Крупнейшими продуцентами первичного алюминия являются США, Россия, Канада, Китай и Австралия, основными потребителями — США, Япония, Италия и другие страны ЕС. Основными сферами потребления первичного алюминия считаются транспортное машиностроение, строительство, производство пищевой упаковки. Наиболее быстрыми темпами его потребление растет в производстве автомобилей.

Мировой экспорт алюминия с 1994 г. превышает 11 млн. т в год. К крупнейшим экспортерам относятся Россия (2,3—2,8 млн. т), Канада (свыше 1,8 млн. т), Австралия (1,0—1,3 млн. т), а также Норвегия и Бразилия, а к основным импортерам — Япония (2,6—3,0 млн. т), США (2,0—2,5 млн. т), Германия (1,2—1,5 млн. т), а также Италия, Республика Корея, Тайвань, Бельгия, Франция, Нидерланды, Великобритания.

Наиболее представительными ценами на алюминий являются котировки Лондонской биржи металлов.

Свинец, свинцовые руды и концентраты

Мировые геологические запасы свинцовых руд оцениваются в 70 млн. т. Крупнейшие запасы находятся в Австралии, США, на территории стран СНГ, а также в Канаде и Китае.

К крупнейшим продуцентам свинцовых руд и концентратов среди промышленно развитых и развивающихся стран относятся Австралия, США, Канада, Перу и Мексика.

Цены на свинцовые концентраты в печати не публикуются, но регулярно приводится стоимость переработки свинцового концентрата в металл, что позволяет по определенной формуле вычислить цену на концентрат.

Производство рафинированного свинца сосредоточено в странах ЕС, Японии, США, Австралии, Канаде и Мексике. При производстве рафинированного свинца свыше 50% приходится на вторичный свинец.

Основными сферами применения свинца являются производство кислотных автомобильных аккумуляторов (свыше 60% общего потребления), а также производство красителей и других химических соединений. Он широко применяется и в стекольной промышленности.

Основными экспортерами рафинированного свинца считаются Австралия, Канада и Мексика, а импортерами — США и страны ЕС.

Наиболее представительными ценами являются котировки Лондонской биржи металлов.

Цинк, цинковые руды и концентраты

Мировые геологические запасы цинковых руд оцениваются в 150 млн. т. Крупнейшие запасы находятся в Канаде, США, Австралии и на территории стран СНГ.

Основными экспортерами цинковых руд и концентратов являются Канада, Швеция, Перу, Мексика, основными покупателями — Германия, Франция, Бельгия, Япония и другие промышленно развитые страны.

Цены на цинковые концентраты в печати не публикуются, но регулярно приводится стоимость переработки цинкового концентрата в металл, что позволяет по определенной формуле вычислить цену на концентрат.

К ведущим продуцентам и потребителям цинка относятся страны ЕС, Канада, Япония, США, Республика Корея, Мексика, Бразилия. На долю азиатских стран приходится около 40% потребления цинка, на европейские страны — 32%, на Америку — 25%. Крупнейшими странами-потребителями в 1997 г. были США, Китай и Япония.

Основной сферой применения цинка является производство оцинкованной стали (около 50%), а также латуни и бронзы (20—25%), сплавов на его основе (около 15%), химикатов (около 10%).

Основными поставщиками цинка на мировой рынок считаются Канада, Австралия и страны ЕС, крупнейшими импортерами — США, Германия, Япония, Великобритания.

Наиболее представительными ценами являются котировки Лондонской биржи металлов.

Олово, оловянные руды и концентраты

Ведущие позиции в добыче оловянных руд занимают Китай, Индонезия, Перу, Бразилия, Малайзия, Боливия и Таиланд.

Основными поставщиками оловянных концентратов на мировой рынок являются Австралия, Перу, Боливия и Канада. На мировой рынок поступают обычно 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.

Производство рафинированного олова составляет около 220 тыс. т в год. Крупными производителями являются Китай, Индонезия, Малайзия, основными потребителями — страны ЕС, США, Япония.

К сферам использования олова относятся производство белой жести (в основном для выпуска консервной тары), лужение, изготовление припоев в электротехнической промышленности, производство баббитов для изготовления подшипников, выпуск латуни и бронзы, а также химическая промышленность.

В связи с географическим несовпадением основных районов производства и потребления олова экспортируется около 90% выпуска этого металла.

Наиболее представительными ценами являются котировки Лондонской биржи металлов и малайзийского рынка (Куала-Лумпур)

Координацию деятельности на мировом рынке олова в определенной степени осуществляет Ассоциация стран — производителей олова (АТПК).

Никель и никелевые руды

Мировые запасы никелевых руд оцениваются примерно в 50 млн. т. Значительное количество никеля обнаружено в месторождениях руд других металлов, однако содержание никеля в них значительно ниже. Потенциальным источником получения никеля являются месторождения на дне Тихого океана.

К крупнейшим продуцентам никелевой руды относятся Канада, а также регионы Австралии и Океании. В изготовлении первичных никелевых продуктов (рафинированного никеля, ферроникеля и оксидов никеля) ведущие позиции занимают российские, канадские, японские и норвежские фирмы. В 1997—1998 гг. мировое производство рафинированного никеля составляло свыше 1 млн. т в год.

Основными потребителями никеля являются Япония, США, Германия, а также Бразилия, Республика Корея и Тайвань

Потребление никеля по сферам использования часто подразделяют на два вида — первичное (промежуточное) и конечное. К первичному потреблению относится производство нержавеющей стали, сплавов с цветными металлами, никелевых покрытий, литья, низколегированных сталей. Основными сферами конечного потребления являются химическое, нефтехимическое и атомное машиностроение (около 25%), производство потребительских товаров длительного пользования (около 25%), транспортное машиностроение (около 15%), автомобилестроение (около 10%).

Ведущими экспортёрами выступают Канада и Новая Каледония, основными импортёрами — Япония, США, Германия.

Наиболее представительными ценами на никель являются цены Лондонской биржи металлов.

Кадмий

Кадмий является побочным продуктом производства цинка, свинца и меди, а также извлекается из кадмийсодержащего лома.

С начала 90-х гг. производство и потребление кадмия были сбалансированы и составляли 18—20 тыс. т в год. Основными производителями являются Япония, Канада, Китай, Бельгия, Германия, США, а основными потребителями — Япония, Бельгия, Франция, США.

На никель-кадмиевые аккумуляторные батареи приходится 75% суммарного потребления кадмия. По прогнозу Международной кадмиевой ассоциации (International Cadmium Association), потребление никель-кадмиевых батарей в мире должно возрасти, особенно если будут осуществлены проекты в области производства автомобилей с электродвигателями. Спрос на кадмий в других сферах потребления (производство красок и пигментов, кадмирование и др.) находится на низком уровне.

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

Золото

Функционирование мирового рынка золота характеризуется процессом его демонетизации: золото утратило функции денежного и валютного металла и превратилось в товар, хотя и с особыми свойствами. Этот процесс начался в 1968 г., когда ведущие промышленно развитые страны по взаимной договоренности перестали поддерживать рыночную цену металла на уровне официальной цены 35 дол. за тройскую унцию (31,1035 г). В 1971 г. американская администрация прекратила покупку и продажу

золота по официальной цене, тем самым разорвав связь доллара с золотом. В 1978 г. демонетизация получила юридическое оформление, когда в результате внесения поправок в устав Международного валютного фонда (МВФ) была упразднена официальная цена золота и отменены золотое содержание и золотые паритеты валют. Члены МВФ перестали использовать золото для регулирования взаимных платежей. В 1999 г. началась продажа в широком масштабе золотых запасов Великобритании, Швейцарии и некоторых других развитых стран.

Демонетизация существенно изменила характер мирового рынка золота. Теперь практически вся деятельность по производству, реализации и потреблению драгоценного металла сосредоточилась в частных руках, а государственные власти, если и участвуют в этом процессе, то только в роли обычных рядовых клиентов.

Официальная цена золота как экономическая категория исчезла, поэтому все сделки с металлом совершаются исключительно по рыночным ценам, без регулирующего воздействия государственных властей. Следовательно, как и на любых других рынках металла, повысилась нестабильность рыночной цены золота, ее чувствительность к разного рода событиям, часто случайным, экономического и политического характера.

Мировой ценой золота считаются котировки крупнейших международных центров торговли физическим металлом (Лондон, Цюрих) или золотых бирж (Нью-Йорк, Токио). Указанные котировки являются исходными и основополагающими при торговле на всех других золотых рынках.

В последнее время золото поступает на мировой рынок в основном из четырех источников:

- из новой добычи;
- в виде золотого лома;
- из государственных резервов;
- из частных накоплений (детезаврация).

Первый источник — первичный металл, при реализации которого увеличивается общий объем накапливаемой массы золота в мире, остальные источники — вторичный металл, который попадает на рынок в порядке перераспределения ранее накопленных фондов. Естественно, что преобладают поступления первичного металла.

Современное состояние золотопромышленности характеризуется тремя важными особенностями.

Во-первых, после заметного сокращения в предыдущие годы мировая золотодобыча вступила с начала 80-х гг. в полосу устойчивого роста, продолжающегося до сих пор.

Во-вторых, 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 постоянно снижаются. Снижаются объемы добычи и в России. В то же время наблюдается десятикратный рост объемов золотодобычи с 1993 по 1999 г. в Перу (табл. 4.1).

Таблица 4.1
Мировая добыча золота (тонн) *

Страны	Годы					
	1993	1994	1995	1996	1997	1998
Всего	2132,3	2148,	2104,7	2143,6	2284,0	2312,7
В том числе						
ЮАР	619,5	583,9	522,4	494,6	492,5	473,8
США	331,0	326,0	313,0	312,0	338,0	362,6
Австралия	248,1	255,2	253,5	289,5	311,0	310,9
Канада	153,3	146,4	150,9	166,4	171,4	165,9
Китай	121,0	124,1	136,4	120,6	149,6	158,2
Индонезия	41,6	42,5	63,3	83,6	90,0	108,6
Перу	8,0	54,7	56,5	65,1	74,3	93,8
Россия	149,5	142,6	131,9	123,4	123,0	85,6
Узбекистан	66,6	64,4	63,6	71,0	82,0	82,0

* World Metal Statistics. May 1999. P.79.

В-третьих, мировое производство увеличивается в результате вовлечения в разработку относительно бедных месторождений, что стало возможным благодаря внедрению новых технологий извлечения металла.

Изменение цены золота может по-разному влиять на состояние золотодобычи в разных странах. С одной стороны, более высокий уровень цены, дающий возможность прибыльно вести дело на участках с пониженным содержанием металла, в ряде случаев стимулирует консервацию богатых месторождений и переключение на разработку более бедных пород, с другой — возросшая цена позволяет вовлечь в эксплуатацию ранее нерентабельные и даже заброшенные месторождения, что может привести к увеличению объемов добычи.

В золотодобывающей промышленности ЮАР развитие пошло по первому варианту, поскольку горное законодательство страны запрещает использование богатых месторождений, если есть возможность вести безубыточную добычу на более бедных участках. В настоящее время в ЮАР ведется разработка только тех участков, которые дают менее 5 г чистого металла из каждой переработанной тонны породы.

Нынешний совокупный спрос на рынке не обеспечивается поставками золота только из первичных источников. Разница покрывается продажей вторичного металла в виде золотого лома, а также из ранее накопленных запасов.

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 обесценения денежного капитала и сбережений, а иногда и заработать на спекулятивных операциях;
- государственные власти главным образом для пополнения официальных золотых резервов, хотя сейчас это происходит сравнительно редко и в небольших масштабах.

В настоящее время в общем объеме закупок физического металла преобладает спрос промышленных потребителей, что обусловило повышение мирового спроса на золото (за последнее десятилетие он увеличился почти вдвое). В свою очередь повысился спрос на ювелирные изделия и, соответственно, возросли темпы роста ювелирного производства. Впервые в истории возникла ситуация, когда все вновь добываемое золото перерабатывается на ювелирные изделия. Наивысший уровень потребления золота на эти цели отмечен в Италии и Индии.

Многие специалисты предполагали, что утрата золотом функций денежного и валютного металла приведет к более широкому его применению в качестве сырья для промышленно-производственных целей. Однако этого пока не произошло. Основной причиной относительно невысокого потребления золота в промышленности и в быту является его дороговизна, заставляющая потребителей экономить металл. Во-первых, идет непрерывный поиск материалов и технологий, которые бы позволили вообще обходиться без золота. Во-вторых, если золото заменить невозможно, внедряются методы, позволяющие сократить его расход: более тонкие покрытия, локальное золочение, использование других сплавов и т.д.

При всем значении промышленного спроса решающая роль в формировании конъюнктуры на мировом рынке золота все-таки принадлежит частным инвесторам и тевзавраторам, причем «погоду» делают крупные покупатели из промышленно развитых стран. Банковские и финансовые учреждения из Северной Америки, Западной Европы, Японии регулярно помещают в золото наряду с вложениями в ценные бумаги, валюту, недвижимость часть своих капиталов, приобретая либо стандартные валютные слитки (весом от 11 до 13 кг), либо сертификаты, подтверждающие право собственности на определенное количество золота. Соображения сравнительной выгоды и минимизации риска, заставляющие отдавать предпочтение тому или иному виду инвестиций, определяют масштабы денежных средств, выделяемых ими для приобретения финансового актива — золота. И, как показывают наблюдения, в зависимости от интенсивности и длительности такого спроса начинает изменяться и рыночная оценка металла.

Помимо купли-продажи физического металла широко распространена фьючерсная биржевая торговля золотом. Объем биржевой торговли, как и в случае с другими металлами, намного превосходит объем операций с физическим металлом. Биржевая торговля заметно влияет на конъюнктуру торговли физическим металлом.

Но как бы то ни было, рыночная конъюнктура золота в гораздо большей степени зависит от состояния и тенденции спроса, чем от текущего предложения. 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. Единственное, что

может производитель — это придержать металл, уменьшить объем предложения на рынке и тем самым создать предпосылки для повышения цены. Но эффект от этого всегда является временным, так как в отличие от рынков других металлов, если на золото появляется спрос, то на рынке в качестве продавцов сразу появляются другие владельцы, реализующие металл из ранее накопленных запасов.

Иридий

Иридий является относительно малоизвестным металлом платиновой группы. Со второй половины 90-х гг. на мировом рынке наблюдается рост цен на этот металл, причем ожидается сохранение этой тенденции в ближайшей перспективе. Рост цен связан с ограниченным количеством имеющегося иридия и появлением новых сфер его потребления.

До середины 90-х гг. свыше 90% иридия, потребляемого в мире, использовалось в электрохимической промышленности, в первую очередь для покрытий электродов или в катализаторах. По данным экспертов, в 1996 г. доля, приходящаяся на производство химикатов, в суммарном потреблении этого металла в западных странах снизилась до 48% (в 1994 г. — 62%). На тигли, используемые в электронной промышленности для образования кристаллов, и на электроды свечей зажигания, применяемые в авиации, приходилась наибольшая часть остального потребляемого иридия. В середине 90-х гг. спрос на иридий повысился в результате его использования в катализаторах, применяемых при производстве уксусной кислоты. Небольшое количество иридия используется также в каталитических фильтрах-нейтрализаторах выхлопных газов автомобилей, которые начали производиться в Японии в 1996 г.

Потребление иридия в западных странах за период с 1990 по 1995 г. почти удвоилось. В 1995 г. оно увеличилось до 1,62 т (в 1990 г. — 0,84 т). Одним из факторов, влияющим на рост спроса на иридий, является его использование с другим металлом платиновой группы — рутением, что стимулировало также повышение потребления рутения до 9,49 т, тогда как в 1993 г. указанный показатель составлял только 5,66 т. Цены на рутений также возросли.

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

§ 4. Рынки топлива

Мировой рынок топлива охватывает торговлю товарами раздела 3 СМТК (Минеральное топливо, смазки и подобные им товары/Mineral fuels, lubricants and related materials), который включает четыре товарные группы:

32. Уголь, кокс и брикеты/Coal, coke and briquettes
33. Нефть, нефтепродукты и подобные им товары/Petroleum, petroleum products and related materials
34. Природный и искусственный газ/Gas natural and manufactured
35. Электроэнергия/Electric current.

На мировом рынке топлива ведущую роль играют нефть, нефтепродукты, природный газ и каменный уголь. Основное место в мировом производстве и потреблении первичных энергоресурсов занимает нефть (около 40%), на газ приходится около 23%, на уголь — около 31%, на АЭС — около 2%, на ГЭС и другие виды энергоресурсов — около 3%*.

* Байков Н., Безмельницына Г. Тенденции развития зарубежной энергии//МЭиМО. 1977. № 4. С. 139.

Уголь

Уголь является наиболее распространенным из всех видов топливно-энергетических ресурсов органического происхождения. Его запасы превышают суммарные запасы нефти и газа. В начале 1995 г. извлекаемые запасы угля в мире составляли около 1600 млрд. т; обеспеченность запасами угля составляет 440 лет. Общие геологические запасы углей, залегающие не глубже 1800 м, оцениваются в 14-16 трлн. т. Более 96% запасов сосредоточены в десяти странах: Россия, США, Китай, Австралия, Канада, Германия, ЮАР, Великобритания, Польша, Индия. Во второй половине 90-х гг. мировая добыча угля составляла около 4,5 млрд. т, в том числе 3,2 млрд. т — каменный уголь и 1,3 млрд. т — бурый уголь. На выработку электроэнергии расходуется около 65% добываемого угля (энергетический уголь). Использование угля в этой сфере сдерживается в связи с образованием значительного количества углекислого газа при его сжи-

гании. Отраслью, в которой активно используется коксующийся уголь, является металлургия. В международной торговле преобладает энергетический уголь, доля коксующегося угля сокращается.

Крупнейшими экспортёрами угля в середине 90-х гг. являлись Австралия, США, ЮАР, а также Колумбия, Индонезия, Венесуэла, Китай, Польша, Россия, а крупнейшими импортёрами — Япония и страны ЕС. Страны ЕС располагают месторождениями угля, однако в связи с высокой стоимостью его добычи и жесткими требованиями к охране окружающей среды они сокращают угольное производство. Этот процесс начался в 60-е гг. В 1970 г. была закрыта последняя шахта в Нидерландах, в 1992 г. — в Бельгии, а также многие шахты в Великобритании.

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

Нефть

Лидирующие позиции на рынке топлива занимает нефть. В начале 1995 г. доказанные извлекаемые запасы нефти в мире составляли около 137 млрд. т. При существующем уровне годовой добычи нефти (3,2—3,7 млрд. т) обеспеченность запасами составляет около 42 лет. Примерно 77% этих запасов сосредоточено в странах — участницах ОПЕК, а на страны ОЭСР приходится только 12% мировых запасов. К крупнейшим производителям относятся Саудовская Аравия, США, СНГ, Иран, Мексика. Доля стран — участниц ОПЕК в мировой торговле нефтью составляет около 65%, а их поступления от торговли нефтью в 1996 г. составили около 160 млрд. дол.

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 и каучука, пластмасс и т.д.

В 1990—1991 гг. сырая нефть занимала первое место в объеме международной торговли (5,75%). Однако в 1980-1981 гг. тоже первое место было более весомым — 16,23%. В 1994—1995 гг. она была на втором месте (4,34%) после пассажирского автотранспорта. В 1980—1981 гг. нефтепродукты занимали вторую позицию в международной торговле (4,35%), в 1990-1991 гг. — третью (2,76%), в 1994-1995 гг. — восьмую (1,91%).

Две трети мировых разведанных запасов нефти сосредоточено в районе Персидского залива. Нестабильность в этом районе долгое время оказывала повышательное влияние на мировые цены и стимулировала накопление запасов на случай непредвиденных ситуаций. В целом, 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, который способствует увеличению извлекаемых запасов нефти и др. Важным фактором, влияющим на развитие нефтяной промышленности, является то, что привлечение значительных инвестиций сопряжено с определенными трудностями. На рынок нефти существенное воздействие оказывают и принимаемые многими странами меры по охране окружающей среды, что связано с проблемой глобального потепления климата в результате выброса в атмосферу газов, создающих парниковый эффект.

Весомым событием на мировом рынке нефти в 1996 г. явилось возобновление в начале декабря экспорта иракской нефти после 6-летнего перерыва, вызванного санкциями ООН. Это стало возможным после достижения Соглашения «Нефть в обмен на продовольствие» между Ираком и ООН. Однако относительно небольшая доля иракской нефти в мировом экспорте (около 3 %) не оказывает существенного влияния на конъюнктуру мирового рынка.

На долю США приходится около 1/4 мирового потребления нефти. В то же время их доля в общемировой добыче этого энергоносителя в последние годы существенно снизилась и составляет сейчас лишь около 12%.

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 г. эта тенденция компенсировалась ростом Потребления нефти в странах АТР, Ближнего и Среднего Востока, Центральной и Латинской Америки, Африки, а также Европы и Северной Америки. В середине 90-х гг. ожидалось, что мировой спрос на нефть в ближайшие годы будет возрастать в развивающихся странах и странах азиатского региона. Нефть, например, составляет основу торговых отношений Японии со странами Ближнего Востока, обеспечивающими почти 80% ее потребностей в данном виде топлива. Эта тенденция в дальнейшем вряд ли существенно изменится, так как попытки Японии сократить свою зависимость от

импорта из этого региона и диверсифицировать источники поставок до сих пор оказывались безрезультатными. В Японии отмечается наиболее высокий уровень спроса на нефть среди промышленно развитых стран.

В ноябре 1996 г. на очередной конференции ОПЕК было решено продлить до конца июня 1997 г. срок действия существовавшего в 1996 г. общего лимита добычи в 25,033 млн. баррелей в сутки и индивидуальных квот, в отношении уровня которых все страны-участницы вновь подтвердили свою приверженность принятым ранее договоренностям. Затем срок действия этого лимита был продлен до конца 1997 г. В ноябре 1997 г. ОПЕК приняла решение увеличить с января 1998 г. квоты на добычу нефти на 10% (с 25,033 до 27,5 млн. баррелей в сутки).

Однако в 1998 г. темпы потребления нефти в этих странах снизились прежде всего под влиянием экономического кризиса в Азии в 1997 г. (на азиатские страны приходится около 1/3 мирового потребления энергоносителей), а также в России и Латинской Америке. Кроме того, на это повлияла относительно мягкая зима в большинстве промышленно развитых стран 1997—1998 и 1998—1999 гг. В то же время в 1998 г. во многих странах наблюдалось увеличение добычи нефти. Фактический уровень добычи нефти в странах ОПЕК в начале 1998 г. составлял 28,8 млн. баррелей в сутки, что на 1,3 млн. баррелей превышало установленный ими же лимит. Действие всех этих факторов привело к очень значительному падению цен на нефть в 1998 г. Средняя цена нефти *Брент* с немедленной поставкой в 1998 г. составила 12,74 дол. за баррель (1997 г. — 19,15 дол., 1996 г. — 20,66 дол.) *. Под влиянием сокращения цен на нефть ОПЕК в марте и июне 1998 г. приняла решения о снижении лимита добычи нефти в общей сложности на 2,6 млн. баррелей. Решения о снижении лимита добычи нефти приняли и страны, не входящие в ОПЕК, в том числе Мексика, Норвегия, Египет, Оман, Йемен, Россия. Фактические объемы добычи нефти странами ОПЕК существенно превышали установленный лимит. Резкое сокращение доходов стран — экспортеров нефти послужило препятствием для урегулирования ситуации на рынке посредством сокращения добычи и экспорта нефти.

* Внешнеэкономический комплекс России современное состояние и перспективы 1998. № 2 С 17

Затяжной характер кризиса перепроизводства нефти дал основание специалистам предположить, что в результате деполитизации рынка энергоносителей нефть стала утрачивать свое стратегическое значение и рассматривается ныне в качестве обычного сырья, как это было до израильско-арабской войны 1973 г., хотя этот кризис может быть элементом очередного цикла развития мирового рынка нефти.

Ситуация на рынке нефтепродуктов обычно развивается вслед за ситуацией на рынке нефти, но с более ровными колебаниями.

Рынок *автомобильного бензина* характеризуется тенденцией к снижению цен, что в значительной степени связано с переходом европейских стран с бензина на дизельное горючее. На дизельные автомобили уже приходится примерно 50% парка во Франции и некоторых других странах, например в Австрии. Ожидается, что в будущем в Западной Европе, за исключением относительно небольших рынков таких стран, как Португалия и Турция, будет расти спрос на дизельное горючее. В этой связи считается маловероятным рост спроса на автомобильный бензин в регионе до уровня имеющихся мощностей.

Европейские нефтеперерабатывающие фирмы всегда стремились к сбыту излишков своей продукции на американском рынке, однако в настоящее время в условиях острой конкуренции и расширения мощностей в США они предпочитают экспортировать в страны Восточной Европы и Россию, которые в свою очередь также строят собственные НПЗ, поэтому в дальнейшем можно ожидать падения спроса на импортный бензин.

ОПЕК

Организация стран — экспортеров нефти (ОПЕК) — Organization of the Petroleum Exporting Countries (ОPEC) была образована в 1960 г. на конференции в Багдаде (Ирак). Устав был принят в 1965 г. на конференции в Каракасе (Венесуэла).

Местонахождение — Вена (Австрия).

Участниками ОПЕК являются Алжир, Венесуэла*, Габон, Индонезия, Иран*, Ирак*, Катар, Кувейт*, Ливия*, Нигерия, ОАЭ, Саудовская Аравия*.

* Страны-основатели

Основными целями ОПЕК являются:

координация и унификация нефтяной политики государств-членов;
определение наиболее эффективных индивидуальных и коллективных средств защиты интересов государств-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 следующую структуру:

Конференция, комиссии;

Совет управляющих;

Экономическая комиссия;

секретариат.

Конференция, состоящая из делегаций государств-членов (глава делегации, как правило, является министром нефти или энергетики), считается высшим органом ОПЕК. Она собирается два раза в год в Вене. Могут созываться и чрезвычайные сессии. Генеральный секретарь является одновременно и секретарем Конференции. На Конференции 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, а также председатель Совета управляющих, генеральный секретарь и его заместитель. Все решения принимаются единогласно, за исключением приема новых членов и процедурных вопросов. Конференция в своей работе опирается на целый ряд комиссий.

Совет управляющих, в который входят назначаемые государствами-членами и утверждаемые Конференцией управляющие (двухлетний мандат), является исполнительным органом ОПЕК. Каждое государство располагает одним голосом, решения принимаются простым большинством голосов. Совет управляющих выполняет решения Конференции, разрабатывает годовой бюджет, утверждает доклады генерального секретаря, подготавливает повестки дня Конференций.

Экономическая комиссия, состоящая из заместителя генерального секретаря, представителей государств-членов и координатора, одновременно являющегося руководителем исследовательского департамента, разрабатывает меры по обеспечению стабильности нефтяных рынков на справедливых и разумных условиях, чтобы нефть сохранила свое значение в качестве первостепенного глобального энергоисточника, что соответствует целям ОПЕК. Кроме того, она занимается и другими вопросами нефтяной и энергетической политики.

Секретариат, руководимый генеральным секретарем, которому помогает заместитель, выполняет текущую работу под руководством Совета управляющих.

Газ

Доказанные мировые запасы природного газа на начало 1995 г. составляли около 148 трлн. м³; обеспеченность запасами составляет около 67 лет. В пересчете на условное топливо запасы газа приблизились к доказанным запасам нефти, а нынешняя его добыча составляет менее 60% от нефтедобычи. Считается, что запасы газа имеют более широкое географическое распределение по сравнению с нефтью. В то же время основные доказанные запасы сосредоточены в странах СНГ и на Ближнем Востоке (около 70%), причем на долю стран СНГ приходится почти 40%.

Рынок природного газа развивается под влиянием изменений на рынке жидкого топлива. Во второй половине 90-х гг. среднегодовое потребление природного газа в мире составляло около 2,2 трлн. м³.

Потребление природного газа является перспективным направлением, поскольку при его сгорании не наблюдаются отрицательные последствия, а также имеется хорошая ресурсная база.

Ожидается рост потребления газа в странах ОЭСР для производства электроэнергии, что связано с повышением КПД газовых турбин и относительно низкими затратами на строительство таких электростанций по сравнению с угольными станциями аналогичной мощности. По расчетам специалистов, новое поколение электростанций с газовыми турбинами на 50% производительнее и на 20% дешевле, чем электростанции, работающие на угле. В этой связи природный газ рассматривается как экологическое топливо XXI в. 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. На развитие рынка газа в Северной Америке позитивно сказалось вступление в силу НАФТА.

Во второй половине 90-х гг. мировой экспорт газа составлял около 190 млрд. м³.

Торговля *сжиженным природным газом LNG* (Lignefield Natural Gas) сосредоточена в основном в Азиатско-тихоокеанском регионе (около 75% мировой торговли этой продукцией). История сжиженного природного газа началась в 1917 г., когда в штате Вирджиния (США) впервые была построена соответствующая установка промышленного характера. В 1959 г. из штата Луизиана (США) в Англию сжиженный газ был впервые перевезен морским путем. В настоящее время перевозки сжиженного природного газа осуществляют 92 специальных судна. В 1998 г. мощностями по сжижению газа располагали 9 стран: Абу-Даби, Алжир, Австралия, Бруней, Индонезия, Ливия, Малайзия, Катар, США. В число экспортеров скоро должны войти Оман, Нигерия, Тринидад и Тобаго. Объем мирового экспорта сжиженного газа в 1997 г. составлял свыше 80 млн. т. Для приемки сжиженного газа функционируют 27 терминалов (в Японии — 11, в Европе — 9 (десятый скоро будет сдан в эксплуатацию в Греции), в США — 4, по одному в Южной Корее и на Тайване). Основными импортерами сжиженного газа являются Япония, Республика Корея и Тайвань (76% мирового импорта в 1997 г.). Стоимость мирового товарооборота сжиженным природным газом достигла в 1997 г. свыше 10 млрд. дол. и составляла (в количественном выражении) 1/3 газа, транспортируемого магистральными газопроводами.

Рост интереса к сжиженному природному газу вызван тем, что его все чаще используют на электростанциях, в автомобилях, самолетах, вертолетах.

Овладение техникой складирования и хранения *LNG* позволило многим странам осуществить газификацию населенных пунктов, расположенных вдали от газопроводов. В некоторых странах *LNG* используется как основной источник снабжения природным газом. Япония потребляет около 64% мирового производства *LNG*. В Северной Америке, где находятся достаточные запасы природного газа и густая сеть газопроводов, *LNG* является главным источником снабжения в пиковые периоды спроса на энергию.

В настоящее время в условиях, когда стало сокращаться предложение используемых в качестве сырья для нефтехимии жидких продуктов переработки нефти, отмечается рост спроса для этих целей на продукты переработки природного газа (этан, сжиженные нефтяные газы и тяжелые конденсаты).

Влияние роста потребления конденсатов на рынок сырья для нефтехимии уже становится очевидным благодаря не только прямому применению в производстве этилена, но также их переработке (или смешиванию с сырой нефтью) на действующих НПЗ. Очевидно, что масштабное расширение добычи природного газа приведет к резкому увеличению предложения конденсатов уже в ближайшем и особенно в более отдаленном будущем.

Ведущим поставщиком конденсата (торговая марка «Algerian»), пригодного для прямого использования на парокрекинговых установках, является Алжир (объем производства около 16 млн. т в год). На этот сорт приходится более 90% всего количества (10—13 млн. т в год) конденсата, непосредственно применяемого на этиленовых установках, мощности которых примерно поровну распределяются между Западной Европой и США.

Электроэнергия

Рынок электроэнергии развивается под влиянием тех же макроэкономических факторов, что и рынки остальных энергоносителей. Крупнейшими экспортерами электроэнергии в 1997 г. были Франция (69500 ГВт.ч), Канада (45 165 ГВт.ч), Германия (39900 ГВт.ч), Швейцария (27 502 ГВт.ч), Россия (около 20 тыс. ГВт.ч, в том числе 15 тыс. — в страны СНГ и Балтии), Швеция (12 795 ГВт.ч). К крупнейшим импортерам относились США (46714 ГВт.ч), Италия (39 800 ГВт.ч), Германия (37 500 ГВт.ч), Швейцария (20 748 ГВт.ч), Великобритания (16575 ГВт.ч), Нидерланды (13 107 ГВт.ч) *.

* Внешнеэкономический комплекс России современное состояние и перспективы. 1998. № 2. С. 23.

Литература

1. Байков Н., Безмельницына Г. Тенденции развития зарубежной энергетики//МЭиМО. 1997. № 4.
2. Внешнеэкономический комплекс России: современное состояние и перспективы. 1998. № 2.

3. Зотов Г.М. Современное состояние мировых рынков сырья// Международный бизнес России. 1996. № 6.
4. Мировые рынки сырья и изделий легкой промышленности. — М.: ВНИКИ.1992.
5. Мировые рынки продовольственных товаров. — М.: НИУПО «НИКИ». 1992.
6. Мировые рынки промышленного сырья и топлива. Часть III. Основные цветные металлы и неметаллическое промышленное сырье. — М.- НИУПО «НИКИ». 1992.
- 7.Рохленко Д.Б. Мировое производство лесных товаров: тенденции и перспективы// МЭиМО. 1996. № 6.
8. World Metal Statistics. 1999.

ГЛАВА 5

ВНЕШНЯЯ И МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА

Разные страны занимают в мировой экономике в целом и на отдельных товарных рынках различное положение. Для защиты своих интересов каждый участник международной торговли старается совершить определенные действия, т.е. проводит определенную политику в данной сфере. Существуют две основные разновидности политики в области международной торговли:

- внешнеторговая политика;
- международная торговая политика.

§ 1. Внешнеторговая политика

1. Цели и основные направления

Под *внешнеторговой политикой* понимается целенаправленное воздействие государства на торговые отношения с другими странами. Основными целями внешнеторговой политики являются:

- изменение степени и способа включения данной страны в международное разделение труда;
- изменение объема экспорта и импорта;
- изменение структуры внешней торговли;
- обеспечение страны необходимыми ресурсами (сырьем, энергией и т.п.);
- изменение соотношения экспортных и импортных цен.

Некоторые цели имеют долговременный характер, например изменение степени и способа включения данной страны в международное разделение труда. Другие же цели могут быть достигнуты в более короткие промежутки времени, например изменение объема экспорта или импорта.

Существует два основных направления внешнеторговой политики:

- политика свободной торговли;
- протекционизм.

Политика свободной торговли (free trade) в чистом виде означает, что государство воздерживается от непосредственного воздействия на внешнюю торговлю, оставляя за рынком роль основного регулятора. Однако это не означает, что государство вообще устраняется от влияния на это направление хозяйственной деятельности. Оно заключает договоры с другими странами, чтобы предоставить максимальную свободу своим хозяйствующим субъектам.

Свободная торговля приводит к положительным политическим последствиям, так как в этом случае страны становятся в большей степени взаимозависимыми, а следовательно, снижается опасность враждебных действий по отношению друг к другу.

Проведение политики свободной торговли позволяет получить наибольшую выгоду от международного экономического обмена в основном странам экономически более развитым, хотя в чистом виде она никогда и нигде не применялась.

Протекционизм (protectionism) — политика, направленная на защиту отечественной экономики от иностранной конкуренции. В отличие от политики свободной торговли при протекционизме исключается свободное действие рыночных сил, поскольку предполагается, что экономический потенциал и конкурентоспособность на мировом рынке отдельных стран различны и поэтому свободное действие рыночных сил может быть невыгодным для менее развитых стран. Неограниченная конкуренция со стороны более сильных иностранных государств может привести в менее развитых странах к экономическому застою и формированию неэффективной для данной страны экономической структуры.

Протекционизм способствует развитию в стране определенных отраслей производства. В аграрных странах протекционизм зачастую является необходимым условием индустриализации. Кроме того, при протекционизме сокращается безработица. Однако слишком длительное применение этой политики может привести и приводит к экономическому застою, так как если устранить иностранную конкуренцию, то ослабляется заинтересованность отечественных предпринимателей в повышении технического уровня и эффективности производства.

В своей крайней форме протекционизм принимает форму экономической автаркии, при которой страны стремятся ограничить импорт только теми товарами, производство которых в данной стране невозможно. Экспорт же допускается в той мере, в которой он обеспечивает необходимый импорт.

В чистом виде автаркическая политика предполагает, что любой импорт должен быть заменен на отечественную продукцию. Но не всегда стремление отдельных стран к замещению импорта отечественной продукцией можно охарактеризовать как автаркическую политику. Например, если менее развитые страны развивают собственное промышленное производство для замены импорта, которое на начальном этапе невыгодно, то это представляется автаркической политикой в чистом виде. Однако это верно лишь в статическом состоянии. Статический подход не позволяет объективно оценить происходящие процессы, поскольку в этом случае любое стремление отойти от уже сформировавшегося международного разделения труда следовало бы оценивать как автаркическую политику. Оценка данного процесса в динамике позволяет предположить, что развитие импортозамещающего производства может привести к повышению эффективности в будущем.

Политика автаркии, так же как и политика свободной торговли, в чистом виде не проводится. Различные степени протекционизма встречаются постоянно и зависят от уровня экономического развития той или иной страны. Иногда могут одновременно проводиться политика свободной торговли и политика протекционизма, но в отношении различной продукции.

Протекционизм активно применяется не только развивающимися, но и промышленно развитыми странами для защиты национальных товаропроизводителей в условиях обостряющейся конкуренции.

Государства, проводя протекционистскую политику, используют инструменты внешнейторговой политики, выбор которых зависит от ее конкретных целей. Для достижения одной и той же цели могут быть применены различные инструменты, поэтому в каждой конкретной ситуации государство выбирает то или иное их сочетание.

Государство может давать рекомендации и поощрять хозяйствующие субъекты к тем или иным действиям, что иногда приносит положительные результаты. Например, крупные фирмы вправе ожидать, что, поступая в соответствии с этими рекомендациями, они могут получить определенные льготы и преимущества (государственные заказы и т.д.). Однако подобные рекомендации имеют только единичный эффект и не способствуют достижению более широких государственных целей.

Более действенными инструментами государственной внешнейторговой политики являются различного рода запреты, например на экспорт или импорт какой-либо продукции вообще или в отношении определенной страны.

К инструментам внешнейторговой политики относится также система двусторонних и многосторонних договоров. Однако чаще всего в условиях развитых рыночных отношений применяются такие инструменты, с помощью которых государство, воздействуя на увеличение или уменьшение прибыли от внешней торговли, заставляет хозяйствующие субъекты принимать решения в этой области в соответствии с целями государственной политики. К этим инструментам относятся тарифы (tariffs) и нетарифные барьеры (nontariff barriers).

2.

Таможенные тарифы

Классическим и основным инструментом внешнейторговой политики являются таможенные тарифы.

Таможенный тариф — это систематизированный перечень ставок таможенных пошлин. Под *таможенной пошлиной* понимают налог на импорт или экспорт товаров в момент пересечения ими таможенной границы государства.

Рассмотрим механизм действия импортных пошлин. Допустим, что в какой-либо стране A осуществляются производство и потребление какого-либо товара, например яблок. На рис. 5.1 линия S обозначает предложение яблок, линия D — спрос, P_0 — цена внутреннего рынка (цена равновесия). При этой цене произведенное и потребленное количество яблок будет равно Q_0 . Эта ситуация может возникнуть в автаркической экономике.

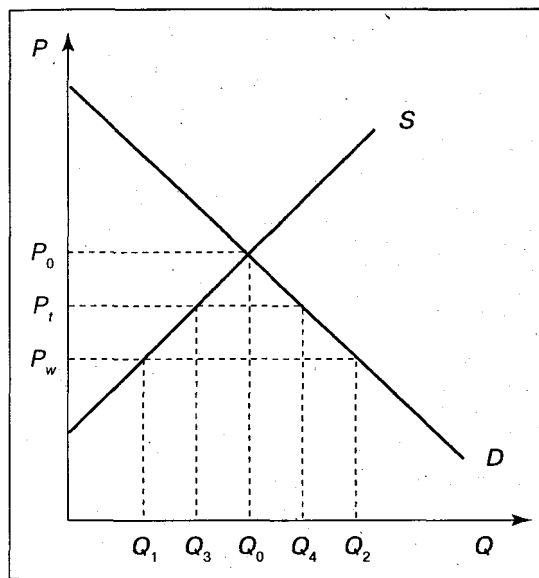


Рис.5.1. Механизм действия импортных товаров

Предположим, что страна *A* открыла свои таможенные границы при мировой цене на яблоки, равной P_w . Поскольку эта цена ниже внутренней, то цены на внутреннем рынке упадут, производство яблок в стране *A* сократится с Q_0 до Q_1 а потребление возрастет с Q_0 до Q_2 . Потребление при сокращении производства будет расти за счет импорта, величина которого равна $(Q_2 - Q_1)$.

Защищая интересы национальных производителей яблок, правительство страны *A* вводит импортную пошлину (T). Допустим, что страна *A* достаточно мала и поэтому не может повлиять на мировую цену яблок. На яблоки устанавливается новая цена, равная P_t , тогда $T = P_t - P_w$. В результате внутреннее производство возрастет с Q_1 до Q_3 . Это объясняется тем, что вследствие установления импортной пошлины растут цены на иностранную продукцию (в нашем примере — яблоки). Национальные производители продают идентичную продукцию (того же сорта, с теми же качественными характеристиками), поэтому они считают возможным и выгодным для себя поднять цены на свою продукцию. Естественно, что это повышение цен может и не совпадать с повышением цен на импортный товар, но логика поведения национальных производителей позволяет предположить полное совпадение этих цен в нашем примере. Вследствие этого некоторые из производителей, считавших для себя невыгодным производство и реализацию яблок по цене P_w в новых условиях будут реализовывать их на рынке по более приемлемой для них цене P_t .

В связи с ростом цен на яблоки их потребление в стране *A* сократится с Q_2 до Q_4 что в свою очередь приведет к сокращению импорта. Во-первых, увеличивается внутреннее производство. Эффект может быть различным в зависимости от наклона (эластичности) кривой внутреннего предложения. Во-вторых, сокращается внутреннее потребление. Объем этого сокращения также может быть различным в зависимости от наклона (эластичности) кривой внутреннего спроса. Следовательно, введение импортной пошлины может иметь различный эффект для различных товаров.

Рассмотрим теперь, какое влияние оказывают последствия введения импортной пошлины на потребителей, производителей, правительство и страну в целом, т.е. на благосостояние (рис. 5.2, а).

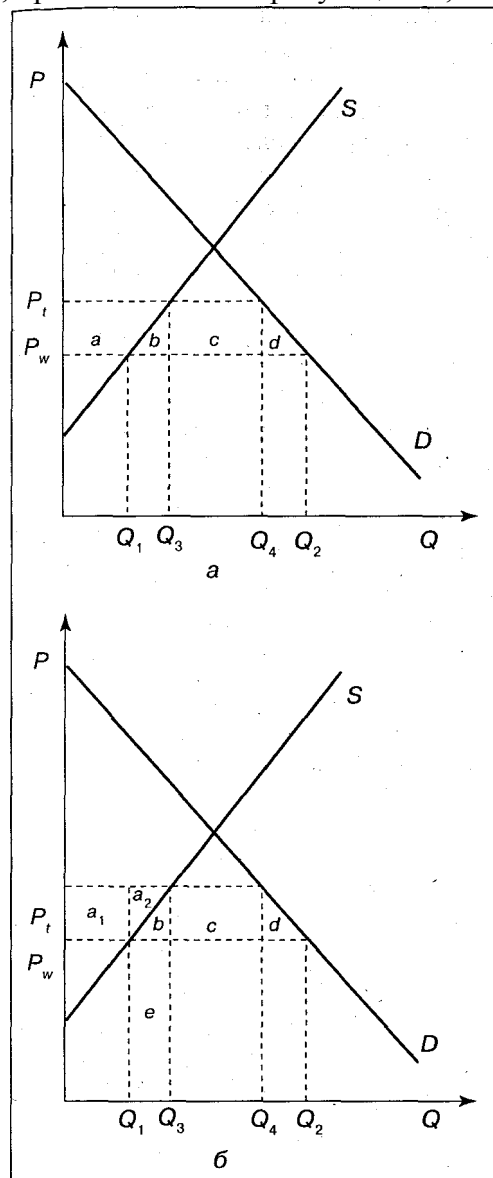


Рис. 5.2. Влияние импортных пошлин на благосостояние страны

Потребители должны платить большую цену за яблоки, что означает потерю дополнительной выгоды потребителей, равной площади ниже кривой спроса, которая находится между двумя линиями цен: $Sa + Sb + Sc + Sd$. Внутренние производители, увеличив цену за свои яблоки, получают дополнительную выгоду. Дополнительная выгода производителей, т.е. площадь выше кривой предложения, которая находится между двумя линиями цен, равна Sa . Правительство, установившее импортную пошлину, также выигрывает. Выигрыш равен произведению ставки пошлины на объем импорта после введения этого тарифа, т.е. Sc . Поскольку правительство не тратит всю полученную сумму на содержание таможенников, то определенная ее часть перераспределяется между секторами экономики, т.е. имеет место рост благосостояния страны в целом. Таким образом, потери потребителей, равные $Sa + Sb + Sc + Sd$, частично компенсируются выигрышем производителей, равным Sa , и выигрышем государства, равным Sc . Величина $S(b + d)$ не компенсируется ничем. Это так называемая «цена мертвого веса» (deadweight cost) тарифа. Величина Sb представляет собой производственную «цену мертвого веса» тарифа, т.е. стоимость ресурсов, которые были затрачены на увеличение внутреннего выпуска от Q_1 до Q_3 вместо их более эффективного использования в других направлениях при условии свободной торговли.

На рис. 5.2,б площадь, равная a , разделена на две части. Часть площади, обозначенная a_1 , представляет собой дополнительную выгоду производителей от реализации по цене P_t в условиях действия импортной пошлины такого объема товаров (в нашем примере — яблок), который был бы продан и в условиях

свободной торговли (только по ценам P_w). Кроме того, как уже отмечалось, введение импортной пошлины приводит и к росту объема внутреннего производства с Q_1 до Q_3 . Доходы от продажи этого дополнительного количества товара равны: $(Q_3 - Q_1)Pt$, или, как обозначено на схеме, они составляют: $Sa_2 + Sb + Sc$. Дополнительная выгода производителей, полученная вследствие расширения производства после введения импортной пошлины, равна Sa_2 , а стоимость ресурсов, требуемых для этого расширения производства, — $S(b + e)$. Если бы импортная пошлина не была введена, то это же количество яблок могло бы быть куплено на мировом рынке по цене, равной Se . Следовательно, стоимость ресурсов, направленных на расширение внутреннего (более дорогого по сравнению с мировым) производства яблок, а не на закупку дополнительного количества более дешевых яблок на мировом рынке или на использование в других секторах экономики, равна Sb .

Площадь d — это «цена мертвого веса» тарифа для потребителя. Эта величина представляет собой потери потребителей вследствие изменения спроса на менее желаемые, но более дешевые заменители яблок. Так, до введения пошлины потребители покупали количество товара, равное Q_2 , а после введения пошлины — Q_4 . Потери потребителей составили: $Sa + Sb + Sc$, поскольку количество яблок, которое они сейчас покупают, обходится им дороже. Кроме этого, они теряют Sd , так как их потребление яблок снизилось.

Таким образом, введение импортных таможенных пошлин, с одной стороны, способствует сокращению внутреннего потребления, а с другой — защите национальных товаропроизводителей. Степень защиты (протекции) различна по различным товарам. К тому же она не всегда так очевидна, поскольку большинство товаров производится с использованием сырья и полуфабрикатов, на которые также могут устанавливаться пошлины. В этой связи необходимо рассмотреть фактический уровень протекции (effective rate of protection).

Предположим, что цена костюма на внутреннем рынке при свободной торговле составляет 150 дол., из которых 100 дол. — стоимость ткани, а 50 дол. — добавленная стоимость. Допустим, что правительство устанавливает импортную таможенную пошлину на костюмы в размере 20%. Цена на костюмы повышается на 30 дол. и составляет 180 дол. Добавленная стоимость для внутренних производителей возрастет с 50 до 80 дол. В результате возрастут доходы и будет стимулироваться дальнейшее национальное производство костюмов. Добавленная стоимость иностранных производителей останется на прежнем уровне.

Фактический уровень протекции определяется по следующей формуле:

$$\Phi = \frac{D - D'}{D'}$$

где D — внутренняя добавленная стоимость при свободной торговле;

D' — внутренняя добавленная стоимость после введения импортной пошлины.

В нашем примере $\Phi = 60\%$.

Далее предположим, что правительство вводит вторую пошлину — на ткань, величина которой составляет 10%. В этом случае за счет увеличения цены ткани внутренняя добавленная стоимость производителей костюмов составит уже 70 дол., а фактический уровень протекции — 40%.

Следовательно, на степень защиты одной отрасли влияют таможенные пошлины и по товарам других отраслей.

Таможенные пошлины классифицируются по следующим критериям.

1. Направление движения товара

В зависимости от направления движения товаров различаются импортные, экспортные и транзитные пошлины. Наиболее часто встречаются *импортные* пошлины, которые применяются для защиты национального производства, уровня внутренних цен, а также для фискальных или политических целей. Значительно реже применяются *экспортные* пошлины, которые препятствуют проникновению отечественных товаров на зарубежные рынки. Обычно это происходит в тех случаях, когда наблюдается нехватка той или иной продукции внутри страны, а также в фискальных целях. Очень редко применяются *транзитные* пошлины.

2. Способ установления пошлины

В соответствии со способом установления различаются адвалорные (ad valorem), специфические и комбинированные пошлины. В мировой торговой практике наиболее распространены *адвалорные* пошлины, которые устанавливаются в процентах от цены товара.

В этой связи особое значение приобретает метод оценки стоимости импортных товаров. В настоящее время его применение во многих странах регулируется Соглашением об оценке товаров в таможенных целях, заключенным в рамках Генерального соглашения о тарифах и торговле (ГАТТ). Средний уровень ставок адвалорных пошлин относительно невысокий (около 6%). Как правило, импортные таможенные пошлины растут по мере увеличения степени обработки товаров.

Специфические таможенные пошлины устанавливаются в абсолютном выражении от единицы измерения.

В зависимости от способа установления пошлин может быть достигнут разный результат.

Пример. Предположим, что цена единицы товара составляет 100 дол. В этом случае при установлении адвалорной пошлины в размере 20% от цены товара или специфической пошлины в размере 20 дол. за единицу будет достигнут одинаковый эффект. Если цена товара упала до 50 дол. за единицу, то в зависимости от способа установления пошлины произойдет следующее:

а) процентное соотношение адвалорной пошлины и цены товара не изменится, но уменьшится абсолютная величина взимаемой пошлины до 10 дол.;

б) абсолютная величина специфической пошлины сохранится без изменений, но увеличится до 40% соотношение между ставкой пошлины и ценой товара.

Понятно, что установление специфических пошлин в условиях ухудшающейся конъюнктуры более выгодно государству и невыгодно импортерам.

Комбинированные (смешанные) пошлины устанавливаются двумя способами, отмеченными выше. Например, в США пошлина на каждый импортируемый разделочный нож составляет 5 центов за 1 шт. плюс 8,4% от стоимости.

3. Ставка пошлины

Каждое государство автономно устанавливает максимальные ставки таможенных пошлин, которые занимают первую колонку таможенного тарифа, на основании законодательных актов или административных распоряжений исполнительной власти без согласования с другими странами. В соответствии с двусторонними и многосторонними договорами устанавливаются минимальные ставки таможенных пошлин, которые занимают вторую колонку таможенного тарифа. Эти пошлины иногда называют конвенциональными (договорными). Третью колонку занимают обычно ставки преференциальных пошлин, величина которых ниже ставок второй колонки.

В Российской Федерации Импортный таможенный тариф построен следующим образом:

- товары, происходящие из стран, пользующихся в торговле с Российской Федерацией режимом наиболее благоприятствуемой нации *, пропускаются на территорию Российской Федерации с уплатой импортной таможенной пошлины по базовым ставкам Импортного таможенного тарифа (вторая колонка тарифа);

*Центральным обязательством по ГАТТ является взаимное предоставление его участникам режима наиболее благоприятствуемой нации (most favored nation (MFN) status), суть которого изложена в статье I: «В отношении таможенных пошлин и сборов всякого рода, налагаемых на ввоз или вывоз, или в связи с ними, или на перевод за границу платежей за импорт или экспорт, а также в отношении метода взимания таких пошлин и сборов и в отношении применения внутренних налогов к импортным товарам любое преимущество, льгота, привилегия или изъятие из-под действия законов, предоставляемые любой договаривающейся стороной любому товару, происходящему из любой другой страны и предназначенному в любую другую страну, должны немедленно и безусловно предоставляться подобному же товару, происходящему из территорий всех других стран-участниц или предназначенному для территорий всех других стран-участниц».

- к товарам, происходящим из развивающихся стран, применяются базовые ставки импортных таможенных пошлин, уменьшенные на 25% (первая колонка тарифа);

- товары, происходящие из наименее развитых стран, пропускаются на территорию Российской Федерации беспошлинно;

- товары, происходящие из стран, не пользующихся в торговле с Российской Федерацией режимом наиболее благоприятствуемой нации, пропускаются на территорию Российской Федерации с уплатой импортной таможенной пошлины по базовым ставкам Импортного таможенного тарифа, увеличенным в два раза (третья колонка тарифа).

4. Направление действия пошлин

В соответствии с направлением действия различаются преференциальные и дискриминационные пошлины. *Преференциальные* пошлины устанавливаются на уровне ниже минимального с целью создания благоприятных условий для торговли каким-либо товаром или с какой-либо страной.

Уровень *дискриминационных* пошлин выше ставок первой колонки. Среди дискриминационных пошлин можно выделить ответные, компенсационные, антидемпинговые.

Ответные пошлины являются реакцией на определенные действия партнера. Они могут распространяться на всю торговлю или на отдельные товарные группы и устанавливаются для воздействия на партнера с целью сокращения применяемых им ограничений.

Компенсационные пошлины являются реакцией на субсидии экспортерам в других странах и устанавливаются с целью выравнивания условий торговли.

Антидемпинговые пошлины являются разновидностью компенсационных пошлин. Они устанавливаются с целью противодействия демпингу* (dumping), для выравнивания цен до уровня, считающегося нормальным.

* Согласно положениям ГАТТ демпингом считается ситуация, когда экспортная цена товара, предназначенного на рынок другой страны, ниже нормальной стоимости аналогичного товара.

Нормальная стоимость определяется несколькими способами. Прежде всего, это цена, устанавливаемая в обычных условиях торговли на аналогичный товар, предназначенный для внутреннего потребления в экспортирующей стране или стране его происхождения. Эта цена не должна включать скидки, имеющие прямое отношение к рассматриваемой продаже. Скидки допустимы, если они непосредственно связаны с рассматриваемой продажей и представлены доказательства, что они основаны на постоянной практике в течение предшествующего периода или на обязательстве соблюдать условия, необходимые для их получения.

Если аналогичный товар на рынке экспортирующей страны отсутствует, то для сравнения выбирается представительная цена аналогичного товара на рынке третьей страны (обычно наивысшая) или сконструированная стоимость, которая включает как стоимость производства, так и сбытовые, административные и другие общие расходы.

Для определения величины демпинга (демпинговой разницы) сравниваются уровни нормальной стоимости и экспортной цены с учетом физических характеристик товара, налогов, издержек обращения (транспортные расходы, страхование и т.д.), количества поставляемых товаров и условий продажи. Наряду с определением величины демпинга необходимо также доказать, что поставки данного товара по заниженным ценам наносят или угрожают нанести ущерб национальным производителям в стране-импортере.

Попытки количественно определить понятие «ущерб» в рамках ГАТТ закончились безрезультатно. Антидемпинговое законодательство в большинстве стран обычно содержит только общие принципы определения ущерба. При рассмотрении этого вопроса во внимание принимаются объем демпингового импорта по отношению к объему внутреннего производства или потребления, цена демпингового импорта и ее влияние на внутреннее производство в стране-импортере: на загрузку производственных мощностей, складские запасы, а также на продажи, цены, прибыль, занятость, долю рынка и др.

Определение демпинга происходит в процессе антидемпингового расследования, проводимого соответствующим органом страны-импортера или международным органом. Например, в ЕС таким органом является Комиссия европейских сообществ (КЕС). В ходе антидемпингового разбирательства КЕС может ввести в действие временную антидемпинговую пошлину. Срок ее действия четыре месяца с возможным продлением еще на два месяца. Эта пошлина является как бы предупреждением о возможности принятия более строгих мер в отношении страны-экспортера.

Антидемпинговое расследование может завершиться и без принятия каких-либо мер, если факт демпинга не подтверждается или ситуация на рынке изменилась. Если же факт демпинга доказан, то, например в ЕС, расследование может быть завершено следующим образом:

экспортер принимает на себя обязательство повысить цену или сократить количество поставляемого товара. Пересмотр этого Обязательства может быть осуществлен не ранее чем через 6 месяцев с момента его принятия;

на товар, явившийся предметом расследования, устанавливается постоянная антидемпинговая пошлина, которая по своему уровню обычно соответствует временной пошлине. Для экспортера это наиболее серьезная мера, так как она приводит к значительным потерям или уходу с рынка.

Пересмотр решения КЕС о введении постоянной антидемпинговой пошлины может быть осуществлен не ранее чем через один год после даты ее введения.

5. Экономический характер

В зависимости от экономических целей и результатов выделяются фискальные, протекционистские и экспансионистские пошлины.

Фискальные пошлины обеспечивают максимально возможный приток доходов в государственную казну. Примером могут служить импортные пошлины на товары, которые в данной стране не производятся (тропические товары в Европе). Фискальные пошлины не могут расти безгранично, так как доход государства в данном случае определяется как произведение тарифной ставки на объем торговли данным товаром. Следовательно, всегда приходится искать оптимальную ставку пошлины.

Протекционистские пошлины устанавливаются для того, чтобы защитить национальную промышленность от более конкурентоспособной иностранной продукции. Они обычно применяются на этапе индустриализации или развития отдельных отраслей. Длительное применение протекционистских пошлин может привести к застою в производстве, поскольку из-за отсутствия иностранной конкуренции снижается стремление к повышению производительности труда и техническому развитию.

Высокие импортные пошлины при установлении монопольных цен на внутреннем рынке могут иметь экспансионистский характер, так как они способствуют демпингу и экспорту капитала.

Нетарифные барьеры подразделяются на три группы:

1) меры, направленные на прямое ограничение импорта с целью защиты определенных отраслей национального производства: квоты (контингенты), лицензии, компенсационные сборы, импортные депозиты, а также антидемпинговые и компенсационные пошлины и др.;

2) меры административного характера, непосредственно не направленные на ограничение внешней торговли, но приводящие к аналогичному результату: таможенные формальности, технические и санитарные стандарты и нормы, требования к упаковке и маркировке и т.п.;

3) прочие меры, непосредственно не направленные на ограничение внешней торговли, но действие которых зачастую приводит именно к этому результату.

Существует также распространенная классификация нетарифных барьеров по механизмам действия. Все нетарифные барьеры подразделяются на семь категорий *:

* Дюмулен И., Пресняков В., Соколов В. Внешнеторговый режим ведущих зарубежных стран//Внешняя торговля. 1996. № 4.

паратарифные меры, к которым относятся прочие, кроме таможенных пошлин, платежи, взимаемые при ввозе иностранных товаров: различные таможенные сборы, внутренние налоги, специальные целевые сборы. Официально эти меры предпринимаются не с целью регулирования внешней торговли, но оказывают на нее существенное воздействие;

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

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

количественное регулирование, т.е. установление количественных ограничений на ввоз и вывоз товаров;

автоматическое лицензирование, т.е. наблюдение (мониторинг) за объемами и направлениями товаропотоков;

государственная монополия внешней торговли в целом или отдельными товарами;

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

Квоты и лицензии

Под *квотами* (контингентами) понимаются ограничения в стоимостном или физическом выражении, вводимые на импорт или экспорт товара в определенный период. В случае установления квоты, равной 0, имеет место эмбарго, т.е. 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 движением того или иного товара. Рассмотрим механизм действия импортных квот (рис. 5.3). Как известно, линия S обозначает предложение товара местными производителями (например, автомобилей), линия D — местный спрос, а P_w — мировая цена. При свободной торговле данная страна импортировала бы количество автомобилей, равное $Q_2 - Q_1$. Предположим, что правительство по инициативе заинтересованных фирм вводит квоту, которая ограничивает ввоз автомобилей до количества, равного $Q_q - Q_1$. Но местное производство и импорт в пределах установленной квоты не удовлетворяют местный спрос при цене P_w . Естественно, что в результате этого должны повыситься цены на автомобили до P_q , а спрос на них по новой цене должен быть удовлетворен местным производством плюс импортируемые автомобили в рамках этой квоты, что показано на рис. 5.3 сдвигом линии S на $S + Q$.

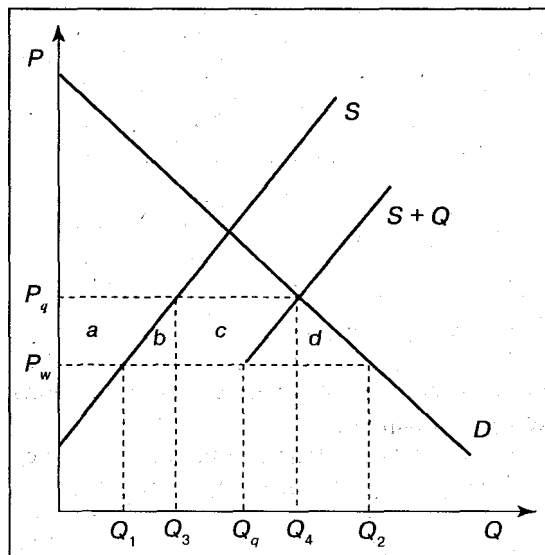


Рис.5.3. Механизм действия импортных квот.

Таким образом, последствия введения квоты на импорт и влияние ее на благосостояние страны аналогичны последствиям введения импортной пошлины. Действительно, площадь a представляет собой дополнительную выгоду местных производителей, полученную от введения квоты и последующего повышения цен. В то же время эта площадь означает потерянную дополнительную выгоду потребителей (по тем же причинам). Потери потребителей также составляют: $b + d + c$. Площади b и d имеют такие же значения, как и площади b и d при введении импортных пошлин, т.е. они показывают, во что обходится обществу введение в данном случае квоты на импорт, т.е. его чистые потери.

В отличие от введения импортной пошлины площадь прямоугольника c при введении квот обозначает квотную ренту, т.е. прибыль, которую получает тот, кто обладает правом ввоза импортных товаров в страну и продажи этих товаров на защищенном квотами рынке. Величина этой ренты определяется площадью c . Поскольку $Q_q - Q_1 = Q_4 - Q_3$, площадь c равна произведению количества ввозимого котируемого товара на разницу между новой ценой P_q и старой P_w .

Если разрешения на ввоз котируемого товара продаются правительством на аукционе, то эту ренту получает государство. Если квоты распределяются каким-либо иным способом, то вполне вероятно, что эту квотную ренту получают те, кто находится ближе всех к этому процессу.

При экспорте квоты применяются редко, только в случае острого дефицита данной продукции в стране, а также для достижения политических целей (дискриминационный характер). Импортные квоты применяются для защиты национального производства от иностранной конкуренции, сокращения безработицы, улучшения платежного баланса, контроля за движением товаров.

Существуют квоты глобальные, устанавливаемые на импорт определенного товара из всех или из группы стран, и сезонные. Например, в США с помощью квот (*absolute quota*) регулируется импорт некоторых сортов сыра, шоколада, хлопка, орехов, мороженого, кофе, стали и др.

Одной из разновидностей квот являются *соглашения о добровольном ограничении экспорта* (*voluntary export restraint — VER*), которые распространяются на продукцию в основном отраслей, находящихся в кризисном положении. «Добровольность» в этом случае относительна, так как подобные соглашения подписываются под нажимом импортеров. Объем экспорта устанавливается по отдельным видам товара на определенный период. К началу 90-х гг. около 10% импорта промышленно развитых стран охватывалось соглашениями о «добровольном» ограничении экспорта.

Другой разновидностью квот являются так называемые *тарифные квоты* (*tariff-rate quota*). В пределах установленных квот товары импортируются без взимания таможенных пошлин, а при импорте свыше данного лимита взимаются высокие пошлины. Например, в США подобными мерами регулируется импорт молока, рыбы, картофеля и некоторых типов мотоциклов.

Квоты обычно распределяются на основе *лицензий*, которые представляют собой в данном случае разрешения на экспорт или импорт. Они выдаются государством через специальные уполномоченные ведомства на проведение внешнеторговых операций с включенными в соответствующие списки товарами.

Основными видами лицензий являются:

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

б) неавтоматическая, или разовая, лицензия, по которой разрешается импорт либо экспорт определенного товара с указанием его количества, стоимости, страны происхождения или назначения, а в ряде случаев и таможенного пункта, через который должен быть осуществлен экспорт или импорт.

Прочие нетарифные барьеры

Политика той или иной страны в области ценообразования может быть направлена на поддержание внутренних цен на относительно высоком уровне и в относительно стабильном состоянии по сравнению с условиями мирового рынка, например на поддержание определенного уровня доходов производителей того или иного товара. Пошлины в данном случае не являются адекватным инструментом, так как внутренние цены изменяются в зависимости от изменений мировых цен. Для того чтобы избежать этого, применяют *компенсационные (уравнительные) сборы*, величина которых равна разнице между относительно низкой ценой данного товара за границей и его относительно высокой ценой на внутреннем рынке. Компенсационные сборы могут использоваться вместо пошлин или вместе с ними. Для них характерна почти автоматическая изменяемость. Если внутренние цены постоянны, а мировые цены изменяются, то и компенсационные сборы изменяются на величину изменения мировых цен, но в обратном направлении. Этим они отличаются от пошлин, которые являются постоянными во время их действия. Кроме того, если мировые цены стабильны, то от величины применяемых пошлин зависит внутренняя цена, а при применении компенсационных сборов их величина зависит от внутренней цены, т.е. в первом случае внутренняя цена является функцией пошлин, а во втором случае компенсационный сбор — функцией внутренней цены. Почти автоматическая изменяемость компенсационных сборов делает их трудным барьером для проникновения иностранных товаров на внутренний рынок.

Импортные депозиты — это взносы определенной суммы на специальный счет в некоторой пропорции к стоимости импорта. Через определенное время эти суммы возвращаются (без процентов). В результате у импортеров возникают дополнительные затраты, так как им обычно приходится брать кредит для депозитов. Стремление компенсировать дополнительные затраты приводит к росту цен на импортируемые товары, а в конечном счете — к сокращению спроса и, соответственно, импорта. Чаще всего импортные депозиты применяются для улучшения ситуации в платежном балансе посредством сокращения импорта, например в конце 60-х гг.. подобная система применялась в Великобритании.

Охрана здоровья и окружающей среды не является барьером в международной торговле, но косвенно может использоваться в этих целях, когда к импортируемым товарам применяются *особые технические требования*, что влечет дополнительные затраты, связанные с изменением технологии и получением соответствующего сертификата качества.

К *дополнительным платежам* относятся различные административные, таможенные, гербовые, статистические, пограничные сборы, которые, так же как и пошлины, способствуют ограничению импорта. Они применяются в тех случаях, когда использование пошлин политически невыгодно, и устанавливаются автономно в отличие от пошлин, которые в основном являются договорными.

В развитых странах принято, что налоги должны применяться так, чтобы они были нейтральными по отношению к внешней торговле, т.е. импортируемые товары должны облагаться *внутренними налогами*, так же, как и национальная продукция. Однако на практике это условие выполняется далеко не всегда. Но даже если условие нейтральности внутренних налогов по отношению к внешней торговле выполняется, возникает проблема двойного налогообложения (при экспорте и при импорте), т.е. конкурентоспособность данного товара снижается. Общепринято, что взимаются налоги только в стране-импортере, а налогообложение не может быть больше, чем налогообложение аналогичных национальных товаров. Но в то же время экспортные товары не могут быть освобождены от налогов в большей степени, чем если бы они направлялись на внутренний рынок. Эта проблема осложняется еще и тем, что возвращаются только косвенные налоги, а прямые не возвращаются.

Государство может устанавливать *валютные ограничения*, т.е. определять способ использования валюты (принудительная продажа валюты государству и т.п.), а также обязывать получать разрешения на оплату в валюте. Последствия те же, что и при количественных ограничениях. Способом «обхода» являются клиринговые соглашения, встречная торговля.

Могут применяться и иные нетарифные ограничения внешней торговли, например государственная монополия внешней торговли, требование обязательного использования отечественного сырья, в результате чего сокращается спрос на импортное сырье и др.

Под *экспортными субсидиями* (*export subsidies*) понимаются пособия, преимущественно в денежной форме, предоставляемые государством предприятиям для стимулирования экспорта и повышения конкурентоспособности их продукции на зарубежных рынках путем предоставления им возможности снижать экспортные цены без сокращения прибыли. Различают несколько видов субсидий:

1) прямые субсидии, непосредственно выплачиваемые государством экспортеру 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, например затрат на исследование внешних рынков, рекламу, транспорт и т.д.;

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

- налоговые льготы (государство может предоставлять различные льготы по налогу на прибыль, по подоходному налогу, по выплатам с заработной платы, исключать некоторые затраты из суммы, подлежащей налогообложению, разрешать ускоренную амортизацию, возвращать пошлины на импортное сырье при последующем экспорте продукции, произведенной из этого сырья);

· государственное кредитование (государство может предоставлять кредиты экспортерам на льготных условиях по процентам и срокам, кредиты заграничным государствам для закупки товаров на отечественном рынке, а также осуществлять государственное страхование экспортных кредитов по пониженным ставкам. В этом случае государство берет на себя риск неплатежа. Риски в данном случае бывают коммерческими и политическими (неполучение платежа от импортера, задержка поставки товара, изменение условий валютного и лицензионного контроля в стране-импортере, изменение курса валют, экспроприация, государственный переворот и т.д.). В ряде стран для этих целей созданы специальные учреждения, например в США — экспортно-импортный банк, в Великобритании — Департамент гарантий экспортных кредитов. К этой группе косвенных субсидий также относятся различного рода льготы, предоставляемые в кредитной сфере, особенно когда в стране имеют место определенные ограничения.

Прямые субсидии имеют слишком явный характер, что существенно повышает вероятность принятия странами-импортерами ответных мер. Поэтому обычно экспортерам предоставляются косвенные субсидии.

Субсидии являются таким же существенным элементом протекционизма, как и пошлины, но если последние устанавливаются для защиты отечественной продукции на внутреннем рынке с целью расширения производства в импортозамещающем секторе экономики, то экспортные субсидии — на внешнем. 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. Кроме того, поскольку при предоставлении экспортных субсидий увеличивается отток товаров с внутреннего рынка на внешний, внутренние цены на экспортные товары возрастают. Потребителям приходится также платить дополнительные налоги, которые требуются для финансирования экспортных субсидий. В то же время экспортные субсидии способствуют стабилизации внутреннего рынка и могут улучшить положение страны в международной торговле.

§ 2. Международная торговая политика

1. Зоны свободной торговли и таможенные союзы

Выше были рассмотрены виды и механизм действия инструментов внешнеторговой политики применительно к отдельно взятому государству. Однако существуют некоторые особенности, когда страны объединяются для проведения внешнеторговой политики, что связано с привилегиями, предоставляемыми этими странами друг другу, и проявляется прежде всего в ликвидации таможенных тарифов,

В случае если после отмены таможенных пошлин между странами-участницами сохраняется автономия при их установлении в отношении третьих стран, то имеет место *зона свободной торговли* (Free Trade Area): Европейская ассоциация свободной торговли (ЕАСТ, 1959), если же отмена таможенных пошлин между странами сопровождается установлением единых тарифов по отношению к третьим странам, то имеет место *таможенный союз* (Customs Union): Франция — Монако (1865), Швейцария — Лихтенштейн (1923).

Рассмотрим, какие изменения происходят в международной торговле при создании таможенного союза.

1. Создание новых товаропотоков (*trade creation effect*)

Предположим, что имеются три страны, производящие один и тот же товар X по разным ценам: страна A — 100; страна B — 105; страна C — 110.

В стране B действует импортная пошлина в размере 20%.

В этой ситуации страна B удовлетворяет свои потребности в товаре X за счет собственного производства, так как импорт из стран A и C без экспортных субсидий в этих странах практически невозможен. Если страны A и B создают таможенный союз, то внутреннее производство товара X в стране B сокращается, а внутренние потребности в этом товаре удовлетворяются за счет импорта из страны A .

2. *Изменение товаропотоков (trade diversion effect)* Предположим, что имеются те же три страны, производящие один и тот же товар Y по разным ценам:

страна A — 130; страна B — 105; страна C — 100.

До создания таможенного союза страна A , в которой действовала импортная пошлина в размере 20%, удовлетворяла свои потребности в товаре Y за счет импорта из страны C .

После создания таможенного союза между странами A и B импортная пошлина, установленная в отношении третьих стран, сохранилась на прежнем уровне, т. е. 20%. В результате этого спрос на товар Y в стране A перемещается на продукцию страны B , хотя затраты здесь выше, чем в стране C .

Таким образом, при создании таможенного союза снижается конкурентоспособность товаров из третьих стран на рынке стран таможенного союза. Аналогичный эффект может быть получен и в случае, когда существовавшие до этого времени импортные таможенные пошлины в отношении третьих стран будут снижаться.

Допустим, что в предыдущем случае после создания таможенного союза между странами A и B импортная пошлина в отношении третьих стран сократилась в 2 раза и составила 10%. Результат будет тот же, что и ранее, т. е. на рынке страны A товары из страны C будут замещаться на товары из страны B , несмотря на более высокие издержки в стране B .

Если страны, создающие таможенный союз, высоко развиты, то это может привести к общему экономическому росту. Если же страны — участницы таможенного союза слабо развиты, то это может вызвать замедление их экономического роста в результате ограничения конкуренции.

Объективной причиной создания зон свободной торговли и таможенных союзов являются процессы, происходящие в мировой экономике, характеризующиеся интернационализацией производства и, как следствие этого, ускорением формирования региональных торгово-экономических союзов и группировок. Страны-соседи все больше стремятся к объединению ресурсов, средств и усилий для проведения скоординированной, а в идеале — совместной экономической политики. Наибольшее развитие региональные соглашения о свободной торговле и таможенных союзах получили в Европе, чему будет посвящена глава 6.

2. Торгово-экономическое сотрудничество в Америке

С 1 января 1994 г. вступило в силу **Североамериканское соглашение о свободной торговле (НАФТА)**, подписанное в 1992 г.

Соглашение между США, Канадой и Мексикой о Североамериканской зоне свободной торговли, заключенное в 1992 г., стало продолжением и развитием подписанного в 1988 г. двустороннего договора о свободной торговле между США и Канадой.

В настоящее время вполне вероятно, что к соглашению присоединится Чили.

В соответствии с подписанным Соглашением о североамериканской интеграции на протяжении последующих 15 лет почти все торговые и инвестиционные барьеры между странами — участницами НАФТА должны быть ликвидированы, а таможенные пошлины — отменены. Вопрос о политической интеграции не рассматривался.

В течение 15 лет должна произойти отмена торговых барьеров между тремя участниками. В канадско-американской торговле они уже устранены, поэтому речь идет лишь о либерализации товарообмена этих стран с Мексикой.

С начала 1994 г. на 65% снижаются пошлины во взаимной торговле промышленными и продовольственными товарами, в последующие 5 лет — еще на 15%, а оставшиеся пошлины должны быть устранены к 2003 г. В отношении некоторых рынков (энергоресурсов, сельхозтоваров, автомобилей и текстиля) предусмотрена более плавная либерализация. Все эти меры откроют доступ высокотехнологической продукции США и Канады на мексиканский рынок. Это касается прежде всего

электроники и автомобильной промышленности. В течение 10 лет Мексика должна отменить большинство ограничений на импорт автомобилей, что позволит американским экспортерам расширить их сбыт. Открытие мексиканского рынка будет иметь положительные последствия для канадской провинции Онтарио, экономика которой зависит от автомобильной промышленности.

В сфере энергетики Мексика отстояла условие, что ни одна иностранная компания не имеет право вкладывать инвестиции в разработку, добычу и производство мексиканской нефти. Канада обязалась не принимать в случае энергетических кризисов особых мер против американских потребителей нефти и проводить одинаковую политику в отношении американских и отечественных нефтяных компаний. За Мексикой сохранено право введения экспортно-импортных квот.

Что касается свободного перемещения капитала, то в отношениях между США и Канадой его поток уже достаточно либерализован. Мексика должна смягчить ограничение доли американских и канадских инвесторов в акционерном капитале своих компаний, но иностранцам запрещается инвестировать в разведку, добычу энергоносителей и радиоактивных руд, транспортную и коммуникационную инфраструктуру. Кроме того, Мексика обязана отменить ограничения на иностранное участие в банках и страховых компаниях.

Соглашением предусмотрены некоторые меры, направленные на охрану окружающей среды. Раньше в пограничных районах на территории Мексики можно было производить продукцию, не соответствующую экологическим стандартам США. Для предотвращения этого предусматривается ужесточение экологических стандартов. Однако повышенные требования к охране окружающей среды не должны использоваться как скрытый торговый барьер, поэтому стороны договорились создавать двусторонние или трехсторонние арбитражные комиссии. В случае нарушения предполагается введение санкций против страны-нарушителя.

Приняты также решения в области миграции рабочей силы. Создается трехсторонняя комиссия, которая должна установить общие стандарты, чтобы создать барьер, препятствующий притоку дешевой рабочей силы из Мексики. В отличие от ЕС, где менее развитым регионам и целым странам (Греции, Ирландии, Португалии) предоставляется значительная финансовая помощь из совместных бюджетных фондов, Мексике такая помощь не предоставляется.

Отличительными особенностями НАФТА является то, что оно распространяется на огромную территорию с населением 370 млн. человек и очень мощным, особенно благодаря США, экономическим потенциалом. Североамериканская интеграция носит асимметричный характер (асимметрия развития и асимметрия интенсивности двусторонних торгово-экономических отношений). Поскольку, с одной стороны, НАФТА заключили такие развитые державы, как США и Канада, а с другой — Мексика, обладающая большим экономическим и демографическим потенциалом, но все-таки относящаяся к развивающимся странам. Кроме того, по своему потенциалу северный и южный партнеры многократно уступают США (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Относительные величины ВВП и ВВП на одного жителя США, Канады и Мексики (в % к уровню США)

Страна	1980 г.	1990 г.	1993 г.
ВВП			
США	100	100	100
Канада	10,4	9,4	9,4
Мексика	4,4	5,5	5,5
ВВП на душу населения			
США	100	100	100
Канада	90	97,3	87,7
Мексика	22,8	12,9	15,8

*Ю. Шишков. НАФТА: истоки, надежды, перспективы//МЭиМО. 1994. № 11. С.125.

Ведущая роль США в этой группировке определяется их экономическим потенциалом и политическим влиянием. США являются основным торгово-экономическим партнером как Канады, так и Мексики (Канада — первый торговый партнер США, Мексика — третий). Очень велики масштабы взаимных инвестиций США и Канады.

В то же время торгово-экономические связи между Канадой и Мексикой, а также присутствие канадского капитала в Мексике крайне незначительны.

Асимметричный характер североамериканской интеграции определяет различные цели и роль в НАФТА каждой из стран-участниц.

Соединенные Штаты Америки заинтересованы в развитии НАФТА по следующим причинам:

- в связи с возрастанием роли экономических союзов США в одиночку сложно противостоять конкуренции со стороны ЕС и зарождающихся экономических союзов в Азии;
- вследствие усиления конкуренции между товаропроизводителями, выпускающими продукцию сходного качества, но с низкими издержками на рабочую силу, охрану окружающей среды или природные ресурсы, США заинтересованы реализовать свой научно-технический потенциал при низких издержках производства, имеющихся у Мексики;
- создавая новые рабочие места в Мексике, США стремятся сократить поток иммигрантов с Юга;
- США хотят вовлечь Мексику в совместные поиски баланса эколого-экономических проблем, рационально распределить бремя расходов по сохранению окружающей среды;
- в долгосрочном плане НАФТА рассматривается в США как инструмент для широкого экономического проникновения в Латинскую Америку с целью расширения рынков сбыта и создания новых рабочих мест, а также повышения конкурентоспособности продукции.

Канада первоначально расценивала создание НАФТА как угрозу своему статусу привилегированного торгово-экономического партнера США, но в конечном счете возобладала точка зрения, согласно которой трехсторонняя зона свободной торговли является наименьшим злом по сравнению с перспективой появления двусторонней американо-мексиканской зоны свободной торговли. Подписав НАФТА, Канада институализировала свои экономические отношения с США, не имеющие аналогов среди других промышленно развитых государств, закрепила статус привилегированного торгово-экономического партнера самой могущественной страны мира и обеспечила доступ к самому емкому в мире рынку. Кроме того, Канада рассчитывает получить доступ к быстрорастущему мексиканскому рынку и расширить экономические связи с Латинской Америкой.

Считается, что Канада может успешно конкурировать на мексиканском рынке в таких областях, как телекоммуникация и связь, оборудование для добывающей промышленности, производство продовольствия. Мексика зависит от импорта зерна и мясо-молочной продукции. До последнего времени значительную долю мексиканского импорта продовольствия обеспечивали производители из США. Заключение НАФТА уравнивает шансы канадских и американских фермеров на мексиканском рынке. Динамичная индустриализация Мексики позволяет Канаде рассчитывать на растущий мексиканский спрос на канадское сырье (древесина, металлы, асбест и др.).

В то же время в Канаде сохраняются опасения, что может иметь место сокращение рабочих мест в связи с расширением трудоемких производств в Мексике, в которой уровень оплаты труда в 10—12 раз ниже.

Добиваясь режима свободной торговли с США, Мексика рассчитывала 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.

26 марта 1991 г. президенты Аргентины, Бразилии, Парагвая и Уругвая подписали в Асунсьоне договор, предусматривающий создание общего рынка между этими странами — **МЕРКОСУР** (Mercado Común del Sur — MERCOSUR). В момент подписания договора был установлен график снижения действовавших до подписания соглашения ставок пошлин до полной их ликвидации к 31 декабря 1994 г. В этот же день должен был быть введен Единый таможенный тариф. Однако в действительности возникший с 1 января 1995 г. таможенный союз не является полным, так как в настоящее время Единый таможенный тариф охватывает около 85% тарифных позиций, а по остальным 15% для каждой страны определены списки исключений и переходный период, в течение которого они должны свести к нулю таможенные пошлины на эти товары в обороте внутри группировки и установить единые внешние ставки. Оставшиеся пошлины во внутреннем обороте группировки должны быть в основном ликвидированы к концу 1999 г., а по наиболее чувствительным позициям — в 2006 г. Наиболее закрытыми отраслями остаются пока автомобилестроение и сахарная промышленность, в которых Бразилия имеет значительно более конкурентоспособную продукцию.

В июне 1996 г. были подписаны соглашения о присоединении к группировке Чили и об ассоциации Боливии, которые, однако, не предусматривают применение этими странами Единого таможенного тарифа.

Образование МЕРКОСУР способствовало динамичному росту торговли между странами-участницами (в 1992—1997 гг. ее объем возрос в среднем на 27% в год). К концу 90-х гг. это была наиболее продвинутая интеграционная инициатива в Латинской Америке.

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

Основными органами МЕРКОСУР являются:

Совет Общего рынка;

Группа Общего рынка;

Совместная парламентская комиссия;

Комиссия по вопросам торговли;

Консультативно-общественный форум;

секретариат.

Совет Общего рынка, состоящий из министров иностранных дел и экономики, определяет политику группировки и принимает соответствующие решения. В соответствии с договором решения принимаются путем консенсуса, но фактически Бразилия и Аргентина или даже сама Бразилия часто принимают решения без согласования со своими более слабыми партнерами.

Группа Общего рынка является исполнительным органом (аналог Европейской комиссии в ЕС).

В декабре 1995 г. в Мадриде было подписано рамочное соглашение ЕС — МЕРКОСУР, предусматривающее подготовку к постепенной либерализации взаимной торговли вплоть до образования зоны свободной торговли в 2005 г.

МЕРКОСУР также поддерживает идею образования зоны свободной торговли Южной и Северной Америки.

КАРИКОМ, Карибское сообщество и Карибский общий рынок (CARICOM, Caribbean Community And Common Market), создано согласно договору Чагуарамас, заключенному в 1973 г. (вступил в действие в 1974 г.), и заменило существовавшую с 1968 г. Карибскую ассоциацию свободной торговли.

В состав Сообщества входят Антигуа и Барбуда, Барбадос, Белиз, Гайана, Гренада, Доминика, Сент-Винсент и Гренадины, Сент-Люсия, Тринидад и Тобаго, Ямайка, а также находящийся в колониальной зависимости от Великобритании Монтсеррат и федерация Сент-Кристофер-Невис-Ангилья. Багамские острова являются членом Сообщества, но не Общего рынка.

Ассоциированными членами являются Британские Виргинские острова, острова Терке и Кайкос.

Местонахождение — Джорджтаун (Гайана).

Основная часть договора Чагуарамас трактует Карибское сообщество как широкомасштабную концепцию интеграции. Приложение в качестве составной части договора (статья 32) регулирует нормы Карибского общего рынка.

КАРИКОМ с 1973 г. неоднократно принимало программные документы, касающиеся его целей и задач:

1984 г. — Нассауское соглашение (структурное сближение и стремление к тесной интеграции);

1985 г. — Барбадосский консенсуальный договор (развитие местного регионального предпринимательства в государствах-членах);

1989 г. — Порт-оф-Спейнское соглашение о сохранении окружающей среды Карибского бассейна и Гранд-Андская декларация (рабочая программа дальнейшего развития интеграции);

1991 г. — Порт-оф-Спейнский консенсуальный договор (обеспечение развития Карибского региона до 2000 г. и далее) и др.

Основными целями КАРИКОМ являются:

содействие экономическому сотрудничеству посредством Карибского общего рынка;

координация внешней политики государств-членов;

создание совместных институтов и сотрудничество в таких областях, как здравоохранение, образование, культура, коммуникации и промышленность.

Договор Чагуарамас предусматривает политическое и экономическое сотрудничество стран КАРИКОМ, согласование их позиций по важнейшим международным политическим и экономическим вопросам. В области экономики намечено обеспечить экономическое сближение стран КАРИКОМ путем ликвидации таможенных пошлин и количественных ограничений, установления общего таможенного

режима, проведения единой торговой политики и общей политики в области сельского хозяйства, координации денежной и финансовой политики, ликвидации ограничений на свободное передвижение лиц, капитала, сотрудничества в области туризма, транспорта и связи.

КАРИКОМ имеет следующую структуру:

Конференция глав правительств, бюро Конференции, комитет председателей центральных банков;

Совет Карибского сообщества, комитеты;

секретариат Карибского сообщества;

парламентская ассамблея Карибского сообщества.

Конференция глав правительств, обычно собирающаяся раз в год, является высшим органом КАРИКОМ. Она отвечает за выработку основных политических и стратегических принципов, урегулирование конфликтов, деятельность Верховного суда, заключение международных договоров и международное сотрудничество и может давать указания Совету Общего рынка. Свои полномочия по финансовым вопросам она делегировала Совету. Решения Конференции принимаются обычно единогласно; государства-члены имеют право вето. Бюро Конференции следит за выполнением ее решений, выдвигает свои предложения, руководит организацией между сессиями Конференции и контролирует образованные в 1992 г. силы быстрого реагирования.

Совет Карибского сообщества, состоящий из министров по делам КАРИКОМ, руководит Сообществом как его второй по значению орган. Он отвечает за бесперебойное функционирование Сообщества с учетом решений Конференции и бюро Конференции, а также других органов КАРИКОМ. Он опирается на целый ряд комитетов (правовой комитет, постоянный бюджетный комитет, комитет по торговле и экономическому развитию, комитет по иностранным делам и вопросам Сообщества, комитет по социальным вопросам). Решения совета обычно принимаются консенсусом.

Секретариат Карибского сообщества, возглавляемый генеральным секретарем, разделен на пять департаментов (торговля и сельское хозяйство, экономика и промышленность, функциональное сотрудничество, правовые вопросы, общие вопросы и администрация). Наряду с организационной работой по проведению Конференций и других встреч органов и институтов Сообщества секретариат занимается реализацией принятых решений, иницирует, организует и проводит исследования по вопросам экономического и функционального сотрудничества, оказывает помощь государствам-членам и выполняет все задачи, поставленные перед ним Конференцией и другими органами.

Для финансового обеспечения деятельности КАРИКОМ в 1969 г. был создан Карибский банк развития.

В 1973 г. была создана, а в 1975 г. приступила к деятельности Карибская инвестиционная корпорация с уставным капиталом в 15 млн. дол. Она учреждена на паритетных началах более развитыми странами КАРИКОМ (Барбадосом, Гайаной, Тринидадом и Тобаго, Ямайкой) для финансирования проектов в менее развитых.

В структуре КАРИКОМ различаются институты (например, конференция министров здравоохранения, постоянные комитеты по различным областям регионального развития), самостоятельно действующие в своей сфере, и ассоциированные институты, к которым согласно договору Чагуарамас относятся Карибский банк развития, Карибская метеорологическая организация, Совет правового образования, Университет Гайаны, Вест-Индский университет и Вест-Индская судоходная компания.

Наибольшие усилия в рамках КАРИКОМ были сделаны для развития взаимной торговли. Договор Чагуарамас предусматривал отмену таможенного обложения почти всех товаров, кроме ограниченной группы, включенной в список исключений. Для менее развитых стран был установлен 10-летний срок для либерализации торговли. В 1977 г. была введена система многосторонних расчетов с размером взаимного кредита в 40 млн. дол. Принятые меры способствовали росту зональной торговли, однако половина объема региональной торговли приходилась на Тринидад и Тобаго. Процесс либерализации не носит необратимого характера: в конце 70-х гг. действовали ограничения на импорт товаров из других стран КАРИКОМ, введенные Гайаной и Ямайкой в связи с ухудшением торгового баланса.

Создание КАРИКОМ стимулировало развитие регионального сотрудничества в сельском хозяйстве. С 1976 г. стала выполняться программа развития продовольственной базы, ставящая целью достичь самообеспечения молочными, мясными и рыбопродуктами. Началось сотрудничество в области транспорта.

В 1977 г. секретариатом КАРИКОМ и ЕЭС заключено соглашение о сотрудничестве, включающее программы технической и финансовой помощи.

Интеграционная политика КАРИКОМ нацелена также на глубокую экономическую интеграцию и функциональную кооперацию в сфере транспорта, коммуникаций и образования, а также на внешне-

политическое сотрудничество, которое осуществляется в результате усиления международных контактов (создание смешанных комитетов), особенно с латиноамериканскими государствами, и налаживания связей с международными организациями и группировками, в том числе с НАФТА.

В 1982 г. конференция глав правительств предложила государствам Карибского региона, государствам Центральной Америки и Суринаму создать Ассоциацию карибских государств для расширения функционального сотрудничества в Карибском регионе.

В 1993 г. было принято решение об образовании комитета для разработки плана по применению норм договора Чагуарамас в соответствии с политическими и экономическими условиями региона.

В 1994 г. конференция глав правительств поручила секретариату подготовить доклад об отношениях между НАФТА и КАРИКОМ, особенно о перспективах членства КАРИКОМ в НАФТА и возможных политических и экономических последствиях такого членства для региона.

Комитет председателей центральных банков разрабатывает планы создания регионального валютного союза и согласования регионального финансового законодательства.

Государства — члены КАРИКОМ обсуждают возможность принятия «Хартии гражданского общества».

Система Андской интеграции (Andean Integration System) состоит из:

структуры и институтов Андской группы, образованной согласно Картахенскому соглашению в 1969 г.;

политических институтов, созданных государствами-членами.

«Андская стратегия», принятая во время встречи на островах Галапагос в 1990 г., сформулировала три основные цели:

- развитие Андского экономического пространства;
- углубление международных связей стран Андской группы;
- вклад в единство стран Латинской Америки.

«Акт мира» (1990 г.) подтверждает стремление к углублению процесса интеграции андских стран и выдвигает идею скорейшей реализации его отдельных этапов (зона свободной торговли, таможенный союз), а также других инициатив, необходимых для создания Андского общего рынка.

В состав Андской группы (Andean Group) входят Боливия, Венесуэла, Колумбия, Перу, Эквадор.

Местонахождение — Лима, Перу.

Андская группа (или Андский пакт) была создана в 1969 г. согласно Картахенскому соглашению.

Основными задачами Андской группы являются:

содействие равномерному, гармоничному и 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 улучшение положения Андской группы в международной экономике;

укрепление региональной солидарности и устранение различий в развитии государств-членов.

Система Андской интеграции имеет следующую 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 и совместные компании.

Андский совет президентов, состоящий из президентов Боливии, Венесуэлы, Колумбии, Перу и Эквадора, был создан в 1990 г. для ускорения интеграционного процесса. Совет руководит интеграцией и согласованием сферы совместных интересов. Директивы совета, касающиеся определенных институтов Андской интеграции, согласно, договоренности государств-членов становятся частью соответствующих уставов. Совет заседает каждые шесть месяцев.

Совет министров иностранных дел руководит и согласовывает внешнеполитические акции институтов Андской группы, а также способствует углублению интеграции и разработке совместной внешней политики.

Совет президентов поручает совету министров иностранных дел подготовку встреч на высшем уровне и проведение внешнеполитических акций для поддержки целостности институтов Андской интеграции. Институты Андской интеграционной системы периодически представляют доклады о ходе интеграционного процесса.

Комиссия, состоящая из представителей государств-членов, является высшим органом. Она вырабатывает общую политическую линию, координирует различные проекты с участием государств-членов, согласовывает их экономическую политику и следит за соблюдением Картахенского соглашения.

Хунта — «технический орган». Который состоит из трех человек, назначаемых комиссией сроком на три года для реализации Картахенского соглашения, а также для выполнения решений и поручений комиссии. Все три члена хунты имеют одинаковые полномочия, каждый из них в течение одного года выполняет обязанности координатора, являющегося законным представителем хунты.

Суд (каждое государство-член избирает сроком на шесть лет одного судью), образованный в 1985 г., наблюдает за правильностью применения принятых правовых норм и за их единой интерпретацией.

Андский парламент (1979 г.), состоящий из депутатов национальных парламентов (не более пяти депутатов от каждого государства-члена), работает в тесном сотрудничестве с государствами-членами и выдвигает предложения по гармонизации законодательства. Он собирается поочередно в одной из столиц государств Андской группы.

Вспомогательные органы (консультативные комитеты, Союз частных предпринимателей, Андский институт труда и др.) работают над установлением тесных отношений между странами в регионе и органами Андской группы.

Андская корпорация развития (Каракас—Венесуэла), основанная в 1986 г., выполняет ряд функций. Она работает как банк развития, как инвестиционный банк и как агентство экономического и финансового содействия. Корпорация располагает филиалами в государствах-членах.

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

Соглашения в социальной сфере касаются сохранения самобытной культуры Андского региона («Andres Bello Convention»), улучшения здравоохранения («Hipollito Unanue Convention») и условий труда и жизни («Simon Rodrigues Convention»).

К *совместным компаниям* относится, например, Ассоциация телекоммуникационных компаний Андской группы (Association of the Andean Subregional Agreement's State Telecommunication Enterprises, ASETA), которая объединяет телекоммуникационные компании государств-членов с целью расширения сотрудничества, содействия развитию и лучшего использования телекоммуникационных служб в регионе.

В 1993 г. Европейская комиссия (Европейский Союз) подписала рамочное соглашение с государствами-членами о сотрудничестве с целью углубления региональной интеграции андских стран.

В 1991 г. пять глав государств Андской группы подписали Картахенскую декларацию, в которой заявили об отказе от оружия массового уничтожения. Они подтвердили отказ своих правительств от владения, производства, разработки, использования, испытания, поставок всех видов оружия массового уничтожения (ядерного, биологического, химического), а также от его приобретения и хранения. Декларация призывает присоединиться все государства Андского региона.

3. Торгово-экономическое сотрудничество в Азии, Африке и Тихоокеанском бассейне

Декларация о создании **Ассоциации стран Юго-Восточной Азии, АСЕАН** (Association of South-East Asian Nations, ASEAN) была подписана 8 августа 1967 г. в Бангкоке представителями Индонезии, Малайзии, Сингапура, Таиланда и Филиппин. Ее членами являются: Вьетнам (1995 г.), Бруней (1984 г.), Индонезия, Камбоджа (1999 г.), Лаос, Малайзия, Мьянма, Сингапур, Таиланд, Филиппины.

Секретариат АСЕАН был образован в 1976 г. и находится в Джакарте.

Основными целями АСЕАН на основе Бангкокской декларации были:

содействие экономическому, социальному и культурному развитию посредством сотрудничества стран региона;

обеспечение экономической и политической стабильности в регионе;

разрешение внутрирегиональных проблем.

Первые восемь лет сотрудничество осуществлялось в основном на уровне министров иностранных дел и носило политический характер. Окончание войны во Вьетнаме (1975 г.) дало новое направление развитию организации. В 1976 г. в Бали прошла первая встреча членов АСЕАН на высшем уровне, в результате которой были подписаны два документа, содержавшие основные принципы и цели развития АСЕАН на новом этапе. После этой встречи экономическое сотрудничество стало координироваться министрами экономик стран-участниц, начала развиваться новая форма экономического сотрудничества — промышленная кооперация, были созданы пять экономических комитетов АСЕАН:

комитет по финансам и банковской деятельности;

комитет по продовольствию, сельскому и лесному хозяйству;

комитет по транспорту и коммуникации;

комитет по промышленности, минеральным ресурсам и энергии;

комитет по торговле и туризму.

В 1977 г. было подписано Соглашение о торговых преференциях, АСЕАН ПТА (ASEAN Preferential Trading Arrangements, ASEAN PTA), предусматривавшее:

торговые преференции на основе заключения долгосрочных контрактов;

взаимное предоставление купеческих кредитов по льготным ставкам;

либерализацию нетарифных барьеров во взаимной торговле;

расширение масштаба тарифных преференций и др.

Преференции предоставлялись двумя способами: в результате переговоров или на основе добровольных предложений — и действовали по отношению ко всем странам группировки. Было установлено, что каждая страна будет рекомендовать для либерализации минимум 50 товарных позиций в квартал. Первоначально для либерализации предлагались товары, практически не выступавшие в торговле в данном регионе (например, снегоочистительные машины), тем не менее уже к 1981 г. подобными преференциями было охвачено более 6,5 тыс. товарных позиций. Одновременно было принято решение о 20%-ной либерализации всех позиций, стоимость импорта которых в базовом году (1978 г.) не превышала 50 тыс. дол. (около 6 тыс. позиций), в 1982 г. граница была поднята до 1 млн. дол.

В январе 1992 г. на 4-й встрече в Сингапуре было принято решение о создании зоны свободной торговли — АФТА (ASEAN Free Trade Area, AFTA) в соответствии с Соглашением о совместной эффективной схеме тарифных преференций (Agreement on the Common Effective Preferential Tariff Scheme).

Быстрый вариант предполагает создание зоны свободной торговли в 2003 г., а при благоприятном развитии событий — в 2000 г., а нормальный вариант — в 2008 г.

В 1995 г. на 28-й ежегодной встрече министров иностранных дел было принято решение об ускорении процесса либерализации торговли, в том числе продовольственными и сельскохозяйственными товарами, которые пока в наименьшей степени были охвачены либерализационными процессами;

Азиатско-тихоокеанское экономическое Сотрудничество (АТЭС) — межправительственный форум, объединяющий около 20 государств региона и формально имеющий консультативный статус. В его рамках вырабатываются региональные правила ведения торговли, инвестиционной и финансовой деятельности, проводятся встречи отраслевых министров и экспертов по вопросам сотрудничества в различных областях. Все решения принимаются на основе консенсуса.

В состав рабочих органов, занимающихся экономическими вопросами, входят:

· комитет по торговле и инвестициям, включающий подкомитет по стандартизации и подкомитет по 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, а также группа по малому и среднему предпринимательству;

Первая встреча лидеров стран АТЭС состоялась в 1993 г. в Сиэтле (США) и выявила неравномерность распределения благ от разворачивающихся в регионе интеграционных процессов.

На совещании АТЭС в 1994 г. в Богоре (Индонезия) было принято решение о создании зоны свободной торговли и либерализации инвестиционной сферы до 2020 г. (для промышленно развитых стран — до 2010 г.). Снижение таможенных барьеров будет происходить в соответствии с соглашениями, достигнутыми в ГАТТ/ВТО.

В марте 1995 г. Россия подала официальную заявку о вступлении в АТЭС, а в ноябре 1998 г. стала полноправным членом этой организации.

Совет по Тихоокеанскому экономическому сотрудничеству (СТЭС) и Тихоокеанский экономический совет (ТЭС) — неправительственные региональные организации, членство в которых осуществляется через национальные комитеты по Тихоокеанскому экономическому сотрудничеству, формируемые по принципу «трехстороннего представительства» от правительственных, деловых и научных кругов. Россия является полноправным членом обеих организаций.

СТЭС объединяет 22 государства АТЭС и является консультативным органом. Все решения принимаются на основе консенсуса. Секретариат располагается в Сингапуре.

СТЭС и ТЭС выполняют функции «мозгового центра» АТЭС.

В рамках СТЭС на постоянной основе функционируют ведущие форумы: по торговой политике; по минеральным ресурсам и энергетике: Тихоокеанский форум по продовольствию, сельскому хозяйству и аграрной политике, а также рабочие группы: по продовольствию; по сельскому хозяйству и окружающей среде; по науке и технологиям; по транспорту, телекоммуникациям и туризму; по рыболовству; по тихоокеанским островным государствам и по подготовке «Тихоокеанского экономического обзора».

На девятой Генеральной сессии СТЭС (1992 г., Сан-Франциско) была принята Декларация о принципах открытого регионализма, ставшая основной рабочей концепцией не только самого СТЭС, но АТЭС и ТЭС. Эти принципы 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.

ТЭС объединяет национальные комитеты 17 стран региона, которые в свою очередь представляют свыше 1000 крупных компаний (из 20 крупнейших компаний мира 13 представлены в ТЭС). В рамках этого форума лидеры мирового бизнеса имеют возможность коллективно рассматривать актуальные вопросы экономики. С этой целью регулярно проводятся неформальные встречи с министрами и другими высокопоставленными официальными лицами стран-участниц.

ТЭС является ассоциированным членом СТЭС и имеет статус наблюдателя в АТЭС. Штаб-квартира Международного секретариата ТЭС находится в Гонолулу.

В Океании примерами регионального экономического сотрудничества являются **Торговое соглашение о более тесных экономических отношениях между Австралией и Новой Зеландией (АНЗКЕРТА)**, а также заключенное в июле 1980 г. в столице Кирибати **Региональное соглашение о торговле и экономическом сотрудничестве стран южной части Тихого океана, СПАРТЕКА (South Pacific Regional Trade and Economic Cooperation Agreement, SPARTECA)** между Австралией, Новой Зеландией и десятью микространами региона: Вануату, Кирибати, Кука о-ва, Науру, Ниуэ, Самоа, Соломоновы о-ва, Тонга, Тувалу, Фиджи. Соглашение составлено по примеру Ломейских конвенций, заключенных ЕС со странами АКТ.

Основная цель СПАРТЕКА — создание условий преференциального доступа товаров из микространств на рынки Австралии и Новой Зеландии.

4. Всемирная торговая организация

1 января 1995 г. начала свою деятельность Всемирная торговая организация, ВТО (World Trade Organization, WTO), учитывающая нормы действовавшего до 1994 г. Генерального соглашения по тарифам и торговле, ГАТТ (General Agreement on Tariffs and Trade, GATT).

ГАТТ

Генеральное соглашение по тарифам и торговле играло ведущую роль в регулировании международной торговли. Оно представляло собой многостороннее международное соглашение, содержащее свод правовых норм, на которых основывались торговые отношения между странами-участницами. Соглашение было подписано в Женеве 30 октября 1947 г. и вступило в силу 1 января 1948 г. для 23 подписавших его стран. В 1994 г. участниками ГАТТ было 118 государств.

ГАТТ выполняло три функции:

оказание воздействия на государственную торговую, политику путем выработки правил мировой торговли;

форум для переговоров по либерализации торговли;

урегулирование споров.

Основной целью ГАТТ было обеспечение безопасности и предсказуемости международных торговых отношений путем:

ликвидации таможенных и других торговых ограничений;

устранения всех форм дискриминации в международной торговле в целях повышения уровня жизни, обеспечения полной занятости;

повышения реальных доходов населения и спроса, более эффективного использования сырья, роста производства и торгового обмена.

Принципы ГАТТ:

· осуществление торговли без дискриминации (принцип наиболее благоприятствуемой нации: все договаривающиеся стороны при установлении и отмене пошлин обязаны обеспечивать каждой стране одинаково благоприятные условия);

· защита отечественной промышленности только путем установления таможенных пошлин, а не количественных ограничений и иных мер;

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

проведение консультаций между странами-участницами 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.

В структуру ГАТТ входили: сессия договаривающихся сторон, совет представителей, комитеты, рабочие группы, органы по урегулированию споров и секретариат.

До 1994 г. прошли восемь так называемых торговых раундов, целью которых были дальнейшая либерализация мировой торговли и устранение торговых барьеров.

1947 — Женева/Швейцария;

1949 — Аннеси/Франция;

1951 — Торки/Великобритания;

1956 — Женева/Швейцария;

1960-1961 — Женева/Швейцария (Диллон-раунд);

1964—1967 — Женева/Швейцария (Кеннеди-раунд);

1973—1979 — Женева/Швейцария (Токио-раунд);

1986-1993 — Женева/Швейцария (Уругвайский раунд).

До 1963 г. в результате 5 туров переговоров были согласованы некоторые взаимные уступки участников по снижению таможенных тарифов, меры по сокращению и регулированию нетарифных торговых барьеров.

В 1964—1967 гг. был проведен 6-й тур переговоров (*Кеннеди-раунд*), в ходе которого была достигнута договоренность о снижении тарифов в течение 5 лет в среднем на 35%. В ходе этого раунда впервые была сделана попытка существенно ограничить нетарифный протекционизм и был согласован антидемпинговый кодекс.

В 1973-1979 гг. проходил 7-й тур переговоров (*Токио-раунд*), в рамках которого было намечено поэтапное снижение таможенных пошлин (примерно на 33% на промышленные товары) в течение 8 лет начиная с 1 января 1980 г., а также был достигнут определенный прогресс в сокращении нетарифных барьеров в международной торговле.

В 1986—1993 гг. был проведен *Уругвайский раунд* многосторонних торговых переговоров, в ходе которого была согласована организационная структура, намечены планы и графики работы переговорных групп, образован специальный орган, призванный наблюдать 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 товарам природного происхождения, по текстилю и одежде, по сельскохозяйственным товарам, по тропическим товарам, по субсидиям и компенсационным пошлинам, по торговым аспектам прав на интеллектуальную собственность, по защитным мерам в торговле, по функ-

ционированию системы ГАТТ, по соглашениям в рамках ГАТТ, по процедурам разрешения споров, по торговле услугами.

Уругвайский раунд выявил многочисленные конфликты среди участников, особенно по вопросам о распространении правил ГАТТ на торговлю сельскохозяйственными товарами, услугами и правами на интеллектуальную собственность. Сохраняющиеся противоречия в торговле аграрными товарами и в области субсидирования сельскохозяйственного производства, особенно между США и ЕС, а также между развивающимися и промышленно развитыми странами, не позволили, как намечалось, подписать в декабре 1990 г. заключительный документ.

Заключительный акт Уругвайского раунда (118 государств-участников, подписан в 1994 г.) распространяется на все сферы переговоров, зафиксированные в Декларации Пунта-дель-Эсте 1986 г. (в первой части Декларации речь шла о движении товаров в целях дальнейшей либерализации и расширения мировой торговли, усиления роли ГАТТ, совершенствования мировой торговой системы и поощрения мирового сотрудничества путем усиления координации торговой политики, во второй части — о создании рамочных условий для торговли услугами), за исключением результатов переговоров о доступе к рынку (обещания многих стран сократить или отменить определенные таможенные пошлины и нетарифные ограничения в сфере торговли товарами), а также первоначальных договоренностей о либерализации торговли услугами.

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

- соглашение об образовании ВТО (заменяет ГАТТ после ратификации);
- соглашение о таможенных тарифах и торговле товарами 1994 г. с многочисленными меморандумами по отдельным товарным группам;
- протокол Уругвайского раунда (включен в ГАТТ в 1994 г.);
- генеральное соглашение по торговле услугами;
- меморандум по процедуре урегулирования споров (в случае установления нарушений согласованных торговых норм будущие члены ВТО обязаны, с одной стороны, отказаться от проведения односторонних акций, а с другой — привести в действие предусмотренный меморандумом механизм (консультации, создание органа по урегулированию спорных вопросов, выработка им решений, рассмотрение этих решений в апелляционной инстанции);
- процедуру контроля за торговой политикой договаривающихся сторон ГАТТ;
- решение об углублении согласования процессов мировой экономической политики;
- другие соглашения, касающиеся самых различных областей торговли (сельское хозяйство, текстиль и одежда, торговые барьеры, инвестиции в сфере торговле, антидемпинговая политика, торговые аспекты охраны интеллектуальной собственности и др.);
- решение о мерах помощи в случае негативного влияния реформ на развивающиеся страны, зависящие от импорта продовольствия.

Переговоры под эгидой ГАТТ в 60-х и 70-х гг. сократили таможенные барьеры с 25—30 до 3—4% и помогли утроить объем мировой торговли за 70—80-е гг.

ВТО

Подписанное в 1994 г. Соглашение об образовании Всемирной торговой организации (ВТО), которая начала свою деятельность в 1995 г., предусматривает создание общих институциональных рамок, которые объединили бы предыдущие решения с решениями Уругвайского раунда и включили бы все принятые под патронажем ГАТТ договоренности и соглашения. Новая организация должна руководствоваться в своих действиях Меморандумом о правилах урегулирования споров (Understanding on Rules and Procedures Covering the Settlement of Disputes) и Механизмом пересмотра торговой политики (Trade Policy Review Mechanism).

Основной целью ВТО является 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 следующую структуру:

1. Конференция министров (раз в два года).

2. Всеобщий совет:

Комитет по урегулированию разногласий,

Комитет по пересмотру торговой политики (Trade Policy Review Mechanism, TPRM).

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 таможенный тариф. В соответствующих документах содержатся правовые нормы, определяющие условия таможенного тарифного регулирования. Применение для целей регулирования внешней торговли других средств разрешается на основе решений Уругвайского раунда ГАТТ и некоторых других соглашений. Например, допускается 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.);

пресечение 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.).

Однако иногда меры, принимаемые, например, по неэкономическим соображениям, сознательно используются в протекционистских целях. Достиженные договоренности в рамках ГАТТ/ВТО существенно ограничили возможность произвольной трактовки правил регулирования внешней торговли и создали общие условия их применения. Например, к 2000 г. должны быть отменены добровольные ограничения экспорта и импорта, а срок действия мер против недобросовестной конкуренции ограничен пятью годами.

Для устранения такого серьезного препятствия в международной торговле, каким является расхождение национальных систем внешнеэкономического регулирования, ВТО проводит соответствующую унификацию. Например, установлены общие принципы определения таможенной стоимости и страны происхождения товаров, действуют соглашения по техническим барьерам в торговле, по санитарным и фитосанитарным нормам и др.

Россия не является членом ВТО, поэтому ее торговые отношения с другими странами основаны не на соответствующих документах ГАТТ/ВТО, а на двусторонних торговых договорах и соглашениях, содержащих режим наибольшего благоприятствования. В то же время вступление в ВТО является одной из приоритетных задач внешнеторговой политики России.

5. Совет таможенного сотрудничества

Еще одной международной организацией, занимающейся унификацией таможенных процедур, является Совет таможенного сотрудничества, созданный в начале 50-х гг. с целью обеспечения наивысшей степени согласованности и единообразия таможенных систем и исследования проблем, обусловленных совершенствованием таможенных процедур и таможенного законодательства. Для достижения этой цели Совет таможенного сотрудничества решает конкретные задачи:

· унификация номенклатуры для классификации товаров в таможенных тарифах, которая позволяет сопоставлять уровень таможенного обложения и размеры взаимных уступок, а также единообразно трактовать ограничения и льготы в отношении отдельных товаров, обращающихся в международной торговле.

С 1959 г. действовала товарная классификация, получившая название Брюссельской номенклатуры. К началу 90-х гг. она охватывала 80% мировой торговли и примерно 150 стран, из которых 52 — являлись договаривающимися сторонами соответствующей Конвенции.

В 1973 г. под эгидой Совета таможенного сотрудничества проводилась работа по созданию новой номенклатуры, которая могла бы применяться не только для таможенного тарифа, но и для классификации товаров в статистике и транспортных тарифах.

В 1983 г. Советом таможенного сотрудничества была принята Конвенция о Гармонизированной системе описания и кодирования товаров (ГС), которая вступила в силу с января 1988 г.;

· обобщение таможенного опыта различных стран, формирование единообразной апробированной нормативной базы таможенной оценки, гармонизация и упрощение таможенных процедур. Эти вопросы регулируются Конвенцией Киото 1973 г.;

· организация международного сотрудничества по предотвращению, расследованию и пресечению нарушений таможенных правил (Конвенция Найроби 1977 г.);

· техническое сотрудничество и обучение. Эти вопросы регулируются Декларацией о разработке конвенций и других международных инструментов по гармонизации и стандартизации таможенных законов и правил и о техническом сотрудничестве (Сеульская декларация 1984 г.).

В июне 1987 г. была принята Оттавская декларация о задачах Совета таможенного сотрудничества до 2000 г.

Россия является членом Совета таможенного сотрудничества с 1992 г.

Литература

1. Дюмулен И.И. Барьеры на торговых путях. — М.: Междунар. отношения, 1977.
2. Дюмулен И., Пресняков В., Соколов В. Внешнеторговый режим ведущих зарубежных стран//Внешняя торговля. 1996. № 4.
3. Линдерт П. Экономика мирохозяйственных связей. — М.: Прогресс, 1992.
4. Международные организации системы ООН: Справочник. — М.: Междунар. отношения, 1990.
6. Шишков Ю. НАФТА: истоки, надежды, перспективы//МЭиМО. 1994. № 11.
7. Шреплер Х.А. Международные организации: Справочник. — М.: Междунар. отношения, 1995.

ГЛАВА 6

ТОРГОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ЕВРОПЕ

Западная Европа с точки зрения развития торговых отношений представляет собой кольцевую структуру с ярко выраженным центром — Европейским Союзом (ЕС) и достаточно мощными центростремительными силами. Попытки автаркического ведения хозяйства, предпринимавшиеся в разное время и в разной степени Францией, Италией, Испанией, в конечном счете приводили к замедлению экономического роста. Объективные причины обусловили активное развитие торгово-экономических отношений и интеграционных процессов между странами Западной Европы. Первыми начали движение к объединению небольшие страны: Бельгия, Люксембург и Нидерланды. Позднее активную роль в этом процессе стали играть более крупные европейские страны. В настоящее время ЕС занимает сильные позиции в мировой экономике и международной торговле, Кроме того, большинство других европейских стран связаны с ЕС соглашениями о зонах свободной торговли и т. п. В результате все государства региона в той или иной мере подвержены торгово-экономическому влиянию ЕС. Примерная схема торговых отношений в Западной и Центральной Европе представлена на рис. 6.1.

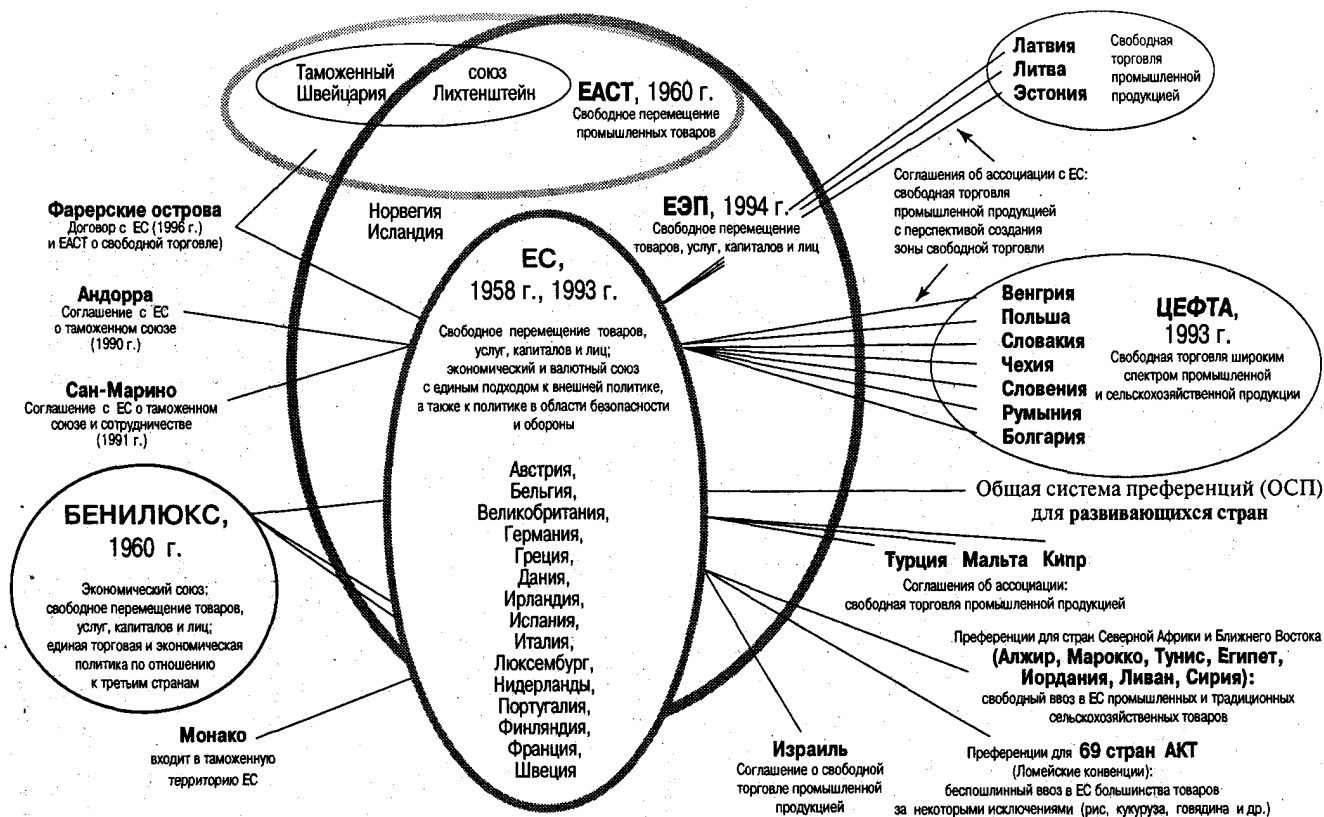


Рис. 6.1. Примерная схема торговых и экономических отношений в Европе

§ 1. Бенилюкс

Договор об образовании Экономического союза Бенилюкс (Benelux Economic Union) был подписан в Гааге 3 февраля 1958 г. и вступил в силу 1 ноября 1960 г. Он обобщил нормы, которые выработывались с 1948 г., когда начал функционировать таможенный союз трех государств. За ним последовали и другие договоры:

о свободном передвижении лиц по территориям трех государств и переносе пограничного контроля на их внешние границы (1960 г.);

протокол о полной отмене пограничного контроля между тремя странами и Конвенция об унификации таможенной территории Бенилюкса (1969 г.);

введение в действие документа о товарообмене внутри Бенилюкса (1984 г.) и др.

Государства-члены — Бельгия, Люксембург, Нидерланды.

Местонахождение — Брюссель (Бельгия).

Основными целями Бенилюкса являются:

свободное движение товаров, услуг, капитала и лиц, т.е. ликвидация в торговле между странами-участницами таможенных пошлин, количественного контингентирования, а также иных ограничений; устранение экономических и финансовых препятствий, мешающих свободной циркуляции услуг на территории Бенилюкса; устранение препятствий, мешающих свободному перемещению капитала между странами Бенилюкса; свободное передвижение граждан стран Бенилюкса из одной страны в другую без паспорта и визы, постоянное проживание, найм на работу, пользование системой социального страхования без какой-либо дискриминации, применение той же налоговой системы, которая действует в отношении граждан страны, на чьей территории данное лицо пребывает (каждая из сторон гарантирует своим гражданам исключительное право работы на своей территории в государственных учреждениях и в некоторых профессиях);

координация экономической, финансовой и социальной политики;

проведение единой внешнеторговой и внешнеэкономической политики по отношению к третьим странам, прежде всего установление единых таможенных пошлин в отношении третьих стран.

Бенилюкс имеет следующую структуру:

Комитет министров;

рабочие группы;

Совет Экономического союза;
комиссии;
генеральный секретариат;
объединенные службы;
Межпарламентский консультативный комитет;
Консультативный совет по экономическим и социальным вопросам;
арбитражная коллегия;
судебная палата.

Комитет министров, состоящий из трех министров иностранных дел, является высшим органом (несколько заседаний в год). Он контролирует выполнение условий Договора о создании Бенилюкса и принимает решения в рамках предоставленных ему Договором полномочий (постановления, рекомендации, директивы, конвенции).

На заседаниях *рабочих групп* встречаются отраслевые министры. Если рабочая группа в определенной сфере деятельности создана по решению Комитета министров, то ее решения обладают той же политической и юридической силой, что и решения Комитета министров.

Совет Экономического союза является исполнительным органом, координирует деятельность различных комиссий и подчинен комитету министров.

На основе Договора о создании Бенилюкса были образованы *комиссии* и специальные комитеты по различным областям (внешнеэкономические связи, валютно-финансовые вопросы, промышленность и торговля, сельское хозяйство, продовольствие и рыболовство, таможенные и налоговые вопросы, транспорт, социальные вопросы, свободное передвижение и поселение лиц, вопросы юстиции, координирование статистики, сравнение бюджетов государственных и негосударственных органов, здравоохранение, малые и средние предприятия, туризм, муниципальное планирование, окружающая среда, энергетика, сотрудничество в административной и юридической сферах).

Во главе *генерального секретариата* стоит коллегия генеральных секретарей; состоящая из генерального секретаря (согласно договору он должен являться гражданином Нидерландов) и двух его заместителей. Политическая роль генерального секретариата значительно выросла. С 1975 г. коллегия генеральных секретарей получила права законодательной инициативы при принятии директив.

Объединенным службам поручается выполнение специальных задач, например в области товарных знаков и дизайна.

Межпарламентский консультативный совет состоит из депутатов парламентов: по 21 из Бельгии и Нидерландов и 7 из Люксембурга. При их назначении учитывается степень влияния политических течений в трех странах. Совет принимает рекомендации для правительств стран-участниц. Совет полномочен решать не только экономические проблемы, но и вопросы политического сотрудничества.

Консультативный совет по экономическим и социальным вопросам состоит из 27 представителей экономических и социальных организаций трех стран (Бельгия — Центральный экономический совет и Национальный совет труда; Люксембург — Экономико-социальный совет; Нидерланды — Социально-экономический совет).

Для решения спорных вопросов, возникающих между государствами-членами в связи с выполнением договора или конвенций, образована *арбитражная коллегия*.

Судебная палата создана для содействия единому толкованию совместно принятых правовых норм. Она наделена тремя видами полномочий: судебными, консультативными и судебными полномочиями по делам государственных чиновников.

Интеграционные процессы в странах Бенилюкса начались еще после первой мировой войны.

Договор о создании Бельгийско-Люксембургского экономического союза (БЛЭС) был подписан 25 июля 1921 г. и вступил в силу 1 мая 1922 г. Он предусматривал ликвидацию таможенных пошлин, количественного контингентирования и других препятствий в торговле между этими странами, а также установление единого таможенного тарифа в отношении третьих стран и свободную циркуляцию услуг между Бельгией и Люксембургом.

В 1930—1932 гг. предпринимались попытки экономического сближения БЛЭС и Нидерландов. В частности, 18 июля 1932 г. Бельгия, Нидерланды и Люксембург подписали Конвенцию, предусматривающую стабилизацию с последующей ликвидацией таможенных пошлин во взаимных торговых оборотах. Однако последствия экономического кризиса и давление ряда стран во главе с Великобританией свели на нет эти усилия и положения Конвенции не были реализованы.

21 октября 1943 г. эмиграционные правительства Бельгии, Нидерландов и Люксембурга, находящиеся в Лондоне, подписали валютное соглашение с целью регулирования взаимных платежей в послевоенный период и укрепления экономических отношений между ними (вступило в силу 24 мая 1946 г.).

5 сентября 1944 г. правительства трех стран подписали в Лондоне Таможенную конвенцию, дополненную и уточненную Протоколом от 14 марта 1947 г., которая вступила в силу с 1 января 1948 г. С этой даты торговля между странами Бенилюкса была освобождена от всех пошлин, а в отношении третьих стран был введен единый, самый низкий в Западной Европе внешний таможенный тариф.

В соответствии с Конвенцией и Протоколом были созданы Административный таможенный совет, Совет Экономического союза, Совет торговых соглашений, а с марта 1947 г. в Брюсселе учрежден генеральный секретариат. Следующим этапом было подписание 15 октября 1949 г. Договора о предварительном экономическом союзе, который предусматривал дальнейшую либерализацию торговли между странами-участницами путем ликвидации количественных и иных ограничений, координацию торговой и валютной политики.

В 1950—1953 гг. интеграционные процессы в странах Бенилюкса замедлились в связи с экономическим кризисом, охватившим эти страны.

24 июля 1953 г. в Гааге три страны подписали Протокол об ускорении процесса координации экономической и социальной политики.

9 декабря 1953 г. они подписали Протокол о проведении единой торговой политики в отношении импорта и экспорта в торговле с третьими странами. Подписание этого Протокола имело большое значение для торговли импортными товарами внутри стран Бенилюкса. Впоследствии положения Протокола о единой торговой политике полностью вошли в текст договора об Экономическом союзе Бенилюкс.

8 июля 1954 г. было подписано Соглашение о свободном движении капитала между тремя странами, а в мае 1955 г. — Соглашение о постепенном урегулировании сельскохозяйственной политики.

5 мая 1955 г. был создан Межпарламентский консультативный совет Бенилюкса.

В июне 1956 г. подписан Протокол о свободном передвижении рабочей силы и единой политике в сфере социального страхования.

С 1956 г. страны Бенилюкса начали совместно заключать торговые договоры с третьими странами.

По мере развития Бенилюкса возникла необходимость сформулировать в едином документе методы и формы сотрудничества и зафиксировать достигнутые результаты. Создание ЕЭС ускорило эту работу. В связи с возникновением новой международной группировки странам Бенилюкса было необходимо определить будущее своего собственного Союза, что и привело их к подписанию Договора об Экономическом союзе 3 февраля 1958 г. По мнению секретариата Бенилюкса, сохранение этого Союза, несмотря на создание ЕЭС, куда вошли все три страны Бенилюкса, вызвано следующими соображениями:

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

В статье 223 Договора о создании ЕЭС оговорено: «Положения настоящего Договора не являются препятствием для существования и завершения региональных союзов между Бельгией и Люксембургом, а также между Бельгией, Люксембургом и Нидерландами в той мере, в какой цели этих региональных союзов не достигнуты за счет применения настоящего Договора».

25 марта 1957 г. Франция, ФРГ, Италия и страны Бенилюкса подписали Договор о создании ЕЭС. В середине июля 1957 г. началась работа над проектом договора об экономическом союзе Бельгии, Нидерландов и Люксембурга. Договор был подписан 3 февраля 1958 г. в Гааге. Одновременно с ним было подписано Соглашение о переходном периоде.

Парламентские дебаты в процессе ратификации Договора выявили серьезные разногласия по вопросу о сельскохозяйственном рынке, что задержало его вступление в силу до 1 ноября 1960 г. В процессе ратификации с 1 июля 1960 г. был ликвидирован контроль за передвижением лиц между странами Бенилюкса. 19 сентября 1960 г. была подписана, а с 1 октября 1963 г. вступила в силу Конвенция, регулирующая права граждан стран Бенилюкса, пребывающих на территории других стран-участниц. Эта

Конвенция предусматривала свободу проживания граждан одной страны на территории другой страны Союза при подтверждении наличия средств существования в этой стране.

Деятельность Экономического союза Бенилюкс была наиболее активна до создания ЕЭС, в которое с 1 января 1958 г. вошли все три страны. Впоследствии многие трудноразрешимые в рамках Бенилюкса проблемы решались на уровне ЕЭС,

Все препятствия к свободному передвижению товаров между тремя странами, включая сельскохозяйственную продукцию, были устранены к 1 июля 1968 г. в рамках ЕЭС. Свободное перемещение товаров, капитала и услуг было достигнуто к 1 января 1974 г. Большим достижением Союза является проведение единой торговой политики в отношении третьих стран.

Страны Бенилюкса участвуют в деятельности Европейских сообществ по возможности единым блоком, где выступают за расширение наднациональных прав Комиссии Европейских сообществ и Европейского парламента, и являются членами ряда других западноевропейских и международных организаций.

§ 2. Европейский Союз (ЕС)

1.

Структура и развитие

Договор о Европейском Союзе был подписан в 1992 г. в Маастрихте (Нидерланды) и вступил в силу 1 ноября 1993 г.*

* В настоящем издании не рассматриваются очень важные стороны функционирования ЕС, например валютная система, социальная политика, внешняя политика, политика в области безопасности и др., поскольку это выходит за рамки курса «Международная торговля».

Местонахождение:

Совет Европейского Союза — Брюссель (Бельгия);

Европейская комиссия — Брюссель (Бельгия);

Европейский парламент — Люксембург (Люксембург).

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

Основными целями Европейского Союза являются:

образование тесного союза народов Европы;

содействие сбалансированному и длительному экономическому прогрессу, особенно посредством:

создания пространства без внутренних границ;

усиления экономического и социального взаимодействия;

образования экономического и валютного союза и в перспективе единой валюты;

утверждение собственной идентичности в международной сфере, особенно путем проведения совместной внешней политики и политики в области безопасности, а в перспективе и совместной оборонной политики;

развитие сотрудничества в сфере юстиции и внутренних дел;

сохранение и приумножение общего достояния.

ЕС имеет следующую структуру:

Европейский совет;

Европейский парламент;

Совет ЕС;

Европейская комиссия;

Европейский суд.

Членами *Европейского совета* являются главы государств и правительств государств-членов и председатель Европейской комиссии, их заместителями — министры иностранных дел и один из членов Комиссии. Европейский совет заседает не менее двух раз в год под председательством представителя государства-члена, председательствующего в данное время в Совете ЕС.

Депутаты *Европейского парламента* (626 депутатов) избираются, как правило, в ходе прямых выборов на пятилетний срок. Они контролируют деятельность Комиссии и Совета, участвуют в законодательном и бюджетном процессах и выдвигают политические инициативы. Постоянные комитеты по различным областям деятельности, а также подкомитеты, временные комитеты и следственные комитеты готовят материалы к пленарным заседаниям Европейского парламента, которые проходят, как правило, один раз в месяц в Страсбурге во Дворце Европы.

Совет ЕС, состоящий из министров государств-членов, обеспечивает участие государств-членов в процессе принятия решений. Состав Совета может изменяться в зависимости от рассматриваемого вопроса. В последнее время обычными стали заседания отраслевых министров. Председательствующий, уполномоченный определять основные принципы совместной политики в различных отраслях, сменяется каждые шесть месяцев. Совет в своей деятельности опирается на Комитет постоянных представителей, который подготавливает материалы к заседанию Совета и координирует предварительную работу рабочих групп, на рабочие группы и генеральный секретариат. Великобритания, Германия, Италия и Франция имеют по 10 голосов, Испания — 8, Бельгия, Греция, Нидерланды и Португалия — по 5, Австрия и Швеция — по 4, Дания, Ирландия и Финляндия — по 3, Люксембург — 2.

Европейская комиссия, состоящая из 20 членов (Великобритания, Германия, Италия и Франция — по 2) и председателя, назначаемых 15 правительствами по общему согласию и с одобрения Европейского парламента, является исполнительным органом. За каждым членом комиссии закреплена определенная сфера деятельности. Решения принимаются большинством голосов. Члены комиссии независимы от указания своих правительств и контролируются Европарламентом.

Комиссия наблюдает за применением норм договоров органами ЕС, представляет Европейскому совету предложения по развитию различных отраслей, претворяет в жизнь политику ЕС на основе решений Совета или путем непосредственной реализации принятых им постановлений.

Европейский суд в Люксембурге состоит из 15 судей. Он следит за соблюдением права по интерпретации и применению норм договоров. Суд разрешает споры между государствами-членами, между органами сообщества и государствами-членами, между сообществом и частными лицами, подготавливает экспертные заключения и отвечает за предварительные решения (по ходатайству национального суда).

Первоначально шесть стран-основательниц (Бельгия, Италия, Люксембург, Нидерланды, Франция и ФРГ) на основе Парижского договора от 18 апреля 1951 г. образовали Европейское объединение угля и стали (ЕОУС), которое начало функционировать с августа 1952 г. Эта организация была учреждена для создания единого рынка четырех продуктов горнорудной промышленности стран-участниц — угля, железной руды, стали и металлолома, а также для коллективного регулирования объемов производства, уровня цен и инвестиционных программ в этих отраслях.

Через шесть лет (25 марта 1957 г.) в Риме эти страны заключили еще два договора: об учреждении Европейского сообщества по атомной энергии (Евратом) и Европейского экономического сообщества (ЕЭС), которые начали функционировать с весны 1958 г. Первая организация имела целью создание еще одного совместного отраслевого рынка — сырья и оборудования для атомной энергетики, а также объединение усилий стран-членов в области ядерных исследований, поощрение инвестиций в эту отрасль и т.п. Вторая же преследовала более глобальные цели: создание единого для всех стран-участниц рынка промышленных и аграрных товаров, осуществление координации и унификации хозяйственной политики и, наконец, преобразование экономического союза в политический, т.е. в некое сверхгосударство федеративного или конфедеративного типа.

Из трех указанных объединений «шестерки» решающая роль принадлежала ЕЭС. Два других как бы были оттеснены на задний план. Это проявлялось и в удельном весе согласований и решений, касавшихся ЕЭС, и в сотрудничестве государств — членов трех Сообществ, и в доле ассигнований, выделяемых на его программы из совместного бюджета, и в той роли, которую ЕЭС играло на мировой арене.

Во второй половине 60-х гг. в институциональной структуре трех сообществ произошли важные изменения. Первоначально каждое из них имело собственные органы (ЕОУС — совет министров, высший исполнительный орган, общую ассамблею (парламент) и суд; ЕЭС и Евратом — советы министров и исполнительные комиссии). Что касается парламентов и судебных инстанций, то на основе Конвенции, подписанной в Риме (март 1957 г.), были учреждены единые для всех трех Сообществ Европейская парламентская ассамблея (переименованная в 1962 г. в Европейский парламент) и Суд Европейских сообществ.

Таким образом, уже с 1957 г. в институциональной структуре трех интеграционных организаций появились совместные органы. К тому же при основании ЕЭС и Евратома был предусмотрен единый

Экономический и социальный комитет — консультативный орган, состоящий из представителей деловых кругов и трудящихся (ЕОУС имеет собственный Консультативный комитет с аналогичными составом и функциями). Однако главные руководящие и исполнительные органы каждого из трех Сообществ в течение десяти лет действовали самостоятельно.

По мере расширения областей координации хозяйственной политики и увеличения нагрузки на советы министров их самостоятельное функционирование становилось все более неудобным, тем более что

заседали в них одни и те же представители. Нерациональным и дорогостоящим было и содержание трех различных исполнительных институтов. В этой связи государства-члены 8 апреля 1965 г. подписали договор об учреждении единых Совета министров Европейских сообществ и Комиссии Европейских сообществ (КЕС). С 1 июля 1967 г. договор вступил в силу и, таким образом, завершилось слияние основных институтов трех Сообществ в единую структуру.

С этого времени они образуют, по существу, единую международную правительственную организацию с одним руководящим органом — Советом министров и одним исполнительным — Комиссией Европейских сообществ. Эта институциональная структура стала еще более монолитной после создания в 1975 г. высшего директивного органа — Европейского совета, в состав которого вошли главы государств и правительств стран-участниц. Не входя официально в систему институтов группировки, Совет, тем не менее, является главной инстанцией, разрабатывающей ее стратегическую линию и разрешающей наиболее трудные проблемы.

Создание Европейского Союза в 1993 г. не ликвидировало трех различных договоров об основании ЕОУС, ЕЭС и Евратома, которые с соответствующими дополнениями, предусмотренными Маастрихтским договором, являются основой ЕС. Членами всех этих организаций являются одни и те же страны, которые имеют единые руководящие органы.

ЕВРОПЕЙСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ УГЛЯ И СТАЛИ (ЕОУС)

Договор о создании Европейского объединения угля и стали (European Coal and Steel Community (ECSC)) был подписан 18 апреля 1951 г. и вступил в силу 25 июля 1952 г.

Основной целью образования ЕОУС является содействие экономическому развитию, повышению занятости и уровня жизни населения стран-участниц посредством создания общего рынка сырья и продукции угольной, железорудной и металлургической промышленности. Для достижения этой цели решаются следующие задачи:

- обеспечение регулярных поставок необходимого количества угля и стали, а также железной руды, металлолома и кокса;

- предоставление всем потребителям одинаковых условий доступа к источникам производства угля и стали;

- установление наименьшей цены на уголь и сталь при поддержании доходов от капиталовложений на нормальном уровне;

- создание условий, стимулирующих расширение и совершенствование производства при рациональном использовании сырья;

- поддержка развития международного обмена и т.п.

Решение вышеуказанных и иных задач, вытекающих из целей ЕОУС, предполагает:

- ликвидацию таможенных пошлин и количественных ограничений в торговле сырьем и продукцией указанных отраслей между странами-участницами;

- устранение препятствий в свободном передвижении рабочей силы, занятой в этих отраслях;

- установление в рамках ЕОУС единых транспортных тарифов на сырье и продукцию данных отраслей;

- обеспечение свободной конкуренции.

При создании ЕОУС не предполагалось, установления единого таможенного тарифа в отношении третьих стран.

История создания ЕОУС тесно связана с образованием НАТО в 1949 г. и распространением в то же время федералистских тенденций в Европе. США и Великобритания рассчитывали, что основную роль в НАТО на территории Европы будет играть ФРГ, и стремились к ликвидации в этой стране ограничений на производство стали, установленных после второй мировой войны. Это могло поставить Францию перед угрозой экономической экспансии ФРГ и лишит ее постоянных поставок западнонемецкого угля. Поэтому Франция в 1949 г. была категорически против вступления ФРГ в НАТО. Однако, понимая, что рано или поздно ФРГ войдет в военно-политическую систему Запада и, соответственно, возродится ее металлургическая промышленность, Франция неоднократно выступала с проектами, которые в данных условиях могли бы защитить ее экономические интересы. 9 мая 1950 г. французский министр иностранных дел Р. Шуман предложил проект создания ЕОУС, опирающийся на проекты формирования наднациональных группировок для определенных отраслей западноевропейских стран, которые в то время разрабатывались в различных европейских кругах.

Реализация «плана Шумана» должна была обеспечить равноправие ФРГ с другими участниками этого соглашения в области производства угля и стали при одновременном установлении над этими отраслями

в ФРГ контроля, осуществляемого органом, независимым от инструкций отдельных стран, в том числе и ФРГ.

План был поддержан официальными кругами ФРГ, Италии и США. Страны Бенилюкса отнеслись к нему несколько прохладно, а Великобритания решила не вступать в новую организацию, хотя идею поддержала.

Основные аргументы сторонников «плана Шумана» сводились к тому, что создание ЕОУС:

а) станет первым шагом к западноевропейской интеграции, которая охватит также и ФРГ, и одновременно позволит ликвидировать угрозу западнонемецкой экспансии;

б) позволит странам-участницам решать региональные экономические проблемы и повысит их независимость и конкурентоспособность в мировой экономике и политике;

в) будет важным шагом к формированию в Западной Европе силы, способной самостоятельно противостоять СССР.

Договор был подписан 18 апреля 1951 г., а 25 июля 1952 г. вступил в силу. Особенностью создания ЕОУС явилось то, что оно имело органы, отсутствовавшие в то время в других международных организациях, а его главный орган состоял не из представителей стран, а из международных функционеров и имел наднациональные компетенции, т. е. суверенность стран-участниц в значительной степени ограничивалась.

Деятельность ЕОУС привела к образованию общего рынка (10 февраля 1953 г. — угля и железной руды; 15 марта 1953 г. — железного лома; 1 мая 1953 г. — чугуна и стали; 1 августа 1954 г. — специальных сталей). В течение первых 20 лет существования ЕОУС рост производства стали был значительно выше, а падение производства угля и цен на него — значительно ниже, чем в остальных высокоразвитых странах Западной Европы. В 70-е и 80-е гг. развитие данных отраслей в рамках ЕОУС не отличалось от общемирового развития.

ЕОУС активно оказывает предприятиям финансовую помощь как в форме кредитов, так и безвозмездно; проводит экономические исследования; разрабатывает перспективные прогнозы развития производства, потребления, импорта и экспорта угля и стали; поддерживает научно-исследовательские работы в сфере производства и потребления угля и стали; организует консультации и др.

ЕВРОПЕЙСКОЕ СООБЩЕСТВО ПО АТОМНОЙ ЭНЕРГИИ (ЕВРАТОМ)

Договор о создании Европейского сообщества по атомной энергии (European Atomic Energy Community, Euratom) был подписан 25 марта 1957 г. в Риме (одновременно с Договором о создании ЕЭС) и вступил в силу 1 января 1958 г.

Положения Договора касаются европейских территорий стран-участниц и заморских территорий, находящихся под их юрисдикцией, а также европейских территорий, которые в международных отношениях представлены какой-либо страной-участницей.

Основной целью образования Евратома явилось создание необходимых условий для развития атомной промышленности посредством:

проведения исследований и распространения научно-технических достижений;

установления единых норм безопасности для санитарной охраны населения и работников, а также наблюдения за выполнением этих норм;

поощрения капиталовложений и создания совместных предприятий, необходимых для развития атомной энергетики в рамках Евратома;

контроля за справедливым снабжением всех потребителей Евратома материалами и ядерным топливом, а также за использованием атомного сырья только в определенных целях;

предоставления широких рынков сбыта и доступа к лучшим техническим средствам путем создания общего рынка сырья и оборудования, свободного перемещения капитала и специалистов в рамках Евратома;

развития контактов с другими странами и международными организациями, способными содействовать прогрессу в мирном использовании атомной энергии.

В первой половине 50-х гг. Западную Европу охватил энергетический кризис. Он был вызван не столько исчерпанием энергоресурсов, сколько технологическими изменениями в промышленности и транспорте. По расчетам экспертов, в 1955 г. спрос на энергоносители с учетом тенденции к его росту можно было бы удовлетворять в течение 340 лет за счет каменного угля из европейских источников, но в результате технологических изменений возрос спрос на нефтепродукты и газ, который не мог быть удовлетворен в полной мере. К тому же основная часть газа и нефтепродуктов западноевропейскими

странами импортировалась, что в будущем не могло не сказаться на их платежных балансах. В этих условиях начались поиски новых источников энергии.

Многие западноевропейские страны заинтересовались атомной энергией. Стремясь играть роль так называемой третьей силы в мире наряду с США и СССР. Однако большинство этих стран понимали, что исследования в области атомной энергии и ее использование превышают их возможности. По инициативе стран Бенилюкса в июне 1955 г. прошла конференция министров иностранных дел стран-участниц ЕОУС, на которой было достигнуто согласие о создании (наряду с Экономическим сообществом) организации по мирному использованию атомной энергии.

Общий рынок ядерных материалов был официально открыт 1 января 1959 г., но на ряд товаров были установлены количественные ограничения и различного рода сборы до конца 60-х гг.

В результате выполнения первой пятилетней программы исследований и подготовки кадров (1958—1962 гг.) были созданы исследовательские центры в Италии, Бельгии и Германии. Вторая пятилетняя программа исследований действовала в период с 1963 по 1967 г. Вследствие противоречий между странами-участницами, касающихся направлений и темпов исследований в период с 1967 по 1972 г., Евратом оказался не в состоянии выработать новую программу. Только в 1973 г. была принята программа на 1973-1976 гг. В результате энергетического кризиса, начавшегося в 1973 г., роль Евратома в процессе западноевропейской интеграции возросла. Возникла острая необходимость в расширении и интенсификации научных исследований, что в свою очередь привело к модификации действующей уже программы к увеличению финансовых средств на ее реализацию.

Главным органом Евратома является Совет министров, который утверждает программу исследований Евратома; издает инструкции; касающиеся техники безопасности, санитарной охраны, сохранения 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; может вносить изменения в договор.

ЕВРОПЕЙСКОЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СООБЩЕСТВО(ЕЭС)

Договор о создании Европейского экономического сообщества был подписан в Риме 25 марта 1957 г. и вступил в силу 1, января 1958 г.

Основными целями ЕЭС являются гармоничное развитие Сообщества и повышение жизненного уровня посредством:

ликвидации в торговле между странами-участницами таможенных пошлин и количественных ограничений;

установления единого таможенного тарифа и проведения единой торговой политики по отношению к третьим странам;

устранения препятствий между странами-участницами в свободном перемещении лиц, услуг и капитала;

проведения единой политики в области сельского хозяйства и транспорта;

обеспечения свободной конкуренции в общем рынке;

координации политики стран-участниц в области экономики и обеспечения равновесия платежных балансов;

проведения социальной политики и др.

2.

Внешнеторговое регулирование

С 50-х гг. в рамках ОЭСР начался процесс отмены количественных ограничений в торговле европейских стран. Римский договор о создании Общего рынка со своей стороны предусматривал прогрессивную, медленную либерализацию импорта с оговоркой *stand still* (т.е. запрещение любого возврата назад). В начале 1961 г. все контингентирование было упразднено государствами — основателями Общего рынка.

Таможенные пошлины в торговле внутри «шестерки» стран ЕЭС были устранены с 1 июля 1968 г. Одновременно был введен Единый таможенный тариф в торговле с третьими странами. Шесть стран, инициаторов Общего рынка, и три государства, присоединившиеся к ним в 1973 г., упразднили таможенные пошлины с 1 июля 1977 г. Переходный период для Греции закончился в 1985 г. Для Испании и Португалии был установлен переходный период в 7 лет, который завершился в 1993 г., исключение составляют лишь некоторые продовольственные товары, для которых он был продлен до 10

лет. В течение этого периода таможенные пошлины постепенно сокращались, для Испании немного быстрее, чем для Португалии (от 10 до 15% в год).

С 1 января 1993 г. был полностью отменен таможенный контроль во взаимной торговле стран ЕС. Импортируемый товар, оформляемый таможей любой из стран ЕС, выпускается для обращения на всей таможенной территории Союза. Все требования к таможенному оформлению едины во всех странах ЕС.

Римским договором предусмотрены защитные оговорки, которые позволяют временно отступить от принципа свободной торговли внутри Общего рынка. Некоторые из них имеют всеобщий характер. В случае возникновения или серьезной угрозы возникновения затруднений с платежным балансом страны либо в случае внезапного кризиса подобные меры могут быть срочно приняты согласно статьям 108 и 109 Договора.

Допустимо также принимать специфические меры, распространяемые на товары, в основном сельскохозяйственные, или на некоторые сектора экономики, чтобы избежать отклонений торговых потоков, но при условии, что Комиссия на них согласится.

Римским договором предусмотрен *Единый таможенный тариф*. Изначально он был рассчитан как среднеарифметическое сборов, взимаемых на таможенных территориях стран — основательниц ЕЭС на 1 января 1961 г. Вследствие его установления у государств-членов возникли проблемы, поскольку значительно сократились таможенные пошлины во Франции и Италии и повысились пошлины, установленные Германией и Бенилюксом для стран — членов ЕЭС. В целом также снизился уровень производства в ЕЭС. Для применения Единого таможенного тарифа была проведена гармонизация таможенных правил (определение таможенной стоимости, страны происхождения товаров, унификация товарной номенклатуры и процедур таможенной очистки и др.).

Единый таможенный тариф ЕС * ежегодно издается Комиссией Европейского Союза в двух вариантах:

* Дюмулен И., Пресняков В., Соколов В. Внешнеторговый режим ведущих зарубежных стран/Внешняя торговля. 1996. № 4, 6.

официальное издание (Common Customs Tariff);

интегрированное издание (Integrated Tariff of the European Communities, TARIC), содержащее более полную информацию.

С 1 января 1988 г. Единый таможенный тариф основывается на восьмизначной номенклатуре, сформулированной согласно ГС. В интегрированном тарифе номенклатура расширена до 13 знаков. Девятая цифра, обозначенная звездочкой, зарезервирована для статистических целей отдельных стран — членов ЕС. Цифры с 10 по 13 детализируют тарифные позиции, что дает возможность регулировать импорт отдельных категорий товаров.

Официальное издание тарифа имеет две колонки. Первая колонка содержит автономные (законодательно установленные) ставки пошлин, которые являются максимальными и применяются редко. Пошлины на большинство товаров составляют от 4 до 25% за некоторыми исключениями. Например, импортные таможенные пошлины на сахар составляют 80%, на табачные изделия — 180% и др.; масличные семена, корм для скота, минеральные продукты (кроме топлива), дерево, резина и др. импортируются беспошлинно.

Во второй колонке указаны конвенциональные пошлины, применяемые к товарам, происходящим из стран, которым на основе ГАТТ или двусторонних соглашений предоставляется режим наиболее благоприятствуемой нации (РНБ). Для продуктов питания и сельскохозяйственной продукции эти пошлины на 10—30% ниже автономных, и их среднеарифметический уровень составляет 12,4%. Для остальных товаров пошлины РНБ составляют от 25 до 70% от автономных, а их средний уровень — 6,4%.

Интегрированный тариф включает 11 колонок. В нем приводятся сведения не только о таможенных пошлинах, но и о других регуляторах внешней торговли. В седьмой колонке этого тарифа собраны фактически применяемые ставки пошлин: если установлены ставки РНБ, то применяются они, если же на данный товар конвенциональная пошлина не установлена, то взимается автономная пошлина. Ставки РНБ отсутствуют на такие «чувствительные» к конкуренции товары, как мясо птицы, молочные продукты, зерновые, сахар, вино и крахмал. Кроме того, в данной колонке отмечены те товары, которые облагаются импортными сборами одновременно с таможенными пошлинами или вместо них. Наконец, данная колонка содержит ставки пошлин, устанавливаемые на товары, которые ввозятся в пределах тарифных квот. Пониженные пошлины в рамках таких квот применяются к крупному рогатому скоту, говядине, некоторым видам рыбы, плодам цитрусовых, некоторым фруктам, фруктовой мякоти и сокам, кофе, какао-бобам, срезанным цветам и цветочным бутонам, газетной бумаге в рулонах, текстилю,

некоторым ремесленным изделиям из железа и стали, а также из цветных металлов. Здесь же указаны временно пониженные пошлины на ряд товаров из некоторых стран.

ЕС имеет шесть схем предоставления преференций.

1. Общая система преференций (ОСП), предоставляемых развивающимся странам. Ставки пошлин ОСП приводятся в восьмой колонке Интегрированного тарифа. Происхождение товаров, попадающих под данную схему, должно соответствовать правилам, определенным соглашением об ОСП, и подтверждаться сертификатом происхождения по форме «А». Необходимо также соблюдать требования прямой отгрузки товара из страны-экспортера в ЕС. Таможенными пошлинами не облагаются все произведенные в развивающихся странах промышленные изделия и полуфабрикаты, за исключением некоторых «чувствительных» к конкуренции товаров, выведенных за пределы схемы ОСП (черные металлы, текстиль). Их ввоз ограничивается определенными квотами или может быть предметом ограничений в соответствии с защитной оговоркой (т. е. для защиты национальной экономики). Для 47 наименее развитых стран, а также для некоторых стран Латинской Америки некоторые количественные ограничения не применяются и преференции действуют в расширенном объеме.

В рамках ОСП пошлины на ввоз из развивающихся стран ряда аграрных продуктов и продуктов питания (около 700 тарифных позиций) понижены от 20 до 60%. Импорт сельскохозяйственных товаров (около 1400 позиций) из наименее развитых стран осуществляется беспошлинно. Из схемы ОСП полностью или частично исключены живые животные, мясо, домашняя птица, рыба, молочные продукты, овощи, крупы, масличные семена, сахар, вино, корм для животных.

Консервированные ананасы, кофе, чай, а также необработанный табак (кроме китайского) ввозятся по преференциальным ставкам в пределах тарифных квот.

Схема ОСП ЕС распространена на Россию с 1 января 1993 г.

2. 69 стран АКТ (Африки, Карибского бассейна и Тихого океана) пользуются расширенными льготами по сравнению с ОСП, предоставляемыми в рамках Ломейской конвенции. Из этих стран беспошлинно ввозятся любые товары, кроме некоторых минеральных и аграрных продуктов (риса, кукурузы, говядины, свежих апельсинов). Особый режим существует также для рома, сахара и бананов.

3. Страны Северной Африки и Ближнего Востока (Алжир, Марокко, Тунис, Египет, Иордания, Ливан, Сирия) также пользуются расширенными льготами по сравнению с ОСП: обеспечивается свободный ввоз в страны ЕС промышленной продукции, а с 1995 г. — также традиционных сельскохозяйственных продуктов.

4. Соглашение о свободной торговле с ЕАСТ: беспошлинно ввозятся любые промышленные изделия и полуфабрикаты, происходящие из этих стран (за исключением некоторых изделий из черных металлов из Исландии), а также преференции предоставляются для некоторых видов сельскохозяйственных продуктов и продуктов питания. Ставки пошлин для ЕАСТ содержатся в девятой колонке интегрированного тарифа.

5. Соглашения об ассоциации с Турцией, Мальтой, Кипром (беспошлинный ввоз промышленной продукции), а также с Польшей, Чехией, Словакией, Венгрией, Болгарией, Румынией, Латвией, Литвой, Эстонией (в течение 10 лет должна быть создана зона свободной торговли, а до тех пор ряд товаров ввозится беспошлинно в пределах тарифных квот).

6. Соглашение о свободной торговле промышленной продукцией с Израилем.

При регулировании импорта применяются также *паратарифные меры*, например в рамках всего ЕС устанавливается дополнительная пошлина на муку, некоторые виды сахара и товары, содержащие сахар.

Кроме того, в отдельных странах ЕС применяются некоторые дополнительные импортные сборы:

в Великобритании с импортного автомобиля взимается налог в размере 10% его оптовой цены;

в Дании взимается сбор на охрану окружающей среды (со стоимости одноразовой посуды; химикатов, используемых для изготовления торговой упаковки для жидкостей; с озоноразрушающих веществ). Облагаются налогом также товары, выделяющие углекислый газ. При импорте автомобилей и прогулочных судов уплачивается регистрационный сбор и др.;

во Франции с ряда ввозимых товаров взимаются парадаттарифные налоги по ставкам от таможенной пошлины (на кожу, шкуры, кожаные изделия, текстиль, бумажную массу, некоторые виды бумаги и картона, чернослив), а также специальный налог на овощи и жир морских животных, импортную лесную продукцию, зерновые и изделия из них;

в Греции при ввозе товаров из стран, не входящих в ЕС, взимается налог на переводы иностранной валюты от 250 до 5000 драхм, с любой импортной сделки стоимостью свыше 200 тыс. драхм взимается импортный сбор по ставке 1%, но не свыше 5000 драхм;

в Австрии за весь импорт взимается сбор на развитие торговли по ставке 0,3% от стоимости СИФ, а также статистический сбор 1,2 шиллинга на 1000 кг веса брутто; в целях охраны окружающей среды

введен специальный налог на нефть, исчисляемый на основе средней стоимости импорта нефти за последний квартал;

в Швеции с целью защиты растений облагаются налогом луковицы, живые растения, некоторые корнеплоды, срезанные цветы и др. Взимается также налог на контейнеры, содержащие напитки. Импорт рекламных материалов облагается налогом на рекламу и информацию по ставке 11%.

Важнейшим из внутренних налогов, которым облагаются импортируемые в страны ЕС товары, является *налог на добавленную стоимость* (НДС). Фактический разброс базовых ставок НДС по разным странам достаточно велик: от 12% в Люксембурге и Испании до 25% в Дании и Швеции. Пониженные ставки НДС, которые должны быть не ниже 5%, могут устанавливаться на продукты питания, напитки (кроме алкогольных), применяемые в сельском хозяйстве товары и услуги (кроме машин и оборудования), лекарства, книги, газеты, социальное жилищное строительство, услуги в пограничном деле.

Во всех странах ЕС применяются также *акцизы*. Система их взимания в различных странах весьма разнообразна. Тем не менее с 1 января 1993 г. введены минимальные ставки акциза на некоторые товары (сигареты, дистиллированный спирт, бензин, дизельное масло, топливный мазут, сжиженный газ).

В рамках ЕС проводится Единая аграрная политика (ЕАП), направленная на планомерное регулирование европейского рынка сельскохозяйственной продукции в целях сохранения социального равновесия. ЕС признает необходимым применение *мер контроля над ценами* для поддержания на определенном уровне цен на продукцию, производимую европейскими фермерами. Для того чтобы обеспечить повышение цен на импортную продукцию до требуемого уровня, применяются «скользящие» сборы. Живые животные, мясо, молочные продукты, зерновые, некоторые овощи и фрукты и продукты из них, масличные семена облагаются *импортными сборами*. Товары, к которым применяются эти сборы, в таможенном тарифе ЕС помечены значком AGR. В зависимости от продукта сбор взимается вместо пошлины или вместе с ней.

В дополнение к импортному сбору с некоторых товаров, отмеченных в интегрированном тарифе, взимается *сельскохозяйственный сбор*. Им облагаются некоторые живые животные, мясо, молочные продукты, свиной и птичий жир. Сельскохозяйственный сбор взимается по специфическим ставкам, которые устанавливаются регламентами КЕС.

Еще одним видом дополнительных платежей в связи с импортом аграрной продукции является *компенсационный сбор*, который применяется к свежим овощам и фруктам, а также некоторым рыбопродуктам. На данные виды продукции в начале каждого хозяйственного года устанавливаются справочные цены на основе цен производителей ЕС. Импортная цена, исчисляемая как цена продажи импортных товаров на рынке ЕС за вычетом таможенных сборов, не должна снижаться ниже справочной. Если импортная цена на товар, ввозимый из определенной страны, держится на более низком уровне в течение двух дней подряд, то вводится компенсационный сбор, равный разнице между справочной и фактической ценами. Справочные цены на виноградный сок и вино приведены в приложении к Интегрированному тарифу. Остальные справочные цены устанавливаются текущими регламентами ЕЭС.

Размеры компенсационных сборов изменяются в зависимости от мировых и единых цен ЕС на сельскохозяйственные товары (при снижении мировых цен размер сбора увеличивается, при увеличении — снижается).

Налогообложение некоторых товаров, производимых из сельскохозяйственной продукции, включает переменный компонент. К этим товарам относятся йогурт, кефир с фруктами, маргарин с молочным жиром, кондитерские изделия с сахаром, шоколад, изделия из круп, картофеля и сладкой кукурузы, заменители чая и кофе с добавлением сахара и молочного жира, супы и бульоны, мороженое, концентраты протеина, крахмала и некоторые другие продукты, помеченные в таможенном тарифе значком MOB.

Регламент КЕС от 27 января 1993 г. (147-93) определил величину переменных компонентов, применяемых к пшенице, ржи, кукурузе, ячменю, рису, порошку снятого молока, цельномолочному порошку, маслу, белому сахару и патоке.

Контроль над ценами осуществляется также с помощью *антидемпинговых мер*. Антидемпинговое расследование может возбуждаться по жалобе производителей или их организаций в КЕС. Под нормальной стоимостью товара понимается сравнимая цена, уплаченная за аналогичный товар в ходе обычных торговых операций на внутреннем рынке страны-производителя или страны-экспортера, либо сравнимая цена, уплаченная за товар, экспортированный в любую третью страну. Экспорт товара в ЕС по более дешевой цене рассматривается как демпинг, который может нанести ущерб европейской промышленности. Приняв решение о возбуждении дела, Комиссия назначает расследование. Расследование должно доказать, с одной стороны, факт поставки товара из-за границы по заниженной

цене, т.е. наличие демпинга, а с другой — факт нанесения ущерба национальной промышленности в результате поставки товара по экспортной цене ниже той, которая сложилась на внутреннем рынке страны-экспортера или на рынке третьей страны. Под ущербом понимается вызванное импортом сокращение значительной части национального производства или реальная угроза его сокращения. При этом в течение расследования на срок до 4 месяцев могут быть введены временные антидемпинговые пошлины. Для того чтобы продолжать ввозить соответствующие товары, импортер должен внести на таможне залог на сумму временной пошлины или представить гарантии ее уплаты.

Если во время расследования экспортер пересматривает свои цены или прекращает экспорт по демпинговым ценам, расследование может быть прекращено. Если же этого не происходит, а расследование подтверждает наличие как демпинга, так и ущерба, то вводятся постоянные антидемпинговые пошлины на срок до 5 лет. Антидемпинговые пошлины устанавливаются либо в процентах к таможенной стоимости товара, либо в абсолютном выражении как разность между нормальной стоимостью и экспортной ценой (франко-граница ЕС). Величина пошлины не может превышать величину демпинга. Она взыскивается сверх таможенной пошлины. Добровольно принятые в ходе расследования обязательства экспортера также действительны в течение 5 лет.

Антидемпинговые меры — сильный экономический инструмент, применяемый импортирующей страной против нежелательного с ее точки зрения импорта. Для импортера это фактически закрывает доступ на внутренний рынок данной страны. Данная специфика связана с особенностью начисления и взимания антидемпинговой пошлины. Иногда общая сумма пошлины может исчисляться миллионами долларов, поэтому сам факт начала антидемпингового расследования далеко не всегда подтверждает обоснованность жалобы истца. Таким образом, угроза начать антидемпинговое расследование сама по себе становится антидемпинговой мерой, фактически ограничивающей импорт задолго до возможного установления дополнительной пошлины.

Антидемпинговые расследования проводятся странами ЕС в целях сдерживания импорта из третьих стран. Антидемпинговое законодательство также предусматривает возможность введения антидемпинговых пошлин на территории всех стран ЕС независимо от того, в какую страну ввезен товар. В последнее время расширилась практика проведения антидемпинговых расследований и применения антидемпинговых санкций против иностранных поставщиков товаров, в том числе из России. Если в 70-х гг. антидемпинговая политика была главным образом направлена на поддержание металлургической промышленности, то в 80—90-х гг. она применяется в основном для защиты европейской промышленности в области развития высоких технологий (в частности, полупроводников, видеомagneтофонов, телевидения).

Компенсационные пошлины вводятся, если установлено, что производство и/или экспорт товаров, ввозимых в ЕС, субсидируется и это субсидирование наносит ущерб европейской промышленности. Порядок их введения в целом сходен с антидемпинговой процедурой.

Количественные ограничения (квоты) устанавливаются на импорт в страны ЕС из отдельных стран стальной продукции, сырого табака, текстиля, химикатов, обуви, изделий из стекла и др., в частности стальных изделий из России и других стран СНГ. Импорт хлорфторуглеродов (фреонов) и других товаров, упомянутых в Монреальском протоколе 1987 г. о веществах, разрушающих озоновый слой, допускается только из стран, подписавших данный протокол.

Импортные запреты устанавливаются на ряд товаров с целью охраны здоровья людей (наркотики), защиты растительного и животного мира, природы (ядохимикаты). В группе импортных запретов появляются новые, ранее не практиковавшиеся, например запрет на импорт 13 видов пушнины (по причине отлова зверей с применением жестоких методов: капканы и другие «негуманные» приспособления). Предполагается, что от введения такого запрета сильно пострадают канадские и американские экспортеры, однако это может отразиться также на продаже пушнины из России.

Запрещен любой импорт фреонов из стран, не подписавших Монреальский протокол. Не допускаются реализация и использование любых ядохимикатов, за исключением специально разрешенных странами ЕС.

Запрещается импорт в страны ЕС слоновой кости, а с 1 января 1995 г. — шкур бобра, выдры, койота, волка, горноста, рыси, соболя, енота, барсука, куницы и полученных из них продуктов.

По санитарным соображениям вводятся временные запреты на ввоз животных и растительных продуктов из стран, где зарегистрированы определенные заболевания.

Добровольные ограничения экспорта. Ряд стран берет на себя обязательства по ограничению поставок в страны ЕС определенных видов продукции (например, автомобилей, станков, грузоподъемников, шарикоподшипников, телевизоров, кинескопов, видеомagneтофонов, микроволновых печей из Японии,

сыра из Австралии, Новой Зеландии, Канады). В рамках многостороннего Соглашения по текстилю ЕС поддерживает режим экспортных ограничений в торговле с Аргентиной, Бразилией, Китаем, Чехией, Словакией, Гонконгом, Венгрией, Индией, Индонезией, Республикой Кореей, Макао, Малайзией, Пакистаном, Перу, Филиппинами, Польшей, Румынией, Шри-Ланкой, Сингапуром и Таиландом.

Классификация ЕС содержит 161 категорию текстиля и одежды, из которых 123 являются объектами торговой политики ЕС в области текстиля и подлежат регулированию. В соглашениях с различными странами ограничивается ввоз от 1 до 10 категорий продукции.

С Россией ЕС заключил отдельное Соглашение о торговле текстильными товарами (парафировано 12 июня 1993 г., действовало до 31 декабря 1997 г.), которое предусматривало установление квот на ввоз в ЕС российских тканей, одежды, одеял, пледов, постельного и кухонного белья, прочих готовых изделий.

Автоматическое лицензирование. Наблюдение за импортом, который может нанести ущерб производителям ЕС, осуществляется как на уровне Союза, так и на национальном уровне. 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 (установление импортных квот и др.). Именно на основании данной процедуры в августе 1993 г. были введены количественные ограничения на импорт алюминия из России. В феврале 1994 г. российское правительство приняло на себя обязательства по добровольному ограничению экспорта данного металла.

На уровне ЕС осуществляется наблюдение (мониторинг) за импортом: отдельных видов текстиля и обуви из всех стран; видов текстиля из Египта, Мальты, Марокко, Туниса и Турции; некоторых видов обуви из Республики Кореи и Тайваня; станков, компьютеров, автопогрузчиков, электромеханических инструментов, легковых автомобилей, грузовиков и мотоциклов из Японии; видеомагнитофонов и телевизоров из Японии и Республики Кореи; некоторых текстильных изделий из Бангладеш, Албании, Эстонии, Латвии и Литвы; кислых вишен из Боснии и Герцеговины, Хорватии, Словении, Македонии и Черногории; некоторых видов обуви из Китая, Республики Кореи и Тайваня. Подлежит мониторингу импорт алюминия из стран бывшего СССР. Установлено статистическое наблюдение за импортом некоторых сельскохозяйственных продуктов из средиземноморских стран. Осуществляется также наблюдение за большей частью импорта из стран с государственной системой торговли (если Россию ЕС исключил из списков таких стран по соглашениям 1994 г. и 1995 г., то Украина и некоторые другие страны СНГ по-прежнему остаются в списке этих государств), а также за импортом наркотиков и психотропных средств.

На национальном уровне автоматическое лицензирование применяется в странах Бенилюкса и Италии по отношению ко всем товарам из Японии и Гонконга, являющимся объектами национальных количественных ограничений и наблюдения за импортом.

Для ввоза ряда товаров, являющихся предметом ЕАП (зерновых, свинины, говядины и телятины, баранины и козлятины, вина, молочных продуктов, сахара, семян), требуется импортный сертификат. Лицензирование импорта обеспечивает поддержание объема импорта ряда товаров на определенном уровне; способствует охране диких животных и растений.

Лицензия необходима для ввоза следующих товаров: живого скота, мяса и мясопродуктов, молока, сливок, простокваши, сыра, гороха, бобов, сливок, грибов, 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 и патоки, сахарных сиропов, апельсинового сока, вина, отходов пищевой промышленности, готовых кормов для животных. Товары, требующие лицензирования, отмечены в Интегрированном тарифе.

Предварительные разрешения требуются также для импорта товаров, торговля которыми регулируется Конвенцией по Международной торговле редкими и исчезающими видами дикой фауны и флоры. Эти товары помечены в пятой колонке Интегрированного тарифа значком CITES. К ним относятся: некоторые виды живых животных и растений, мясо, рыба, китовый ус, жиры и масла морских животных, кожа и кожаные изделия, меха, музыкальные инструменты, огнестрельное оружие и пр.

Лицензии выдаются на национальном уровне, но имеют силу для всех стран ЕС.

В отдельных странах действует система предварительного разрешения на национальном уровне. В Бельгии лицензируется свежее мясо, в Дании — детекторы дыма, во Франции — масла, масличные семена, сахарин, сыворотки и вакцины, измерительные инструменты, токсичные отходы, в Греции — электробытовые приборы и ионизирующее радиационное оборудование, в Ирландии — растительные продукты, в Испании — звукозаписывающая аппаратура и аудиовизуальные материалы.

В некоторых странах ЕС установлена *государственная монополия* на импорт отдельных товаров, например на импорт спичек во Франции (из-за пределов ЕС) и Греции (из-за пределов ОЭСР).

Технические барьеры. Особое место среди административных инструментов регулирования внешней торговли занимают различные технически и другие специальные ограничения: международные, региональные и национальные стандарты, система сертификации и инспекции качества продукции, требования к ней с точки зрения безопасности и экологии, санитарно-гигиенические и ветеринарные нормы, а также требования к упаковке и маркировке. Технические барьеры порой носят протекционистский характер и считаются эффективным средством ограничения импорта в интересах национальных производителей аналогичной продукции.

В странах ЕС большое внимание уделяется безопасности потребительских товаров, причем между странами налажена система соответствующей взаимной информации.

При ввозе в страны ЕС мяса и рыбы требуются ветеринарный сертификат и сертификат системы здравоохранения, которые выдает признанная ЕС официальная ветеринарная инстанция страны-экспортера. Мясопродукты должны иметь официальную «отметку о здоровье» (Health Mark). При их импорте, а также импорте свежих овощей и фруктов при таможенном контроле проводится также проверка их соответствия стандартам качества ЕС. Пищевые продукты, ввозимые для переработки в ЕС, должны иметь сертификат переработки, выданный управлением по контролю импорта.

В соответствии с санитарными правилами установлены допустимые пищевые добавки и их максимальный уровень, а также максимально допустимое количество остатков пестицидов в пищевых продуктах. Строгие правила безопасности действуют в отношении мыла, косметики, туалетных принадлежностей, моющих средств, лекарств, пластиковой упаковки для продуктов, удобрений, пестицидов и т.п.

На основе директивы 737/90, опубликованной 29 марта 1990 г., установлен допустимый уровень радиации и составлен список непригодных для потребления товаров в связи с чернобыльской катастрофой.

При импорте растений, выкопанных с корнем, фруктов, овощей, срезанных цветов, необходим фитосанитарный сертификат. Свежие фрукты и овощи, подвергшиеся радиоактивному облучению для увеличения срока хранения, должны быть соответствующим образом отмечены. Ввоз любой облученной продукции в Германию запрещен. Англия, Франция, Бельгия, Нидерланды имеют собственные списки разрешенных к облучению продуктов.

Автотранспортные средства контролируются с точки зрения минимального загрязнения окружающей среды. Установлены нормы выделения окиси углерода, оксидов азота, углеводородов, летучих органических соединений и частиц, а также допустимый уровень шума и др.

Проверке безопасности подлежат также многие другие товары (станки, детская одежда, игрушки, электробытовые приборы, горючие жидкости и др.).

В своей политике *экспортного регулирования* ЕС придерживается принципа свободного осуществления экспорта в третьи страны. Экономический контроль и ограничения экспорта распространяются в ЕС на сравнительно небольшую группу товаров.

Экспортные ограничения в странах — членах ЕС применяются для безопасности стран-членов, сохранения их национального богатства, защиты промышленной собственности, охраны жизни и здоровья населения, внешней среды, а также для обеспечения выполнения обязательств по их международным и двусторонним соглашениям, при необходимости для удовлетворения собственных потребностей в некоторых видах сырья и материалов, которые могут оказаться для них дефицитными.

Количественные ограничения экспорта применяются в странах ЕС лишь в отношении небольшого числа продуктов, которые считаются дефицитными, в целях удовлетворения собственных потребностей стран-членов в этих продуктах. В настоящее время на уровне ЕС количественные ограничения экспорта сохранены лишь в отношении нефти и продуктов ее перегонки. Кроме того, регламентом 1982 г. предоставлено право сохранять ограничения экспорта в индивидуальном порядке по некоторым товарам. К этим товарам относятся: драгоценные металлы (Франция, Италия, Дания), часовые механизмы и карманные часы (Франция), принадлежности для музыкальных инструментов (Италия), кожа (Греция, Франция, Италия, Ирландия), пушнина (Италия), лесоматериалы (Италия, Ирландия).

Запреты экспорта странами ЕС применяются прежде всего по политическим соображениям. К ним относятся запреты на основе решений ООН (например, отказ от торговли с Сербией и Черногорией). Прямой запрет поставок опасных отходов, включая радиоактивные, из ЕС действует в отношении стран, которые запрещают импорт этих материалов.

Добровольные ограничения экспорта применяются странами ЕС при поставках в другие страны продукции текстильной, швейной и обувной промышленности, черной металлургии, металлообрабатывающих станков, автомобилей, бытовой электроники, посуды и др. Например, по соглашению с США поставки из ЕС на американский рынок ограничиваются 7% потребления стали в США.

Экспортный контроль и лицензирование применяются в ЕС в основном в связи с обязательствами, принятыми по международным соглашениям. Процедура такого контроля распространяется в ЕС, в частности:

1) на 8 химических продуктов, которые могут быть использованы для производства химического оружия (лицензии выдаются национальным органам в индивидуальном порядке с учетом направления экспортера);

2) на химические продукты, которые считаются вредными для здоровья людей и окружающей среды;

3) на опасные материалы и отходы, включающие радиоактивные. Если их экспорт прямо не запрещен, они подлежат экономическому контролю и ограничениям при перемещении за границы стран — членов ЕС;

4) на наркотики и психотропные вещества, которые могут быть использованы для недозволенного или запрещенного изготовления лекарств (по Международной конвенции о незаконном перемещении наркотических веществ и психотропных веществ);

5) на некоторые виды фауны и флоры, которые в соответствии с Конвенцией о международной торговле редкими видами животных и растений могут вывозиться лишь на основе экспортной лицензии или экспортного сертификата;

6) на предметы культурного наследия (художественные, исторические, археологические ценности), которые вывозятся за границу на основе систем экспортного контроля и лицензирования, установленных в отдельных странах ЕС.

3.

Внешняя торговля стран ЕС

Западная Европа — крупнейший центр международной торговли. Ее удельный вес в мировой торговле превышает уровень США. В последние десятилетия ЕС сохраняет устойчивые позиции и в мировом экспорте, и в мировом импорте.

Члены Союза производят до 80% промышленной продукции, 3/4 импорта и 4/5 экспорта всех стран Западной Европы.

Уровень «открытости» экономики ЕС, измеряемый экспортной и импортной квотами, значительно выше, чем в других центрах мирового хозяйства. Однако страны ЕС в целом зависят от внешнего мира, за счет которого им приходится удовлетворять 45% своих энергетических потребностей и самых необходимых сырьевых ресурсов. Экспортная квота в среднем составляет около 25%. Для отдельных, прежде всего малых, западноевропейских стран зависимость от внешнего рынка еще более существенная.

Большая часть (до 2/3) торговли стран ЕС приходится на взаимную торговлю (у всех стран ЕС этот показатель превышает 50%, а у малых стран — 70%), около 10% — на торговлю с другими европейскими странами — членами ОЭСР, около 7% — на торговлю с США, около 4% — на торговлю с Японией, около 12% — на торговлю с развивающимися странами. Статистические данные о географической структуре торговли стран ЕС в 1958 и 1992 гг. представлены в приложениях 7 и 8.

Несмотря на то, что торговые контакты между отдельными европейскими странами играют весьма значительную роль во внешней торговле стран Союза, региональный рынок европейских стран не может ограничить сферы деловой активности европейских компаний. Страны ЕС вынуждены общаться с другими секторами мировой экономики, что обусловлено, в частности, ресурсной ограниченностью региона. Нефть, газ, уголь, лес, цветные металлы и многое другое страны ЕС получают из третьих стран.

Кроме того, другие страны являются для Союза важными рынками сбыта продукции, поскольку ЕС — крупнейший экспортер сельскохозяйственной продукции. Европейские пищевые и текстильные компании — мировые лидеры в своей отрасли. Традиционно сильные позиции занимает европейская химическая промышленность. Она поставляет на мировые рынки около 2/3 всего экспорта промышленных товаров по сравнению с 15% США и 5% Японии. ЕС является крупнейшим экспортером продукции машиностроения, даже без учета внутрирегионального оборота на западноевропейские страны приходится почти 30% ее мирового экспорта (Япония — 18%, США — 13%). Весьма прочные позиции занимает ЕС в области телекоммуникационного и аэрокосмического оборудования, оптоэлектроники. На западноевропейскую авиационную промышленность, которая экспортирует почти, 1/3 своего выпуска,

приходится около 1/4 мирового рынка гражданского авиастроения. С другой стороны, сохраняется отрицательное сальдо баланса ЕС в торговле высокотехнологичным информационным оборудованием, бытовой электроникой.

Промышленно развитые страны остаются главными торговыми партнерами ЕС среди третьих стран, из которых можно выделить США и Японию.

На долю промышленных товаров приходится около 80% общего импорта стран ЕС из США. Производственное и транспортное оборудование — наиболее важная группа товаров, импортируемых из США, на нее в 1993 г. пришлось около 1/2 совокупного импорта стран ЕС из США. Импорт сырья (СМТК 0-4) составляет 13,5% общего импорта стран ЕС из США.

Импорт трех наиболее важных групп СМТК, импортируемых из США, к которым относятся офисное оборудование и компьютеры, прочие промышленные товары и электрооборудование, составляет около 30% общего импорта стран ЕС из США. Импорт офисного оборудования и компьютеров из США составляет 37% общего импорта стран ЕС этого товара. К товарам, потребность в импорте которых удовлетворяется в большой степени за счет импорта из США, относятся масленичные (49% всего импорта этого товара в страны ЕС обеспечивается за счет импорта из США), измерительные инструменты (48,4%), химические материалы и продукты, п.е.с. (ранее нигде не классифицированные) (44,4%), электрогенераторы (43,9%) и прочее транспортное оборудование (43%).

Экспорт промышленных товаров составляет около 86% от общего экспорта из стран ЕС в США, а экспорт производственного и транспортного оборудования — около 45%, сырья — около 10%.

Основная продукция, экспортируемая в США из стран ЕС, — транспортные средства (около 10% от общего экспорта из стран ЕС в США). Около 20% совокупного экспорта транспортных средств из стран ЕС приходится на США. Следующей важной группой товаров, экспортируемых в США, являются электрогенераторы и специальное оборудование. Эти три группы товаров составили 23% от общего экспорта из стран ЕС в США в 1993 г. Товарами, которые экспортируются главным образом в США, являются электрогенераторы, офисное оборудование, а также компьютеры и напитки.

Главные торговые партнеры США из стран ЕС — Германия и Великобритания.

Страны ЕС из Японии импортируют 4 группы товаров (транспортные средства, офисное оборудование, электрооборудование, п.е.с. (ранее нигде не классифицированное) и аудио- и телеаппаратура, которые составляют более 60% всего импорта стран ЕС из Японии. Импорт транспортных средств составляет около 25% всего импорта стран ЕС из Японии и более 50% общего импорта транспортных средств.

Экспорт стран ЕС в Японию менее однороден, чем импорт, и перечень экспортируемых товаров более широк. Так же как и в импорте, наиболее крупной группой товаров, экспортируемых в Японию из стран ЕС, являются транспортные средства. На них приходится около 1/6 общего экспорта из стран ЕС в Японию и 1/12 общего экспорта транспортных средств из стран ЕС. Кроме транспортных средств, наиболее крупными товарными группами в экспорте являются медицинское оборудование, фармацевтическая продукция и прочие промышленные товары.

Главным торговым партнером Японии из стран ЕС является Германия, сохраняющая за собой около 1/3 всего импорта и экспорта ЕС в Японию.

§ 3. Европейская ассоциация свободной торговли (ЕАСТ)

Договор о создании ЕАСТ (European Free Trade Association, EFTA) был подписан 20 ноября 1959 г. в Стокгольме и вступил в силу 3 мая 1960 г.

В состав ЕАСТ входят Норвегия, Швейцария, Исландия (с 1 марта 1970 г.). В соответствии со специальным протоколом от 4 января 1960 г. Лихтенштейн является ассоциированным членом ЕАСТ в связи с тем, что с 1923 г. находится в таможенном союзе со Швейцарией. Лихтенштейн будет ассоциированным членом ЕАСТ до тех пор, пока существует его таможенный союз со Швейцарией и пока Швейцария входит в ЕАСТ.

Австрия (1995 г.), Великобритания (1972 г.), Дания (1972 г.), Португалия (1985 г.), Финляндия (1995 г.) и Швеция (1995 г.) вышли из ЕАСТ и стали членами ЕС.

Местонахождение, — Женева (Швейцария).

Основными целями ЕАСТ являются:

содействие постоянному росту экономической активности, обеспечению полной занятости, повышению производительности, рациональному использованию ресурсов, финансовой стабильности и неуклонному повышению уровня жизни 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 следующую структуру:

Совет ЕАСТ;

комитеты;

секретариат.

Совет, состоящий из представителей государств-членов, управляет Ассоциацией свободной торговли, являясь форумом для обсуждения и принятия совместных решений по различным вопросам. Решения и рекомендации принимаются, как правило, единогласно. Решения обязательны для всех государств-членов, рекомендации — для тех государств, к которым они обращены. Совет собирается дважды в месяц на уровне министров или постоянных представителей. В своей деятельности он опирается на ряд *комитетов*: таможенные эксперты, торговые эксперты, экономический комитет, консультативный комитет (представители предпринимателей и профсоюзов, до пяти человек от каждого государства-члена), комитет парламентариев, бюджетный комитет и др. Созываемые время от времени экспертные группы рассматривают специальные вопросы.

Секретариат, возглавляемый генеральным секретарем, оказывает поддержку Совету, комитетам и экспертным группам. Шесть отделов секретариата ответственны за вопросы торговли, экономики, интеграции, прессы и информации и др.

В середине 1959 г. (уже после создания ЕЭС) Скандинавские страны предложили создать объединение свободной торговли из западноевропейских стран, не вошедших в ЕЭС. Договор был подписан семью странами: Австрией, Великобританией, Данией, Норвегией, Португалией, Швейцарией и Швецией.

Для достижения целей ЕАСТ предполагалось:

постепенно ликвидировать между странами-участницами таможенные пошлины и количественные ограничения на ввоз и вывоз промышленных товаров;

запретить предоставление экспортных субсидий и проведение иных действий, направленных на создание странами-участницами привилегированного положения для своих предприятий и т. д.

Согласно договору о создании ЕАСТ не предполагается установление единых таможенных пошлин в отношении третьих стран. Это усложняет торговый обмен между странами-участницами, так как существует опасность проникновения на территорию какой-либо страны — участницы ЕАСТ товаров из третьих стран через другую страну-участницу. Для того чтобы не допустить этого, создана специальная система контроля за происхождением товаров. Товарами, происходящими из стран-участниц, считаются такие, в которых стоимость сырья и полуфабрикатов, импортированных из третьих стран, не превышает 50%. Договор о создании ЕАСТ также не предусматривает проведение совместной экономической политики, свободное перемещение капитала и рабочей силы. Все его положения ограничиваются внешней торговлей.

Большинство стран — участниц ЕАСТ во главе с Великобританией рассматривали Ассоциацию как временную организацию, которая усилит их позиции в будущих переговорах о вступлении в ЕЭС. В августе 1961 г. с такой просьбой выступили Великобритания и Дания, а несколько позже — Австрия, Швейцария, Швеция и Норвегия. Великобритания проводила переговоры с ЕЭС с учетом интересов остальных стран — участниц ЕАСТ. В результате негативной позиции Франции эти переговоры закончились провалом в январе 1963 г., что привело к активизации деятельности ЕАСТ. К 1 января 1967 г. были ликвидированы все таможенные пошлины и количественные ограничения в торговле промышленными товарами между странами-участницами (кроме Португалии). Год спустя были ликвидированы таможенные пошлины между ЕАСТ и Финляндией.

Выход Великобритании и Дании из ЕАСТ в 1972 г. заметно ослабил эту организацию и вынудил оставшихся участников искать пути урегулирования экономических отношений с ЕЭС, являющимся основным торговым партнером стран — членов Ассоциации. В результате сложных переговоров все члены ЕАСТ, а также Финляндия заключили с ЕЭС соглашения о свободной торговле промышленными товарами, которые вступили в силу в 1973 г. На их основе было осуществлено взаимное снижение таможенных пошлин, которые были полностью отменены с 1 июля 1977 г. В результате этого в Западной Европе была образована зона свободной торговли, в состав которой вошли страны ЕС и ЕАСТ.

После этого ЕАСТ продолжала заниматься контролем за полной реализацией Стокгольмского соглашения. Государства — члены ЕАСТ заключили соглашения о свободной торговле со странами Центральной и Восточной Европы, в том числе с Болгарией, Польшей, Румынией, Словакией и Чехией.

Аналогичные декларации были подписаны с балтийскими государствами. Соглашения касаются торговли промышленными товарами и продукцией сельхозпереработки. Их целью является поддержка реформ в этой части Европы посредством стимулирования торговых связей.

Деятельность ЕАСТ положительно повлияла на развитие национальной экономики каждой страны-участницы: увеличился торговый оборот между ними, повысились производительность труда и темпы экономического роста, усилились позиции стран — членов Ассоциации на рынках третьих стран.

Существование ЕАСТ в значительно сокращенном составе после 1995 г. ставит под сомнение длительную жизнеспособность этой организации, хотя, как и раньше, она может выполнять роль «зала ожидания» для стран, желающих вступить в ЕС.

§ 4. Европейское экономическое пространство(ЕЭП)

В результате подписания в 1992 г. государствами — членами ЕАСТ, ЕС и его государствами-членами Договора об образовании Европейского экономического пространства (European Economic Area, ЕЕА) был создан рынок, объединяющий 18 стран с населением около 370 млн. человек.

Швейцария, согласно итогам проведенного в 1992 г. референдума, не ратифицировала Договор, вступивший в силу в 1994 г.

В Договоре предусматриваются:

свободное движение товаров, услуг, капитала и людей;

сотрудничество в таких областях, как наука, образование, экологическая политика, социальная политика;

создание правовой системы, обеспечивающей реализацию общих правил и норм.

Договор дополняют:

двусторонние соглашения между государствами ЕАСТ и Европейским Союзом об импорте некоторых сельскохозяйственных продуктов;

двусторонние соглашения между Европейским Союзом и Норвегией и Исландией о свободной торговле рыбой.

Структура ЕЭП:

1. Совет как верховный орган принятия решений (члены Совета ЕС, члены Европейской комиссии, по одному представителю от каждого члена ЕАСТ).

2. Совместный комитет в качестве форума для обмена мнениями и информацией и в качестве органа для поиска и принятия решений (высокие должностные лица Комиссии и государств — членов ЕС и ЕАСТ).

3. Консультативный комитет (члены Экономического и социального комитета ЕС, члены Консультативного комитета ЕАСТ).

4. Совместный парламентский комитет.

Государства — члены ЕАСТ учредили:

Контрольное ведомство ЕАСТ (контроль за выполнением договаривающимися сторонами обязательств, взятых на себя согласно Договору о ЕЭП);

Суд ЕАСТ (совместный контроль с Европейским судом);

Постоянный комитет государств ЕАСТ (информация, консультации, подготовка заседаний Совместного комитета ЕЭП).

§ 5. Центральноевропейское соглашение о свободной торговле (ЦЕФТА)

В феврале 1991 г. в результате встречи на высшем уровне Венгрии, Польши и Чехословакии в г. Вышеграде (Венгрия) образована субрегиональная организация, не предусматривающая создания постоянных органов. Эта организация впоследствии была названа Вышеградской группой. Создание Вышеградской группы, инициатором которой считается премьер-министр Чехии В. Клаус, было предопределено необходимостью развития внутрорегиональной торговли и объединения усилий по подготовке интеграции в ЕС в условиях развала прежних интеграционных структур и проблематичности быстрой переориентации торговых потоков на Запад.

В декабре 1992 г. Венгрия, Польша, Словакия и Чехия подписали Центральноевропейское соглашение о свободной торговле (ЦЕФТА), которое вступило в силу 1 марта 1993 г.

Первоначально страны-участницы не предполагали принятия новых членов, но впоследствии такая возможность была предоставлена странам, удовлетворяющим трем основным требованиям:

наличие торгового договора с ЕС или статус ассоциированного члена Европейского сообщества; членство в ВТО/ГАТТ;

наличие двусторонних договоров о свободной торговле с каждой из стран — участниц Соглашения.

С 1 января 1996 г. очередной стороной соглашения стала Словения, с 1 июля 1997 г. — Румыния, а с 1 января 1999 г. — Болгария.

Цель ЦЕФТА — стимулирование развития торгово-экономических, научно-технических и кооперационных связей внутри блока с перспективой создания к 2002 г. зоны свободной торговли. В то же время внутрирегиональная интеграция рассматривается не как самоцель, а как промежуточный этап вступления в ЕС, позволяющий нивелировать некоторые проблемы, связанные с тем, что экономики стран — участниц ЦЕФТА скорее однотипны, чем взаимодополняемы, их рынки бедны капиталом, ограничены в сфере высоких технологий, дефицитны по сырьевым (в том числе и по энергетическим) ресурсам. Кроме того, страны — участницы ЦЕФТА имеют крупное отрицательное сальдо внешней торговли, большая часть которого приходится на страны ЕС *. Эти и другие экономические проблемы разрешаются не в рамках ЦЕФТА, а именно в проходящем в настоящее время процессе интеграции в ЕС. Предпринимаются также шаги по сближению законодательства стран ЦЕФТА с нормами Договора о Европейском экономическом пространстве.

* Захматов Н. Центральноевропейское соглашение о свободной торговле//Внешняя торговля. 1997. № 1-3. С. 22.

Развитие ЦЕФТА обусловлено объективными трудностями и огромным стремлением стран-участниц интегрироваться в западноевропейские структуры. В этой связи не было принято предложение Словакии о создании институциональных органов Соглашения.

В то же время за период действия ЦЕФТА существенно ускорился процесс ликвидации барьеров во взаимной торговле стран-участниц по сравнению с первоначальными записями в Соглашении, что нашло формальное отражение в последующих дополнительных протоколах.

С 1 января 1997г. в рамках ЦЕФТА практически существует зона свободной торговли для большинства промышленных изделий, за исключением чувствительных товаров с более длительной тарифной защитой, постепенно ликвидируемой не позже 2002 г. Это относится прежде всего к странам — основателям ЦЕФТА, так как для товаров из стран, присоединившихся позже, степень защиты несколько шире. Особенно это касается Румынии и Болгарии, основной этап либерализации торговли с которыми начался с 1 января 1999 г. Например, Польша относит к чувствительным товарам продукцию автомобилестроения, а также нефтепродукты и некоторые стальные изделия.

Для сельскохозяйственных товаров ЦЕФТА предусматривает не создание зоны свободной торговли, а частичную и выборочную либерализацию, масштаб которой был расширен с 1 января 1996 г. в соответствии с Дополнительным протоколом № 3. В результате этого в начале 1999 г. тарифные преференции охватывали свыше 90% сельскохозяйственных товаров, часть которых реализовывалась беспошлинно в рамках общего списка «А», часть — по пониженной и общей для всех стран ставке (список «В»), а торговля товарами из списка «С» осуществлялась на основе двусторонних соглашений. Часть сельскохозяйственных товаров не была охвачена никакими преференциями.

Степень либерализации товарооборота сельскохозяйственных продуктов в рамках ЦЕФТА гораздо ниже, чем промышленных товаров.

Учитывая специфику сельскохозяйственных рынков, страны — участницы ЦЕФТА согласовали возможность применения в определенных ситуациях защитных средств для сельскохозяйственных товаров. Так, например, Польша в 1997 г. отменила тарифные преференции на крахмал и изделия из него для всех стран ЦЕФТА, а в 1998 г. преференции в импорте сахара из Чехии, кукурузы посевной и кормовой из Венгрии, кукурузы кормовой из Чехии и Словакии, а также томатной пасты из Чехии, Словакии и Венгрии. В 1998 г. Словения и Румыния также повысили таможенную пошлину на венгерскую пшеницу (Румыния еще и на пшенично-ржаную муку), а Чехия и Словения установили ее минимальный размер и т.д.

С момента последней встречи премьер-министров стран ЦЕФТА в Праге в 1998 г., на которой формально была приостановлена либерализация торговли сельскохозяйственными и продовольственными товарами, условия торговли ими в рамках Соглашения значительно усложнились. Это объясняется тем, что в разных странах — участницах ЦЕФТА результат либерализации торговли сельскохозяйственными товарами был различным. Только Венгрия (благодаря развитой системе субсидий), а также Чехия имеют положительное сальдо торговли этими товарами, а остальные страны — дефицит. Кроме того, все страны ЦЕФТА были плохо подготовлены к этой либерализации, поскольку рынок предварительно не был изучен. Часто доходило просто до взаимной переброски излишков продовольствия. Не было никакой

координации сельскохозяйственной политики. Это привело к необходимости создания подкомитета ЦЕФТА по вопросам торговли сельскохозяйственной продукцией, который начал функционировать во второй половине 1999 г.

В то же время следует отметить, что в результате реализации Соглашения значительно восстановился и получил развитие взаимный товарообмен. Например, товарооборот Польши с государствами ЦЕФТА увеличился более чем в три раза.

При сотрудничестве в рамках ЦЕФТА основное внимание уделяется проблемам, связанным со взаимной торговлей. Несмотря на то, что такие сферы сотрудничества, как предоставление услуг и перемещение капитала, нашли официальное отражение в Познаньской декларации, принятой премьер-министрами государств ЦЕФТА в ноябре 1994 г., реального сотрудничества в этих областях пока нет. Вопросы, связанные с этим, должны решаться на переговорах стран-участниц, так как проблематика основных экономических свобод (перемещения товаров, услуг, капиталов и лиц) рассматривается в соглашениях об объединении между отдельными государствами ЦЕФТА и ЕС. Главной целью стран — участниц ЦЕФТА является членство в ЕС, что в свою очередь связано с процессами приспособления к его законодательству, поэтому необходимо учитывать эту проблематику во взаимных отношениях в рамках ЦЕФТА.

Литература

1. Дюмулен И., Пресняков В., Соколов В. Внешнеторговый режим ведущих зарубежных стран/Внешняя торговля. 1996. № 4, 6.
2. Захматов И. Центральноевропейское соглашение о свободной торговле//Внешняя торговля. 1997. №1-3.
3. Шреплер Х.А. Международные организации: Справочник. — М.: Междунар. отношения, 1995.
4. European Economy. 1994. № 58.

ГЛАВА 7

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РОССИИ

Общие тенденции развития внешней торговли России в конце 90-х гг. характеризовались исчерпанием возможностей экстенсивного роста объемов экспорта и импорта в условиях ухудшения мировой конъюнктуры (особенно падения цен на энергоносители) и на фоне последствий финансового кризиса в России, где в 1998 г. впервые за последние пять лет наблюдалось падение объемов внешнеторгового оборота по сравнению с предыдущим годом (табл. 7.1).

**Таблица 7.1.
Внешняя торговля России в 1994-1998 гг*.**

	1994		1995		1996		1997		1998	
	млн. дол.	%к предыдущему году	млн. дол.	%к предыдущему году	млн. дол.	%к предыдущему году	млн. дол.	%к предыдущему году	млн. дол.	%к предыдущему году
Оборот	105523,0	10,8	126578,0	20,0	133867,0	5,8	140193,7	4,7	116615,7	-16,8
Экспорт	66862,0	13,0	79869,0	19,5	87629,0	9,7	86626,6	-1,1	72537,5	-16,3
Импорт	38661,0	7,2	46709,0	20,8	46238,0	-1,0	53567,1	15,9	44078,	-17,7
Сальдо	28201,0	22,0	33160,0	17,6	41391,0	24,8	33059,5	-20,1	28459,3	-13,9

* Внешнеэкономический комплекс России: современное состояние и перспективы. 1998. № 2.

1996 г. был последним удачным годом для российского экспорта благодаря высоким мировым ценам на нефть. В 1997-1998 гг. стоимостные объемы российского экспорта сокращались. В 1997 г. был отмечен стремительный рост импортных поставок на фоне незначительного увеличения ВВП, совокупного внутреннего спроса и реальных доходов населения в условиях стабильного валютного курса и реального удорожания рубля, снижения закупочных цен на внешних рынках. Степень насыщения импортной

продукцией внутреннего рынка и особенно розничного товарооборота достигла предела. Импортная зависимость по некоторым позициям приблизилась к 100%. Это прежде всего относится к продукции так называемого замещающего ассортимента, которая фактически вытеснила аналогичные отечественные изделия из розничной торговли.

В 1998 г. произошло обострение традиционных «болезней» для российской внешней торговли. Россия в очередной раз, но в более тяжелой форме (ранее подобное наблюдалось в 1993—1994 гг.) столкнулась с явлением разоряющего экспорта, когда в условиях неблагоприятной мировой конъюнктуры любое усилие по увеличению поставок нефти в натуральном выражении ведет к дальнейшему снижению цен, а также к тому, что общая выручка, от экспорта не возрастает, а уменьшается. Так произошло с большинством российских сырьевых товаров.

В то же время за 90-е гг. структура российской внешней торговли практически не изменилась.

§ 1. Структура внешней торговли

В целом структура экспорта включает примерно 4 тыс. различных видов отечественной продукции. Однако список товаров, на которые приходится наибольшие по стоимости объемы, ограничивается только 10 позициями, включая прежде всего нефть, газ, цветные и драгоценные металлы, алмазы.

На долю топливно-энергетических ресурсов приходится около 45% общего объема экспорта, на черные и цветные металлы и изделия из них — 20%, на продукцию химической промышленности — 8—10%, на лесоматериалы и целлюлозно-бумажные изделия — около 4%, на машины, оборудование и транспортные средства — около 10%.

Основными причинами относительно малой доли машин и оборудования в общем объеме экспорта являются снижение объемов их производства, низкая конкурентоспособность, нерешенность вопросов кредитования производства и поставок, отсталость производственной базы, длительные сроки освоения современных видов оборудования, а также нарушение кооперационных связей из-за развала СЭВ и СССР, проблема неплатежей, отсутствие системы страхования и банковских гарантий. Россия экспортирует очень ограниченную номенклатуру машиностроительной продукции. Снижился даже прежде устойчивый и значительный по объему экспорт военной техники и вооружений. Если в 1989 г. доля СССР в мировом экспорте оружия составляла 37%, то в конце 90-х гг. доля России — менее 10%.

В импорте России основными статьями являются изделия машиностроения (около 35% совокупного импорта), а также продовольствие и сырье для его производства (около 25%). Удельный вес импортируемых химических продуктов составляет около 15%, изделий легкой промышленности — около 5%.

Значительны объемы неофициального импорта по каналам так называемой неорганизованной торговли, особенно импорта потребительских товаров.

При рассмотрении географической структуры внешней торговли России обычно выделяется два основных направления: страны СНГ (ближнее зарубежье) и остальные страны (дальнее зарубежье).

На долю *стран СНГ* приходится около 1/4 всего объема внешнеторгового оборота России (табл. 7.2).

Таблица 7.2
Внешняя торговля России по основным направлениям (%) *

	1993 г.	1994 г.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.
Экспорт	100	100	100	100	100	100
Дальнее зарубежье	74,8	79,3	82,1	82,0	80,8	81,3
СНГ	25,2	20,7	17,9	18,0	19,6	18,7
Импорт	100	100	100	100	100	100
Дальнее зарубежье	74,4	73,3	70,9	68,8	73,5	74,4
СНГ	25,6	26,7	29,1	31,2	26,5	25,6

* Внешнеэкономический комплекс России: современное состояние и перспективы. 1998. № 2.

Отношения со странами СНГ развиваются на трех уровнях:

· большинство стран СНГ выполняют обязательства в соответствии с Соглашением о создании зоны свободной торговли от 15 апреля 1994 г. и двусторонними соглашениями о свободной торговле;

· Россия, Беларусь, Казахстан и Киргизия заключили Соглашение о создании Таможенного союза, в соответствии с которым установлен единый порядок внешнеторгового регулирования;

· Россия и Беларусь подписали 2 апреля 1996 г. Договор об образовании Сообщества двух суверенных государств. Основными партнерами в торговле России с ближним зарубежьем являются Украина, Беларусь, Казахстан и Узбекистан.

На долю сырьевых товаров в экспорте России с государствами СНГ приходится около 50%, а на долю машин и оборудования — около 17%.

Основные товары, импортируемые Россией из стран. СНГ, — продовольствие, продукция легкой промышленности и сырье для ее производства. На долю машин и оборудования в импорте России приходится около 18%. Прирост импорта в значительной степени обеспечивается за счет продовольственных товаров, алкогольных и безалкогольных напитков из Украины и Молдовы, зерновых культур из Казахстана и Украины, сахара из Украины. Увеличиваются также объемы импорта продукции черной металлургии.

Сдерживающими факторами торгово-экономических связей со странами Содружества являются рост их задолженности России вследствие дисбаланса в торговле, отсутствия надежных механизмов регулирования долга на межправительственном уровне, низкое качество производимых в странах СНГ товаров, наличие множественности курсовых паритетов национальных валют, отсутствие реальной (рыночной) взаимосвязанности между ними, неэффективность обслуживания взаимных расчетов национальными банковскими системами и др.

Торговые отношения России со странами дальнего зарубежья развиваются по нескольким региональным направлениям.

Прежде всего это *европейский регион*. Торговые отношения с европейскими странами развиваются по четырем субрегиональным направлениям *: Европейский Союз, страны Центральной и Восточной Европы (ЦВЕ), страны Балтии, Балканский регион.

* Об итогах внешнеэкономической деятельности России в 1993-1996 гг.// Внешняя торговля. 1996. № 9-11.

Отношения с *Европейским Союзом* рассматриваются как приоритетное направление внешней торговли и внешнеэкономической деятельности России в целом. ЕС является крупнейшим торговым партнером России (свыше 1/3 общего товарооборота и около 2/5 российского экспорта). Фирмы стран ЕС являются наиболее крупными инвесторами в экономику России.

В июне 1994 г. было подписано Соглашение о партнерстве и сотрудничестве между Россией и ЕС (СПС), в котором определены условия сотрудничества и поэтапной экономической интеграции между Россией и ЕС, предусматривается создание в перспективе зоны свободной торговли товарами, а также обеспечение большей свободы трансграничной торговли услугами и движения капиталов. До вступления Соглашения о партнерстве в силу применялось Временное соглашение между Россией и ЕС о торговых и связанных с торговлей вопросах (с 1 февраля 1996 г.), содержащее «торговые» положения, которые не требовали ратификации.

Основным торговым партнером России является Германия (табл. 7.3).

Таблица 7.3
Основные торговые партнеры России в 1994 и 1998 гг. *

	1994			1998				
	Экспорт	%	Импорт	%	Экспорт	%	Импорт	%
1.	Украина	10,6	Украина	9,1	Германия	8,0	Германия	12,6
2.	Германия	8,6	Германия	7,9	Украина	7,7	Беларусь	10,4
3.	Швейцария	5,9	США	5,5	США	7,1	США	9,5
4.	Великобритания	5,8	Швейцария	4,5	Беларусь	6,5	Украина	7,5
5.	США	5,3	Италия	4,3	Нидерланды	5,6	Казахстан	4,3
6.	Беларусь	4,9	Китай	4,3	Италия	4,5	Италия	4,2

7.	Китай	4,5	Нидерланды	4,1	Китай	4,4	Франция	3,7
8.	Италия	4,4	Япония	4,1	Швейцария	4,4	Финляндия	3,3
9.	Нидерланды	3,7	Великобритания	3,9	Великобритания	4,2	Великобритания	2,8
10;	Япония	3,6	Беларусь	3,8	Япония	3,1	Польша	2,8

* Таможенная статистика внешней торговли Российской Федерации. 1995/ ГТК. — М.: ГТК РФ, 1996; Внешнеэкономический комплекс России: современное состояние и перспективы. 1998. № 2.

Лидерство Германии обусловлено высоким качеством и разнообразием поставляемых товаров (автомобили и запчасти к ним, аудио- и видеотехника, бытовая электроника, косметика и парфюмерия, мебель, одежда и обувь, медицинская продукция, продовольствие и др.) при сравнительно низких оптовых ценах, а также территориальной близостью. Важными факторами активного развития российско-германской торговли являются связи между фирмами двух стран, сохранившиеся с прежних времен, а также устойчивое положение немецкой марки.

Страны Центральной и Восточной Европы занимают особое место во внешней торговле России, что объясняется их геополитическим положением, территориальной близостью, а также масштабами экономического сотрудничества в рамках СЭВ (в 1990 г. примерно 3/5 объема товарооборота СССР приходилось на СЭВ).

Во всех странах ЦВЕ за последние годы созданы демократические системы, активно проводятся рыночные реформы, ликвидированы основы централизованного планирования и государственного контроля, происходит переориентация внешнеторгового оборота в сторону индустриально развитых стран. В то же время попытки этих стран быстро переориентировать торговлю на Запад встретили там активное противодействие, что определило «новое открытие» российского рынка. С другой стороны, они активно включаются в экономические, политические и военные интеграционные процессы в Западной Европе, поэтому их можно рассматривать в качестве дополнительного связующего звена между Россией и Западной Европой.

Торговля со странами Восточной Европы в первой половине 90-х гг. характеризовалась сокращением их доли во внешнеторговом обороте России. С 1995 г. наблюдается тенденция к ускорению темпов развития торговли. В российском экспорте доминирующее значение имеют энергоресурсы, в импорте — продовольствие, химические товары, машинно-технические изделия. В 1995 г. была разработана «Концепция внешнеэкономических связей Российской Федерации со странами Восточной Европы на период до 2000 г. с учетом задач структурной перестройки экономики России».

Крупнейшим торговым партнером России в этом регионе является *Польша*. В структуре российского экспорта в Польшу преобладают сырьевые товары, импорта из Польши — продовольствие и сельскохозяйственные товары (около 40%), фармацевтические товары, косметика и товары народного потребления, машины и оборудование, строительные услуги.

Для торговых отношений со странами Балтии, а также Балканского региона характерна их адаптация к новым политическим и экономическим условиям сотрудничества.

Среди неевропейских регионов особо важное значение для *российской* внешней торговли имеют *США* и *Азиатско-тихоокеанский регион* (АТР).

Для России необходимость расширения торговли со странами Азиатско-тихоокеанского региона определяется рядом факторов*:

* Давыдов О. Россия и Азиатско-тихоокеанский регион: перспективы торгово-экономического и интеграционного сотрудничества//Внешняя торговля. 1996. № 3. С. 5.

во-первых, АТР становится наиболее динамично развивающимся центром мировой экономики. В АТР также наблюдается начальная фаза интеграционных процессов государств, находящихся на разных этапах экономического развития, что создает благоприятные условия для интеграции России в экономику региона;

во-вторых, расширение экономического сотрудничества со странами АТР при определенных условиях может способствовать развитию Сибири и Дальнего Востока, облагораживанию структуры российского экспорта в результате участия в структурной перестройке экономики большинства стран региона,

повышению эффективности российского импорта, поскольку качество азиатских товаров вполне соответствует мировым стандартам при зачастую более низких по сравнению с Западной Европой ценах. Кроме того, в этом регионе предоставляются благоприятные возможности для экспорта комплектного оборудования, а накопление значительных валютных резервов в некоторых динамично развивающихся странах АТР потенциально способствует расширению их инвестиционной деятельности в России.

Двусторонние отношения России со странами АТР после периода спада имеют тенденцию к росту, их доля во внешнеторговом обороте составляет около 30%. Развиваются связи с АСЕАН, ведется подготовка к установлению отношений с НАФТА. Россия участвует в деятельности ЭСКАТО и является полноправным членом Совета по Тихоокеанскому экономическому сотрудничеству (СТЭС), Тихоокеанского экономического совета (ТЭС), Азиатско-тихоокеанского экономического сотрудничества (АТЭС).

§ 2. Внешнеторговое регулирование

Система регулирования внешнеторговых операций в России начала формироваться в конце 1991 г. - начале 1992 г. Основную роль при этом играли методы нетарифного регулирования: квотирование и лицензирование экспортных поставок, а также регистрационный режим в отношении экспортеров стратегически важных сырьевых товаров (СВСТ). Под лицензионным контролем находилась подавляющая часть экспорта России (в 1992-1993 гг. около 75-80%), причем по его основному объему лицензии выдавались в пределах установленных государством квот.

С 1992 г. стал функционировать экспортный таможенный тариф. В первые два года его действия вывозные пошлины охватывали около 3/4 российского экспорта: экспорт топливно-сырьевых товаров, продовольствия, промышленных полуфабрикатов, а также некоторых видов готовой промышленной продукции. Ввоз товаров в Россию был свободен от квотирования, лицензированию подлежал ввоз ограниченного круга изделий, к которым относились химические средства защиты растений, лекарства, промышленные отходы, а также товары, включенные в перечень, определяемый Правительством и Президентом (вооружение, боеприпасы, ядерные материалы и технологии, драгоценные металлы и камни, наркотические, психотропные вещества и яды, продукция, имеющая двойное назначение). Импортные поставки регулировались преимущественно тарифными и налоговыми мерами.

В 1993-1994 гг. произошла частичная либерализация экспортного режима: постепенно сократился список квотируемых товаров, уменьшился также перечень товаров, облагаемых экспортными пошлинами, а их ставки снизились. При импорте товаров таможенные тарифы и налоги дополнялись обязательной сертификацией на предмет безопасности и соответствия российским стандартам.

В течение второй половины 1994 г. и в начале 1995 г. в основном был отменен прежний порядок регулирования российского экспорта на основе квот и лицензий. С этого времени в перечень товаров, подпадающих под лицензионный режим, стали входить:

- продукция, вывоз которой регламентируется квотами, установленными на базе подписанных Россией международных обязательств (добровольное ограничение экспорта);
- товары, по которым сохранен особый порядок экспорта.

Отмена количественных ограничений и особого режима экспорта основных валютоемких товаров сопровождалась введением во второй половине 1994 г. регистрации контрактов на экспорт отдельных товаров, ранее подпадавших под лицензионный контроль. С 1994 г. действует система валютного контроля при экспорте товаров.

Важнейшие сдвиги в области государственного регулирования внешнеторговой деятельности произошли в 1995 г.: либерализация нефтяного экспорта, отмена института спецэкспортеров СВСТ, ограничение области применения мер нетарифного регулирования, отмена льгот с некоторыми исключениями к таможенным пошлинам, введение новых ставок ввозных таможенных пошлин, снижение или отмена вывозных таможенных пошлин по основным товарным группам. Вывозные таможенные пошлины были отменены с 1 апреля 1996 г. практически по всем товарам, а по нефти и газовому конденсату с 1 июля 1996 г.

Одним из основных итогов либерализации внешней торговли явилось превращение таможенного тарифа в основной инструмент регулирования импорта. Меры внешнеторгового регулирования применяются к товарам на основе Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности.

Августовский кризис 1998 г. внес некоторые коррективы в систему внешнеторгового регулирования. С 15 августа 1998 г. по 30 апреля 1999 г. взималась дополнительная импортная пошлина в размере 3% на все ввозимые товары, кроме товаров из стран Таможенного союза. В 1999 г. увеличена с 50 до 75% доля

валютной выручки, подлежащей обязательной продаже, в начале 1999 г. установлены вывозные пошлины на некоторые нефтепродукты, цветные металлы и их отходы, лесоматериалы из ценных пород дерева, необработанные шкуры и кожи, масличные семена и соевые бобы, этиловый спирт и крепкие спиртные напитки, рыбу и морепродукты. Вывозные таможенные пошлины применяются только к товарам, вывозимым за пределы стран СНГ, а также используется механизм корректировки вывозной пошлины в зависимости от изменения мировой конъюнктуры. Кроме того, вывозные пошлины устанавливаются только на срок 6 месяцев, после окончания которого либо утверждается новый экспортный тариф, либо продлевается действие существующих ставок, либо пошлины отменяются. Последствия августовского кризиса несколько замедлили процесс либерализации внешнеторгового регулирования, например до конца 1999 г. (вместо конца 1998 г.) был продлен график снижения таможенных пошлин на ряд товаров.

Следующим значительным этапом либерализации системы внешне торгового регулирования приведения ее в соответствие с мировыми нормами должно стать вступление России в ВТО.

1. Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД)

При переходе к новым рыночным инструментам регулирования внешнеэкономической деятельности, применяемым в мировой практике, возникла необходимость изменения организации таможенного контроля за товарами, находящимися во внешнеторговом обороте. Если раньше (до конца 80-х гг.) режим и процедура пропуска товаров определялись в зависимости от того, кто являлся субъектом внешнеторговой сделки, то сейчас главным критерием является объект сделки, т. е. конкретный товар. В связи с этим для государственного регулирования внешнеэкономической деятельности используется Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности, разработанная на базе Гармонизированной системы описания и кодирования товаров (ГС) и Комбинированной тарифно-статистической номенклатуры Европейского экономического сообщества (КН ЕЭС).

Девятизначный цифровой код ТН ВЭД означает:

первые шесть цифр — код товара по ГС;

первые шесть цифр плюс седьмая и восьмая цифры — код товара по КН ЕЭС;

девятая цифра — возможную детализацию в будущем тех или иных товарных позиций с учетом интересов России.

Правильное определение положения товара в номенклатуре (его классификация) имеет решающее значение для установления режима государственного регулирования внешнеэкономической деятельности, под который этот товар подпадает.

Уклонение от установленного порядка перемещения через границу конкретного товара путем его неправильной классификации и/или указания неверных данных в таможенной декларации рассматривается таможенными органами как нарушение, влекущее за собой ответственность в соответствии с действующим законодательством.

В ТН ВЭД строго соблюдается принцип однозначного отнесения товаров к классификационным группировкам в соответствии с примечаниями и основными правилами интерпретации ТН ВЭД. Однозначное понимание классификационных группировок является необходимым условием при определении ставок таможенных пошлин и иных платежей, сопоставлении данных о внешней торговле различных стран и др. Единицы измерения, используемые в ТН ВЭД, соответствуют международным стандартам.

ТН ВЭД практически полностью совпадает с Гармонизированной системой описания и кодирования товаров, поэтому ее применение в таможенно-тарифных и статистических целях осуществляется в соответствии с основными правилами классификации, а также пояснениями и примечаниями, которые являются неотъемлемой и главной частью ГС. Существует шесть основных правил.

1. Наименования разделов, групп, подгрупп даны только для удобства пользования. С правовой точки зрения классификация товаров по группам должна осуществляться в соответствии с пояснениями и примечаниями к разделам, группам, позициям ГС. Если же в пояснениях или примечаниях нет иной оговорки, тогда товары должны классифицироваться согласно 2, 3, 4, 5 и 6-му правилам ГС.

Например, в 88-ю группу «Средства воздушного и космического транспорта; их части» должна включаться наряду с другими субпозиция 880250 «Космические аппараты (включая спутники) и их ракеты-носители». Подробный перечень товаров, которые должны или не должны включаться в 88-ю группу, приведен в пояснениях, в соответствии с которыми в товарную субпозицию 880250 включаются:

космические аппараты, являющиеся транспортными средствами (например, спутники связи, метеорологические спутники и т.п.); ракетносители, те из них, которые используются для выведения полезного груза на траектории вокруг Земли или других небесных тел. Однако в эту позицию не должны

включаться: военные ракетносители или баллистические ракеты, «полезный» груз которых возвращается на поверхность Земли. Эти ракетносители должны учитываться в товарной позиции 9306 «Бомбы, гранаты, торпеды, мины, реактивные снаряды, ракеты, боеприпасы и их части...».

2. Товар должен включаться в позицию независимо от того, находится ли он в комплектном или законченном производством виде. При этом комплектный или незаконченный производством товар должен иметь все основные признаки комплектного или законченного производством изделия. В товарную позицию, к которой относятся комплектные или законченные производством изделия, должны также включаться товары в несобранном или разобранном состоянии, например поставка мебели «жилая комната» в разобранном виде.

Согласно этому правилу товар, состоящий частично из смеси или соединений с другим материалом, при сохранении его целостности должен учитываться в той же позиции, что и товар без смеси и соединений. Например, йогурт в смеси с добавками сахара и фруктов должен включаться в товарную субпозицию 040310 «Йогурт».

Необходимо учитывать, что применение данного правила возможно только с учетом примечаний и пояснений к разделам и группам ГС. Например, в пояснении к разделу XV «Черные и цветные металлы и изделия из них» определено:

сплав черных и цветных металлов должен классифицироваться по металлу, который по весу в данном сплаве преобладает над весом любого другого металла;

сплав, состоящий из черных или цветных металлов с драгоценными металлами (серебро, золото, платина), вес которых в общем весе сплава превышает 2%, должен учитываться в группе 71 «Драгоценные металлы...».

3. Если по каким-либо причинам товар можно классифицировать по двум или более позициям, то в этих случаях следует:

а) отдать предпочтение тому виду, который имеет более конкретное по сравнению с другими наименование. Например, ворсяные текстильные коврики для салона автомобиля должны включаться в товарную позицию 5703 «Ковры и другие текстильные напольные покрытия...», а не в позицию 8708 «Запасные части и принадлежности к автомобилям...», так как они конкретно описаны «коврики...», а не «принадлежности для автомобиля»;

б) товары, состоящие из различных материалов или компонентов, а также товары в виде наборов, которые предназначены для их реализации через розничную торговлю и не могут быть классифицированы согласно пункту «а» данного правила, должны классифицироваться по тому материалу или компоненту, признаки которого наиболее полно отражают специфический характер или назначение товара. Например, комплект подарочного набора, состоящий из ножниц (8213), расчески (9616), мыла туалетного (340111), туалетной воды (3303), зубной пасты (3306), зубной щетки (960321), уложенных в косметическую сумочку из текстильного материала (420212), должен включаться в товарную позицию 9605 «Несесеры дорожные для личного туалета...».

Однако это правило не распространяется на «комплект» продуктов, состоящий из одной банки креветок (160520), 1 кг пряников (190520) и 1 кг свежих огурцов (0707), уложенных в хозяйственную сумку (4202), так как ни один из перечисленных товаров не может являться компонентом, отражающим специфический характер данного набора.

В тех случаях, когда к товарам при их классификации не может быть применено правило 3 (пункты «а» и «б»), их следует включать в ту позицию, код которой является последним в цифровом ряду среди товаров, которым в равной степени отдается предпочтение.

4. Товары, которые не могут быть классифицированы в соответствии с тремя вышеперечисленными правилами, должны включаться в те позиции, которые наиболее близки им по содержанию или по назначению.

Это правило введено в номенклатуру для того, чтобы предоставить возможность классифицировать новые товары в международной торговле. Используется оно крайне редко.

5. По данному правилу определяется классификация футляров, ящиков и подобных им упаковочных изделий, специально приспособленных для хранения и транспортировки определенного товара или набора товаров:

а) футляры для фотоаппаратов, музыкальных инструментов, оружия, чертежно-художественных инструментов, ювелирных изделий и другие подобные упаковки, специально приспособленные для данного товара или набора товаров, рассчитанные на длительное использование, поставляются и продаются обычно вместе с товарами, для которых они предназначены и классифицируются одним кодом

вместе с товаром. Это правило применяется в тех случаях, когда упаковочные изделия поставляются вместе с их содержимым, хотя для удобства транспортировки они могут быть разделены.

Если же осуществляется поставка подобных товаров отдельно от изделий, для которых они предназначены, тогда они должны включаться в соответствующие их назначению товарные позиции.

Например, чемоданы, футляры, атташе-кейсы и другие подобные им изделия, поставка которых осуществляется в качестве самостоятельных, должны учитываться в позиции 4202 «Чемоданы, атташе-кейсы, футляры...».

Это правило также не распространяется на упаковочные материалы, которые не соответствуют основному характеру товара. Например, серебряные конфетницы должны учитываться в позиции 711311 «Ювелирные изделия...из серебра...», а не в позиции 1704 «Кондитерские изделия...»;

б) исключением из правила 5 является тара и подобные ей товары многоразового использования. Например, канистры для бензина должны учитываться в позиции 7310 «Цистерны, бачки... аналогичные емкости из черных металлов».

6. Классификация товаров в субпозициях должна производиться по их наименованиям и с учетом пояснений и примечаний к разделам, группам ГС. Например, необходимо классифицировать «галстук мужской трикотажный». Казалось бы, что его надо отнести к товарной позиции 6215 «Галстуки, галстуки-бабочки и шейные платки», но в пояснениях к этой товарной позиции определено, что «галстуки, галстуки-бабочки...из трикотажа или ручной вязки» должны включаться в позицию 6117 «Прочие готовые принадлежности одежды, трикотажные, детали одежды или принадлежности, одежды, трикотажные».

Содержание перечисленных шести основных правил дополняется детальными пояснениями и примечаниями к разделам, группам, отдельным, товарным позициям.

2.

Таможенные режимы

Основным документом, определяющим порядок внешнеторгового регулирования в Российской Федерации в современных условиях, является Таможенный кодекс Российской Федерации, принятый постановлением Верховного Совета Российской Федерации от 18 июня 1993 с № 5223-1.

В соответствии с этим документом установлено несколько режимов пропуска товаров через таможенную границу Российской Федерации, которые различаются порядком оформления и, самое главное, предусматривают различный порядок и объемы таможенных платежей. Поэтому правильное применение того или иного таможенного режима позволит предпринимателю избежать чрезмерных финансовых затрат.

1. *Выпуск товаров для свободного обращения* — режим, при котором ввозимые на таможенную территорию Российской Федерации товары остаются постоянно на этой территории без обязательства об их вывозе с этой территории.

Выпуск товаров для свободного обращения предусматривает уплату таможенных пошлин, налогов и внесение иных таможенных платежей, а также соблюдение мер экономической политики и других ограничений.

2. *Реимпорт товаров* — режим, при котором российские товары, вывезенные с таможенной территории Российской Федерации в соответствии с таможенным режимом экспорта товаров, ввозятся обратно в установленные сроки без взимания таможенных пошлин, налогов, а также без применения к товарам мер экономической политики.

Под режим реимпорта товары могут быть помещены при следующих условиях:

- товары должны быть ввезены на таможенную территорию в течение 10 лет с момента вывоза;
- товары должны находиться в том же состоянии, в котором они были в момент вывоза, кроме изменений вследствие естественного износа либо убыли при нормальных условиях транспортировки и хранения и в других случаях, определяемых Государственным таможенным комитетом Российской Федерации (ГТК России).

При реимпорте товаров в течение трех лет с момента вывоза таможенные органы возвращают уплаченные суммы вывозных (экспортных) таможенных пошлин и налогов. В то же время лицо, перемещающее товары, возвращает суммы, полученные в качестве выплат или в результате иных льгот, предоставленных при вывозе товара.

3. *Транзит товаров* — режим, при котором товары перемещаются под таможенным контролем между двумя таможенными органами Российской Федерации, в том числе через территорию иностранного

государства, без взимания таможенных пошлин и налогов, а также без применения к ним мер экономической политики.

При помещении товаров под режим транзита товары должны;

- оставаться в неизменном состоянии, кроме изменений вследствие естественного износа либо убыли при нормальных условиях транспортировки и хранения, и не использоваться в каких-либо иных целях, кроме транзита;

- доставляться в таможенный орган назначения в сроки, определенные таможенным органом отправления исходя из возможностей транспортного средства, намеченного маршрута и других условий перевозки, но не более предельного срока — 2 тыс. км за 1 месяц.

Транзит товаров по территории Российской Федерации может осуществляться в любых направлениях, если иное не установлено Правительством Российской Федерации.

В случае если у таможенного органа Российской Федерации имеются основания полагать, что перевозчик либо его транспортное средство не могут гарантировать соблюдения положений Таможенного кодекса Российской Федерации, таможенный орган Российской Федерации вправе допустить помещение товаров под таможенный режим транзита лишь при условии надлежащего оборудования транспортного средства, таможенного сопровождения либо перевозки товаров таможенным перевозчиком в порядке, определяемом Кодексом и нормативными актами Государственного таможенного комитета Российской Федерации.

Расходы, возникшие у перевозчика в связи с обеспечением надлежащего оборудования транспортного средства либо перевозкой товаров таможенным перевозчиком, государственными органами Российской Федерации не возмещаются.

Транзит товаров производится с разрешения таможенного органа Российской Федерации, за исключением случаев, когда Правительство Российской Федерации устанавливает ограничения транзита товаров в качестве ответной меры на дискриминационную или другую ущемляющую интересы российских лиц акцию иностранных государств и их союзов.

В некоторых случаях таможенные органы Российской Федерации могут предоставлять разрешение на транзит товаров только при условии обеспечения уплаты таможенных платежей, включая внесение на депозит причитающихся сумм.

Документы на товары, подлежащие вручению таможенному органу назначения; доставляются в том же порядке, что и товары, к которым они относятся.

При аварии или действии непреодолимой силы товары могут быть выгружены. В этом случае перевозчик обязан:

- принять все необходимые меры для обеспечения сохранности товаров и недопущения какого-либо их использования;

- незамедлительно сообщить в ближайший таможенный орган Российской Федерации об обстоятельствах дела, месте нахождения товаров и транспортных средств;

- обеспечить перевозку товаров в ближайший таможенный орган Российской Федерации или доставку должностных лиц таможенного органа Российской Федерации к месту нахождения товаров.

Таможенные органы Российской Федерации не возмещают перевозчику расходов, понесенных в связи с принятием вышеуказанных мер. Ответственность за транзит товаров несет перевозчик. При выдаче товаров без разрешения таможенного органа Российской Федерации, их утрате или недоставлении в таможенный орган назначения перевозчик должен уплатить таможенные платежи, которые подлежали бы уплате соответственно при таможенных режимах выпуска для свободного обращения или экспорта, за исключением случаев, когда товары оказались уничтоженными, безвозвратно утерянными вследствие аварии или действия непреодолимой силы, либо недостача произошла в силу естественного износа или убыли при нормальных условиях транспортировки и хранения, либо товары выбыли из владения вследствие неправомерных по законодательству Российской Федерации действий органов или должностных лиц иностранного государства.

4. *Таможенный склад* — режим, при котором ввезенные товары хранятся под таможенным контролем без взимания таможенных пошлин и налогов и без применения к ним мер экономической политики в период хранения, а товары, предназначенные для вывоза в соответствии с таможенным режимом экспорта, хранятся под таможенным контролем с предоставлением льгот.

Под режим таможенного склада могут помещаться любые товары, за исключением товаров, запрещенных к ввозу в Российскую Федерацию, вывозу из Российской Федерации, а также иных товаров, перечень которых определяется Государственным таможенным комитетом Российской Федерации.

Товары могут находиться в режиме таможенного склада в течение трех лет. Указанный срок для отдельных категорий товаров может ограничиваться Государственным таможенным комитетом Российской Федерации, а для отдельных лиц — иными таможенными органами Российской Федерации. Срок хранения товаров в режиме таможенного склада не может быть менее одного года.

По истечении установленного срока товар должен быть заявлен к помещению под иной таможенный режим либо помещен на склад временного хранения, владельцем которого является таможенный орган Российской Федерации.

С товарами, помещенными под режим таможенного склада, могут производиться следующие операции:

- обеспечение сохранности этих товаров;
- подготовка товаров к продаже и транспортировке, например: дробление партий, формирование отправок, сортировка, упаковка, переупаковка, маркировка, погрузка, выгрузка, перегрузка и другие подобные операции.

При помещении под режим таможенного склада товары, предназначенные для вывоза в соответствии с таможенным режимом экспорта, освобождаются от таможенных пошлин, налогов либо уплаченные суммы возвращаются, если такое освобождение или возврат предусмотрены при фактическом вывозе товаров. При освобождении от таможенных пошлин, налогов или возврате уплаченных сумм товары должны быть вывезены не позднее трех месяцев со дня помещения под данный режим.

Если товары не вывезены в установленные сроки, уплачиваются таможенные пошлины, налоги, а также проценты по ставкам, устанавливаемым Центральным банком Российской Федерации по предоставляемым им кредитам.

Таможенный склад может быть открытого типа, т.е. доступным для использования любыми лицами, и закрытого типа, т.е. предназначенным для хранения товаров определенных лиц. Таможенные склады закрытого типа создаются только в случае, если нецелесообразно создавать склад открытого типа.

Владельцами таможенных складов могут быть таможенные органы Российской Федерации либо российские лица.

Таможенные склады, учреждаемые таможенными органами Российской Федерации, являются таможенными складами открытого типа.

Таможенный склад может учреждаться при наличии лицензии Государственного таможенного комитета Российской Федерации. Лицензия не требуется, если учредителем таможенного склада является таможенный орган Российской Федерации.

5. *Магазин беспошлинной торговли* — режим, при котором товары реализуются под таможенным контролем на таможенной территории Российской Федерации (в аэропортах, портах, открытых для международного сообщения, и иных местах, определяемых таможенными органами Российской Федерации) без взимания таможенных пошлин, налогов и без применения к ним мер экономической политики.

В таможенном режиме магазина беспошлинной торговли могут реализовываться любые товары, за исключением товаров:

- запрещенных к ввозу в Российскую Федерацию;
- запрещенных к вывозу из Российской Федерации;
- запрещенных к реализации на территории Российской Федерации;
- иных товаров, перечень которых определяется Государственным таможенным комитетом Российской Федерации.

Товары, помещенные под таможенный режим магазина беспошлинной торговли, реализуются непосредственно в специальных магазинах (магазины беспошлинной торговли).

Магазин беспошлинной торговли может учреждаться российским лицом при наличии лицензии Государственного таможенного комитета Российской Федерации.

С момента ликвидации магазина беспошлинной торговли по истечении срока действия, при аннулировании или отзыве лицензии магазин становится складом временного хранения.

6. *Переработка товаров на таможенной территории* — режим, при котором иностранные товары используются в установленном порядке для переработки на таможенной территории Российской Федерации без применения мер экономической политики и с возвратом сумм ввозных (импортных) таможенных пошлин и налогов при условии вывоза в соответствии с таможенным режимом экспорта продуктов переработки за пределы таможенной территории Российской Федерации.

Иностранные товары и продукты их переработки освобождаются от вывозных (экспортных) таможенных пошлин и налогов.

К операциям по переработке товаров относятся:

- изготовление товара, включая монтаж, сборку и подгонку под другие товары;
- переработка и обработка товаров;
- ремонт товаров, включая их восстановление и приведение в порядок;
- использование некоторых товаров, которые содействуют производству продуктов переработки или облегчают его, даже если эти товары полностью или частично потребляются в процессе переработки.

Государственный таможенный комитет Российской Федерации по согласованию с Министерством экономики Российской Федерации может устанавливать ограничения на отдельные операции по переработке товаров и условия их проведения, включая возможность и порядок использования российских товаров.

Переработка товаров на таможенной территории производится при наличии лицензии таможенного органа Российской Федерации, которая выдается российскому лицу при условии, если:

- вывезенные товары могут быть идентифицированы в продуктах переработки, за исключением случаев, определяемых Государственным таможенным комитетом Российской Федерации;
- переработка способствует вывозу продуктов переработки либо использованию производственных мощностей Российской Федерации;
- выполнены иные требования, которые устанавливаются Государственным таможенным комитетом Российской Федерации. Переработка товаров на таможенной территории должна производиться в сроки, устанавливаемые таможенным органом Российской Федерации, и в порядке, определяемом Государственным таможенным комитетом Российской Федерации. Сроки определяются на основе экономически оправданной продолжительности процесса переработки товаров и распоряжения продуктами их переработки.

Таможенные органы Российской Федерации могут устанавливать в таможенных целях обязательное количество выхода продуктов переработки, образующихся в результате переработки товаров.

При вывозе продуктов переработки в соответствии с таможенным режимом экспорта производится возврат сумм ввозных таможенных пошлин и налогов при условиях, если соблюдаются положения Таможенного кодекса и если продукты переработки вывозятся в срок не позднее двух лет со дня перемещения товара через таможенную границу Российской Федерации.

От вывозных таможенных пошлин и налогов освобождаются иностранные товары и продукты их переработки. К указанным товарам и продуктам не применяются меры экономической политики:

7. Переработка товаров под таможенным контролем — режим, при котором иностранные товары используются в установленном порядке на таможенной территории Российской Федерации без взимания таможенных пошлин и налогов, а также без применения к ним мер экономической политики для переработки под таможенным контролем с последующим выпуском для свободного обращения или помещения продуктов переработки под иной таможенный режим.

В соответствии с этим режимом с товарами могут производиться операции, аналогичные тем, которые осуществляются при режиме переработки товаров на таможенной территории.

Товары под таможенным контролем перерабатываются при наличии лицензии таможенного органа Российской Федерации.

Переработка товаров под таможенным контролем не может использоваться для уклонения от соблюдения мер экономической политики и правил определения страны происхождения товаров.

8. Временный ввоз (вывоз) — режим, при котором использование товаров на таможенной территории Российской Федерации или за ее пределами допускается с полным или частичным освобождением от таможенных пошлин, налогов и без применения к ним мер экономической политики.

Временно ввозимые (вывозимые) товары подлежат возврату в неизменном состоянии, кроме изменений вследствие естественного износа либо убыли при нормальных, условиях транспортировки и хранения.

В случаях, определяемых Государственным таможенным комитетом Российской Федерации, временный ввоз (вывоз) товаров допускается только при представлении обязательства об обратном вывозе (ввозе) и обеспечении уплаты таможенных платежей.

Государственный таможенный комитет Российской Федерации вправе определять категории товаров, которые не могут ввозиться (вывозиться) временно.

Разрешение на временный ввоз (вывоз) товаров предоставляется таможенным органом. Сроки временного ввоза (вывоза) товаров устанавливаются таможенным органом Российской Федерации исходя из цели и обстоятельств такого ввоза (вывоза) и не могут быть более двух лет. Для отдельных категорий

товаров Государственный таможенный комитет Российской Федерации может устанавливать более короткие или более продолжительные предельные сроки временного ввоза (вывоза).

Случаи полного освобождения в отношении временно ввозимых (вывозимых) товаров от уплаты таможенных пошлин, налогов определяются Правительством Российской Федерации.

В иных случаях, а также при несоблюдении лицом, перемещающим товары через таможенную границу Российской Федерации, условий полного освобождения от уплаты таможенных пошлин, налогов может применяться частичное освобождение от уплаты таможенных пошлин, налогов в порядке, определяемом Государственным таможенным комитетом Российской Федерации.

При частичном освобождении от уплаты таможенных пошлин и налогов за каждый полный и неполный месяц уплачивается 3% от суммы, которая подлежала бы уплате, если бы товары были выпущены для свободного обращения или вывезены в соответствии с таможенным режимом экспорта.

Общая сумма таможенных пошлин, налогов, взимаемых при временном ввозе (вывозе) с частичным освобождением от уплаты таможенных пошлин, налогов не должна превышать суммы таможенных пошлин, налогов, которые подлежали бы уплате на момент ввоза (вывоза), если бы товары были выпущены для свободного обращения или вывезены в соответствии с таможенным режимом экспорта.

В случае если указанные суммы станут равными, то товары считаются выпущенными для свободного обращения или вывезенными в соответствии с таможенным режимом экспорта при условии, что к ним не применяются меры экономической политики.

В день истечения установленных сроков невозвращенные временно ввезенные (вывезенные) товары должны быть заявлены к иному таможенному режиму либо помещены на склады временного хранения, владельцами которых являются таможенные органы Российской Федерации.

Лицо, временно вывезшее товары и не возвратившее их в установленные сроки, не несет ответственности перед таможенными органами Российской Федерации лишь в том случае, если факт уничтожения или безвозвратной утраты товаров вследствие аварии или действия непреодолимой силы, недостачи в силу естественного износа или убыли при нормальных условиях транспортировки и хранения либо выбытия из владения вследствие неправомерных по законодательству Российской Федерации действий органов или должностных лиц иностранного государства подтвержден консульскими учреждениями Российской Федерации за границей.

9, 10. *Свободная таможенная зона и свободный склад* — режимы, при которых иностранные товары размещаются и используются в соответствующих территориальных границах или помещениях (местах) без взимания таможенных пошлин, налогов, а также без применения к ним мер экономической политики, а российские товары размещаются и используются на условиях, применяемых к вывозу в соответствии с таможенным режимом экспорта.

В соответствии с этими режимами с товарами допускается совершение производственных и иных коммерческих операций, за исключением розничной продажи.

Свободная таможенная зона создается по решению Правительства Российской Федерации.

Для учреждения свободного склада требуется лицензия Государственного таможенного комитета Российской Федерации.

Товары могут находиться в свободных таможенных зонах и на свободных складах без ограничения сроков.

При ввозе иностранных и российских товаров в свободные таможенные зоны или помещения их на свободные склады таможенные пошлины, налоги не взимаются и меры экономической политики к ним не применяются. При ввозе товаров с территории свободных таможенных зон и со свободных складов на остальную часть таможенной территории Российской Федерации и при вывозе товаров с территории свободных таможенных зон и со свободных складов за пределы Российской Федерации таможенные пошлины, налоги взимаются и меры экономической политики применяются в зависимости от происхождения товаров.

По просьбе заинтересованного лица таможенные органы Российской Федерации удостоверяют происхождение товара сертификатом в порядке, определяемом Государственным таможенным комитетом Российской Федерации.

При отсутствии сертификата товар рассматривается как российский в целях взимания вывозных таможенных пошлин, налогов и применения мер экономической политики при вывозе и как иностранный в иных целях.

При ввозе товаров, предназначенных для вывоза за пределы Российской Федерации в соответствии с таможенным режимом экспорта, в свободные таможенные зоны или при помещении их на свободные склады такие товары освобождаются от таможенных пошлин, налогов либо уплаченные суммы

возвращаются, если такое освобождение или возврат предусмотрены при фактическом вывозе товаров. Фактический вывоз таких товаров должен быть осуществлен не позднее шести месяцев со дня возврата таможенных пошлин, налогов или освобождения от них.

При возвращении товаров, подлежащих вывозу за пределы Российской Федерации, с территории свободных таможенных зон и со свободных складов на остальную часть таможенной территории Российской Федерации либо при неосуществлении фактического, вывоза в течение установленных сроков уплачиваются таможенные пошлины, налоги, а также проценты по ставкам, устанавливаемым Центральным банком Российской Федерации по предоставляемым им кредитам.

При ликвидации свободного склада по истечении срока действия лицензии либо по желанию владельца, а также при аннулировании или отзыве таможенными органами Российской Федерации лицензии на учреждение свободного склада с даты принятия такого решения свободный склад становится складом временного хранения. Общий срок нахождения товаров на складе временного хранения не может превышать шести месяцев.

11. *Переработка товаров вне таможенной территории* — режим, при котором российские товары вывозятся без применения к ним мер экономической политики и используются вне таможенной территории Российской Федерации с целью их переработки и последующего выпуска продуктов переработки в свободное обращение на таможенной территории Российской Федерации с полным или частичным освобождением от таможенных пошлин и налогов, а также без применения к товарам мер экономической политики.

При переработке товаров вне таможенной территории могут осуществляться операции, аналогичные тем, которые проводятся при режиме переработки товаров на таможенной территории.

Государственный таможенный комитет Российской Федерации вправе устанавливать ограничения на отдельные операции по переработке товаров вне таможенной территории.

Данный режим не может быть использован в случаях:

- если при вывозе товаров необходимы возврат ввозных таможенных пошлин, налогов, освобождение от них либо получение выплат, предоставляемых при вывозе;
- если товары до вывоза были выпущены в свободное обращение с полным освобождением от ввозных таможенных пошлин, налогов;
- в иных случаях, определяемых Государственным таможенным комитетом Российской Федерации.

Переработка товаров вне таможенной территории производится при наличии лицензии таможенного органа Российской Федерации, которая выдается российскому лицу при условии, если:

- таможенный орган Российской Федерации считает возможным установить, что продукты переработки образовались в результате переработки вывезенных товаров;
- переработка товаров вне таможенной территории не наносит серьезного ущерба интересам российской экономики.

Товары вне таможенной территории перерабатываются в сроки, устанавливаемые таможенным органом Российской Федерации в порядке, определяемом Государственным таможенным комитетом Российской Федерации. Сроки определяются на основе экономически оправданной продолжительности процесса переработки товаров.

Таможенные органы Российской Федерации могут устанавливать в таможенных целях обязательное количество выхода продуктов переработки, образующихся в результате переработки товаров.

Товары, вывозимые на переработку, облагаются вывозными таможенными пошлинами, налогами с последующим возвратом их сумм при выпуске продуктов переработки для свободного обращения на таможенной территории Российской Федерации. Проценты на возвращаемые суммы не начисляются.

По решению таможенного органа Российской Федерации товары могут освобождаться от таможенных пошлин, а налоги, взимаемые с товаров, могут возвращаться при вывозе на переработку вне таможенной территории.

Полное или частичное освобождение продуктов переработки от ввозных таможенных пошлин, налогов предоставляется в случае, если эти продукты заявляются для свободного обращения лицом, получившим лицензию на переработку товаров вне таможенной территории, либо его таможенным брокером.

Полное освобождение от ввозных таможенных пошлин, налогов предоставляется, если таможенный орган Российской Федерации удостоверится в том, что целью переработки был ремонт вывезенных товаров, осуществляемый безвозмездно в силу положений законодательства или договора, за исключением случаев, когда при первоначальном выпуске товаров для свободного обращения учитывались их недостатки.

Частичное освобождение от ввозных таможенных пошлин, налогов предоставляется при возмездном ремонте вывозимых товаров и при осуществлении других операций по переработке. Суммы таможенных пошлин, налогов определяются исходя из ставок, применяемых к продуктам переработки, помноженных на стоимость ремонта или других операций по переработке.

Замена продуктов переработки иностранными товарами допускается в порядке, определяемом Государственным таможенным комитетом Российской Федерации.

Лицо, получившее лицензию на переработку товаров вне таможенной территории и не возвратившее товары либо не осуществившее ввоз продуктов переработки в установленные сроки, не несет ответственности перед таможенными органами Российской Федерации лишь в том случае, если факт уничтожения или безвозвратной утраты товаров либо продуктов переработки вследствие аварии или действия непреодолимой силы, их недостачи в силу естественного износа или убыли при нормальных условиях транспортировки и хранения либо выбытия из владения в результате неправомерных по законодательству Российской Федерации действий органов или должностных лиц иностранного государства подтвержден консульскими учреждениями Российской Федерации за границей.

12. *Экспорт товаров* — режим, при котором товары вывозятся за пределы таможенной территории Российской Федерации без обязательства вернуть их на эту территорию.

Экспорт товаров осуществляется при условии уплаты вывозных таможенных пошлин и иных таможенных платежей, а также соблюдения мер экономической политики.

При экспорте товары освобождаются от уплаты налогов либо уплаченные суммы налогов подлежат возврату в соответствии с налоговым законодательством Российской Федерации.

При выпуске товаров в таможенном режиме экспорта товары должны быть вывезены за пределы таможенной территории Российской Федерации в том же состоянии, в котором они были на день принятия таможенной декларации, кроме изменений состояния товаров вследствие естественного износа или убыли при нормальных условиях транспортировки и хранения.

13. *Реэкспорт товаров* — режим, при котором иностранные товары вывозятся с таможенной территории Российской Федерации без взимания или с возвращением ввозных таможенных пошлин и налогов и без применения к ним мер экономической политики.

Реэкспорт товаров допускается с разрешения таможенного органа Российской Федерации, предоставляемого в порядке, определяемом Государственным таможенным комитетом Российской Федерации, а в случаях, определяемых законодательными актами Российской Федерации, актами Правительства Российской Федерации либо международными договорами Российской Федерации, — с разрешения другого уполномоченного на то органа.

При ввозе товаров на таможенную территорию Российской Федерации таможенные пошлины, налоги не взимаются и меры экономической политики к ним не применяются, если они заявляются таможенному органу Российской Федерации в качестве предназначенных непосредственно и исключительно для реэкспорта. Фактический вывоз таких товаров должен быть осуществлен не позднее шести месяцев со дня принятия таможенной декларации. При неосуществлении фактического вывоза в течение установленного срока уплачиваются таможенные пошлины, налоги, а также проценты по ставкам, устанавливаемым Центральным банком Российской Федерации по предоставляемым им кредитам.

При вывозе реэкспортируемых товаров уплаченные ввозные таможенные пошлины и налоги подлежат возврату при условии, если:

- реэкспортируемые товары находятся в том же состоянии, в котором они были на момент ввоза, кроме изменений состояния товаров вследствие естественного износа либо убыли при нормальных условиях транспортировки и хранения;

- реэкспорт товаров происходит в течение двух лет с момента ввоза;

- реэкспортируемые товары не использовались в целях извлечения дохода.

При вывозе реэкспортируемых товаров вывозные таможенные пошлины и налоги не взимаются, а меры экономической политики, действующие при вывозе, не применяются, за исключением случаев, определяемых Правительством Российской Федерации.

14. *Уничтожение товаров* — режим, при котором иностранные товары уничтожаются под таможенным контролем, включая приведение их в состояние, непригодное для использования, без взимания таможенных пошлин и налогов, а также без применения к ним экономической политики.

Уничтожение товаров допускается с разрешения таможенного органа Российской Федерации. Такое разрешение не предоставляется, если уничтожение товаров может причинить существенный вред окружающей природной среде, а также в других случаях, определяемых Государственным таможенным комитетом Российской Федерации.

Уничтожение товаров производится заинтересованным лицом за собственный счет и не влечет для государства каких-либо расходов. Отходы, образовавшиеся в результате уничтожения товаров, должны быть помещены под соответствующий таможенный режим как иностранные товары, находящиеся под таможенным контролем.

15. *Отказ от товара в пользу государства* — режим, при котором лицо отказывается от товара без взимания таможенных пошлин, налогов, а также без применения мер экономической политики.

Отказ от товара в пользу государства допускается с разрешения таможенного органа Российской Федерации и не влечет каких-либо расходов для государства.

3. Таможенный тариф

Основной правовой базой для взимания таможенных пошлин в Российской Федерации являются Таможенный кодекс Российской Федерации и Закон Российской Федерации «О таможенном тарифе» от 21 мая 1993 г. № 5003-1:

В соответствии с этим Законом Таможенный тариф Российской Федерации представляет собой свод ставок таможенных пошлин, применяемых к товарам, перемещаемым через таможенную границу Российской Федерации и систематизированным в соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД).

Согласно Закону при формировании Импортного таможенного тарифа *базовые* ставки ввозных таможенных пошлин устанавливаются к товарам, происходящим из стран, в торгово-политических отношениях с которыми Российская Федерация применяет режим наиболее благоприятствуемой нации.

К товарам, происходящим из стран, торгово-политические отношения с которыми не предусматривают режим наиболее благоприятствуемой нации либо страна происхождения которых не установлена, ставки ввозных таможенных пошлин увеличиваются в два раза, за исключением случаев предоставления Российской Федерацией тарифных льгот (преференций).

В Российской Федерации применяются следующие виды ставок пошлин:

адвалорные, начисляемые в процентах к таможенной стоимости облагаемых товаров;
специфические, начисляемые в установленном размере за единицу облагаемых товаров;
комбинированные, сочетающие оба названных вида таможенного обложения.

Вышеназванный Закон предусматривает в необходимых случаях применение сезонных и особых пошлин. К *особым пошлинам* относятся: специальные, антидемпинговые, компенсационные.

Специальные пошлины применяются:

· в качестве защитной меры, если товары ввозятся на таможенную территорию Российской Федерации в количестве и на условиях, наносящих или угрожающих нанести ущерб отечественным производителям подобных или непосредственно конкурирующих товаров;

· как ответная мера на дискриминационные и иные действия, ущемляющие интересы Российской Федерации, со стороны других государств или их союзов.

Антидемпинговые пошлины применяются при ввозе на таможенную территорию Российской Федерации товаров по цене более низкой, чем их стоимость в стране, из которой они вывозятся, если такой ввоз наносит или угрожает нанести материальный ущерб отечественным производителям подобных товаров либо препятствует организации или расширению их производства в Российской Федерации.

Компенсационные пошлины применяются при ввозе на таможенную территорию Российской Федерации товаров, при производстве или вывозе которых прямо или косвенно использовались субсидии, если такой ввоз наносит или угрожает нанести материальный ущерб отечественным производителям подобных товаров либо препятствует организации или расширению их производства в Российской Федерации.

Применению особых видов пошлин предшествует расследование, проводимое в соответствии с законодательством Российской Федерации. Размер ставок пошлин должен быть соотносим с величиной установленного расследованием демпингового занижения цены, субсидий и выявленного ущерба.

Закон Российской Федерации «О таможенном тарифе» предусматривает также применение тарифных льгот (тарифных преференций) в виде:

- возврата ранее уплаченной пошлины;
- освобождения от уплаты пошлины;
- снижения ставки пошлины;
- установления тарифных квот на преференциальный ввоз (вывоз) товара.

Начисление, уплата и взимание пошлины на товар производятся на основе его таможенной стоимости в соответствии с Таможенным кодексом Российской Федерации.

Таможенная стоимость определяется декларантом с помощью методов определения таможенной стоимости и заявляется (декларируется) им таможенному органу Российской Федерации при перемещении товара через таможенную границу Российской Федерации.

Таможенная стоимость товаров, ввозимых на таможенную территорию Российской Федерации, определяется методами оценки:

- по цене сделки с ввозимыми товарами;
- по цене сделки с идентичными товарами;
- по цене сделки с однородными товарами;
- на основе вычитания стоимости;
- на основе сложения стоимости;
- резервного метода.

Основным является метод оценки *по цене сделки с ввозимыми товарами*.

В том случае, если основной метод не может быть использован, применяется последовательно каждый из перечисленных выше методов.

В соответствии с основным методом таможенной стоимостью ввозимого на таможенную территорию Российской Федерации товара является цена сделки, фактически уплаченная или подлежащая уплате за ввозимый товар на момент пересечения им таможенной границы Российской Федерации (до порта или иного места ввоза).

При определении таможенной стоимости в цену сделки включаются следующие компоненты, если они не были ранее в нее включены:

а) расходы по доставке товара до аэропорта, порта или иного места ввоза товара на таможенную территорию Российской Федерации:

- стоимость транспортировки;
- расходы по погрузке, выгрузке, перегрузке и перевалке товаров;
- страховая сумма;

б) расходы, понесенные покупателем:

- комиссионные и брокерские вознаграждения, за исключением комиссионных по закупке товара;
- стоимость контейнеров и (или) другой многооборотной тары, если в соответствии с ТН ВЭД они рассматриваются как единое целое с оцениваемыми товарами;

- стоимость упаковки, включая стоимость упаковочных материалов и работ по упаковке;

в) соответствующая часть стоимости товаров и услуг, которые прямо или косвенно были предоставлены покупателем бесплатно или по сниженной цене для использования в связи с производством или продажей на вывоз:

- сырья, материалов, деталей, полуфабрикатов и других комплектующих изделий, являющихся составной частью оцениваемых товаров;
- инструментов, штампов, форм и других подобных предметов, использованных при производстве оцениваемых товаров;
- материалов, израсходованных при производстве оцениваемых товаров (смазочных материалов, топлива и других);
- инженерной проработки, опытно-конструкторской работы, дизайна, художественного оформления, эскизов и чертежей, выполненных вне территории Российской Федерации и необходимых для производства оцениваемых товаров;

г) лицензионные и иные платежи за использование объектов интеллектуальной собственности, которые покупатель должен прямо или косвенно осуществить в качестве условия продажи оцениваемых товаров;

д) часть прямого или косвенного дохода продавца от любых последующих перепродаж, передачи или использования оцениваемых товаров на территории Российской Федерации.

Указанный метод не может быть использован для определения таможенной стоимости товара, если:

- а) существуют ограничения в отношении прав покупателя на оцениваемый товар, за исключением:
- ограничений, установленных законодательством Российской Федерации;
 - ограничений географического региона, в котором товары могут быть перепроданы;
 - ограничений, существенно не влияющих на цену товара;
- б) продажа и цена сделки зависят от соблюдения условий, влияние которых не может быть учтено;
- в) данные, использованные декларантом при заявлении таможенной стоимости, не подтверждены документально либо не являются количественно определенными достоверными;

г) участники сделки являются взаимозависимыми лицами, за исключением случаев, когда их взаимозависимость не влияет на цену сделки, что должно быть доказано декларантом. При этом под взаимозависимыми лицам и понимаются лица, которым присущ хотя бы один из следующих признаков- один из участников сделки (физическое лицо) или должностное лицо одного из участников сделки является одновременно должностным лицом другого участника сделки;

участники сделки являются совладельцами предприятия;

участники сделки связаны трудовыми отношениями;

один из участников сделки является владельцем вклада (пая) или обладателем акций с правом голоса в уставном капитале другого участника сделки, составляющих не менее 5% уставного капитала;

оба участника сделки находятся под непосредственным либо косвенным контролем третьего лица;

участники сделки совместно контролируют, непосредственно или косвенно, третье лицо;

один из участников сделки находится под непосредственным или косвенным контролем другого участника сделки;

участники сделки или их должностные лица являются родственниками.

При *методе оценки по цене сделки с идентичными товарами* в качестве основы для определения таможенной стоимости товара принимается цена сделки с идентичными товарами при соблюдении некоторых условий. При этом под идентичными понимаются товары, одинаковые во всех отношениях с оцениваемыми товарами, в том числе по следующим признакам:

- физические характеристики;
- качество и репутация на рынке;
- страна происхождения;
- производитель.

Цена сделки с идентичными товарами принимается в качестве основы для определения таможенной стоимости, если эти товары:

а) проданы для ввоза на территорию Российской Федерации;

б) ввезены одновременно с оцениваемыми товарами или не ранее чем за 90 дней до их ввоза;

в) ввезены примерно в том же количестве и/или на тех же коммерческих условиях, В случае если идентичные товары ввозились в ином количестве и/или на других коммерческих условиях декларант должен произвести соответствующую корректировку их цены с учетом этих различий и документально подтвердить ее обоснованность.

При определении таможенной стоимости по цене сделки с идентичными товарами должны учитываться расходы, указанные в основном методе.

В случае если при этом методе выявляется более одной цены сделки по идентичным товарам, то для определения таможенной стоимости ввозимых товаров применяется самая низкая из них.

При *методе оценки по цене сделки с однородными товарами* за основу для определения таможенной стоимости товара принимается цена сделки по товарам, однородным с ввозимыми при соблюдении ряда условий. При этом под однородными понимаются товары, которые, хотя и не являются одинаковыми во всех отношениях, имеют сходные характеристики и состоят из схожих компонентов, что позволяет им выполнять те же функции, что и оцениваемые товары и быть коммерчески взаимозаменяемыми.

При определении однородности товаров учитываются следующие их признаки:

- качество, наличие товарного знака и репутация на рынке;
- страна происхождения;
- производитель.

Данный метод применяется при тех же условиях, что и метод оценки по цене сделки с идентичными товарами. Согласно этим методам таможенной оценки:

а) товары не считаются идентичными оцениваемым или однородными с ними, если они не были произведены в той же стране, что и оцениваемые товары;

б) товары, произведенные не производителем оцениваемых товаров, а другим лицом, принимаются во внимание только в том случае, если не имеется ни идентичных, ни однородных товаров, произведенных лицом — производителем оцениваемых товаров;

в) товары не считаются идентичными или однородными, если их проектирование, опытно-конструкторские работы, их художественное оформление, дизайн, эскизы и чертежи и иные аналогичные работы выполнены в Российской Федерации.

Таможенная стоимость по *методу оценки на основе вычитания стоимости* определяется в том случае, если оцениваемые, идентичные или однородные товары будут продаваться на территории Российской Федерации без изменения своего первоначального состояния.

При этом методе в качестве основы для определения таможенной стоимости товара принимается цена единицы товара, по которой оцениваемые, идентичные или однородные товары продаются наибольшей партией на территории Российской Федерации не позднее 90 дней с даты их ввоза участнику сделки, не являющемуся взаимозависимым с продавцом лицом.

Из цены единицы товара вычитаются следующие компоненты:

а) расходы на выплату комиссионных вознаграждений, обычные надбавки на прибыль и общие расходы в связи с продажей в Российской Федерации ввозимых товаров того же класса и вида;

б) суммы ввозных таможенных пошлин, налогов, сборов и иных платежей, подлежащих уплате в Российской Федерации в связи с ввозом или продажей товаров;

в) обычные расходы, понесенные в Российской Федерации на транспортировку, страхование, погрузочные и разгрузочные работы.

При *методе оценки на основе сложения стоимости* за основу для определения таможенной стоимости товара принимается цена товара, рассчитанная путем сложения:

а) стоимости материалов и издержек, понесенных изготовителем в связи с производством оцениваемого товара;

б) общих затрат, характерных для продажи в Российскую Федерацию из страны вывоза товаров того же вида, в том числе расходов на:

- транспортировку,

- погрузочные и разгрузочные работы,

- страхование до места пересечения таможенной границы Российской Федерации и иных затрат;

в) прибыли, обычно получаемой экспортером в результате поставки в Российскую Федерацию таких товаров.

В случаях если таможенная стоимость товара не может быть определена декларантом в результате последовательного применения предыдущих методов либо если таможенный орган аргументированно считает, что эти методы оценки таможенной стоимости не могут быть использованы, таможенная стоимость оцениваемых товаров определяется с учетом мировой практики.

В качестве основы для определения таможенной стоимости товара по *резервному методу* не могут быть использованы:

а) цена товара на внутреннем рынке Российской Федерации;

б) цена товара, поставляемого из страны его вывоза в третьи страны;

в) цена на внутреннем рынке Российской Федерации на товары российского происхождения;

г) произвольно установленная или достоверно не подтвержденная цена товара.

Страна происхождения товара определяется согласно существующей международной практике с целью осуществления тарифных и нетарифных мер регулирования ввоза товара на таможенную территорию Российской Федерации и его вывоза с этой территории.

Страной происхождения товара считается страна, в которой товар был полностью произведен или подвергнут достаточной переработке в соответствии с определенными критериями. При этом под страной происхождения товара может пониматься группа стран, таможенные союзы стран, регион или часть страны, если имеется необходимость их выделения для целей определения происхождения товара.

Товарами, полностью произведенными в данной стране, считаются:

а) полезные ископаемые, добытые на ее территории, или в ее территориальных водах, или на ее континентальном шельфе и в морских недрах, если страна имеет исключительные права на разработку этих недр;

б) растительная продукция, выращенная или собранная на ее территории;

в) живые животные, родившиеся и выращенные в ней;

г) продукция, полученная в этой стране от выращенных в ней животных;

д) произведенная в ней продукция охотничьего, рыболовного и морского промыслов;

е) продукция морского промысла, добытая и (или) произведенная в Мировом океане ее судами либо судами, арендованными (зафрахтованными) ею;

ж) вторичное сырье и отходы, являющиеся результатом производственных и иных операций, осуществляемых в ней;

з) продукция высоких технологий, полученная в открытом космосе на космических судах, принадлежащих данной стране или арендуемых ею;

и) товары, произведенные в ней исключительно из продукции, указанной в пунктах «а»—«з».

Если в производстве товара участвуют две и более страны, его происхождение определяется в соответствии с критериями достаточной переработки товара в данной стране:

а) изменение товарной позиции (классификационного кода товара) по ТН ВЭД на уровне любого из первых четырех знаков, произошедшее в результате переработки товара;

б) выполнение производственных или технологических операций, достаточных или не достаточных для того, чтобы товар считался происходящим из той страны, где эти операции имели место;

в) правило адвалорной доли, т.е. изменение стоимости товара, когда процентная доля стоимости использованных материалов или добавленной стоимости достигает фиксированной доли цены поставляемого товара.

При этом считаются не отвечающими критерию достаточной переработки:

- операции по обеспечению сохранности товаров во время хранения или транспортировки;
- операции по подготовке товаров к продаже и транспортировке (дробление партии, формирование отправок, сортировка, переупаковка);
- простые сборочные операции;
- смешивание товаров (компонентов) без придания полученной продукции характеристик, существенно отличающих ее от исходных составляющих.

Для подтверждения происхождения товара из данной страны таможенный орган Российской Федерации вправе требовать представления сертификата о его происхождении.

4. Таможенное оформление

Основным документом, необходимым для таможенного оформления товара, является грузовая таможенная декларация (ГТД).

При декларировании товаров декларант сам выбирает таможенный режим, в соответствии с которым он ввозит в Российскую Федерацию или вывозит из Российской Федерации товары и указывает их коды в ГТД.

ГТД заполняется на такую партию товаров, в отношении которых устанавливается единый таможенный режим.

Если партия включает товары, по которым установлены различные таможенные режимы, то заполняется такое количество ГТД, которое соответствует количеству этих режимов.

За достоверность указанных в ГТД сведений декларант несет ответственность в соответствии с законодательством.

Комплект ГТД состоит из четырех сброшюрованных листов (форма ТД1). При наличии в партии товаров нескольких наименований используются добавочные листы (форма ТД2), в каждом из которых декларируются товары еще трех наименований.

Листы ГТД распределяются следующим образом:

1-й лист — остается в таможене;

2-й лист — предназначен для Государственного таможенного комитета Российской Федерации;

3-й лист — для лица, осуществляющего расчеты по таможенным платежам;

4-й лист — для органа государственной статистики.

Процесс оформления грузовой таможенной декларации на экспортно-импортные товары состоит из нескольких этапов.

На *первом этапе* контроль производится сотрудниками отдела таможенной статистики.

Инспектор принимает от декларанта ГТД, заполненную в соответствии с правилами оформления данного типа ГТД. К ГТД прилагаются документы, необходимые для таможенного оформления и контроля, согласно перечню. В случаях если указанные документы не представлены, ГТД к оформлению не принимаются.

По результатам проверки ГТД присваивается регистрационный номер или она вместе с листом рассогласования возвращается к декларанту для устранения ошибок технического характера.

ГТД регистрируется в журнале грузовых таможенных деклараций, в который заносятся следующие сведения:

номер ГТД;

тип декларации;

наименование товара и его количество;

отправитель и получатель груза.

На этом этапе также проверяются сведения и документы, касающиеся нетарифных мер регулирования внешнеэкономической деятельности (лицензирование, квотирование, сертификация, разрешение иных органов и т.д.).

На *втором этапе* сотрудники отдела таможенной стоимости и валютного контроля проверяют соответствие сведений о таможенной стоимости, указанных в ГТД и Декларации таможенной стоимости, предъявленным документам; возможность и правильность применения основного метода определения таможенной стоимости; обоснованность заявленной таможенной стоимости; правомерность расчетов в иностранной валюте между участниками внешнеэкономической деятельности и уполномоченным банком в соответствии с требованиями валютного законодательства, а также контролируют исполнение бартерных контрактов.

На *третьем этапе* контроль производится сотрудниками отдела таможенных платежей.

На этом этапе проверяются правильность начисления таможенных платежей, правомерность использования участниками внешнеэкономической деятельности тарифных преференций, других нормативов, регулирующих размеры таможенных платежей, а также документы, подтверждающие перечисление средств на счета таможни.

При вывозе товаров за пределы таможенной территории Российской Федерации таможенные пошлины не взимаются.

При вывозе с территории Российской Федерации товары освобождаются от налога на добавленную стоимость и акцизов либо производится возврат уплаченных ранее сумм.

При экспорте взимаются таможенные сборы за таможенное оформление товаров и их таможенной стоимости, а за товары, за исключением товаров не для коммерческих целей, — дополнительный сбор в иностранной валюте, курс которой котируется Центральным банком Российской Федерации, в размере 0,05% таможенной стоимости.

Базовые ставки ввозных (импортных) таможенных пошлин, как известно, применяются к товарам, происходящим из государств, которым Российская Федерация предоставляет режим наиболее благоприятствуемой нации, а базовые ставки пошлин, увеличенные в два раза, — к товарам, происходящим из стран, которым Российская Федерация не предоставляет режим наиболее благоприятствуемой нации либо страна происхождения которых не установлена.

Товары, происходящие из развивающихся стран, пользующихся схемой преференций Российской Федерации, облагаются импортными пошлинами по ставкам в размере 75% от базовых.

К товарам, происходящим из наименее развитых стран, пользующихся той же схемой преференций, импортные таможенные пошлины не применяются.

Ставки импортных таможенных пошлин устанавливаются в процентах от таможенной стоимости товара либо в ЭКЮ от единицы измерения. Импортные пошлины уплачиваются в рублях либо в свободно конвертируемой валюте.

Акцизами облагаются отдельные товары (алкогольные напитки, автомобили и др.). Перечни этих товаров и часто изменяющиеся ставки акцизов периодически публикуются в печати.

Сумма акциза в рублях определяется по формуле:

$$A_c = (CA) / 100,$$

где A — ставка акциза;

C — таможенная стоимость.

В настоящее время при ввозе на таможенную территорию Российской Федерации подакцизных товаров на депозит внутренней таможни вносится залоговая сумма для обеспечения таможенных платежей. Этот порядок применяется в отношении подакцизных товаров, доставляемых во внутренний таможенный орган автомобильным транспортом, в том числе в случае их перевалки с железнодорожного, морского, речного и воздушного транспорта на автомобильный, а также перемещаемых автомобильным транспортом по территории Российской Федерации в соответствии с режимом транзита.

Товары, ввозимые на территорию Российской Федерации, облагаются *налогом на добавленную стоимость* по установленным ставкам.

Сумма налога на добавленную стоимость в рублях определяется по формуле:

$$A_n = [(C + П + A_c)H] / 100,$$

где C — таможенная стоимость;

$П$ — сумма таможенной пошлины;

A_c — сумма акциза;

H — ставка налога на добавленную стоимость.

Таможенные сборы за таможенное оформление товаров и транспортных средств взимаются в том же порядке и размере, как было указано выше при рассмотрении режима экспорта.

Все таможенные платежи уплачиваются до или в момент принятия грузовой таможенной декларации к оформлению.

На *четвертом этапе* контроль сотрудники грузового отдела осуществляют досмотр товаров, во время которого проверяется соответствие сведений о грузе, заявленном в ГТД и фактически перемещаемом.

На *пятом этапе* сотрудники отделов таможенной статистики проверяют правильность заполнения ГТД.

После завершения пятого этапа ГТД регистрируется в специальном журнале.

5. Экспортный контроль

В соответствии с Указом Президента Российской Федерации «О мерах по созданию системы экспортного контроля в России» от 11 апреля 1992 г. № 338 для проведения единой государственной политики, координации работ по экспортному контролю предписывалось образовать при Правительстве Российской Федерации Межведомственную комиссию по экспортному контролю (КЭК России). Функции рабочего органа Межведомственной комиссии возлагались на отдел экспортного контроля комплекса оборонной промышленности и конверсии Минэкономики России.

КЭК России поручалось разработать и представить проект перечня сырья, материалов, применяемых при создании вооружения и военной техники, экспорт которых контролируется и осуществляется по лицензиям, а также списки материалов, оборудования и технологий, имеющих мирное назначение, но пригодных для использования при создании ракетного, ядерного, химического и других видов оружия массового уничтожения, контролируемых при экспорте в соответствии с международными обязательствами Российской Федерации по нераспространению оружия массового уничтожения.

Одновременно Министерству иностранных дел Российской Федерации совместно с КЭК России поручалось провести переговоры с правительствами Содружества Независимых Государств по координации на многосторонней основе работ по экспортному контролю в целях нераспространения оружия массового уничтожения, а также принять участие в работе международных организаций по подготовке международных гармонизированных контрольных списков материалов, оборудования и технологий, которые имеют мирное назначение, но могут быть использованы при создании оружия массового уничтожения.

В целях усиления валютного и экспортного контроля в России 24 сентября 1993 г. был подписан Указ Президента Российской Федерации № 1444 «О Федеральной службе России по валютному и экспортному контролю», в котором определены статус Федеральной службы России по валютному и экспортному контролю как центрального органа федеральной исполнительной власти по реализации функций Совета Министров — Правительства Российской Федерации по валютному и экспортному контролю, а также ее основные задачи и порядок взаимодействия с другими государственными учреждениями и организациями. Постановлением Правительства Российской Федерации от 30 августа 1994 г. № 1005 функции рабочего органа КЭК России были возложены на Управление экспортного контроля Федеральной службы России по валютному и экспортному контролю.

По инициативе ряда оборонных предприятий в России и при поддержке Федеральной службы России по валютному и экспортному контролю, МИД и МВЭС России в августе 1994 г. создан Центр по проблемам экспортного контроля, одной из основных задач которого является работа с российскими экспортерами продукции и технологий двойного применения. Центр по проблемам экспортного контроля — некоммерческая и негосударственная организация. Его деятельность направлена на оказание информационной, учебной и консалтинговой помощи российским предприятиям — экспортерам товаров, технологий и услуг двойного применения в сфере экспортного контроля.

В 1994 г. процесс создания в Российской Федерации современной системы экспортного контроля был завершен.

В сфере международных контрольных режимов Россия следует их рекомендациям в своей внешнеэкономической деятельности.

В настоящее время она является официальным членом группы ядерных поставщиков, многостороннего режима контроля за ракетными технологиями и Вассенаарских договоренностей.

В настоящее время деятельность российской системы экспортного контроля направлена на реализацию следующих режимов контроля за экспортом товаров и услуг:

- контроль за экспортом из Российской Федерации оборудования и материалов двойного применения и соответствующих технологий, используемых в ядерных целях («Лондонский клуб ядерных поставщиков»). Нормативной основой для контроля является распоряжение Президента Российской Федерации от 11 января 1993 г. № 827-рп; порядок контроля определен постановлением Правительства Российской Федерации от 27 января 1993 г. № 68.

Гарантии импортера должны обеспечить использование предмета контракта или любых воспроизведенных его копий в заявленных целях, не связанных с любой деятельностью по созданию ядерных взрывных устройств или деятельностью по созданию ядерного топливного цикла, не находящихся под гарантиями МАГАТЭ, а также возможность реэкспорта только при получении письменного разрешения экспортера, согласованного в обязательном порядке с КЭК России;

- контроль за экспортом из Российской Федерации оборудования, материалов и технологий, применяющихся при создании ракетного оружия, (режим контроля за ракетными технологиями — РКРТ). Нормативной основой для контроля является распоряжение Президента Российской Федерации от 25 апреля 1995 г. № 193-рп, порядок контроля определен постановлением Правительства Российской Федерации от 19 ноября 1993 г. № 1178. Контрольный список содержит две категория объектов для контроля:

категория I — законченные ракетные системы, оборудование и технологии, наиболее значимые для создания ракетного оружия, экспорт которых, как правило, запрещен;

категория II — объекты, экспорт которых осуществляется по лицензиям.

При заключении контракта обязательным является наличие в его тексте информации о цели использования, конечном пользователе, обязательствах (гарантиях) импортера. Гарантии импортера должны обеспечивать использование предмета контракта только в заявленных целях, не связанных с производством оружия массового уничтожения, и осуществление копирования, видоизменения модернизации или реэкспорта только на основании разрешения экспортера, согласованного в обязательном порядке с КЭК России;

- контроль за экспортом из России возбудителей заболеваний человека, животных и растений, их генетически измененных форм, фрагментов генетического материала и оборудования, которые могут быть применены при создании бактериологического (биологического) и токсичного оружия («Австралийская группа: биологическое оружие»). Нормативной основой для контроля является распоряжение Президента Российской Федерации от 4 июня 1994 г. № 298-рп; порядок контроля определен постановлением Правительства Российской Федерации от 26 сентября 1994 г. № 1098;

- контроль за экспортом из России химикатов и технологий, которые имеют мирное назначение, но могут быть использованы при создании химического оружия («Австралийская группа: химическое оружие», «Женевская конвенция»). Нормативной основой для контроля является распоряжение Президента Российской Федерации от 7 декабря 1994 г. № 621-рп; порядок контроля определен постановлением Правительства Российской Федерации от 16 января 1995 г. № 50.

Гарантии импортера должны обеспечивать использование предмета контракта только в заявленных целях, не связанных с производством химического оружия, реэкспорт или передачу только при получении письменного разрешения экспортера, согласованного в обязательном порядке с КЭК России;

- контроль за экспортом из Российской Федерации отдельных видов сырья, материалов, оборудования и технологий, которые могут быть применены при создании вооружения и военной техники («ПостКОКОМ» или Вассенаарские договоренности). Нормативной основой для контроля является распоряжение Президента Российской Федерации от 11 февраля 1994 г. № 74-рп;

порядок контроля определен постановлением Правительства Российской Федерации от 10 марта 1994 г. № 197.

Гарантии импортера должны обеспечивать использование предмета контракта только в заявленных целях, не связанных прямо или косвенно с производством вооружения и военной техники, возможность реэкспорта или передачи третьим лицам только при получении письменного разрешения экспортера, согласованного в обязательном порядке с КЭК России, а также право экспортера на осуществление проверок использования экспортируемого товара или услуг в соответствии с заявленными целями. Гарантии должны быть оформлены импортером в виде международного (национального) импортного сертификата.

Литература

1. Герчикова И. Н. Маркетинг и международное коммерческое дело. — М., 1990
2. Дейян А. Реклама, — М., 1993.
3. Дэниелс Дж.Д., РадебаЛи Х. Международный бизнес. — М.,1994.
4. Журавлев Ю.М. Страхование во внешнеэкономических связях. — М.: Анкил, 1993.
5. Крылов В.И. Мировой рынок информации/Международный бизнес России. 1996. № 3.
6. Наймушин А.Д. Основы организации рекламы. — М., 1992.
7. Основы внешнеэкономических знаний. — М.: Междунар. отношения, 1990.
8. Рожков И.Я. Международный рекламное дело. — М., 1994.
9. Сэндидж Ч. и др. Реклама: теория и практика. — М., 1989.
10. HANDBOOK of International Trade and Development Statistics, 1996/7. Geneva, 1999.

ГЛАВА 8

Организация внешнеторговых операций

Объем межстрановой торговли складывается из многочисленных отдельных внешнеторговых операций, совершаемых как большими, так и малыми фирмами. Согласно теории конкурентных преимуществ М. Портера, роль каждой страны в мировой экономике и международной торговле определяется позицией тех или иных отраслей и фирм. Организации внешнеторговых операций на уровне отдельных фирм и отдельных сделок и посвящена данная глава.

Выходу фирм на внешний рынок предшествует его изучение. При экспорте определяются спрос на внешнем рынке на товар, предназначенный на экспорт, степень конкуренции, уровень и тенденции изменения цен, выясняются перспективные требования потребителей с целью совершенствования технологии производства товара и др. На этой основе устанавливается сегмент рынка, в пределах которого изучаются применяемые конкурентами формы и методы торговли, виды, средства и интенсивность рекламы. При импорте определяются наиболее перспективные поставщики, оцениваются технический уровень их продукции, уровень и тенденция изменения цен.

После изучения рынка разрабатываются и реализуются мероприятия по выходу на внешний рынок:

- план разработки, освоения и выпуска продукции;
- выбор формы и методов выхода на внешний рынок;
- проведение рекламной кампании;
- поиск и выбор контрагента;
- выработка коммерческого предложения;
- проведение переговоров;
- заключение договора (контракта);
- реализация контракта.

§ 1. Виды внешнеторговых операций

Экспорт — вывоз за границу товаров национального происхождения или в значительной степени переработанных в стране в целях их продажи.

Импорт — ввоз иностранных товаров с целью их использования на внутреннем рынке.

Экспортно-импортные операции являются наиболее распространенными в международной торговле.

Встречная торговля (counter trade) — внешнеторговые операции, при совершении которых в документах (соглашениях или контрактах) фиксируются твердые обязательства экспортеров и импортеров произвести полный или частично сбалансированный обмен товарами. В последнем случае разница в стоимости покрывается денежными платежами.

Это самый известный вид международной торговли, заключавшийся ранее в натуральном обмене товарами. Вытесненная впоследствии товарно-денежными отношениями встречная торговля в современных условиях приобрела новое содержание и получила определенное развитие в международном товарообмене. На ее долю приходится от 25 до 30% объема международных торговых операций.

Инициаторами развития встречной торговли являются импортеры, которые в условиях нехватки валюты могут осуществлять закупки необходимых товаров с полной или частичной оплатой их

поставками своих товаров. В условиях обострения проблемы сбыта экспортеры вынуждены идти на то, чтобы получать от покупателя не денежный эквивалент их стоимости, а другие товары, которые они либо используют в собственном производстве, либо реализуют на рынке. Одной из особенностей встречной торговли является расширение практики встречных закупок экспортерами товаров, которые не могут быть ими использованы в собственном производстве, а заранее предназначаются для последующей продажи на внешнем или внутреннем рынке.

Эксперты ООН выделяют три основных вида международных встречных сделок:

- бартерные сделки (barter transactions);
- торговые компенсационные сделки (commercial compensation);
- промышленные компенсационные сделки (.industrial compensation).

Под промышленной компенсационной сделкой понимается сделка, в которой «одна сторона осуществляет поставку (зачастую согласовывая также необходимое финансирование) второй стороне товаров, услуг и/или технологии, которая используется последней для создания новых производственных мощностей. Данные поставки затем возмещаются посредством поставок товаров, произведенных на созданных таким образом предприятиях (или иногда за счет поставок аналогичных товаров, произведенных третьими сторонами в данной стране). В торговой компенсационной сделке, как правило, отсутствуют подобные взаимоотношения между взаимными конкретными действиями обеих сторон»*.

* Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело: Учебник для вузов. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996.

Специалисты Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) подразделяют все международные встречные сделки на две категории:

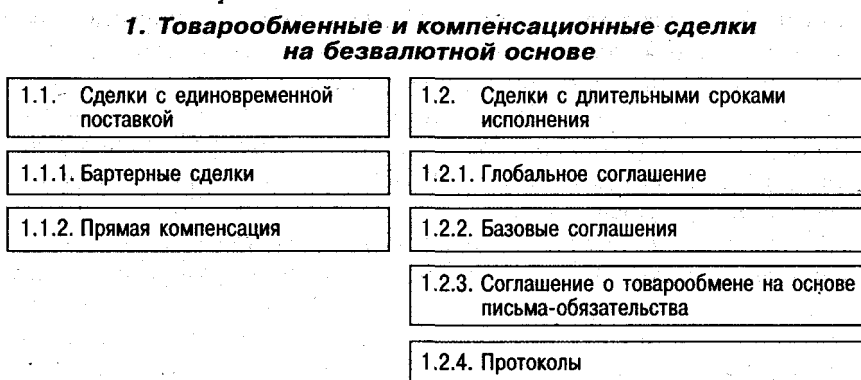
- торговая компенсация;
- промышленная компенсация.

Под *торговой компенсацией* понимается одна операция на небольшую или умеренную сумму, включая обмен крайне разнородными товарами, которые обычно органически не связаны между собой.

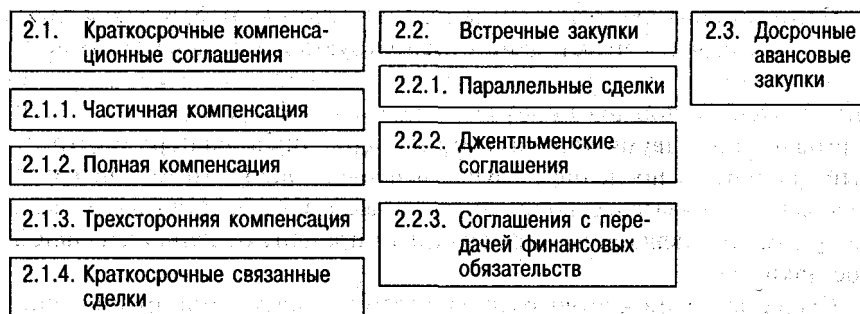
Под *промышленной компенсацией* понимаются такие сделки, которые охватывают продажу связанных между собой товаров на более крупную сумму, обычно соответствующую стоимости комплектного промышленного оборудования или готовых предприятий.

И.Н. Герчикова считает, что при классификации международных встречных сделок следует исходить из организационно-правовой основы таких сделок и принципа компенсации. При таком подходе выделяется три вида международных встречных сделок (рис. 8.1):

- товарообменные и компенсационные сделки на безвалютной основе;
- компенсационные сделки на коммерческой основе;
- компенсационные сделки на основе соглашений о производственном сотрудничестве.



2. Компенсационные сделки на коммерческой основе



3. Компенсационные сделки на основе соглашений о производственном сотрудничестве

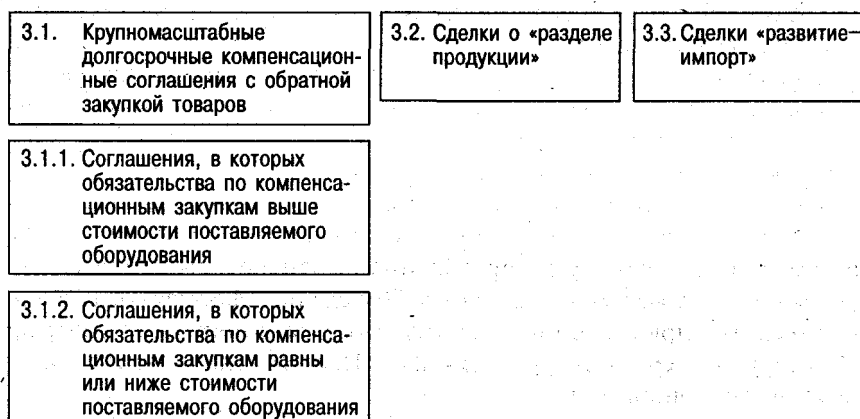


Рис. 8.1. Виды международных встречных сделок

Согласно данным И.Н. Герчиковой, на долю товарообменных и компенсационных сделок приходится 4—5%, компенсационных сделок на коммерческой основе — 9—10%, встречных закупок в рамках производственного сотрудничества — 55—60%.

Эти три основных вида сделок отличаются большим разнообразием с точки зрения их целей и характера, сроков исполнения, механизма расчетов, порядка осуществления.

1. *Сделки на основе натурального обмена — бартер (barter).* Бартерные операции — наиболее традиционная разновидность встречной торговли, представляющая собой безвалютный, но оцененный обмен товарами. Стоимостная оценка товаров осуществляется для обеспечения эквивалентности обмена. Для этих сделок характерны наличие контракта, в котором фиксируются натуральные объемы обмениваемых товаров, и одновременное движение товарных потоков. На количество товаров не влияет изменение ценовых пропорций на мировом рынке. Чистый бартер наименее распространен во встречной торговле.

2. *Коммерческие сделки, предусматривающие участие продавца в реализации товаров.* Это самая распространенная группа операций, имеющая две разновидности:

- непосредственная закупка товаров для внутрифирменного использования либо для перепродажи третьей стороне;
- содействие экспортера в нахождении покупателя товаров импортера.

Принципиальное отличие такого рода сделок от бартера заключается в том, что при ней деньги используются как мера стоимости и средство платежа. Такие сделки могут оформляться юридически либо одним экспортным контрактом с указанием условий встречной торговли, либо двумя контрактами на первичный экспорт и встречный экспорт. В последнем случае в первом экспортном контракте содержится обязательство экспортера закупить у импортера товары на сумму, составляющую определенный процент от первоначальной поставки.

Существует множество разновидностей сделок этой группы, например:

компенсационные сделки. Продавец соглашается получить оплату частично или полностью в виде поставок каких-либо товаров покупателя. Как правило, это оформляется одним контрактом. Такие сделки

напоминают бартерные, но имеют некоторые существенные отличия. Во-первых, каждый партнер выставляет счет за свои поставки в денежной форме. Во-вторых, экспортер может поручить выполнение своих обязательств по встречному импорту третьей стороне. При такой форме сделки можно получать выручку одновременно;

встречные закупки (встречные поставки). Экспортер обязуется закупить или устроить закупку третьей стороной товаров импортера на сумму, составляющую определенный, заранее оговариваемый процент от его собственных поставок. Эти сделки оформляются двумя контрактами, причем иногда не указываются конкретные товары, а фиксируются сроки и сумма закупки. Платежи по контракту осуществляются одновременно;

авансовые закупки. В этом случае первоначальные и встречные поставки как бы меняются местами, т.е. сторона, заинтересованная в продаже своих товаров определенному покупателю, сначала закупает какие-либо товары или услуги у него;

соглашение об «оффсете». Экспортер соглашается закупить в стране импортера товары на сумму, составляющую определенную долю от суммы экспортной поставки, причем такая доля чаще всего превышает 100%. Сделки такого рода, как правило, связаны с дорогостоящими программами закупок оружия и военной техники;

сделки типа «свитч». В этом случае экспортер передает свои обязательства по встречной поставке третьей стороне, как правило, специализированной торговой фирме. Такие операции применяются в сочетании с любыми другими формами, кроме бартера.

выкуп устаревшей продукции, т. е. зачет остаточной стоимости выкупаемых товаров по цене новых. Эта форма торговли является одним из самых эффективных способов, позволяющих увеличить объем продажи в условиях жесткой конкуренции на рынках сбыта, и наиболее широко применяется при сбыте легковых автомобилей, сельскохозяйственной техники, электронно-вычислительных машин и т.д. Так, в промышленно развитых странах торговые представители практически всех автомобилестроительных компаний при покупке клиентом новой автомашины вычитают из ее стоимости цену старой. Существуют примерно одинаковые для всех фирм таблицы оценки стоимости старых машин в зависимости от года выпуска, пробега и технического состояния. В Западной Европе в конце 80-х гг. более 70% новых легковых автомобилей сбывалось при выкупе устаревших моделей;

3. *Встречные поставки как составная часть промышленного сотрудничества,* например *компенсационные поставки (buy-back).* Экспортер поставляет оборудование на условиях кредита, причем оплата предоставляемых кредитов должна производиться после получения выручки от встречных поставок продукции. В рамках таких соглашений на условиях кредита импортируются машины, оборудование, материалы и некоторые другие виды товаров для строительства промышленных объектов. Впоследствии валютная выручка от экспорта части продукции этих предприятий служит источником погашения кредита.

К этой группе можно также отнести:

операции с давальческим сырьем, т.е. переработку иностранного сырья с расчетами за работу исходным сырьем или продуктами переработки. В результате неравномерного развития производительных сил, разные страны обладают несимметричными мощностями по добыче и переработке сырья, что создает предпосылки к заключению международных контрактов, по которым 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 — это способ осуществления торгового обмена (торговой операции, или торговой сделки). В международной торговой практике применяются два основных метода торговли:

- прямой метод (совершение операции непосредственно между производителем и потребителем);
- косвенный метод (совершение операции через посредника). При прямом методе торговли возникает определенная финансовая выгода, поскольку сокращаются издержки на сумму комиссионного вознаграждения посреднику, снижаются риск и зависимость результатов коммерческой деятельности от возможной недобросовестности или недостаточной компетенции посреднической организации. Этот метод также позволяет постоянно находиться на рынке, учитывать его изменения и своевременно на них

реагировать. В то же время использование прямого метода торговли подразумевает наличие коммерческой квалификации и торгового опыта. В противном случае финансовые издержки не только не сократятся, но могут значительно возрасти. Кроме того, международная торговля по сравнению с внутренней является более рискованной, что обусловлено экономическими, политическими, правовыми и социальными условиями в разных странах, их традициями и обычаями, а также большими расстояниями между торговыми партнерами. В результате часто бывает целесообразно, а иногда просто необходимо использовать посредников для проведения международных торговых операций.

Более половины международного товарного обмена осуществляется при содействии торговых посредников, т.е. независимых от производителей и потребителей товаров торговых фирм, организаций и лиц. Существуют различные виды посредников.

Простые посредники (брокеры) подыскивают и сводят взаимозаинтересованных продавцов и покупателей, но сами не принимают непосредственного участия в сделках.

Широко распространено привлечение продавцами или покупателями (доверителями) фирм, организаций и лиц к совершению сделок от имени и за счет доверителей, т.е. в качестве *поверенных*.

Доверители исполняют подписанные поверенными контракты, возмещают им понесенные расходы и выплачивают вознаграждение, которое является оценкой компетенции и оперативности посредников.

Еще более широкое применение в международной торговле получили *договоры комиссии*, по которым комиссионеры получают право подыскивать партнеров и подписывать с ними контракты от своего имени, но за счет продавца или покупателя (комитентов), которые несут коммерческие риски. Перед третьими лицами комиссионеры выступают как продавцы.

Также распространенной формой договора комиссии является продажа товаров на условиях *консигнации*. 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. Не проданные к установленному сроку товары консигнатор имеет право вернуть консигнанту. На условиях консигнации реализуют в основном товары массового спроса. По существу, при консигнации экспортер кредитует посредника на средний срок реализации товара. Непременным условием консигнационного соглашения является сохранение за комитентом права собственности на товары до их реализации покупателям.

Основной объем международной торговли опосредствуется независимыми торговыми фирмами, занимающимися перепродажей товаров (*дистрибьюторы*), которые отличаются от простых посредников и поверенных тем, что они от своего имени и за свой счет заключают договоры купли-продажи, с одной стороны, с продавцами, а с другой — с покупателями.

Очень часто в международной торговле прибегают к услугам *агентов*, к которым обычно относят посредников, действующих на рынке в интересах и от имени экспортеров или импортеров, т.е. *принципалов*. В агентских соглашениях обычно оговариваются полномочия посредников по наиболее существенным условиям внешнеторговых сделок, а также дополнительные обязательства агентов, например исследование рынков, реклама, предпродажная доработка товаров, техническое обслуживание и т.д. Чаще всего агентские соглашения регулируют общие условия сотрудничества агентов и принципалов, а поставки или закупки товаров осуществляются по отдельным контрактам, заключаемым в рамках таких соглашений.

Существуют еще три особых типа посредников, роль которых настолько значительна, что часто о них говорят как об особых способах торговли: *биржи, торги, аукционы* (см. главу 3).

§ 3. Выход на внешний рынок

Основными задачами как экспортера, так и импортера на подготовительном этапе экспортно-импортной операции являются поиск и выбор контрагента, установление контактов с ним.

С целью поиска потенциального партнера определяется фирменная структура отрасли или рынка, выявляются ведущие фирмы в отрасли, изучаются отдельные фирмы.

Фирменная структура отрасли устанавливается по специальным товарно-фирменным или отраслевым справочникам, каталогам, отраслевым изданиям промышленных ассоциаций, торгово-промышленных палат и т.д. Затем выбираются фирмы, определяются их доля на рынке, правовая форма, структура органов управления, рассредоточенность операций и т.д.

Выбор контрагента зависит от характера и предмета сделки, страны заключения и исполнения контракта, емкости рынка, конъюнктуры на данном рынке. При выборе контрагента устанавливают, на каком рынке (т.е. в какой стране) лучше продать или купить товар, а также с каким иностранным

покупателем или поставщиком заключить сделку. Учитываются межправительственные торговые соглашения или протоколы о взаимных поставках в течение определенного периода, степень монополизации рынка крупными фирмами и возможность проникновения на рынок, длительность торговых отношений с той или иной фирмой, характер деятельности фирмы (является ли она потребителем или производителем данного товара или выступает в качестве торгового посредника) и др.

Для установления контактов с потенциальным партнером продавец, используя прямые связи, может:

- направить предложение (оферту) непосредственно одному или нескольким потенциальным покупателям. Оферта содержит все основные условия предстоящей сделки: наименование товара, его количество, качество, цену, условия и срок поставки, условия платежа, характер тары и упаковки, порядок приемки-сдачи и др. В международной торговой практике различают твердую и свободную оферты. *Твердая оферта* — это письменное предложение экспортера на продажу определенной партии товара, посланное оферентом одному возможному покупателю, с указанием срока, в течение которого экспортер является связанным своим предложением и не может сделать аналогичное предложение другому покупателю. Неполучение ответа от потенциального импортера в течение установленного в оферте срока равносильно отказу последнего от заключения сделки на предложенных условиях и освобождает экспортера от сделанного им предложения.

Свободная оферта — это предложение на одну и ту же партию; товара нескольким возможным покупателям. В ней не устанавливается срок для ответа, и поэтому оферент не связан своим предложением. Согласие покупателя с условиями, изложенными в свободной оферте, подтверждается его твердой контрфертой;

- принять и подтвердить заказ покупателя.

Подтверждение заказа — это коммерческий документ, представляющий собой сообщение экспортера о принятии условий заказа без оговорок;

- послать покупателю предложение в ответ на его запрос с указанием конкретных условий будущего контракта;

- принять участие в торгах, выставках и ярмарках;

- отправить возможному покупателю коммерческое письмо с информацией о намерениях вступить в переговоры по поводу заключения конкретной сделки.

В том случае, если инициатива заключения сделки исходит от импортера, он может использовать следующие способы установления контактов с потенциальным экспортером:

- направление запроса производителю интересующих его товаров. Одной из главных целей запроса является получение от экспортных фирм конкурентных предложений, из которых выбираются наилучшие. Для этого запросы обычно посылаются не одной, а нескольким известным в данной отрасли фирмам различных стран. В запросе указываются точное наименование нужного товара, его качество, сорт, количество, а также желательный для покупателя срок поставки. При запросе предложений на машины и оборудование указываются необходимые сведения для их изготовления или желательные ориентировочные технико-экономические показатели (мощность, производительность, количество оборотов, скорость, расход топлива, КПД, габариты и пр.). Цена, по которой импортер готов купить данный товар, в запросах, как правило, не указывается, а обуславливается лишь способ ее фиксации. В запросах на сложные машины и оборудование импортер обычно просит указать в оферте цену по каждой позиции. Иногда он запрашивает о дополнительных услугах, которые будут оказаны ему экспортером, и указывает наиболее приемлемые для него условия платежа;

- направление потенциальному или уже известному продавцу заказа;

- объявление торгов;

- направление потенциальному экспортеру коммерческого письма о намерениях вступить в переговоры в ответ на его рекламу, информацию или предложение.

Однако на практике при выборе контрагента часто основную роль играют связи, рекомендации и т.п. Другой распространенный вариант — случайные, разовые сделки, продиктованные изменениями конъюнктуры внутреннего рынка и желанием получить сверхприбыль в максимально короткие сроки.

Переговоры, организованные по инициативе экспортера или импортера, могут вестись путём обмена письмами, по телеграфу, телетайпу, телефаксу, а также по телефону. Обычно эти способы сочетаются в различных комбинациях, но личные контакты, как правило, имеют решающее значение.

После согласования всех условий предстоящей сделки заключается договор. Для этого используются различные способы.

- подписание контракта участвующими в нем контрагентами. Контракт может быть заключен только в том случае, если он подписан сторонами, юридические адреса которых в нем указаны, или если он подписан лицами, имеющими право подписи таких документов;

- акцепт покупателем твердой оферты продавца.

Если покупатель согласен со всеми условиями оферты, он посылает продавцу письменное подтверждение, содержащее безоговорочный акцепт. Ответ на твердую оферту, содержащий отличные от начальных условия, не изменяющие в то же время их по сути, признается акцептом, если offerent без неоправданной задержки не будет возражать против них. В этом случае условиями договора признаются условия твердой оферты с изменениями, содержащимися в акцепте;

- акцепт продавцом контроферты покупателя.

Если покупатель не согласен с одним или несколькими существенными условиями оферты, то он посылает продавцу контроферту с указанием своих условий и срока для ответа. Такими условиями могут быть цена, количество и качество, место и срок поставки, объем ответственности, порядок разрешения споров. Если продавец согласен со всеми условиями контроферты, он ее акцептует и письменно уведомляет покупателя. Если же продавец не согласен, то он извещает об этом покупателя или направляет новую оферту;

- акцепт продавцом письменного согласия покупателя с условиями свободной оферты (контроферты покупателя).

Экспортер акцептует ту контроферту, которую он раньше получил, или от того покупателя, с которым предпочтительнее заключить сделку;

- подтверждение продавцом заказа покупателя.

В этом случае сделка оформляется двумя документами: заказом покупателя и подтверждением продавца;

- обмен письмами и подтверждение достигнутой ранее договоренности.

В письмах делается ссылка на известные обеим сторонам условия или заключенный ранее контракт.

Согласно российскому праву форма и порядок подписания внешнеторговых сделок, в которых участниками являются российские организации, всегда определяются только по российскому законодательству, которое устанавливает для внешнеторговых сделок, совершаемых российскими организациями, письменную форму и определенный порядок их подписания.

§ 4. Контракты

По международному праву под *международным контрактом* понимается сделка между двумя или несколькими сторонами, находящимися в разных странах, на поставку установленного количества товарных единиц и/или оказание услуг в соответствии с согласованными сторонами условиями. Контракт считается совершенным, если достигнуто согласие сторон по всем существенным условиям. Различаются существенные, обычные и случайные условия.

Существенные условия определяются сторонами. Например, в договоре купли-продажи существенным условием является указание предмета продажи. Некоторые условия признаются существенными по закону или торговому обычаю.

Обычные условия вытекают из нормы закона, регулирующей данные отношения. Если в контракте нет специальной оговорки, то применяются нормы права. Например, при отсутствии в контракте оговорки об уплате аванса покупатель не обязан выплачивать аванс, а может осуществлять расчет по стоимости товара в целом при его получении.

Случайными считаются условия, не входящие в перечень существенных, однако включенные в контракт по требованию сторон, причем эти условия отличаются от обычных, установленных законом, но не противоречат ему. Случайные условия являются обязательными для исполнения, их неисполнение рассматривается как нарушение контракта.

Правовой базой для заключения и реализации договоров купли-продажи товаров, на мировом рынке является Венская конвенция «О договорах международной купли-продажи».

В международной торговле обычно применяются типовые контракты.

Типовой контракт—это примерный договор или ряд унифицированных условий, изложенных в письменной форме, сформулированных заранее с учетом торговой практики или обычаев, принятых договаривающимися сторонами после того, как они были согласованы с требованиями конкретной сделки.

Типовые контракты применяются в основном при заключении сделок на поставку промышленного сырья на долгосрочной основе, а также при заключении сделок на биржах. Это обусловлено такой особенностью массовых товаров, как их однородность, что облегчает унификацию условий контрактов. Имеет также значение и то, что торговля этими товарами осуществляется в крупных размерах, а импортеры обычно объединены в отраслевые организации.

Типовой контракт представляет собой образец (проект) договора и служит основой переговоров о заключении внешнеторговой сделки. Он может изменяться и дополняться сторонами. Условия соответствующего типового контракта становятся обязательными для сторон только тогда, когда они воспроизведены в заключенном сторонами договоре или в нем содержится прямая отсылка к таким условиям.

Типовой контракт может использоваться 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. Наиболее часто типовым контрактом, разработанным одним из контрагентов, берется за образец и на его основе путем согласования каждого условия разрабатывается индивидуальный контракт, который и подписывается сторонами.

Типовые контракты разрабатываются заинтересованными международными организациями, союзами (объединениями, ассоциациями, федерациями) предпринимателей, биржами, торговыми палатами, крупными фирмами.

Наиболее распространены типовые контракты (общие условия) купли-продажи, разработанные в рамках Европейской экономической комиссии ООН. Они составлены применительно к основным внешнеторговым товарам (оборудованию, зерновым, потребительским товарам длительного пользования и др.), а также для договоров на поставку и монтаж оборудования. Существует более 30 вариантов типовых контрактов.

В практике международной торговли широко применяются контракты и общие условия поставок машин и оборудования при сделках между западноевропейскими странами, а также между ними и государствами других регионов. По массовым и сырьевым промышленным товарам контрагенты предпочитают типовые контракты, вырабатываемые отраслевыми ассоциациями. Практически каждая крупная фирма имеет достаточный выбор типовых контрактов, как правило, по группам идентичных товаров. Разрабатываются специальные типовые контракты на импорт комплектного оборудования, закупку и продажу выставочных образцов, командирование специалистов для выполнения шефмонтажных работ и технического обслуживания.

Во внешней торговле используются также типовые договоры фрахтования судов, аренды транспортных средств и оборудования, типовые лицензионные договоры и др.

Рассмотрим в качестве примера контракт купли-продажи. *Контракт купли-продажи* — коммерческий документ, представляющий собой договор на поставку товара и, если необходимо, оказание сопутствующих услуг, согласованный и подписанный импортером и экспортером. Непременным условием договора купли-продажи является переход права собственности на товар от продавца к покупателю.

Контракт купли-продажи в международной торговле состоит из нескольких разделов:

Вводная часть

В вводной части указываются наименование и номер контракта, дата и место заключения, определяются стороны (фирменное наименование, под которым они зарегистрированы, правовое положение, местонахождение). Указание места подписания имеет большое значение с точки зрения того, право какой страны применимо к контракту, если какой-либо вопрос в контракте не урегулирован.

Предмет контракта

Описывается товар, являющийся предметом купли-продажи.

Стороны должны четко определить предмет контракта — действие или совокупность действий, определяющих тип и характер условий заключаемой сделки. В зависимости от предмета контракта, который кратко отражается в его названии, определяются вид контракта, применимое право и обычаи, проформа текста.

В контракте также указывается его объект. Применительно к контракту купли-продажи сфера объектов контракта достаточно четко оговорена в Венской конвенции.

Количество

Указывается единица измерения и определяется порядок установления количества (твердо фиксированное количество или его пределы, возможность закупки дополнительного количества и др.).

Качество

Устанавливается совокупность свойств, определяющих пригодность товара для использования его по назначению. Применяются различные способы определения качества, например:

по стандарту (национальные стандарты, стандарты, разработанные союзами предпринимателей и ассоциациями, а также стандарты крупных фирм).

В контракте делается ссылка на номер и дату стандарта и указывается организация-разработчик;

по техническим условиям (при отсутствии стандартов и при необходимости установления специальных требований к качеству).

В контракте или приложении к нему дается подробная характеристика товара, описываются материалы, из которых он изготовлен, приводятся правила проверки и испытаний;

по спецификации.

Подробно указываются все технические параметры;

по образцу.

Указываются количество образцов и порядок сопоставления товара с образцом. Обычно один образец находится у покупателя, второй — у продавца, третий — у нейтральной стороны, которая обязательно указывается в контракте. Определяется также время хранения образцов после поступления последней партии товара.

по предварительному осмотру (обычно при продаже товаров на аукционах).

Устанавливаются сроки осмотра.

Срок и дата поставки

Указывается срок поставки, т.е. момент, когда продавец обязан передать товар в собственность покупателю или по его поручению лицу, действующему от его имени. Иногда устанавливается срок единовременной поставки, а иногда — промежуточные сроки при поставке по частям. Существуют различные способы установления срока поставки:

- «немедленно», т.е. продавец обязуется поставить товар в любой день в течение не более 2 недель;
- определение календарного дня поставки;
- определение периода (наиболее распространен в зарубежной практике): месяц, квартал, год, время месяца или квартала. В этих случаях добавляются слова «в течение», «не позднее» и т. п., а при периодических поставках — «ежемесячно», «ежеквартально» и т. п.;
- указание числа дней, недель или месяцев с момента совершения какого-либо действия, например «в течение 9 месяцев со дня получения продавцом извещения покупателя об утверждении им проектной документации».

Иногда контрагенты вообще не устанавливают срока поставки и оговаривают его в согласованных условиях, например «по мере готовности», «по открытию навигации», «по мере накопления партии». Ужесточая сроки поставки товаров, импортеры получают дополнительную выгоду от экономии оборотных средств.

Удовлетворение требований покупателей по срокам поставки является одним из важнейших показателей конкурентоспособности товаров, поэтому экспортерам часто приходится содержать склад готовой продукции в импортирующих странах для обеспечения поставок товаров в возможно кратчайшие сроки.

Отдельно оговаривается вопрос о досрочной поставке, которая может и не допускаться или допускаться при письменном согласии покупателя.

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 приеме груза для дальнейшей отправки по назначению;
- дата складского свидетельства;
- дата подписания приемосдаточного акта и выдачи сертификата на право собственности;
- дата подписания приемосдаточного акта после поставки последней партии, без которой невозможно использовать все ранее поставленное оборудование (в контрактах на комплектное оборудование).

Базисные условия поставки

При установлении базисных условий поставки определяется, кто несет расходы, связанные с транспортировкой товара от экспортера к импортеру. Более подробно см. § 5 «Базисные условия поставок».

Цена и общая стоимость контракта

Указываются единица измерения, за которую устанавливается цена, валюта цены, способы фиксации и уровень цены, а также скидки. Более подробно см. § 6 «Цены в международной торговле»,

Платеж

При определении условий платежа в контракте устанавливаются:

- валюта платежа, валюта цены, курс пересчета;
- оговорки, направленные на уменьшение и устранение валютного риска;
- способ платежа (наличные, аванс, кредит);
- форма расчетов (банковский перевод, аккредитив, инкассо).

Более подробно о способах платежа и форме расчетов см. § 7 «Расчеты в международной торговле».

Упаковка и маркировка

Описываются требования к внешней и внутренней упаковке товара, а также устанавливается, переходит ли упаковка в собственность покупателя товара и включается ли ее стоимость в цену товара.

Согласно общим требованиям к упаковке экспортеры обязаны обеспечить физическую сохранность груза. При поставке на базисных условиях они всегда несут ответственность за повреждение товаров, которое произошло из-за несоответствия упаковки базисным условиям контракта.

Специальные требования к упаковке устанавливаются импортерами, например в связи с необходимостью специальной расфасовки товара для сбыта его потребителям без дополнительной переупаковки либо в связи с особыми требованиями к весу и габаритам грузовых

мест и т.п.

Важнейшим элементом в технологии внешнеторговых операций является маркировка груза, которая содержит обязательные для экспортеров реквизиты:

- товаросопроводительная информация об импортере, номер контракта и транса, весогабаритные характеристики мест, номер места и число мест в партии или трансе;
- указание транспортным фирмам о том, как обращаться с грузом;
- предупреждение об опасностях в результате неосторожного обращения с грузом.

Рекламации

Указываются порядок и сроки предъявления рекламаций, права и обязанности сторон в связи с их предъявлением, способы урегулирования.

Гарантии

В этом разделе указываются объем гарантий, их срок, обязанности продавца, случаи, на которые гарантии не распространяются.

Большинство контрактов содержит коммерческие гарантии качества, которые представляют собой обязательства продавца поставить покупателю товар, обладающий в течение установленного гарантийного периода определенными свойствами. При несоответствии товара техническим требованиям контракта покупатели в течение гарантийного периода имеют право предъявлять продавцам претензии по качеству.

В контрактах могут быть предусмотрены санкции, которые покупатели имеют право применять к продавцам за некачественную поставку товара. Если обнаруженный дефект не позволяет покупателю использовать товар, то он имеет право взыскать с продавца штраф за просрочку в поставке товара с момента предъявления претензии до ее устранения. Стороны могут также включить в контракт пункт, предусматривающий право покупателя предъявить продавцу; требование возместить нанесенные убытки на величину, превышающую штрафные санкции.

Технические гарантии обычно проверяются в ходе использования товаров потребителями, а при необходимости — путем специальных испытаний.

Для реализации прав по гарантии в контракты на поставку крупных партий сложных машин и оборудования импортерами включаются обязательства продавцов предоставлять банковские гарантии «должного исполнения контрактов». Они действуют до конца гарантийного периода, и из них импортерам выплачиваются суммы а штрафов, убытков или затрат по устранению дефектов. Размер таких гарантий в некоторых случаях достигает 30% и более от стоимости товаров.

Штрафные санкции и возмещение убытков

Нередко в ходе исполнения контракта экспортер допускает просрочки в поставках товаров и выполнении работ. Для того чтобы стимулировать экспортеров к своевременному выполнению

обязательств и компенсировать возможные потери импортеров, контракты предусматривают взыскание с экспортеров штрафов, обычно в размерах, увеличивающихся в зависимости от длительности просрочек. Максимальные штрафы чаще всего составляют 8—10% от стоимости не поставленных в срок товаров.

Необоснованное ужесточение санкций импортером часто вызывает ответную реакцию экспортеров: они закладывают возможные штрафы в цены. Положение о штрафных санкциях обычно формулируется на основе взаимной ответственности, например наряду со штрафами за просрочку поставки экспортером предусматривается штраф за задержку платежа.

Включение в контракт положений о штрафных санкциях не снимает вопроса о возмещении убытков. Если он не урегулирован в контракте, то решается в соответствии с правом той или иной страны, применимым к данному контракту. При импорте иногда в контракты включаются оговорки о том, что уплата штрафа не освобождает продавца от полного возмещения причиненных убытков (по крайней мере, в части, не покрытой суммой штрафа). Эксперты обычно стремятся включить в контракт пункт, что косвенные убытки не подлежат возмещению.

Страхование

В данном разделе устанавливаются предмет страхования, перечень рисков, страхователь, а также лицо, в пользу которого проводится страхование.

При международных сделках обычно страхуются товары от риска повреждения или утраты при транспортировке.

Обязанности по страхованию в отношениях между экспортерами и импортерами обычно определяются базисными условиями поставки.

Условия контрактов, как правило, включают обязательства экспортеров предоставлять покупателям страховые полисы или сертификаты, которые входят в комплект платежных документов.

Форс-мажорные обстоятельства

Форс-мажорные обстоятельства (обстоятельства непреодолимой силы) — положение контракта купли-продажи, которое предусматривает отсрочку его исполнения или полное освобождение сторон от обязательств по нему в связи с наступлением событий, независимых от сторон контракта, которые делают его исполнение невозможными. Они могут быть длительными (война, запреты экспорта или импорта) или кратковременными (пожар, наводнение, закрытие навигации) и т.д. Наступление форс-мажорных обстоятельств должно быть засвидетельствовано нейтральной организацией. Их перечень определяется контрактом с учетом конкретных условий.

В контрактах также устанавливается, что сторона, которая не может исполнить обязательства, должна информировать контрагента о наступлении форс-мажорных обстоятельств и предоставить соответствующие документы, например свидетельства национальных торговых палат. Кроме того, в контрактах устанавливаются предельные сроки, после которых стороны имеют право аннулировать взаимные обязательства. При этом всегда оговаривается, что ни одна из сторон не будет иметь права потребовать от другой стороны возмещения убытков.

Арбитраж

Указываются порядок и срок разрешения споров. В этом разделе, называемом также «арбитражные оговорки», стороны могут устанавливать, что спор или разногласия, которые могут возникнуть из контракта или в связи с ним, подлежат, за исключением подсудности общим судам, передаче дел на рассмотрение постоянно действующих арбитражей в своих или третьих странах. Стороны могут устанавливать в контракте, что споры будут рассматриваться в арбитраже страны-ответчика в соответствии с действующим в нем регламентом либо, что значительно реже, в арбитраже страны продавца.

При этом в контракте подробно излагается порядок избрания и назначения арбитров, устанавливаются порядок и предельные сроки принятия решений.

В условиях контракта может уточняться, какая из сторон и в каком размере должна возмещать арбитражные расходы, а также осуществлять авансирование работы длительных арбитражей. В контрактах чаще всего предусматривается, что расходы по арбитражу несет проигравшая сторона, а это сдерживает передачу рассмотрения разногласий третейским судам. Однако может быть предусмотрено, что решение о том, в каком размере и какая сторона будет оплачивать арбитражные расходы, принимает арбитраж.

В параграфе контракта, определяющем порядок арбитражного разрешения споров, обычно указывается, что решение арбитража является окончательным, обязательным для исполнения обеими сторонами и не может быть обжаловано в судебном порядке.

Прочие условия

Указываются все прочие условия контракта, которые не нашли отражения в предыдущих разделах. Например, оговариваются обязательства по уведомлению об отгрузке, порядок, место и срок сдачи-приемки товара и др.

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.), которые включаются в основной текст контракта или выносятся в приложения, являющиеся его неотъемлемой частью.

§ 5. Базисные условия поставок

Базисные условия поставок основаны на международной торговой практике и торговых обычаях. Международная торговая палата (МТП) впервые в 1923 г. опубликовала сборник сведений о принятых в ряде стран обычаях относительно базисов поставки товаров, в котором приводилось толкование 10 базисных условий в 18 странах. В результате проведенной МТП работы по унификации этих условий в 1936 г. были изданы Правила толкования международных торговых терминов (International Commercial Terms (INCOTERMS)). В 1953, 1967, 1976 и 1980 гг. в документ были внесены значительные изменения и дополнения. В настоящее время Инкотермс действует в редакции 1990 г.

Инкотермс не является обязательным для всех документов, однако его использование целесообразно. Кроме того, многие типовые контракты, подготавливаемые различными организациями, имеют ссылку на Инкотермс. В некоторых странах за ним признается сила закона, например в Испании — по импортным операциям, в Ираке — по всем внешнеторговым сделкам.

В «Инкотермс—90» отражены обязанности продавца и покупателя по десяти основным вопросам (табл. 8.1).

Таблица 8.1
Группировка обязательств сторон в «Инкотермс—90»

Обязанности продавца	Обязанности покупателя
A1. Предоставление товара в соответствии с условиями договора	Б1. Уплата цены
A2. Оформление лицензий, разрешений и выполнение иных формальностей	Б2. Оформление лицензий, разрешений и выполнение иных формальностей
A3. Оформление договора перевозки и страхования	Б3. Оформление договора перевозки
A4. Поставка	Б4. Принятие поставки
A5. Переход рисков	Б5. Переход рисков
A6. Распределение расходов	Б6. Распределение расходов
A7. Извещение покупателя	Б7. Извещение продавца
A8. Доказательство поставки, транспортные документы или эквивалентные извещения по электронной связи	Б8. Доказательство поставки, транспортные документы или эквивалентные извещения по электронной связи
A9. Проверка, упаковка, маркировка	Б9. Инспектирование товара
A10. Другие обязанности	Б10. Другие обязанности

Еще одной особенностью «Инкотермс—90» является распределение всех терминов на четыре категории путем использования первой буквы в качестве индикатора соответствующей группы, к которой относится данный термин (табл. 8.2).

Таблица 8.2
Группировка торговых терминов в «Инкотермс—90»

Группа	Код	Описание
Группа E Отгрузка	EXW	С завода
Группа F Основная перевозка не оплачена	FCA FAS FOB	Франко-перевозчик ФАС/Свободно вдоль борта судна ФОБ /Свободно на борту
Группа C Основная перевозка оплачена	CFR CIF CPT CIP	Стоимость и фрахт СИФ/ Стоимость, страхование и фрахт Перевозка оплачена до Перевозка и страхование оплачены до
Группа D Прибытие	DAF DES DEQ DDU DDP	Поставка на границе Поставка с судна Поставка с причала Поставка без оплаты пошлин Поставка с оплатой пошлин

1. EXW — EX WORKS / С завода (... с указанием пункта) (рис. 8.2).

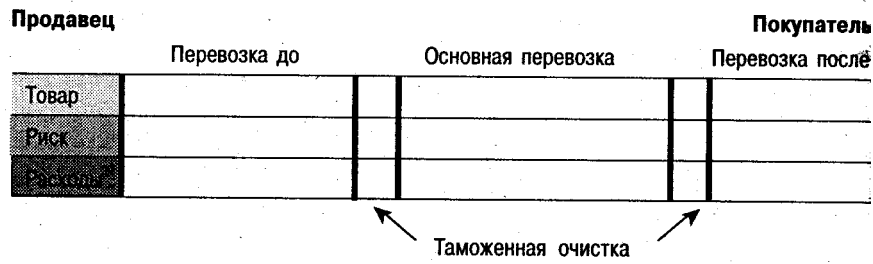


Рис. 8.2. Условие поставки EX WORKS

Согласно этому условию продавец не отвечает за транспортировку товара и его погрузку на транспортное средство. Риск случайной утраты, повреждения или гибели товаров переходит на покупателя с момента, когда товар предоставлен в его распоряжение на складе продавца в срок, предусмотренный контрактом, и при условии, что товар должным образом индивидуализирован, т.е. отделен от остальной продукции продавца и обозначен как товар, являющийся предметом данного контракта. Продавец также не отвечает за таможенную очистку товара для вывоза, если не оговорено иное. Таким образом, данное условие возлагает на продавца минимальные обязанности. Покупатель несет все расходы и риски в связи с перевозкой товара от предприятия продавца к месту назначения. Данное условие не применяется, если покупатель не в состоянии осуществить сам или обеспечить выполнение экспортных формальностей. В этом случае целесообразно использовать термин FCA/Франко-перевозчик.

2. FCA — FREE CARRIER/Франко-перевозчик (... с указанием пункта) (рис. 8.3).

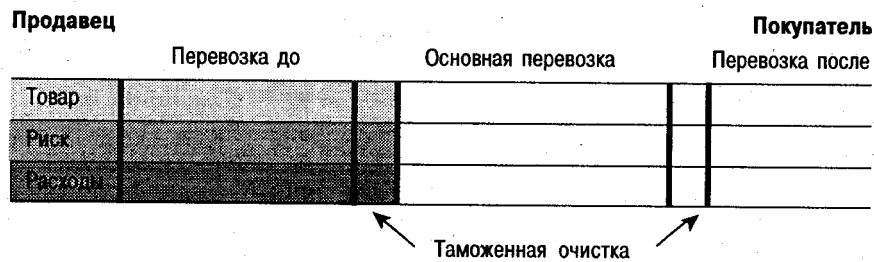


Рис. 8.3. Условие поставки FREE CARRIER

По этому условию продавец обязан передать прошедший таможенную очистку для экспорта товар в распоряжение указанного покупателем перевозчика в поименованном пункте. В этот момент на покупателя переходит риск случайной гибели или порчи товара.

3. FAS — FREE ALONGSIDE SHIP/Свободно вдоль борта судна (... с указанием порта отгрузки) (рис. 8.4).

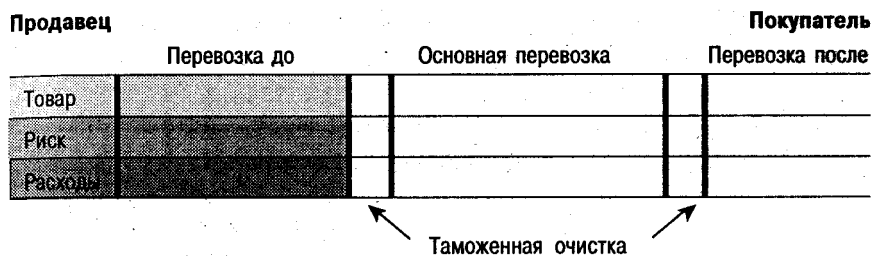


Рис. 8.4. Условие поставки FREE ALONGSIDE SHIP

По данному условию продавец обязан поставить за свой счет товар в обусловленный контрактом порт погрузки и расположить его вдоль борта судна. Покупатель должен выполнить экспортные формальности, обеспечить подачу зафрахтованного судна, погрузить товар на борт судна и оплатить все последующие расходы. Риск случайной гибели переходит на покупателя с момента фактической поставки товара вдоль борта судна в обусловленном порту погрузки в срок, указанный в договоре.

3. FOB — FREE ON BOARD/Свободно на борту (... с указанием порта отгрузки) (рис. 8.5).

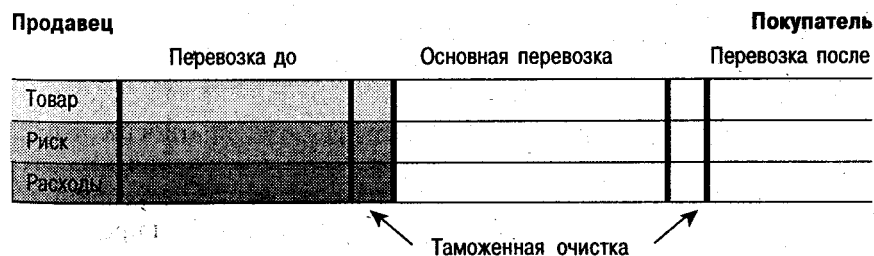


Рис. 8.5. Условие поставки FREE ON BOARD

Данное условие отличается от предыдущего тем, что продавец обязан погрузить товар на борт судна, зафрахтованного покупателем, и оплатить выполнение экспортных формальностей. Все дальнейшие расходы и риски переходят на покупателя в момент пересечения то варом линии релинга (поручня) судна.

5. CFR — COST AND FREIGHT/Стоимость и фрахт (... с указание» порта назначения) (рис. 8.6).

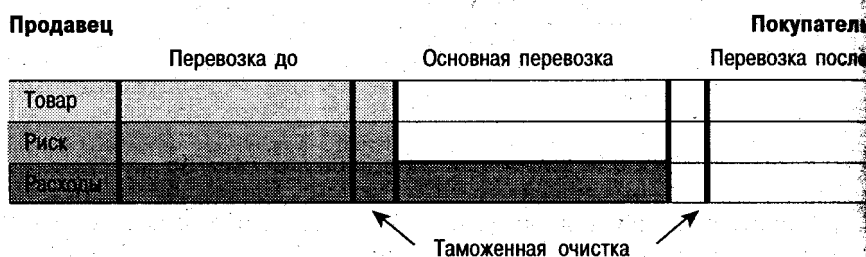


Рис. 8.6. Условие поставки COST AND FREIGHT

По этому условию продавец обязан зафрахтовать судно, оплатите стоимость фрахта до согласованного порта назначения, погрузится товар на борт судна в порту отгрузки в установленный контрактов срок, оплатить выполнение экспортных формальностей. Риск случайной гибели товара переходит на покупателя в момент пересечения товаром линии поручней судна в порту отгрузки.

6. CIF - COST; INSURANCE AND FREIGHT/Стоимость, страхование и фрахт (... с указанием порта назначения) (рис. 8.7).



Рис. 8.7. Условие поставки COST, INSURANCE AND FREIGHT

В соответствии с этим условием продавец обязан застраховаться товар от транспортных рисков. Все остальное, включая момент перехода рисков с продавца на покупателя, аналогично условию CFR.

7. CPT - CARRIAGE PAID TO/Перевозка Оплачена до (... с указанием пункта назначения) (рис. 8.8).



Рис. 8.8. Условие поставки **CARRIAGE PAID TO**

В соответствии с данным условием продавец обязан заключить за свой счет договор перевозки товаров до согласованного пункта в месте назначения и оплатить перевозчику провозную плату. Покупатель оплачивает все расходы с момента прибытия товара в этот пункт. Риск случайной гибели или порчи товара переходит на покупателя с момента передачи товара в распоряжение первого перевозчика в срок, предусмотренный договором.

8. CIP — CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO/Перевозка и страхование оплачены до (... с указанием пункта назначения) (рис. 8.9).

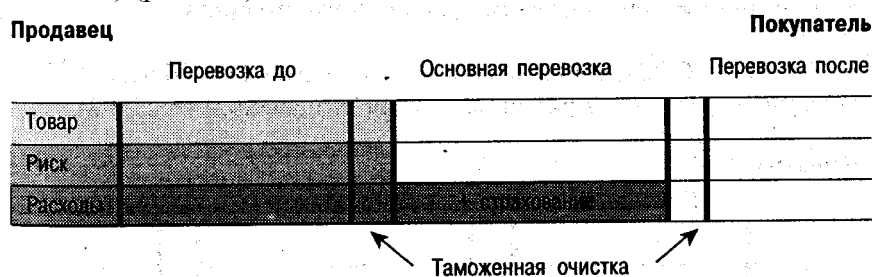


Рис. 8.9. Условие поставки **CARRIAGE AND INSURANCE PAID TO**

Данное условие отличается от предыдущего тем, что продавец обязан застраховать товар и оплатить страховую премию страховой компании. Страхование должно покрывать стоимость товара по контрактной цене плюс 10%.

9. DAF — DELIVERED AT FRONTIER/Поставка на границе (... с указанием места назначения) (рис. 8.10).

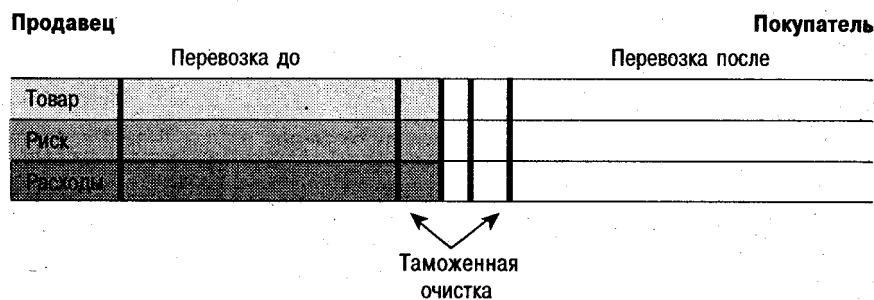


Рис. 8.10. Условие поставки **DELIVERED AT FRONTIER**

В соответствии с данным условием продавец оплачивает все расходы и несет риски до момента передачи товара в распоряжение покупателя в обусловленном пункте на границе. Это может быть граница страны продавца, страны покупателя или какой-либо третьей страны. Продавец обязан уплатить таможенную пошлину, налоги и сборы в стране отправления товара. Покупатель обязан принять в свое распоряжение товар, доставленный продавцом в обусловленный пункт, и нести в последующем все расходы и риски.

10. DES — DELIVERED EX SHIP/Поставка с судна (... с указанием порта назначения) (рис. 8.11).

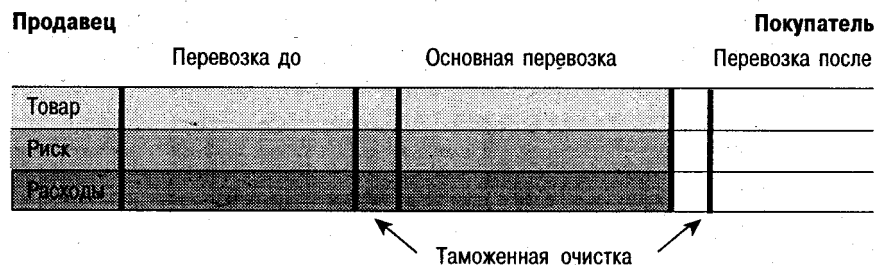


Рис. 8.11. Условие поставки **DELIVERED EX SHIP**

Согласно данному условию продавец обязан предоставить товар в распоряжение покупателя на борту судна в порту назначения, указанном в контракте. Он оплачивает все расходы, связанные с доставкой товара до обусловленного порта. Дальнейшие расходы, включая выгрузку и выполнение таможенных формальностей, оплачивает покупатель. Риск гибели или повреждения товара переходит на покупателя на борту судна в порту назначения в момент его передачи в распоряжение покупателя. 11. DEQ — DELIVERED EX QUAY (Duty Paid)/Поставка с причала (с оплатой пошлины; ... с указанием порта назначения) (рис. 8.12).



Рис. 8.12. Условие поставки **DELIVERED EX QUAY**

В соответствии с данным условием продавец оплачивает все расходы по доставке товара в срок, обусловленный в контракте, на пристань (набережную) в согласованном порту назначения, включая оплату фрахта, расходы по выгрузке товара и расположению его на пристани. Покупатель оплачивает все расходы и несет риски с момента, когда товар действительно предоставлен в его распоряжение на набережной в согласованном порту назначения.

12. DDL) - DELIVERED DUTY UNPAID/Поставка без оплаты пошлин (... с указанием места назначения) (рис. 8.13).

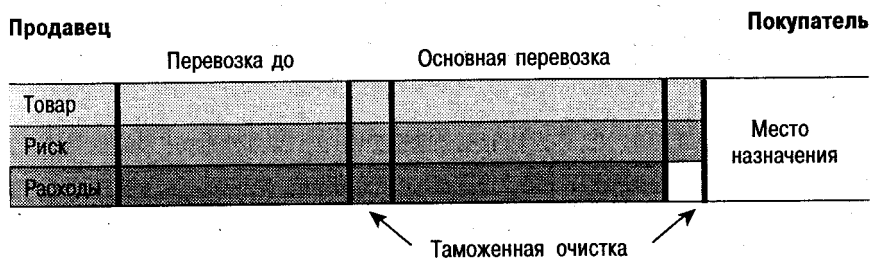


Рис. 8.13. Условие поставки **DELIVERED DUTY UNPAID**

Продавец оплачивает все расходы, в том числе расходы по доставке товара до указанного места назначения в стране ввоза, за исключением уплаты налогов, пошлины и других расходов, связанных с выполнением таможенных формальностей.

13. DDP - DELIVERED DUTY PAID/Поставка с оплатой пошлин (... с указанием места назначения) (рис. 8.14).



Рис. 8.14. Условие поставки DELIVERED DUTY PAID

Данное условие предполагает максимальные обязанности продавца, в которые входят заключение договоров перевозки, уплата экспортных и импортных пошлин, получение лицензий, а также, как правило оплата выгрузки товаров. Покупатель принимает товар в обозначенном в контракте пункте назначения и несет все последующие расходы и риски.

§ 6. Цены в международной торговле

Цена продукции или товара — важнейшая его характеристика и существенное условие сделки.

При установлении цены прежде всего определяется единица измерения (штука, тонна и т.д.), за которую устанавливается цена.

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 и достаточное для совершения сделки.

Итак, *контрактная цена* — это количество денежных единиц, которое должен заплатить покупатель продавцу в той или другой валюте за весь товар или единицу товара, доставленные продавцом на базисных условиях в у казанный в контракте географический пункт.

Определение контрактной цены — один из наиболее существенных вопросов, решаемых при заключении сделки.

Базис цены устанавливается в зависимости от того, входят ли транспортные, страховые, складские и другие расходы по доставке товара в его цену. Обычно для этого применяется соответствующий термин Инкотермса с указанием названия пункта сдачи товара.

Цена в контракте может быть выражена в валюте страны-экспортера, страны-импортера или третьей страны. При выборе валюты на массовые товары большое значение имеют торговые обычаи, существующие в торговле этими товарами. Например, в контрактах на каучук, цветные металлы, уголь принято указывать цены в фунтах стерлингов, в контрактах на нефтепродукты, пушнину — в американских долларах.

Уровень цены определяется в соответствии с мировыми ценами на тот или иной товар (более подробно см. § 2 главы 3).

Еще одним важным элементом установления цены в контрактах является способ фиксации цены. Цены, по которым производится расчет между контрагентами, могут быть зафиксированы в контракте в момент его подписания или определяться в течение срока его действия либо к моменту исполнения контракта. В зависимости от способа фиксации различаются следующие цены:

- твердая;
- с последующей фиксацией;
- подвижная;
- скользящая.

Твердая цена, устанавливается в момент подписания контракта и не подлежит изменению в течение срока его действия. Обычно делается оговорка: «Цена твердая, изменению не подлежит».

По твердым ценам осуществляется продажа оборудования со склада или с короткими сроками поставки, например электродвигателей, автомобилей и другого стандартного оборудования.

Цена с последующей фиксацией устанавливается в процессе исполнения контракта. В контракте определяются только момент фиксации и принцип определения уровня цены. Например, цена может устанавливаться по договоренности сторон перед поставкой каждой предусмотренной контрактом партии товара или при долгосрочных поставках перед началом каждого календарного года. Покупателю может быть предоставлено право выбора момента фиксации цены в течение срока исполнения сделки с оговоркой, предусматривающей, какими источниками информации о ценах ему следует пользоваться для определения уровня цены. Так, при сделках на биржевые товары оговариваются, по котировкам какой биржи и по какой рубрике котировального бюллетеня будет определяться цена, а также срок, в течение которого покупатель обязан уведомить продавца о своем желании зафиксировать цену в контракте. Такие сделки называют *онкольными*.

Подвижная цена — зафиксированная цена при заключении контракта, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если рыночная цена данного товара к моменту его поставки изменится. При установлении подвижной цены в контракт вносится оговорка, предусматривающая, что, если к моменту исполнения сделки цена на рынке повысится или понизится, соответственно должна измениться и цена, зафиксированная в контракте. Эта оговорка называется «оговоркой о повышении и понижении цены». Обычно в контракте оговаривается допустимая величина отклонения рыночной цены от контрактной (2-6%), в пределах которой зафиксированная цена не пересматривается. При установлении подвижной цены в контракте обязательно должен быть предусмотрен источник, по которому следует судить об изменении рыночной цены. Подвижные цены чаще всего устанавливаются на промышленные сырьевые и продовольственные товары, поставляемые по долгосрочным контрактам.

Скользящая цена — цена, исчисляемая путем пересмотра договорной цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта.

Скользящие цены применяются при продаже сложного оборудования производственного назначения (прокатных станков, турбогенераторов и др.), а также судов, требующих длительных сроков изготовления.

Скользящие цены фиксируются обычно следующим образом: указываются цена на дату предложения (базисная цена) и порядок раскладки этой цены на ее составляющие элементы, например: заработная плата — 40%, сырье и материалы — 45%, неизменная часть (накладные расходы, прибыль и пр.) — 15%.

В процессе переговоров между продавцом и покупателем уровень базисной цены, а также удельный вес ее составляющих могут быть изменены. В контракте в окончательном виде фиксируются:

базисная цена оборудования;

зависимость изменения окончательной цены оборудования от изменения цен материалов и ставок заработной платы;

цены материалов и ставки заработной платы (или индексы, отражающие их уровень) к моменту заключения сделки, т.е. базисные цены и ставки;

период, в течение которого должно исчисляться скольжение по ценам материалов и ставкам заработной платы, и порядок определения этих величин для установленного периода скольжения;

источники, на основе которых выявляются изменения цен материалов и ставок заработной платы или соответствующих индексов.

Обычно зависимость скользящей цены от изменения цен материалов и ставок заработной платы устанавливается в виде формулы скольжения:

где P_1 — скользящая цена;

P_0 — базисная цена;

A — скользящая часть, т.е. доля в цене расходов на материалы (в ряде случаев включает стоимость комплектующих изделий);

B — скользящая часть, т.е. доля в цене расходов на заработную плату;

C — неизменная часть цены;

a_0 — базисная цена материалов;

b_0 — базисные ставки заработной платы;

a_1 — цена материалов за период скольжения;

b_1 — ставки заработной платы за период скольжения.

При установлении скользящей цены в контракт могут быть внесены некоторые ограничительные условия, например установлен в процентах к договорной цене предел, в рамках которого цены не пересматриваются, а также предел возможного изменения договорной цены (например, не свыше 10% от общей стоимости заказа), который называется *лимитом скольжения*. Кроме того, в контракте может быть предусмотрено, что скольжение распространяется не на всю сумму издержек производства, а лишь на определенные их элементы (например, на металл при постройке судна) с указанием их величины в процентах от общей стоимости заказа. И наконец, в контракте скольжение цены может быть предусмотрено не на весь срок действия контракта, а на более короткий период (например, на первые 6 месяцев от даты заключения контракта), так как в течение этого периода поставщик может закупить все необходимые материалы для выполнения заказа.

При определении контрактной цены могут быть учтены также различные скидки:

- простая скидка со справочной (прейскурантной) цены товара;
- скидка при покупке товара за наличный расчет (сконто);
- бонусная 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 и др.

Общая (простая) скидка предоставляется с прейскурантной, или со справочной, цены товара. Она обычно составляет 20-30%, а в некоторых случаях 30-40%. Ее применяют при заключении сделок на стандартные виды машин и оборудования. При поставках промышленного сырья скидка со справочной цены обычно составляет 2—5%.

Скидка при покупке товара за наличный расчет (сконто), равная 2-3%, предоставляется тогда, когда справочная цена предусматривает краткосрочный кредит, а покупатель согласен заплатить наличными.

Скидка за оборот (бонусная). В контракте устанавливаются шкала скидок в зависимости от достигнутого оборота в течение определенного срока (обычно года), а также порядок выплаты сумм на основе этих скидок. По некоторым видам оборудования бонусная скидка достигает 15-30%, по сырьевым и сельскохозяйственным товарам она обычно исчисляется в процентах от оборота.

Скидка за количество или серийность (прогрессивная) предоставляется при условии покупки заранее определенного увеличивающегося количества товара.

Дилерские скидки предоставляются производителями своим постоянным представителям или посредникам по сбыту. Они применяются при продаже автомобилей, тракторов и некоторых видов стандартного оборудования и составляют в среднем 15—20% от розничной цены.

Специальные скидки — скидки на пробные партии и заказы.

Экспортные скидки предоставляются продавцами при продаже товаров иностранным покупателям сверх действующих скидок для покупателей внутреннего рынка.

Сезонные скидки — скидки за покупку товара вне сезона. Например, по сельскохозяйственным удобрениям они составляют около 15%.

Скрытые скидки предоставляются в виде скидок на фрахт, льготных или беспроцентных кредитов, путем оказания бесплатных услуг.

§ 7. Расчеты в международной торговле

Платеж — заключительная стадия взаиморасчетов между партнерами. Условия платежа являются одним из наиболее важных и сложных компонентов международного контракта. 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;

При заключении контракта устанавливается, в какой валюте будет произведена оплата товара — в валюте страны-экспортера, страны-импортера или третьей страны. Иногда в контракте предусматривается право импортера произвести по своему выбору платеж в различных валютах. 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: курс платежного средства (телеграфного или почтового перевода), использованного для оплаты, курс продавцов, покупателей или средний курс. Обычно перевод валюты цены в валюту платежа осуществляется по курсу, действующему в стране, в которой производится платеж. При выборе курса валюты учитывается не только его выгодность при переводе в валюту контракта, но и степень обратимости валюты.

Под *валютным риском* понимается опасность валютных потерь при изменении курса иностранной валюты по отношению к национальной денежной единице при проведении внешнеторговых и иных операций. Сточки зрения валютного рынка интересы сторон не совпадают: экспортер стремится зафиксировать цену в относительно устойчивой валюте, а импортер, наоборот, заинтересован в том, чтобы установить цену в валюте, подлежащей обесценению. Экспортер несет убытки при понижении курса валюты контракта относительно национальной валюты в период между подписанием контракта и осуществлением платежа по нему. Импортер, напротив, несет убытки при повышении курса валюты контракта.

Защитные оговорки направлены на устранение валютного риска. При этом оговорки, предусматривающие пересчет суммы платежа, называются двусторонними, поскольку убытки одинаково распространяются на экспортера и импортера. Могут применяться и односторонние оговорки, а также, хотя и редко, индексационные оговорки.

Способы платежа

Наличный платеж производится через банк до или против передачи экспортером товарораспорядительных документов или самого товара в распоряжение покупателя. Наличный платеж предусматривает оплату товара в полной стоимости в период от его готовности к отгрузке для экспортера до перехода в распоряжение покупателя и может осуществляться одновременно или по частям.

С точки зрения экспортера, наиболее выгодным является наличный единовременный платеж после получения импортером телеграфного извещения от экспортера о готовности товара к отгрузке, а с точки зрения импортера, — платеж против вручения комплекта товарораспорядительных документов с предоставлением для оплаты нескольких льготных дней или часов, хотя при таком условии экспортер обычно требует от импортера предоставления банковской гарантии против приемки товара импортером в порту назначения.

Платеж с авансом предусматривает выплату покупателем-импортером поставщику-экспортеру согласованных в контракте сумм в счет причитающихся по договору платежей до передачи товара в его распоряжение. Авансовый платеж выполняет две функции:

форма кредитования импортером экспортера;

средство обеспечения обязательств, принятых покупателем по контракту.

Аванс может быть предоставлен в двух формах:

денежной (определяется в процентах от общей суммы контракта);

товарной (предоставление заказчиком-импортером экспортеру сырьевых материалов или комплектующих частей, необходимых для изготовления заказанного оборудования).

Аванс погашается обычно путем зачета при поставке товара. За выдаваемые авансы могут начисляться проценты в пользу импортера за период со дня выдачи аванса до поставки товара. Как правило, аванс обеспечивается гарантией банка экспортера или в контракт вносится оговорка, что в случае невыполнения экспортером условий договора аванс возвращается импортеру в полной сумме.

Авансовый платеж (100% предоплаты) — один из наиболее часто встречающихся способов платежа в практике импорта товаров российскими предпринимателями, что, естественно, вызвано недоверием со стороны зарубежных партнеров.

Большая часть внешнеторговых сделок, особенно при торговле машинами и оборудованием, осуществляются на основе *кредита*.

Основными формами коммерческого кредита являются финансовый и товарный кредиты. Финансовый кредит предоставляется экспортерами обычно по отдельным кредитным соглашениям в виде денежных займов импортерам на оплату приобретаемых товаров.

Наиболее распространена товарная форма кредита, когда экспортеры предоставляют импортерам рассрочку платежей за поставленные товары. По длительности рассрочки кредиты подразделяются на краткосрочные (до 1 года), среднесрочные (до 5 лет), долгосрочные (свыше 5 лет). За отсрочку платежа импортеры выплачивают согласованные годовые проценты, которые обычно ниже текущих банковских ставок. Нередко при краткосрочных кредитах покупателям предоставляется беспроцентная рассрочка платежа.

Главной проблемой кредитных отношений является гарантирование платежей за поставленные товары. В практике международной торговли одной из наиболее распространенных форм гарантий является вексельная.

Вексель — это безусловное обязательство должника выплатить указанную в нем сумму по истечении установленного в нем срока. Векселя могут передаваться от одного векселедержателя другому, при этом на их оборотной стороне наносится надпись (индоссамент) с указанием или без указания имени нового держателя. Должник и все лица, являющиеся держателями, несут перед последним векселедержателем солидарную ответственность по выплате указанной суммы.

Для того чтобы застраховать себя от возможной неплатежеспособности должника и кредитующих векселедержателей, лицо, которому передается вексель, может потребовать банковской гарантии оплаты (аванс) векселя, которая делается в виде надписи банка на векселе.

В международной практике широко применяются переводные векселя (тратты). *Тратта* (draft) — документ, содержащий безусловный приказ кредитора (трассанта — *drawer*) заемщику (трассату — *drawee*) об уплате в установленный срок определенной суммы трассанту или третьему лицу — векселедержателю (ремитенту), которым чаще всего является банк кредитора.

Выписанные экспортером тратты передаются импортеру, который в случае согласия с указанными в траттах условиями подтверждает их путем подписи (акцептует). Тратты являются ценными бумагами и могут быть использованы как средство платежа.

Тратты бывают двух видов:

- с платежом по предъявлению (*sight draft*). Эта тратта оплачивается по представлению трассату, если он принимает ее к оплате;
- с платежом в определенный срок (*time draft*). Принятая тратта является обещанием участника сделки оплатить ее. Если тратта принята банком, она становится банковским акцептом, а если какой-либо фирмой — торговым акцептом. Большинство тратт с платежом в определенный срок выписывается на 30, 60, 90 дней после даты выписки или акцепта тратты.

Помимо указанных выше двух видов тратт выделяют также чистые и специальные (документарные) тратты. Если применяется чистая тратта, продавец посылает коммерческие документы покупателю напрямую, который в этом случае имеет возможность получить товар независимо от платежа или акцепта тратты.

В международной торговле большинство тратт имеют специальный вид, т.е. коммерческие документы приложены к тратте и могут быть выданы только после платежа или акцепта.

Банковский акцепт практически идентичен депозитному сертификату (*certificate of deposit — CD*). Его держатель может подождать до истечения срока, чтобы получить деньги, а может его продать на финансовом рынке, где существует устойчивая система торговли такими бумагами.

Пример. Экспортер получает назад акцептованную банком тратту на сумму 100 тыс. дол. на срок 6 месяцев. Банковские комиссионные составляют 1,5% годовых.

Вариант 1

Экспортер решает держать акцепт до истечения его срока, а затем получить деньги.

Полная сумма акцепта	100 тыс. дол.
Банковские комиссионные (1,5% годовых за 6 месяцев)	750 дол.
Сумма, полученная экспортером через 6 месяцев	99 250 дол.

Вариант 2

Экспортер решает продать акцепт своему банку с дисконтом (discount), т. е. по сниженной цене, чтобы сразу получить деньги. Допустим, дисконт составляет 7% годовых. При таком варианте банк может оставить акцепт у себя, зарабатывая на дисконте, либо перепродать его на рынке.

Полная сумма акцепта	100 тыс. дол.
Банковские комиссионные (1,5% годовых за 6 месяцев)	750 дол.
Дисконт (7% годовых за 6 месяцев)	3500 дол.
Сумма, полученная экспортером сейчас	95 750 дол.

Экспортер, получивший в нашем примере акцептованную банком тратту, после сравнения возможных вариантов должен для себя решить, что лучше — 95 750 дол. сейчас или 99 250 дол. Через 6 месяцев.

Формы расчетов

В международной торговле существует одна базовая дилемма. Представим себе экспортера и импортера, которые хотят заключить сделку. Однако живут они в разных странах, довольно далеко друг от друга, никогда ранее не встречались, говорят на разных языках, работают в разных политических, социальных и экономических условиях.

Каждый хочет заработать и каждый придерживается принципа: «своя рубашка ближе к телу», поэтому они относятся друг к другу с настороженностью. Поскольку они практически не могут одновременно осуществить обмен товара на деньги, то каждый по своему представляет схему расчета. С точки зрения экспортера, сначала импортер должен оплатить товар, а поставка товара должна осуществляться экспортером только после получения денег. Импортер в данном случае рискует потерять деньги при непоставке товара. С точки зрения импортера, ситуация должна выглядеть иначе:

экспортер отправляет товар, а импортер оплачивает его только после получения. В данном случае экспортер рискует потерять товар при неоплате поставки (рис. 8.15).



Рис. 8.15. Условная схема непосредственных расчетов при внешнеторговых операциях

Для того чтобы обезопасить экспортера от риска непринятия товара, неплатежа или несвоевременного платежа, с одной стороны, и гарантировать импортеру надлежащее выполнение контрагентом условий контракта, с другой стороны, в качестве посредника между ними привлекается банк. Безналичные расчеты через банки при внешнеторговых операциях осуществляются в различных формах:

- аккредитив;
- инкассо;
- банковский перевод;
- расчеты по открытому счету.

Аккредитив (letter of credit) — это обязательство банка произвести по просьбе и в соответствии с указаниями импортера платеж экспортеру.

В практике международных расчетов используются различные виды аккредитивов:
отзывные и безотзывные;
подтвержденные и неподтвержденные;
переводные (трансферабельные);
револьверные (возобновляемые);
покрытые и непокрытые;
документарные и денежные;
резервные.

Отзывной аккредитив может быть изменен или аннулирован банком-эмитентом в любой момент без предварительного уведомления бенефициара. В связи с этим в международной торговле в основном применяются безотзывные аккредитивы, которые не могут быть аннулированы или изменены без согласия всех заинтересованных сторон.

Подтвержденные аккредитивы подразумевают дополнительную гарантию платежа со стороны другого банка, не являющегося эмитентом. Банк, подтвердивший аккредитив, принимает на себя обязательство оплачивать документы, соответствующие условиям аккредитива, если банк-эмитент откажется совершить платеж. В международной практике аккредитивы, открываемые банком импортера, обычно подтверждает банк экспортера.

Переводной аккредитив предусматривает возможность получения денег не только экспортером, но и по его указанию другими юридическими лицами.

Револьверный аккредитив используется в расчетах за постоянные крупные поставки, осуществляемые обычно по графику, зафиксированному в контракте. Такие аккредитивы могут предусматривать автоматическое восстановление суммы аккредитива (квоты) через определенное время или после каждого использования.

Покрытыми называются аккредитивы, при открытии которых банк-эмитент перечисляет собственные средства плательщика (или предоставленный ему кредит) в распоряжение банка поставщика на отдельный балансовый счет на весь срок действия обязательств банка-эмитента. *Непокрытый аккредитив* может открываться при установлении между банками прямых корреспондентских отношений. В этом случае исполняющему банку предоставляется право списывать всю сумму аккредитива с ведущегося у него счета банка-эмитента.

Различают также *документарные аккредитивы*, выплаты с которых обусловлены представлением коммерческих и финансовых документов, и *денежные аккредитивы*, которые представляют собой именной документ, содержащий поручение о выплате денег получателю в течение определенного срока при соблюдении указанных в нем условий. Документарный аккредитив — наиболее выгодная форма расчетов для экспортера благодаря надежности платежа и ускорению получения экспортной выручки.

В 1983 г. Международная торговая палата издала пересмотренные Унифицированные правила и обычаи для документарных аккредитивов, которые регламентируют правоотношения сторон по этой форме расчетов.

Резервный аккредитив — это специальный вид аккредитива, представляющий гарантию платежа экспортеру или его банку. Он выставляется банком-эмитентом по поручению импортера и обеспечивает платеж в случае невыполнения импортером своих обязательств.

В каждом аккредитиве должны содержаться следующие реквизиты:
наименование и адрес экспортера и его банка;
отметка о том, является ли аккредитив отзывным или безотзывным (в последнем случае должна быть указана продолжительность аккредитива);
сумма аккредитива;
вид отгрузочных документов;
количество, цена и точное обозначение товара;
условия поставки;
максимальный срок поставки.

Аккредитив с момента его открытия рассматривается как самостоятельная сделка, независимая от контракта, на котором она основана.

Важным моментом при расчетах аккредитивом является его своевременное открытие. Срок открытия аккредитива в отдельных контрактах определяется по-разному, например:

при заключении сделки и подписании контракта или через несколько дней после этого (через 15 дней после подписания контракта или в течение 30-60 дней с момента подписания);
в определенный срок до начала отгрузки;

в течение нескольких дней после получения извещения экспортера о готовности товара к отгрузке; одновременно с указанием об отгрузке товара.

Экспортеры заинтересованы в заблаговременном открытии аккредитива, чтобы не нести дополнительных расходов по хранению товара и других издержек. Срок действия аккредитива устанавливается в зависимости от характера и количества проданного товара. Обычно аккредитив открывается на срок от 30 до 150 дней.

Аккредитив выгоден экспортеру, так как обеспечивает ему: надежность расчетов (обещание банка на оплату); скорость расчетов (получение денег после отгрузки товара); возможность получения дополнительного финансирования под открытый и подтвержденный аккредитив.

Для импортера, при аккредитивной форме расчетов также повышается надежность поставки товара, но в то же время ему это менее выгодно, поскольку он:

платит банку за открытие аккредитива;

открывает аккредитив до поставки товара («замораживает» свои деньги или платит за кредит).

Наиболее выгодным и надежным для экспортера является документарный аккредитив, который часто применяется в зарубежной практике. На рис. 8.16 приведена условная схема расчетов с применением документарного аккредитива при проведении внешнеторговой сделки.

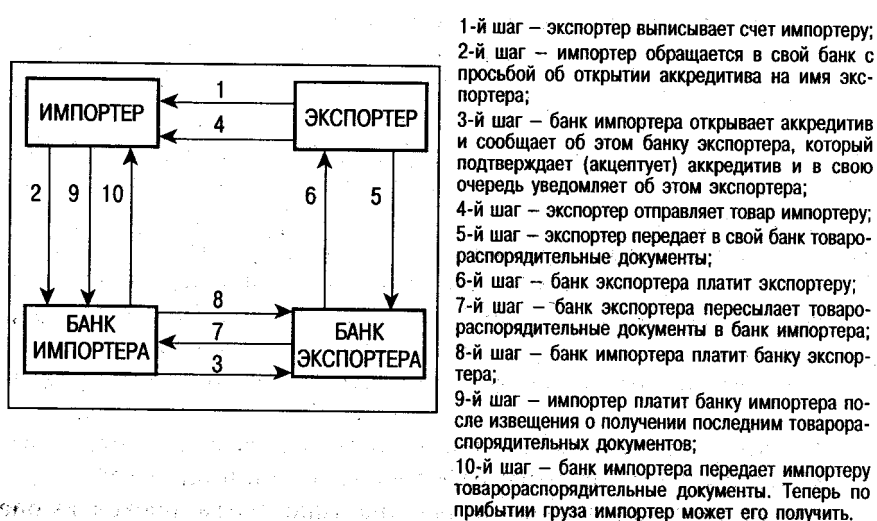


Рис. 8.16. Условная схема внешнеторговой операции при аккредитивной форме расчетов

Инкассо (collection) — поручение экспортера своему банку получить от импортера непосредственно или через другой банк определенную сумму или подтверждение того, что эта сумма будет выплачена в установленные сроки.

Различается два вида инкассо:

· простое (чистое) инкассо, т.е. взыскание платежа по финансовым документам, не сопровождаемым коммерческими документами;

· документарное инкассо, т.е. взыскание платежа по финансовым документам, сопровождаемым коммерческими документами, либо только по коммерческим документам. Документы, с которыми проводятся операции по инкассо, подразделяются на две группы:

финансовые (векселя, чеки и др.);

коммерческие (транспортные документы и др.). В качестве транспортных документов могут выступать: коносамент (более подробно о коносаменте см. § 1 главы 11), почтовая квитанция или сертификат об отгрузке почтой, накладная воздушного сообщения, железнодорожная или автотранспортная накладная, акт приемки (сдачи) и т.д.

При документарном инкассо экспортер может дать различные указания банку по использованию прилагаемых коммерческих (товарно-транспортных) документов, например:

· выдать документы только после оплаты — документы против платежа (D/P — documents against payment);

· выдать документы против акцепта тратты — документы против акцепта (D/A — documents against acceptance). Этот вариант применяется при предоставлении коммерческого кредита. Акцептовав вексель,

импортер принимает на себя обязательство совершить платеж в обусловленный срок и становится владельцем товара, который он может продать и только потом оплатить вексель. Под акцептованный вексель экспортер может получить банковский кредит. Покупатель в этом случае становится владельцем товара, который он может продать и только потом оплатить вексель;

· выдать документы без оплаты. В этом случае экспортер стремится получить гарантию банка в обеспечении платежей.

Инкассовая форма расчетов выгодна импортерам, поскольку она подразумевает оплату действительно поставленного товара, а расходы по проведению инкассовой операции относительно невелики. В определенной степени инкассовая форма расчетов выгодна и экспортеру, поскольку банки защищают его право на товар до момента оплаты документов или акцепта тратт (если экспортер не дал инструкции о выдаче коммерческих документов без оплаты). В то же время при инкассовой форме расчетов экспортер несет риск, связанный с возможным отказом импортера от платежа, который повышается при снижении спроса, поэтому экспортер может понести убытки, которые складываются из произведенных транспортных расходов и затрат на возвращение товара; из затрат на хранение товара после отказа импортера выкупить его; из потерь от продажи товара на менее выгодных условиях третьему лицу, так как новый покупатель может воспользоваться затруднительным положением экспортера: Выручка за товары может быть также получена с опозданием из-за разрыва во времени между отгрузкой товара и получением денег.

С учетом этого при инкассовой форме расчетов особое значение имеют:

доверие экспортера к платежеспособности и добросовестности импортера;

четкое определение в контракте обязательств продавца и покупателя;

отгрузка товара в соответствии с условиями сделки;

передача покупателю товарных документов только после платежа или акцепта тратты.

Кроме того, для устранения указанных недостатков импортер может произвести оплату против телеграммы банка экспортера о приеме и отсылке на инкассо товарных документов (телеграфное инкассо) или третье лицо (обычно банк) может принять на себя ответственность перед экспортером за оплату товарных документов импортером (банковская платежная гарантия).

Под *банковской гарантией* понимается безотзывное обязательство банка произвести исполнение платежа в денежной форме в случае, когда третье лицо не осуществит этого. Путем выдачи гарантии банк обязуется платить по первому требованию, если содержащиеся в гарантии условия выполнены.

На рис. 8.17 приведена условная схема инкассовой формы расчетов при проведении внешнеторговой операции.

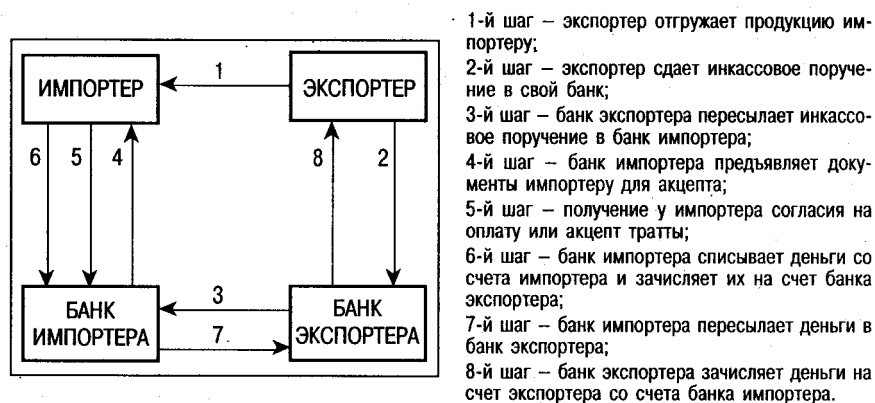


Рис. 8.17. Условная схема внешнеторговой операции при инкассовой форме расчетов

Банковский перевод — это простое поручение коммерческого банка своему банку-корреспонденту выплатить определенную сумму денег по просьбе и за счет перевододателя иностранному получателю (бенефициару). Банк переводополучателя руководствуется конкретными указаниями, содержащимися в платежном поручении (payment order) в соответствии с условиями внешнеторгового контракта. Банковский перевод может осуществляться за фактически поставленный товар, что наиболее выгодно импортеру, или в качестве аванса, в результате чего у импортера возникает риск потери денег в случае непоставки товара.

В международной практике существует несколько способов защиты импортера от риска потери аванса при непоставке товара:

банковская гарантия на возврат аванса;
документарный, или условный, перевод.

Под документарным (условным) переводом понимается перевод аванса с условием, что банк экспортера произведет фактическую выплату аванса на его счет только против представления транспортных (отгрузочных) документов. При этом указывается период, в течение которого должна быть произведена отгрузка и представлены соответствующие документы.

В настоящее время банковский перевод широко применяется в расчетах по российскому экспорту и особенно импорту, что связано прежде всего с простой процедурой оформления этой операции через коммерческий банк, а также с существующим недоверием иностранных фирм к платежеспособности их российских партнеров. По некоторым оценкам, в настоящее время около 90% международных расчетов осуществляется российскими фирмами в форме банковского перевода.

Расчеты по открытому счету — периодические платежи импортера экспортеру при поставках товара на условиях его последующей оплаты и зачисления задолженности на счет импортера. Данная форма международных расчетов связана с кредитом по открытому счету. Порядок погашения задолженности по открытому счету определяется соглашением между контрагентами. Обычно предусматриваются периодические платежи в установленные сроки. Окончательное регулирование задолженности по открытому счету производится через банки с применением других форм расчетов.

Открытый счет используется при расчетах:

между фирмами, связанными традиционными торговыми отношениями;

между МНК и ее заграничными филиалами;

между смешанными фирмами с участием экспортера, а также при расчетах за товары, отправляемые на консигнацию.

Обычно расчеты по открытому счету применяются при регулярных поставках. Особенностью данной формы расчетов является то, что движение товаров опережает движение денег, а также то, что расчеты связаны не с товарными поставками, а с коммерческим кредитом, предоставляемым экспортером импортеру.

Расчеты по открытому счету выгодны импортеру по следующим причинам:

он производит оплату товаров после их получения;

процент за предоставленный кредит при этом не взимается;

отсутствует риск оплаты непоставленного или непринятого товара.

Для экспортера эта форма расчетов менее выгодна, поскольку:

замедляется оборачиваемость его капитала;

повышается риск неполучения или несвоевременного получения платежа;

иногда возникает необходимость прибегать к банковскому кредиту.

Фактически эта форма расчетов применяется для кредитования импортера и отражает доверие к нему со стороны экспортера. Экспортеру эта форма выгодна только при условии взаимности, когда контрагенты попеременно выступают в роли продавца и покупателя, поэтому при односторонних поставках расчеты по открытому счету применяются редко.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ ПАЛАТА (МТП)

Международная торговая палата (International Chamber of Commerce, ICC) — всемирная предпринимательская организация, основными задачами которой являются выработка рекомендаций по экономической политике и практике на основе правил торговли и инвестирования, а также разработка стандартов коммерческой деятельности.

МТП создана в 1919 г. Членами МТП являются национальные комитеты и группы более чем из 60 стран. В 75 странах, где такие комитеты или группы не созданы, экономические субъекты (фирмы) осуществляют прямое членство в МТП.

Местонахождение — Париж (Франция).

Основными целями МТП являются:

представлять торговлю, промышленность, финансы, транспорт, страхование и в целом все сектора международного предпринимательства;

обобщать позиции отдельных лиц, фирм, корпораций и организаций, участвующих в международной торговле и родственной предпринимательской деятельности, и доводить их до соответствующих межправительственных учреждений и национальных правительств через национальные комитеты, группы и непосредственных членов;

разрабатывать эффективные и последовательные меры в экономической и юридической областях в целях содействия гармоничному развитию и свободе международной торговли;

предоставлять практические и экспертные услуги международному сообществу предпринимателей; поощрять эффективное сотрудничество между предпринимателями и их организациями в пределах их собственных стран.

В рамках МТП действует 15 международных комиссий, при которых функционируют комитет и рабочие группы 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 также специализированные 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 коммерческой преступности;
Центр по морскому сотрудничеству.

В настоящее время Торгово-промышленная палата России ведет работу по созданию Российского национального комитета МТП, членами которого станут крупные промышленные, торговые компании и финансовые организации, во многом определяющие развитие национальной экономики.

Литература

1. Герчикова И.Н. Международное коммерческое дело: Учебник для вузов. — М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1996.
2. Дегтярева О. И. Организация и техника внешнеторговых операций. — М.: Дата Стром, 1992.
3. Джурович Р. Руководство по заключению внешнеторговых контрактов. — М.: Российское право, 1992.
4. Кобушко Т.В., Пономарев С.А. Встречная торговля: прошлое или будущее? — М.: Междунар. отношения, 1989.
5. Комментарий к «Инкотермс 1990». Публикация МТП № 461/90. — М.: Изд-во АО «Консалтбанкир», 1995.
6. Левшин Ф.М. Мировой рынок: конъюнктура, цены и маркетинг. — М.: Междунар. отношения, 1993.
7. Международная встречная торговля: условия сделок, особенности развития. — М.: Мир, 1990.

ГЛАВА 9

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ

Наряду с международной торговлей товарами (в вещественном понимании этого слова) широко развита и торговля услугами. Международная торговля товарами и торговля услугами тесно связаны между собой. При поставках за рубеж товаров оказывается все больше услуг, начиная с анализа рынков и кончая транспортировкой товаров. Многие виды услуг, поступающих в международный оборот,

включаются в экспорт и импорт товаров. В то же время международная торговля услугами имеет некоторые особенности по сравнению с традиционной товарной торговлей.

Основное отличие состоит в том, что услуги обычно не имеют овеществленной формы, хотя ряд услуг приобретает ее, например: в виде магнитных носителей для компьютерных программ, различной документации, отпечатанной на бумаге и др. Однако с развитием и распространением Internet существенно снижается необходимость использования для услуг материальной оболочки.

Услуги в отличие от товаров производятся и потребляются в основном одновременно и не подлежат хранению. В связи с этим зачастую требуется присутствие за рубежом непосредственных производителей услуг или иностранных потребителей в стране производства услуг. Выделяется четыре способа международной торговли услугами.

1. Трансграничная торговля (cross-border trade), т.е. ситуация, когда продавец и покупатель услуги не перемещаются через границу, ее пересекает только услуга. Такой способ продажи услуг значительно приближен к продаже товаров в международной торговле, например предоставление юридических консультаций из-за границы по телефону (или факсу) либо участие в корреспондентской обучающей программе зарубежного учебного заведения.

2. Потребление за границей (consumption abroad), т.е. ситуация, когда потребитель из одной страны приобретает и потребляет услугу на территории другой страны. В этом случае различие по сравнению с торговлей товарами состоит в том, что услуга и продавец услуги не перемещаются через границу, ее пересекает потребитель услуги, например выезд за границу на учебу или для лечения.

3. Торговое присутствие в стране предоставления услуги (commercial presence, либо — right of establishment), т.е. ситуация, когда фирма, предоставляющая услугу, пересекает границу и, находясь на территории данной страны, открывает представительство или дочернюю фирму, через которые осуществляет предоставление услуги. Сама услуга и ее потребитель в данном случае через границу не перемещаются.

4. Присутствие физических лиц, предоставляющих услугу (presence of natural persons providing services), т.е. ситуация, когда услуга заключена непосредственно в деятельности людей, которые приезжают из-за границы в страну, где находится ее потребитель, например приезд из-за границы иностранного архитектора или иностранного персонала заграничного банка, открывающего свое представительство в данной стране.

Услуги очень разнообразны, а сфера их применения расширяется с каждым годом. Одним из показателей развития страны является роль, которую играет сфера услуг в национальной экономике. В табл. 9.1 и 9.2 приведены данные об объемах международной торговли услугами в 1980—1996 гг. и об основных экспортерах и импортёрах услуг в 1996г.

Таблица 9.1
Международная торговля услугами (млн. дол.) *

	Год								
	1980	1985	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Всего	367055	393450	802785	840599	938799	944730	1029926	1176110	1243359
Р а з в и т ы е страны	302391	316271	663954	700186	776231	762789	803706	904832	953880
Развивающие ся страны	60361	70360	128595	130179	148116	165129	1.93928	228648	240425
С т р а н ы В о с т о ч н о й Европы	4303	6819	10236	10234	14452	16812	32292	42630	49054

* Источник: HANDBOOK of International Trade and Development Statistics, 1996/7. Geneva, 1999.

Таблица 9.2
Основные экспортёры и импортёры услуг в 1996 г.

Страна	Экспорт	Страна	Импорт
--------	---------	--------	--------

	млн. дол.	%		млн. дол.	%
Всего	1243359	100	Всего	1245544	100
1. США	234690	18,88	США	152770	12,27
2. Германия	84980	6,83	Япония	129960	10,43
3. Франция	83529	6,72	Германия	128520	10,32
4. Великобритания	78370	6,30	Италия	67514	5,42
5. Италия	69931	5,62	Великобритания	67410	5,41
6. Япония	67720	5,45	Франция	67275	5,40
7. Нидерланды	49826	4,01	Нидерланды	45957	3,69
8. Испания	44308	3,56	Канада	35772	2,87
9. БЛЭС	36299	2,92	БЛЭС	33656	2,70
10. Австрия	35698	2,87	Австрия	30716	2,47
11. Сингапур	30040	2,42	Республика Корея	29592	2,38
12. Канада	28512	2,29	Испания	24519	1,97
13. Швейцария	26225	2,11	Китай	22585	1,81
14. Республика Корея	23412	1,88	Саудовская Аравия	22049	1,77
15. Китай	20601	1,66	Таиланд	19585	1,57
16. Австралия	18492	1,49	Швеция	18755	1,51
17. Таиланд	17008	1,37	Сингапур	18730	1,50
18. Швеция	16930	1,36	Австралия	18609	1,49
19. Дания	16502	1,33	Швейцария	15387	1,24
20. Норвегия	13916	1,12	Индонезия	15139	1,22
21. Турция	13051	1,05	Дания	14995	1,20
22. Россия	12946	1,04	Малайзия	14073	1,13
23. Малайзия	12105	0,97	Норвегия	13460	1,08
24. Мексика	10901	0,88	Ирландия	13260	1,06
25. Польша	9833	0,7	Россия	12946	1,04

* HANDBOOK of International Trade and Development Statistics, 1996/7. Geneva, 1999.

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

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

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

К профессиональным услугам относятся: правовые, бухгалтерские, по налоговому консультированию, аудиторские, архитектурные, инженерные, по градостроительному и ландшафтному планированию, услуги медперсонала, стоматологов и ветеринаров, по научно-техническому консультированию.

Услуги по аренде оборудования без обслуживающего персонала в зависимости от предмета аренды подразделяются на четыре группы, связанные: с судами, с самолетами, с иным транспортным оборудованием, с иными машинами и оборудованием.

К прочим услугам для бизнеса относятся услуги: по аренде оборудования с обслуживающим персоналом, рекламные, по изучению рынка и общественного мнения, по консультированию в сфере управления, по консультированию в сфере сельского хозяйства, охоты, лесничества, рыболовства, по консультированию 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.

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

Уже в начале переговоров проявилось противоречие между развитыми и развивающимися странами. Первая группа считала, что торговля услугами должна быть включена в общую систему регулирования международной торговли, а вторая — придерживалась точки зрения, что услуги должны быть отделены от материальных товаров. В результате этого в начале Уругвайского раунда была создана отдельная переговорная группа по услугам. В качестве образца и за основу для переговоров было взято ГАТТ, однако в связи со значительными отличиями в перемещении через границу товаров и услуг было оформлено совершенно новое соглашение — Генеральное соглашение по торговле услугами, ГАТС (General Agreement on Trade in Services, GATS).

ГАТС должно было функционировать отдельно от ГАТТ, но после создания ВТО оно стало одним из элементов этой организации, обязательным для выполнения всеми странами-членами.

В рамках Уругвайского раунда основное внимание уделялось общим вопросам: определение понятий, правовых и институциональных принципов. В отличие от товаров в отношении услуг не существовало однозначного определения понятий «услуги» и «международная торговля услугами». Это вызвало существенные трудности в процессе переговоров, в частности по вопросам либерализации торговли услугами. В конечном счете понятие «услуги» не было определено, а были только уточнены способы международной торговли услугами и проведена их классификация.

В ходе переговоров каждая страна определила, в отношении каких способов она связывает себя обязательствами по либерализации либо замораживанию ограничений на существующем уровне. Эти обязательства касаются не только барьеров на границе, но и ограничений в функционировании иностранных хозяйствующих субъектов на территории данной страны, а также ограничений свободы потребителей в приобретении услуг от usługодателей, находящихся в другой стране, что существенно отличает принципы регулирования торговли услугами от принципов, действующих в отношении товаров, так как в ГАТТ либерализация касается только устранения барьеров на границе, а не внутри страны.

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, в особенности к кассационным процедурам в отношении административных решений;
- не увеличение ограничений в доступе на рынок и следование принципу национального режима, если такое обязательство было внесено в национальный список обязательств;
- соблюдение процедур разрешения споров во всех областях, регулируемых ВТО, что, среди прочего, означает, что данная страна должна быть готова к возможности ответных действий в ином секторе, чем тот, в котором был нанесен ущерб (cross-retaliation);
- 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 несколько usługодателей, которым предоставляются исключительные или специальные права;
- ужесточать регулирование сферы услуг в отношении всех usługодателей при соблюдении принципа не дискриминации;
- сохранять исключения в определенных ситуациях, включая отступления от принципа наибольшего благоприятствования;

- применять ограничения в целях защиты платежного баланса;
- использовать различное трактование отечественных и зарубежных субъектов, если это продиктовано интересами защиты потребителей, акционеров и т.п., т.е. применять так называемые правила предусмотрительности (*prudentials*);
- участвовать в интеграционном объединении с более высоким уровнем либерализации в сфере торговли услугами.

В 2000 г. будет проведена первая оценка функционирования ГАТС и должны быть приняты решения по дальнейшей либерализации международной торговли услугами.

§ 1. Аренда машин и оборудования

Относительно новой формой торговли услугами является аренда машин и оборудования, которая широко применяется в США с начала 60-х гг.

Аренда (от лат. *arrendare* — отдавать внаем) — 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.

Предметами аренды могут быть земля и иное недвижимое имущество, машины, оборудование, разнообразные товары длительного пользования. Различают три вида аренды:

рентинг (*renting*) — краткосрочная аренда на срок от нескольких дней до нескольких месяцев. Предметом рентинга обычно являются туристские товары, транспортные средства;

хайринг (*hiring*) — среднесрочная аренда на срок от нескольких месяцев до года. Предметом хайринга обычно являются транспортные средства, дорожно-строительные машины, монтажное оборудование, сельскохозяйственные машины;

лизинг (*leasing*) — долгосрочная аренда на срок более одного года. Предметом лизинга обычно является строительно-монтажное, технологическое оборудование.

Рассмотрим более подробно лизинговые операции.

Существует мнение, что идея лизинга, по сути, не нова. Подобные сделки заключались еще в древнем государстве Шумер. В XI в. в Венеции также осуществлялись сделки, схожие с лизинговыми операциями: венецианцы сдавали в аренду торговцам и владельцам торговых судов очень дорогие по тем временам якоря. По окончании плавания якоря возвращались владельцам. Само слово «лизинг» вошло в употребление в последней четверти прошлого столетия, когда в 1877 г. телефонная компания *BELL* приняла решение не продавать свои телефонные аппараты, а сдавать их в аренду. Мощным толчком к развитию лизинговых операций явилось создание в 1952 г. в Сан-Франциско компании *United States leasing corporation*, для которой лизинг стал предметом основной деятельности.

На европейском рынке первые лизинговые общества появились в конце 50-х — начале 60-х гг. В настоящее время существует объединение европейских лизинговых обществ со штаб-квартирой в Брюсселе.

Лизинговыми операциями могут заниматься банки, торговые и промышленные предприятия, но, как правило, их осуществляют специализированные фирмы.

Для лизинговой операции наиболее типична следующая схема.

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 включает периодические платежи в соответствии с процентом амортизации оборудования, затраты лизинговой компании по привлечению необходимых средств для его покупки, накладные расходы и прибыль лизинговой компании. Ставка арендной платы должна обеспечивать арендодателю получение прибыли не ниже средней нормы на вложенный капитал, а для арендатора стоимость аренды должна быть ниже стоимости банковского кредита на приобретение машин и оборудования.

Лизингополучатель (арендатор) заносит лизинговые взносы в бухгалтерские книги как текущие расходы (расходы на аренду). Для лизингодателя объект аренды оформляется как капиталовложение. В этой связи лизинговая компания может использовать инвестиционные налоговые льготы.

Несмотря на то, что при заключении договора лизингодатель предоставляет лизингополучателю право опциона, т. е. право покупки объекта за определенную цену или по остаточной стоимости, это право нельзя рассматривать как передачу права собственности в момент заключения лизингового договора.

Собственником объекта аренды продолжает оставаться лизингодатель. В то же время при получении объекта в пользование арендатор принимает на себя обязанности, связанные с правом собственности (риск случайной гибели, техническое обслуживание и др.). Гибель или невозможность использования впредь объекта аренды не освобождает лизингополучателя от обязанности погашать долг, т.е. лизингополучатель выплачивает лизингодателю не ежемесячную плату за право пользования объектом, а полную сумму амортизационных отчислений. В случае выявления дефектов в объекте лизинговой сделки лизингодатель считается полностью свободным от гарантийных обязательств и уступает лизингополучателю право предъявления претензий к поставщику данного оборудования.

Существуют две формы лизинга: оперативный и финансовый.

Оперативный лизинг предусматривает аренду оборудования в течение срока, который короче амортизационного периода. В этом случае машины и оборудование являются предметом ряда последовательно заключаемых краткосрочных арендных соглашений и полная амортизация оборудования наступает в результате последовательного его использования несколькими арендаторами. Подобная операция в значительной степени представляет собой разновидность продажи услуг, в частности по предоставлению техники во временное пользование и потребление ее эксплуатационных возможностей. Такая аренда довольно часто используется для предварительной проверки технико-экономических показателей оборудования непосредственно в условиях эксплуатации.

После завершения срока действия лизингового соглашения предмет договора возвращается владельцу или заключается новое соглашение.

Финансовый лизинг предусматривает выплату в течение периода своего действия сумм, покрывающих полную стоимость оборудования, а также прибыль лизингодателя. В этом случае арендуемое оборудование не может неоднократно выступать предметом арендных соглашений, поскольку срок аренды обычно устанавливается исходя из нормального срока его эффективной службы. Такая арендная операция во многом напоминает обычную внешнеторговую сделку купли-продажи, но на специфических условиях, схожих с формами товарного кредитования, с той лишь разницей, что лизинг обеспечивает 100%-ное финансирование сделки, тогда как обычное кредитование предусматривает, как правило, частичную оплату наличными.

По истечении срока действия такого соглашения лизингополучатель может:

вернуть объект лизингодателю;

- купить объект по остаточной стоимости;

заключить новое соглашение на лизинг данного оборудования,

Различают также лизинг внутренний и международный.

Сделка, в которой лизинговая компания покупает оборудование у национальной фирмы, а затем предоставляет его за границу лизингополучателю, называется *экспортным лизингом*.

При закупке оборудования у иностранной фирмы и предоставлении его отечественному лизингополучателю имеет место *импортный лизинг*.

При лизинге арендатор может обновлять оборудование без мобилизации значительных финансовых ресурсов, освобождается от процедур и расходов, связанных с владением имуществом, а также в ряде случаев ему предоставляется возможность пользоваться налоговыми льготами.

Для арендодателя лизинг выгоден тем, что он может получать прибыль в условиях жесткой конкуренции и отсутствия значительных финансовых средств у потребителей оборудования.

Правительства многих стран поощряют развитие аренды путем предоставления лизинговым компаниям льготных кредитов, снижения налогов, увеличения нормативов амортизационных отчислений и т.д., поскольку аренда способствует ускорению НТП и согласно правилам МВФ обязательства, вытекающие из аренды, не включаются в объем внешней задолженности государства.

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.

Аренда также используется для обеспечения сезонных работ, например в сельском хозяйстве. Предметами аренды являются машины, оборудование, различное недвижимое имущество, выставочные, производственные и другие помещения, а также разнообразные товары длительного пользования.

§ 2. Информационные услуги

В наши дни информация является таким же важным фактором производства, как земля, труд и капитал (более подробно о факторах производства и роли информации см. § 4 главы 1).

На современном этапе для информационного обеспечения, включая сферу международного и внешнеэкономического прогнозирования, характерны следующие особенности:

значительное увеличение спроса на информацию в 80-х — начале 90-х гг. в условиях замедления темпов экономического развития, ухудшения положения на мировых товарных рынках и обострения конкурентной борьбы. Многие фирмы начали ощущать нехватку информации для управления деятельностью своих предприятий, и прежде всего для выработки рыночной стратегии, разработки долгосрочных программ и выбора перспективных направлений производства и сбыта. Повышение спроса на информацию вызвано также общим усложнением структуры управления компаниями, необходимостью принятия ими аргументированных решений на основе прогнозной информации;

внедрение принципиально новой технологии на базе быстрого развития электронно-вычислительной техники, что позволило в развитых странах создать эффективные национальные и международные информационные сети. О повышении эффективности микросхем и снижении их себестоимости свидетельствует тот факт, что снизилась цена 1 бита — самой мелкой единицы количества информации. Если в 1970-1971 гг. 1 бит, стоил около 1 цента США, то в 1980 г. — 0,1 цента, а в середине 90-х гг. — 0,001 цента. За это время микро-схемы в расчете на 1 бит стали в 1000 раз дешевле и во столько же раз эффективнее; быстрое расширение программного обеспечения, составляющего базу новой технологии в информационных системах, даже на фоне общих сравнительно высоких темпов прироста основных составляющих информатики, опережавших в конце 80-х — начале 90-х гг. основные показатели экономического развития (темпы роста ВВП, промышленного производства, внешней торговли). Данные об объеме производства средств информатики приведены в табл. 9.3.

Таблица 9.3
Объем производства средств информатики в мире (1986-1995 гг.) *

Средство информатики	Объем производства, млрд. дол. (в неизменных ценах)			Среднегодовые темпы прироста, %
	1986 г.	1990 г.	1995 г.	
Всего	393	634	1197	13
Оборудование	224	353	621	12
Программное обеспечение	84	174	433	20
Телекоммуникационные и компьютерные услуги	85	107	143	6

*Крылов В.И. Мировой рынок информации// "Международный бизнес России. 1996. № 3. С. 37

С появлением новых, 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.

Важным аспектом функционирования рынка информационных услуг является деятельность компаний — владельцев банков данных и посредников. Владельцами информации являются издательские и исследовательские организации, обладающие мощной финансовой и технической базой, имеющие филиалы и обширную сеть клиентов. Владельцы информации получают от своих филиалов, клиентов и из других источников данные, которые обрабатывают, хранят и на коммерческой основе передают посредникам. В связи с возрастанием объема перерабатываемой информации наиболее сложным вопросом для владельцев является выбор техники и методов обработки, хранения массивов данных и их поиска, для решения которого создается специальное программное обеспечение, вместе с массивами

информации составляющее банк данных. Для каждого такого банка вводится соответствующая система организации массивов информации.

В информационный рынок входят деловая, правовая, экологическая, медицинская и другая информация, информация для специалистов и массовая потребительская информация. Мировой рынок информационных услуг подчиняется общим законам конкурентной борьбы между сотнями тысяч взаимодействующих на этом рынке субъектов.

Рынок информационных услуг обычно подразделяется:

- на глобальный (общепланетарный);
- на международный (охватывающий группы стран);
- на национальный (телевидение, радиовещание и другие средства массовой информации);
- на региональный (теле- и радиопередачи по определенному региону);
- на локальный (местное радиовещание, местные газеты и журналы);
- на точечный (информационные сети в учебных заведениях, научных учреждениях, библиотеках, музеях и т.п.).

Примерно 3/4 современного мирового рынка информационных услуг приходится на операции пяти экономически наиболее развитых стран. При этом доля США на мировом рынке информационных услуг составляет свыше 50%, что значительно больше доли этой страны, например, в мировой торговле (12%). На втором месте находится Япония, объем операций купли-продажи информационных услуг в которой в 1995 г. оценивался в 3,5 млрд. дол., т.е. приближался к 10% мирового рынка. Третье место занимает Великобритания. Во всех перечисленных странах основу рынка составляют собственно информационные услуги.

Наиболее динамичной частью мирового информационного рынка является сектор деловой информации, включающий информацию об отдельных товарных рынках и рынках конкретных стран.

§ 3. Реклама

Еще одним видом услуг на мировом рынке является *реклама*.

Реклама играет значительную роль в международной торговле, поскольку на мировых товарных рынках сейчас действует большое количество различных фирм, которым необходимо рекламировать свою продукцию.

В то же время реклама из придатка к торговле превратилась в самостоятельную, очень прибыльную сферу бизнеса.

В настоящее время для рынка рекламы характерен процесс концентрации рекламной деятельности, поглощения крупными рекламными агентствами и средствами распространения рекламы более мелких. Растет влияние на рекламную сферу крупнейших рекламодателей, они все в большей степени вмешиваются в деловую активность рекламных агентств и средств распространения рекламы, контролируя их деятельность или скупая их. Монополизируя рынок рекламных услуг, промышленные фирмы получают монополию на сбыт производимых ими товаров.

Рекламу можно определить как вид деятельности либо произведенную в ее результате продукцию, целью которых является оказание целенаправленного воздействия на выбранную потребительскую аудиторию*.

* Рожков И.Я. Международное рекламное дело. — М., 1994. С. 7.

В США и других развитых странах термин «реклама» означает рекламные объявления в средствах массовой информации (в прессе, по радио, телевидению, на щитовой рекламе) и не распространяется на мероприятия, которые проводятся с целью продажи (sales promotion), на престижные мероприятия, нацеленные на завоевание благожелательного отношения общественности (public relations), а также на бурно развивающуюся в последнее время специфическую область рекламной деятельности, суть которой заключается в связях производителя с потребителем (direct — marketing).

В практике российской рекламы, в отличие от западной, понятие рекламы шире. К ней, в частности, относятся выставочные мероприятия, коммерческие семинары, упаковка, печатная продукция (проспекты, каталоги, плакаты и т.д.), распространение сувениров и другие средства стимулирования торговой деятельности.

В зависимости от целей различают следующие виды рекламы:

- первоначальная;
- конкурентная;

сохранная.

Первоначальная реклама имеет целью ознакомить заранее установленный круг возможных потребителей с новым для данного рынка товаром или услугами путем сообщения подробных сведений о качестве, цене, способе потребления, месте продажи товара или услуги и т.д. Такая реклама должна убедить потребителя в необходимости купить новый товар или воспользоваться услугой.

Конкурентная реклама направлена на то, чтобы выделить рекламируемый товар из массы аналогичных товаров, выпускаемых конкурирующими фирмами, показать его отличительные черты и убедить покупателя купить именно этот товар.

Сохранная реклама имеет целью поддержать спрос на ранее рекламируемый товар, поэтому она носит лишь напоминающий характер. Иногда такая реклама используется как временное воздействие на покупателя для ликвидации излишних запасов товаров на складах производителей или торговцев и сезонной распродажи товаров.

В зависимости от места проведения различают рекламу на внутреннем рынке и экспортную, или внешнеэкономическую, рекламу.

Внеэкономическая реклама имеет свои особенности, но в общем цели, принципы и средства рекламирования товаров на внешних рынках во многих случаях те же, что и во внутренней торговле. Особенно это касается так называемых марочных товаров.

Важным фактором, определяющим содержание и направление рекламы, является характер товара или услуги, от которого зависят не только рекламные средства, но и масштаб проведения рекламных мероприятий и необходимые для этого ассигнования. Например, в Германии значительные средства на рекламу затрачивают косметическая и фармацевтическая промышленность, пищевая промышленность, промышленность средств транспорта, предприятия, выпускающие моющие средства. Это связано с тем, что наибольшее количество фирм во всем мире действует именно в этой отрасли, очень разнообразен ассортимент различных косметических препаратов, моющих средств.

К рекламе экспортных товаров предъявляются особые требования. Она должна быть максимально приспособлена к особенностям экономических, культурных и бытовых условий стран, в которые она направлена.

1. Участники рекламного процесса

Для понимания сущности рекламного процесса рассмотрим его основных участников и их функции.

В рекламном процессе участвуют:

- рекламодатели;
- рекламные агентства;
- средства рекламы (обычно средства массовой информации);
- потребители (объект рекламы).

К этому процессу подключены и другие организации — исследовательские институты и подразделения, фото-, кино- и видеостудии, творческо-производственные предприятия, а также отдельные рекламные специалисты: художники, литературные работники, психологи, полиграфисты, дизайнеры и т.д.

Рекламодатель — платежеспособный заказчик рекламы и ее организатор. Обычно рекламодателем выступает рекламная служба экспортера.

Функции рекламодателя:

- определение групп экспортных товаров, нуждающихся в рекламе;
- определение особенностей рекламирования этих товаров (видов рекламы и перечня рекламных материалов, которые требуется создать, необходимого уровня рекламного представления, например разработка товарного знака, фирменного стиля, рекламной идеи, многоцветного полиграфического исполнения и т.д.);

планирование рекламной деятельности, включающей создание рекламных материалов и проведение целевых рекламных кампаний;

планирование ассигнований на рекламу;

подготовка договоров с исполнителем (рекламным агентством) на создание рекламных материалов и размещение рекламы в средствах ее распространения, на проведение рекламных мероприятий, на разработку и реализацию комплексных кампаний и т. д.;

подготовка и передача исполнителю исходных материалов: формулирование на базе маркетинговых исследований целей и задач рекламы с указанием целевых групп потребителей; подготовка исходных

текстов с обязательным выделением главных достоинств и особенностей рекламируемого товара или услуги и др.;

помощь исполнителю в организации фото-, кино- или видеосъемок, предоставление необходимой технической консультации, разработка наглядной графической информации о товаре (схем, графиков, чертежей, технических рисунков, диаграмм);

утверждение макетов (эскизов, проработок, сценариев) рекламных материалов и оригиналов рекламной продукции (готовых для воспроизведения или другого рекламного использования);

расчеты с исполнителем.

Рекламное агентство — организация-исполнитель, осуществляющая по заказам рекламодателей творческие и исполнительские работы, связанные с созданием рекламной продукции, разработкой, а также осуществлением комплексных рекламных кампаний и отдельных рекламных мероприятий, и получающая за это вознаграждение как от рекламодателя, так и в виде комиссионных от средств распространения рекламы. Рекламное агентство взаимодействует с производственными базами (в частности, с типографиями, студиями, предприятиями, изготовляющими всевозможные элементы и конструкции рекламы), зарубежными рекламными агентствами и издательскими фирмами, осуществляет связь со средствами распространения рекламной информации, размещает в них заказы, поступающие от рекламодателя, контролирует их исполнение, производит расчеты с рекламодателями и средствами распространения рекламы.

Рекламное агентство оказывает своим заказчикам следующие основные услуги:

подготовка рекламных материалов и их размещение в прессе, на радио и 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 оперативных видеосъемок;

разработка и реализация комплексных рекламных кампаний;

исследование зарубежных рекламных рынков и выработка на основе конъюнктурного анализа рекомендаций для проведения за рубежом рекламы экспортных товаров;

разработка концепции и осуществление престижных рекламных мероприятий по созданию и поддержанию положительного образа.

Средства распространения рекламной информации — совокупность средств массовой коммуникации и других каналов распространения рекламной информации. К ним относятся издательство, редакция, специализированная фирма (например, располагающая местами размещения наружной рекламы, точками кинопроката, владеющая адресами для прямой почтовой рассылки), телевидение, радио-, видео- или киносеть и т. д.

Современная реклама, опираясь на исследовательские приемы, выработанные социологами, располагает большим разнообразием средств, которые можно классифицировать по следующим критериям*:

* Наймушин А.Д. Основы организации рекламы. — М., 1992. С. 16.

в зависимости от рекламодателя:

а) реклама от имени производителей, рассчитанная на индивидуального потребителя, на сферу торговли, на определенные группы общественности, на специалистов;

б) реклама от имени розничных и оптовых торговцев;

в) реклама от имени частных лиц;

г) реклама от имени правительства, общественных институтов и групп;

в зависимости от методов организации рекламы:

а) реклама с помощью средств массовой информации:

печатная реклама: рекламно-каталожные издания (каталоги, проспекты, буклеты, плакаты, листовки) и рекламно-подарочные издания (календари, дневники, записные книжки, открытки);

реклама в прессе: рекламные объявления, статьи и другие публикации (иногда со скрытым рекламным характером);

аудиовизуальная реклама (экранная реклама): рекламные кинофильмы (киноролики) и видеофильмы (видеоролики), слайды;

радиореклама (радиоролики, репортажи, радиожурналы) и телереклама (телеролики, телеобъявления, репортажи, заставки);

б) прочие виды рекламных материалов:

выставки и ярмарки;

рекламные сувениры;

прямая почтовая реклама (рассылка рекламно-информационных писем и целевая рассылка рекламно-печатных материалов);

наружная реклама (рекламные щиты, афиши, световые вывески, электронные табло, витрины, реклама на транспорте и др.);

паблик рилейшнз (public relations): презентации, пресс-конференции, симпозиумы, спонсорство и др.

компьютеризированная реклама (размещение рекламной информации в банках данных специализированных информационных, компьютерных систем, в Internet и т.д.).

2. Организация международных рекламных кампаний

Международная рекламная кампания — это комплекс рекламных мероприятий, осуществляемых за пределами страны рекламодателя — производителя или продавца товара. Участниками крупномасштабной международной рекламной кампании помимо рекламодателя обычно являются рекламное агентство, расположенное в той же стране, где проводится кампания, а также организации товаропроводящей сети: коммерческие агенты (национальные, региональные), дистрибьюторы, дилеры.

Различают три метода управления международными рекламными кампаниями:

централизованный;

децентрализованный;

смешанный.

Под *централизованным* понимается управление, при котором стратегические, тактические и творческие решения принимаются в рекламном агентстве, которому утверждающий эти решения рекламодатель отводит роль центра управления рекламной кампанией. Филиалы этого агентства или местные рекламные организации в странах или регионах, где проводится кампания, лишь реализуют его решения.

При централизованном управлении предоставляется возможность выделить больше средств на предварительные исследования, скоординировать рекламные кампании фирмы с рекламными мероприятиями ее отделений и коммерческих агентов в различных районах. Основными достоинствами этого метода являются соблюдение во всех точках и на всех уровнях сбыта выработанной концепции рекламной кампании и единообразия визуального и текстового представления рекламы, обеспечение комплексности выполнения плана рекламных мероприятий.

Однако с повышением степени централизации возрастает опасность, что планы рекламных кампаний будут оторваны от реальной действительности и, как следствие, не будут учтены в должной мере специфические условия сбыта на местах, где могли бы быть проведены более обоснованные и оперативные мероприятия.

В настоящее время на мировом рынке рекламы наблюдается тенденция отхода от централизованного управления во избежание принятия неэффективных авторитарных решений.

При *децентрализованном* управлении решения принимаются автономно рекламными агентствами, осуществляющими рекламные мероприятия в странах, регионах. Отделения фирмы-производителя, а также ее коммерческие агенты самостоятельно или через местные рекламные агентства создают отдельные рекламные программы, которые объединяются в общую программу, утверждаемую руководством фирмы. В этом случае учитываются специфические особенности сбыта в отдельных регионах. Вместе с тем способы создания таких программ в центре, отделениях и у коммерческих агентов различаются. В результате рекламные кампании с трудом поддаются анализу и корректировке.

Принцип децентрализации целесообразно применять при дифференцированной товарной специализации филиалов, когда учитываются частные изменения конъюнктуры рынка. В этом случае материнская фирма контролирует лишь прибыль, а также окупаемость вложенных средств.

Филиалам и дочерним фирмам предоставляется возможность выбора рекламной политики, создания рекламных материалов, проведения рекламных кампаний. Однако эта свобода, как правило, ограничивается товарной рекламой и не распространяется на престижную рекламу.

Преимуществом децентрализации является быстрая реакция на новые веяния на конкретных рынках, а недостатком — большие затраты на исследования, предваряющие рекламные кампании, а также на разработку и подготовку рекламных материалов, поскольку выделяемые на эти цели денежные средства распределяются по отделениям, филиалам, коммерческим агентам.

Управление, при котором решения принимаются рекламными агентствами на местах, но согласуются с центром, называется *смешанным*. При этом методе в соответствии с планом-программой маркетинга определяются и формируются общие для фирмы и ее отделений и коммерческих агентов цели и задачи рекламной деятельности и, соответственно, рекламных кампаний, а конкретные программы рекламных выступлений разрабатываются на местах.

Таким образом, при смешанном управлении рекламной кампанией, с одной стороны, учитывается специфика отдельных рынков, а с другой — устраняются нежелательные последствия от неожиданных действий на местах, так как фирма контролирует рекламную деятельность своих отделений, филиалов, агентов. Если фирма выбирает смешанный способ управления рекламными кампаниями, то она достаточно быстро реагирует на изменения конъюнктуры, но вместе с тем подвергается опасности, поскольку расходы на рекламу на местах могут существенно возрасти. Поэтому смешанный способ управления рекламной деятельностью, как и централизованный, предполагает усиленный контроль за стоимостью рекламных кампаний.

Оптимальным считается тот метод управления, при котором снижаются затраты на рекламу, осуществляемую сразу в нескольких регионах, и в то же время учитываются условия сбыта на различных рынках.

Выбор метода управления рекламной кампанией в первую очередь способствует унификации рекламной продукции, степень которой зависит от стратегии маркетинга, определяющей способы воздействия на рекламную аудиторию.

При *недифференцированном* способе разработка рекламной идеи и производство исходных материалов осуществляются централизованно. На местах в рекламные материалы вносятся лишь небольшая конъюнктурная правка.

Дифференцированный способ обычно применяется для товаров, содержание и форма рекламы которых (визуализация, тексты, музыкальное сопровождение) в значительной степени определяются спецификой различных сегментов потребителей. При этом учитываются не только ограничения, установленные местными регулирующими органами, но и различия, предопределенные образом мышления и традициями населения в регионах, подвергаемых рекламному воздействию. В то же время национальная специфика аудитории зачастую не определяется географическими границами, например единая американская нация сегментируется, а нации стран Западной Европы сближаются, создавая все в большей степени гомогенизированный рынок.

При дифференцированном способе реклама, как правило, создается силами местных рекламных агентств, которые получают от рекламодателя только исходные материалы, необходимые для разработки, подготовки и осуществления рекламы: характеристика товара, сведения о его особенностях, потребительских свойствах и достоинствах, базовые рекламно-графические решения, например товарные знаки, методические указания, как применять элементы единого стиля и т.д.

При проведении комплексных международных рекламных кампаний большое внимание уделяется их координации, т.е. согласованию по времени, географии охвата и целевой направленности отдельных мероприятий, составляющих комплекс. Такая координация осуществляется между рекламодателем, его филиалами и коммерческими агентами в различных странах и регионах рекламным агентством, обслуживающим рекламодателя, и другими организациями, участвующими в проведении кампаний.

Мировой рынок рекламы — это среда, в которой в условиях конкуренции осуществляются рекламные мероприятия, направленные на экспортирование отечественных товаров и услуг. Современный рынок рекламы характеризуется динамичностью: реклама мгновенно реагирует на события, происходящие на рынке.

Еще одной усиливающейся тенденцией является обострение конкуренции в результате концентрации около половины мировой торговли в руках многонациональных компаний (МНК). На рост конкуренции оказывают влияние также разграничение мира на экономические зоны, а также трудности со сбытом, связанные с повышением требований к качеству и ассортименту продукции, поэтому все острее встает вопрос о более совершенных формах и методах сбыта.

На современном мировом рынке темпы роста расходов на рекламу опережают темпы увеличения выпуска ВВП и инфляции.

Расходы на рекламу достаточно весомы в бюджетах зарубежных фирм. Например, в США только на рекламу в средствах массовой информации тратится более 5% суммарных расходов на производство и реализацию продукции. США стоят на первом месте в мире по расходам на рекламу. При этом наиболее высокими являются затраты на рекламу у производителей лекарств (20% суммарных расходов), парфюмерии и косметики (13,8%), кухонных принадлежностей, спиртных напитков и т. д. Высокий уровень отчислений на рекламу во многом определяется ценами на рекламу на мировом рынке. Например, стоимость одной минуты рекламы во время самых престижных передач ведущих американских телекомпаний (*Columbia Broadcasting Systems (CBS)*, *National Broadcasting Systems (NBC)*, *American Broadcasting Company (ABC)*) достигает 700 тыс. дол.

Спрос на рекламу можно рассматривать, с одной стороны, как спрос рекламодателей, предъявляемый рекламному агентству, а с другой — как спрос потребителей, рекламируемых товаров и услуг.

Реклама считается сферой деятельности, обеспечивающей высокую прибыль, поэтому за место на этом рынке ведется острая борьба. В настоящее время намечаются тенденции к поглощению мелких и средних рекламных корпораций более крупными, к установлению контроля промышленных предприятий (в том числе МНК) над рекламными агентствами. Монополизировав рынок рекламных услуг, промышленные фирмы получают монополию на сбыт производимых ими товаров. Растет число так называемых «домашних» рекламных агентств — дочерних компаний промышленных корпораций.

В то же время рекламное агентство продолжает играть главную роль на рынке рекламы. Политику формируют корпорации, входящие в первую десятку (по объемам международной деятельности).

Мелкие рекламные агентства вынуждены ограничивать свою деятельность, так как они не могут конкурировать с рекламными «гигантами», имеющими прочные связи с сетью издательств, радио- и телестудий в различных городах или даже странах. Они, как правило, специализируются в каких-то отдельных направлениях рекламной деятельности. Специализация может осуществляться по номенклатуре рекламируемых товаров, средствам распространения рекламы.

Корпорации, входящие в лидирующую десятку, доминируют в общенациональной и международной рекламе товаров массового спроса, предоставляя своим клиентам полный комплекс обслуживания в области маркетинговых коммуникаций. Менее крупные агентства в основном ограничиваются услугами региональной или местной рекламы.

Существует специализация и по товарам. Она, как правило, формируется исторически и отражает устойчивые связи агентств с постоянным кругом рекламодателей, выпускающих продукцию определенного вида. Из 100 крупнейших монополий США свыше половины пользуются услугами одних и тех же рекламных агентств более 25 лет. Эти связи сохраняются, когда деловая активность переносится на внешние рынки.

В то же время имеет место и другая тенденция — диверсификация ассортимента рекламных услуг. Все большее число агентств, оказывая рекламодателям услуги по рекламе, выполняет и другие виды работ, непосредственно несвязанные с рекламой. Например, услуги по рекламе увязываются с выработкой форм трудовых соглашений, разработкой и улучшением качества, а также потребительских свойств производимых товаров, дизайном внешнего вида и упаковки, анализом ценообразования и методов сбыта, организацией с бытовых служб и внутрифирменных коммуникаций.

Во многих агентствах, особенно в наиболее крупных, диверсификация и специализация осуществляются одновременно*.

* Рожков И.Я. Международное рекламное дело. — М., 1994. С. 142-145.

Структура мирового рынка усложняется и обновляется, и экспортерам, осуществляющим свои рекламные мероприятия, приходится оперативно и адекватно реагировать на эти изменения.

2. Международное регулирование рекламной деятельности

Система регулирования рекламной деятельности имеет трехъярусную структуру:

стихийное рыночное регулирование;

регулирование, осуществляемое самими фирмами;

государственное регулирование.

В США, например, законы в области рекламы принимаются и действуют на общегосударственном уровне, уровне штатов и отдельных муниципалитетов. Существует более 20 центральных ведомств,

регулирующих рекламную деятельность (Федеральная торговая комиссия; Управление по контролю за качеством пищевых продуктов, медикаментов и косметических средств; Отдел налогов на спиртные напитки и табачные изделия; Комиссия по ценным бумагам и биржевым операциям и т.д.).

Создаются также рекламные ассоциации, которые контролируют рекламную деятельность своих членов. Они защищают их профессиональные интересы, но в то же время служат связующим звеном между рекламными фирмами и правительственными учреждениями, занимающимися вопросами рекламы. Как правило, рекламные ассоциации являются авторитетными организациями, влияющими на рынок рекламы. Эти ассоциации занимаются также стандартизацией и унификацией рекламной деятельности.

Помимо национальных существуют международные ассоциации (Международная рекламная ассоциация, Европейская и Международная ассоциации рекламодателей и т.д.), которые контролируют рекламную деятельность в рамках мирового рынка. Самыми активными членами, субсидирующими подобные ассоциации, становятся МНК, которые заинтересованы в развитии организаций, ограничивающих рекламную деятельность.

Однако в настоящее время усиливается вмешательство государства в рекламную деятельность, поскольку в рекламных ассоциациях, как и в любых организациях на общественных началах, отсутствует отлаженный механизм исполнения принятых решений и наказания за нарушение этих решений. В промышленно развитых странах по законодательству нельзя рекламировать товары, представляющие потенциальную опасность для потребителей, прежде всего в области фармацевтики, санитарии и гигиены. Кроме того, в ряде стран регулируются взаимоотношения конкурентов (например, в Германии запрещаются сравнения с конкурирующими товарами).

§ 4. Страхование

Международная торговля как товарами, так и услугами, перемещение людей и движение капитала в настоящее время немыслимы без страхования, которое является неотъемлемой частью международных торговых контрактов. При перевозке грузов или поставке промышленного оборудования, инвестировании или обычной поездке за рубеж требуется защита от рисков, непредвиденных обстоятельств. В связи с этим возникает необходимость формирования специального фонда для покрытия убытков, т.е. страхового фонда.

Каждый отдельно взятый хозяйствующий субъект может создать *страховой фонд* самостоятельно. Однако средств этого фонда может оказаться недостаточно при возникновении значительных убытков. Поэтому более эффективной является система страхования, при которой страховой фонд создается за счет взносов его участников. Размер взносов определяется исходя из вероятности наступления страхового события, что позволяет распределить риск убытков между множеством субъектов и гарантировать им возмещение ущерба в необходимом объеме без изъятия значительных средств из хозяйственного оборота. Аккумулированные средства могут использоваться не только для покрытия убытков, но и для инвестирования в различных формах.

Таким образом, страхование как особый вид хозяйственной деятельности предполагает образование за счет взносов участников экономических отношений целевых фондов для возмещения убытков, возникших в результате страхового случая.

К важнейшим особенностям страхования относятся:

целевое финансирование и использование средств. Материальный ущерб возмещается лишь в строго оговоренных случаях и пределах. В связи с этим, например, страхование валютного риска в результате включения в контракт различных валютных оговорок не входит в понятие «страхование» в его узком смысле как особого вида экономической деятельности, поскольку при этом не создаются целевые фонды и участниками страхования являются контрагенты по одной торговой операции;

вероятностный характер, обусловленный тем, что заранее неизвестны ни срок наступления страхового события, ни размер убытков, ни то, чей конкретно материальный интерес и в какой степени оно затронет;

материальная заинтересованность субъекта страхования в благополучном исходе страхового мероприятия. Если же субъект окажется выгодоприобретателем, то финансовое покрытие убытков не должно осуществляться в его пользу.

Объектом страхования, как правило, является чей-то материальный интерес. Физическое или юридическое лицо, страхующее свой интерес от каких-либо неблагоприятных и непредсказуемых явлений, называется *страхователем*. При имущественном страховании страхователь обычно является собственником имущества, которое он страхует, однако им может быть и лицо, арендующее имущество

или взявшее его в залог. Главной обязанностью страхователя является уплата взносов для создания фонда, из которого он имеет право получить возмещение при наступлении событий, наносящих ущерб.

Созданный страхователями фонд может формироваться по договоренности между ними и управляться совместно. В этом случае имеет место так называемое *взаимное страхование*, при котором страхователи формально считаются собственниками страхового фонда. Первоначальной формой взаимного страхования была раскладочная система страхования: суммы возникших в течение года убытков от огня, разбойных действий и стихийных бедствий распределялись для возмещения между страхователями. При этом годовые взносы каждого из участников страхования не фиксировались и, следовательно, были непредсказуемы.

Со временем формирование страхового фонда стало в основном осуществляться с помощью заранее определенных взносов. Управление этим фондом осложнилось и все больше обособлялось от страхователей, становясь самостоятельной сферой экономической деятельности. Его стали осуществлять специализированные страховщики, целью которых стало не столько распределение убытков между страхователями, сколько получение прибыли.

Взносы, собранные страховщиком и создающие основу страхового фонда, в международной практике называются *страховыми премиями* (insurance premium). Страховая премия представляет собой плату за принятие страховщиком на себя обязательств возместить ущерб, нанесенный имуществу страхователя.

Размер страховой премии зависит прежде всего от степени риска по страховой сделке и фиксируется в страховом полисе (insurance policy), который выдается страховщиком страхователю и подтверждает заключение сделки страхования. В страховом полисе помимо размера страховой премии оговариваются следующие условия:

конкретные риски, по которым страховщик обязан возместить ущерб. Под *риском* понимается вероятное событие или совокупность событий, на случай наступления которых проводится страхование. Обязанность страховщика возместить ущерб возникает только при наступлении оговоренного в полисе события — *страхового случая*;

страховая оценка, т.е. определенная стоимость застрахованного имущества. Имущество, как правило, страхуется не на всю стоимость. Застрахованная часть стоимости имущества представляет собой страховую сумму. Кроме того, устанавливается доля, возмещение которой осуществляет сам страхователь, а не страховщик. Эта доля называется *франшизой* (franchise) и выражается в виде либо фиксированной суммы, либо фиксированного процента от страховой оценки. Франшиза может быть условной и безусловной. При установлении условной франшизы ущерб, превышающий ее размер, возмещается полностью, а при установлении безусловной — только в объеме, превышающем франшизу. Например, если в страховом полисе установлена франшиза, равная 3%, а фактический ущерб составил 4%, то при условной франшизе страховщик возместит 4%, а при безусловной — только 1%.

При наступлении страхового случая страховщик обязан выплатить конкретную сумму страхового возмещения, определяемую исходя из размера страховой суммы и страхового ущерба, который представляет собой материальные потери страхователя в результате страхового случая.

Прибыль страховых компаний формируется главным образом из двух источников: собственно страховой деятельности и инвестиционной деятельности.

В первом случае прибыль возникает в результате превышения сумм аккумулированных страховых премий и полученных регрессных взносов над суммами выплаченных страховых возмещений и административных расходов, а во втором случае — в результате операций с ценными бумагами и т.п.

Различают несколько видов страхования.

При *личном страховании* объектами страхования являются жизнь, здоровье, трудоспособность человека. Страхователь заключает договор страхования определенного лица, которым может являться или сам страхователь, или какое-либо третье лицо. В личном страховании выделяют страхование:

- жизни;
- от несчастных случаев;
- на случай болезни и др.

При *имущественном страховании*, объектом которого являются различные виды собственности юридических и физических лиц, всегда необходима точная страховая оценка имущества и ущерба. Имущество страхователя находится при этом в его владении, распоряжении и/или пользовании. Страховое возмещение не должно превышать страховой суммы, а страховая сумма — страховой оценки. Целью имущественного страхования является возмещение страхователю прямого или косвенного убытка. *Прямой убыток* проявляется в потере или обесценении застрахованного имущества в результате страхового случая. Он поддается оценке и чаще выражается в материальной форме. Помимо этого в

прямой убыток включаются затраты страхователя на спасение имущества и восстановление его свойств, произведенные во время и по причине страхового случая. *Косвенный убыток* — это недополученный доход, как правило, вследствие прямого убытка. Он возникает из-за временной остановки процесса производства, невыполнения обязательств перед контрагентами, приведшего к уплате неустойки и т.п.

Правила имущественного страхования существенно различаются в зависимости от вида имущества и связанных с ним рисков.

Юридические лица обычно осуществляют страхование производственных помещений и незавершенного строительства от огня и стихийных бедствий, оборудования от поломок, транспортных средств от аварий и т. д.

Объектом имущественного страхования могут выступать ценные бумаги, финансовое положение фирмы. Финансовое положение фирмы страхуется от ущерба, который может возникнуть в результате забастовок, злоупотреблений служащих, а также невыполнения контрагентом своих обязательств и др.

Страхование ответственности перед третьими лицами. Такая ответственность возникает при совершении определенных неправильных действий страхователем или его бездействии 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, которой может быть нанесен ущерб, а экономический интерес в его денежном выражении. Целью страхования ответственности является компенсация затрат, которые страхователь должен понести по закону или по решению суда в пользу лиц, которым нанесен ущерб или вред. Страховая сумма не может быть оценена до страхового случая, например страхование ответственности владельцев автотранспортных средств. Помимо суммы возмещения ущерба третьим лицам могут быть возмещены и издержки страхователя, связанные с судопроизводством.

1. **Морское страхование**

Основные риски в международной торговле связаны с транспортировкой товаров, поэтому основное значение имеет транспортное страхование. Объектами транспортного страхования являются:

- груз-карго;
- транспортное средство — каско;
- фрахт.

В международной торговле перевозки осуществляются в основном морским транспортом, поэтому морскому страхованию уделяется особое внимание.

Основные требования к договору морского страхования содержатся в главе XII Кодекса торгового мореплавания (КТМ), которая регулирует взаимоотношения между сторонами договора.

Объектом морского страхования может быть имущественный интерес, связанный с торговым мореплаванием: судно, в том числе находящееся в постройке, груз, фрахт, плата за проезд, арендная плата, прибыль, ожидаемая от груза, заработная плата и иные виды вознаграждения капитана и других лиц судового экипажа," а также риск, принятый на себя страховщиком (перестрахование).

Договор страхования должен иметь только письменную форму. В этой связи страховщик обязан выдать страхователю документ (полис, страховой сертификат и т.п.).

Договор морского страхования грузов заключается на основании письменного заявления страхователя. Заявление должно содержать:

- точное наименование груза, род упаковки, число мест, вес груза;
- номера и даты коносаментов или других перевозочных документов;
- наименование, год постройки, флаг и тоннаж судна;
- способ транспортировки груза (в трюме, на палубе, навалом, насыпью, наливом);
- пункты отправления, перегрузки и назначения груза;
- дату отправки груза, страховую сумму, условия страхования.

Страховщик вправе требовать, чтобы грузы, нуждающиеся в таре и упаковке для предохранения от утраты, недостачи и повреждения, предъявлялись к перевозке в исправной таре и упаковке, соответствующей государственным стандартам и техническим условиям, а грузы, не имеющие установленных для них государственных стандартов и технических условий, — в исправной таре и упаковке, обеспечивающей их сохранность при перевозке и перевалке.

Перевозчик обязан заблаговременно обеспечить техническую пригодность судна к плаванию, надлежащим образом снарядить его, укомплектовать экипаж и снабдить всем необходимым, а также при-

вести трюмы и другие помещения судна, в которых перевозятся грузы, в состояние, обеспечивающее надлежащий прием, перевозку и сохранность груза.

Договор страхования считается заключенным с момента, когда факт страхования подтвержден страховой компанией. После такого подтверждения страхователь выдает страховой полис.

Договор страхования может быть заключен на следующих условиях;

с ответственностью за все риски;

с ответственностью за частную аварию;

без ответственности за повреждение, кроме случаев крушения.

Эти условия разработаны с учетом международной практики, сложившейся в морском страховании грузов, и соответствуют, в частности, стандартным условиям, выработанным Институтом лондонских страховщиков.

Условия Института лондонских страховщиков в силу их стандартизации и общепризнанности широко применяются страховыми компаниями большинства стран мира.

По договору страхования, заключенному страховой компанией на условиях с *ответственностью за все риски*, возмещаются все убытки от повреждения или полной гибели всего либо части застрахованного груза, кроме убытков, произошедших в результате:

а) всякого рода военных действий или военных мероприятий и их последствий, повреждения или уничтожения минами, торпедами, бомбами и другими орудиями, пиратских действий, а также гражданской войны, народных волнений и забастовок, конфискации, реквизиции, ареста и уничтожения грузов по требованию военных и гражданских властей;

б) прямого или косвенного воздействия атомного взрыва, радиации и радиоактивного заражения, связанных с любым применением атомной энергии и использованием расщепляемых материалов;

в) умысла или грубой небрежности страхователя, или выгодоприобретателя, или их представителей, а также нарушения установленных правил перевозки, пересылки и хранения грузов;

г) влияния температуры, трюмного воздуха или особых свойств и естественных качеств груза, включая усушку;

д) несоответствующей упаковки грузов и отправления грузов в поврежденном состоянии;

е) воздействия огня или взрыва вследствие погрузки с ведома страхователя, выгодоприобретателя или их представителей, но без ведома страховой компании, веществ и предметов, опасных в отношении взрыва или самовозгорания;

ж) недостачи груза при целостности наружной упаковки;

з) повреждения грузов червями, грызунами и насекомыми;

и) несвоевременной доставки грузов и падения цен.

Не возмещаются также всякие другие косвенные убытки страхователя, кроме тех случаев, когда по условиям страхования такие убытки подлежат возмещению по общей аварии.

Под *общей аварией* понимаются убытки и расходы, причиненные в результате столкновения судов, пожара или взрыва на судне, посадки на мель и т.п., которые распределяются между всеми участниками морского предприятия: судном, грузом и фрахтом.

В международной практике широко применяются так называемые Йорк-Антверпенские правила, представляющие собой свод сложившихся основных положений об убытках по общей аварии и порядке их распределения. Условия о применении этих Правил на случай общей аварии обычно включаются в коносаменты и чартеры с указанием года редакции Правил.

По договору страхования, заключенному на условиях *соответственностью за частную аварию*, возмещаются:

убытки от повреждения или полной гибели всего или части застрахованного груза вследствие огня, молнии, бури, вихря и иных стихийных бедствий, крушения или столкновения судов, самолетов и других перевозочных средств между собой или удара их о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, провала мостов, взрыва, повреждения судна льдом, подмочки забортной 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 несчастных случаев при погрузке, укладке, выгрузке грузов и приеме судном топлива;

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.

При страховании грузов на условиях с ответственностью за частную аварию не возмещаются убытки, перечисленные в пунктах «а»—«з» условий страхования с ответственностью за все риски.

Условия страхования *без ответственности за повреждение, кроме случаев крушения* по объему ответственности, перечню страховых случаев, при которых подлежат оплате убытки, а также по совокупности исключений из страхового покрытия в целом совпадают с условиями страхования с ответственностью за частную аварию. Различия между этими условиями заключаются в том, что по условиям с ответственностью за частную аварию возмещаются убытки от повреждения или полной гибели всего или части груза, в то время как по условиям без ответственности за повреждение, кроме случаев крушения, возмещаются убытки только от полной гибели всего или части груза.

Установление факта и причин страхового случая, размера ущерба, причиненного застрахованному имуществу в результате страхового случая, документальное оформление и оплату страхования в практике иностранного страхования принято именовать *ликвидацией убытка*.

Ликвидацией убытка завершаются юридические и экономические взаимоотношения между страхователем и страховщиком, вытекающие из договора морского страхования.

Страховщик вправе путем уплаты страховой суммы освободить себя от дальнейших обязательств по договору страхования. О своем намерении воспользоваться этим правом страховщик обязан уведомить страхователя в течение семи дней со дня получения от него (страхователя) извещения о страховом случае и его последствиях и возместить расходы, произведенные страхователем в целях предотвращения или уменьшения убытков до получения им указанного уведомления страховщика.

Страхователь может заявить страховщику об отказе от 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 (полная конструктивная гибель); экономической нецелесообразности устранения повреждения или доставки застрахованного груза в место назначения; захвата судна или груза, застрахованного от такой опасности, если захват длится более двух месяцев.

Заявление об абандоне должно быть сделано страховщику в течение шести месяцев после наступления перечисленных обстоятельств. Соглашение сторон, противоречащее этому правилу, недействительно. По истечении шестимесячного срока страхователь лишается права на абандон, но может требовать возмещения убытка на общих основаниях.

По особому соглашению — *генеральному полису* могут быть застрахованы все или известного рода грузы, которые страхователь получает или отправляет в течение определенного срока.

Страхователь обязан по каждой отправке грузов, подпадающей под действие генерального полиса, сообщать страховщику необходимые сведения: наименование судна, на котором отправляется груз, путь следования груза и страховую сумму. Страхователь не освобождается от этой обязанности, даже если он получает сведения об отправке грузов после доставки в место назначения в неповрежденном состоянии.

По генеральному полису считаются застрахованными грузы, перевозимые: по морским и водным путям на всякого рода исправных, допущенных к плаванию в данном районе судах; по железной дороге; автомашинами и другими обычно употребляемыми средствами транспорта; воздушным транспортом.

Страхование грузов по генеральному полису оформляется на основании заявления страхователя или иного документа, содержащего необходимые данные. Такое заявление страхователь делает по каждой отправке груза, подпадающей под действие генерального полиса.

До отхода судна или другого транспортного средства страхователь сообщает следующие данные:

- наименование груза, число мест, вес и род упаковки;
- вид транспорта и способ отправки груза;
- пункты отправления и назначения груза, а также перевалок и перегрузок;
- дата отправки груза (выхода судна из порта);
- номера и даты коносаментов, накладных или других транспортных документов;
- страховая сумма;
- условия страхования грузов.

Если грузы, подлежащие страхованию по генеральному полису, не будут заявлены на страхование, страховая фирма оставляет за собой право отказаться от оплаты возможного убытка.

2. Страхование рисков

Особым видом страхования является страхование рисков, в частности, технических рисков, рисков неплатежа, так называемых некоммерческих рисков — страхование иностранных инвестиций от

политических рисков. Существует также страхование валютных рисков, но данный вид деятельности несколько отличается от общей системы страхования.

Страхование технических рисков

В условиях повышения во внешнеторговом обороте удельного веса машин и оборудования, включая поставку комплексного оборудования для предприятий и проведение строительно-монтажных и пусконаладочных работ на территории стран-импортеров, широко проводится страхование технических рисков и ответственности перед третьими лицами:

- 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. Страховая компания проводит страхование строительства зданий и сооружений и/или монтажа оборудования, выполняемых по внешнеэкономическим контрактам на территории страны или за ее пределами.

Объектами страхования являются здания, сооружения, машины, запасные части к ним, материалы и другое имущество, предназначенное для строительства и монтажа и находящееся на строительной площадке, указанной в договоре страхования.

Возмещению подлежат прямые убытки от гибели или повреждения застрахованного имущества, происшедшие в результате;

ошибок при проведении строительных и монтажных работ, дефектов в застрахованных объектах, а также ошибок инженеров и служащих или небрежности или умысла третьих лиц;

короткого замыкания, перегрузки электросети, атмосферных разрядов и т.п.;

разрывов тросов и цепей, падения деталей и других предметов;

пожара, взрыва, землетрясения, вулканического извержения, горного обвала; оползней, наводнения, бури, вихря, урагана и других стихийных бедствий;

любых других внезапных и непредвиденных событий на строительной площадке, не исключенных условиями страхования.

Если в договоре страхования не предусмотрено иного, не подлежат возмещению убытки, которые прямо или косвенно произошли в результате:

военных действий или военных мероприятий 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 и др.;

экспериментальных или исследовательских работ;

повреждения строительной техники и транспортных средств в результате их внутренних поломок, которые не вызваны внешними факторами.

Ответственность по договору страхования начинается с момента выгрузки застрахованного имущества на строительную площадку (но не ранее обусловленной в договоре страхования даты), продолжается в течение всего времени строительства, монтажа, холостых и рабочих испытаний и заканчивается в момент сдачи объекта в эксплуатацию, но не позднее даты, указанной в договоре страхования.

Страхование послепусковых гарантийных обязательств. По условиям данного вида страхования страховая компания принимает обязательства по гарантиям, выданным на здания, сооружения, оборудование, которые построены или смонтированы по внешнеэкономическим контрактам в нашей стране или за ее пределами.

Лицу, в пользу которого заключено страхование, возмещаются расходы, обусловленные гарантийными обязательствами перед покупателем и связанные с гибелью или повреждением объекта страхования, при условии, что гибель или повреждение явились следствием:

недостатков, допущенных при производстве строительно-монтажных или пусконаладочных работ, но выявленных в период гарантийной эксплуатации;

выполнения гарантийных обязательств лицом, в пользу которого заключено страхование, или уполномоченными им лицами.

Объектами страхования являются сооружения, материалы, механизмы и оборудование, находящиеся в месте завершения строительно-монтажных работ, обозначенном в договоре страхования, и поставленные лицами, в пользу которых проводится страхование, в соответствии с торговым контрактом, указанным в договоре страхования.

Если в договоре страхования не предусмотрено иного, не возмещаются убытки, явившиеся следствием положений, перечисленных в условиях страхования строительно-монтажных рисков.

Страхование импортируемого в страну комплектного оборудования. По условиям этого вида страхования страховая компания страхует ответственность продавца этого оборудования за вред, причиненный покупателю и третьим лицам в период монтажных работ, пусконаладочных работ и гарантированного срока эксплуатации оборудования.

Договор страхования заключается продавцом или покупателем от имени продавца. Страхование может быть заключено в пользу как продавца, так и указываемых в полисе других лиц, если они могут понести ущерб вследствие предусмотренных в договоре событий.

Возмещению подлежат только прямые убытки, образовавшиеся 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 самих дефектных частей.

Возмещение за погибшее оборудование определяется по фактической стоимости его замены, но не выше той, в которой оно включено в торговый контракт, с дополнительным возмещением расходов по перевозке и на транспортное страхование.

Страхование риска неплатежа

После второй мировой войны в практике международной торговли значительное место занимают поставки промышленного оборудования, компенсационные и другие экспортно-импортные сделки на базе долгосрочных кредитов. С целью гарантии погашения кредитов в обусловленные сроки кредиторы во многих случаях производят страхование экспортных кредитов, или риска неплатежа. Особое значение страхование риска неплатежа приобретает в условиях рыночной экономики, когда отдельные предприятия и организации самостоятельно выходят на внешний рынок, устанавливая прямые коммерческие связи без достаточного знания своих партнеров, условий торговли в соответствующих странах.

Страхование этого риска частные страховые компании, как правило, не проводят. Страхование экспортных кредитов осуществляется специализированными учреждениями и обществами, которые обычно принадлежат государству или в которых государство имеет контрольный пакет акций. Так, в Великобритании страхование таких рисков осуществляется правительственным Департаментом гарантии экспортных кредитов, обществом «Индемнити» и корпорацией «Ллойд», в Германии — обществом «Гермес», во Франции — обществом «Кафас», в США — Эксимбанком.

Страхование подлежат убытки от неоплаты счетов за поставленные товары и/или оказанные услуги, возникшие в течение действия договора страхования вследствие наступления страхового случая. Страхование также распространяется на счета, выписанные на товары и/или услуги, которые действительно поставлены и/или действительно оказаны от имени и за счет страхователя, приняты иностранным покупателем и подлежат оплате в течение срока, установленного в договоре страхования.

Страхование не распространяется на неустойки, договорные штрафы, проценты за просрочку, возмещение убытков по рекламе, курсовые разницы; счета, выписанные на государственные предприятия, организации и фирмы; счета по экспортным контрактам, для исполнения которых отсутствуют необходимые лицензии и(или) разрешения. Не возмещаются также убытки, явившиеся следствием войны, военных действий, гражданского неповиновения, забастовок, конфискации, национализации, введения лицензирования, отмены экспортной или импортной лицензии, запрета или ограничения переводов.

Страховым случаем считается неплатежеспособность иностранного покупателя, под которой понимаются следующие события: 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 доказанных неблагоприятных обстоятельств.

Страховым случаем считается также неоплата застрахованного счета в течение шести месяцев с даты истечения срока, установленного в договоре страхования.

Для определения размеров убытков из суммы неоплаченных счетов вычитаются: встречные требования иностранного покупателя к страхователю; доходы от реализации различных видов обеспечения; все поступления после наступления страхового случая, включая поступления от реализации активов в ходе судебного производства по доле страхователя.

Валютой страхования может быть любая иностранная валюта, в которой выписываются счета иностранным покупателям. Страховая премия и страховое возмещение оплачиваются в той валюте, в которой выписаны счета.

ЛИТЕРАТУРА

1. Герчикова И.Н. Маркетинг и международное коммерческое дело. — М., 1990.
2. Дейян А. Реклама. — М., 1993.
3. Дэниелс Дж.Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес. — М., 1994.
4. Журавлев Ю.М. Страхование во внешнеэкономических связях. — М.: Анкил, 1993.
5. Крылов В. И. Мировой рынок информации//Международный бизнес России. 1996. № 3.
6. Наймушин А.Д. Основы организации рекламы. — М., 1992.
7. Основы внешнеэкономических знаний. — М.: Междунар. отношения, 1990.
8. Рожков И.Я. Международный рекламное дело. — М., 1994.
9. Сэндидж Ч. и др. Реклама: теория и практика. — М., 1989.

ГЛАВА 10

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ОБМЕН

Развитие международного технологического обмена обусловлено существенными различиями в техническом уровне отдельных стран. С другой стороны, знания и техника в отсталых странах должны развиваться в том направлении, в каком они развиваются в передовых странах, поскольку мировое хозяйство как технико-экономическая категория основывается на машинном производстве независимо от уровня развития того или иного национального хозяйства. Таким образом, даже если имеет место автаркическая модель экономики той или иной страны, техническая мысль развивается все равно в том же направлении, что и в более развитых странах. Однако чаще технически отсталые страны развиваются в результате получения новых знаний и технологий извне. Высокие темпы научно-технического прогресса во второй половине XX в. привели к тому, что в течение последних десятилетий для международной торговли характерно вовлечение в товарооборот особого товара — научно-технических достижений, т.е. происходит активный технологический обмен. Понятие международного технологического обмена, как правило, толкуется двояко: в широком смысле под ним подразумевается проникновение любых научно-технических знаний и обмен производственным опытом между странами, а в узком — передача научно-технических знаний и опыта, относящихся к воспроизводству конкретных технологических процессов.

Технологии передаются как коммерческим, так и некоммерческим путем.

Технологический обмен в широком смысле осуществляется, как правило, в некоммерческих формах:

- научно-технические публикации;
- 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 и др.

Технологический обмен в узком значении осуществляется, как правило, в коммерческих формах:

- передача на условиях лицензионных соглашений прав пользования изобретениями (патенты, ноу-хау, зарегистрированные товарные знаки, промышленные образцы), 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 и т.д.

Передача технологии в коммерческих формах подразумевает, что технология является специфическим товаром. Покупатель новой технологии получает в свое распоряжение научно-технические разработки и/или созданные производственно-технологические процессы. Использование таких разработок и процессов в качестве элементов производительного капитала позволяет выпускать товарную продукцию, обладающую повышенной конкурентоспособностью, и получать в течение более или менее продолжительного периода дополнительную прибыль вследствие ее уникальности либо меньших издержек производства в расчете на единицу готовой продукции.

Повышенная конкурентоспособность продукции, производимой с помощью новой технологии, находится в обратной зависимости от масштабов распространения (доступности) данной технологии. Дополнительная прибыль исчезает, как только технические усовершенствования становятся достоянием большинства предприятий данной отрасли или появляется еще более совершенная технология. Чем выше степень монополизации научно-технических знаний и производственно-управленческого опыта, тем сильнее позиции собственника технологии на товарном рынке. Таким образом, вполне понятно стремление стран и отдельных фирм, достигших высокого технического уровня, сохранить свою монополию на новые технологии.

В то же время технология как товар обладает обычно весьма высокой стоимостью, определяемой большими затратами на НИОКР и их внедрение. Перенесение этой стоимости на конечную продукцию происходит постепенно, после того как огромные затраты уже произведены. Собственники новой технологии заинтересованы в возмещении понесенных расходов, что может быть достигнуто либо при расширении собственного выпуска товаров на ее основе, либо при продаже этой технологии, пока она морально не устарела. Все это подталкивает собственника новой технологии к ее возможно большей утилизации как в своем производстве, так и путем продажи другим производителям аналогичных товаров.

Технологии передаются двум основным группам покупателей:

- зарубежным филиалам или дочерним фирмам МНК;
- независимым фирмам.

Новые технологии преимущественно предоставляются МНК своим филиалам или дочерним компаниям. Так, например, в 80-е гг. на эту группу покупателей приходилось около 4/5 от суммы продаж технологий американских МНК. Это связано с тем, что в результате передачи технологии филиалам:

- 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, так как во многих странах платежи за полученную новую технологию освобождаются от налогообложения.

Принимающие страны часто ограничивают в различных формах импорт товаров и прямые иностранные инвестиции. При продаже технологии предоставляется возможность для проникновения на закрытый рынок другой страны, так как вслед за технологией в принимающую страну поступают товары и услуги.

Продажа технологии независимым компаниям означает утрату монопольного права на ее использование. Кроме того, покупатель технологии, обладающий значительным научно-техническим потенциалом, может стать впоследствии серьезным конкурентом. Продавая технологии независимым компаниям, продавцы стремятся получить долю в акционерном капитале, объединить передачу технологии с поставками своего оборудования, а также компенсировать утрату технологической монополии путем получения максимальных доходов от продажи. 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 удерживаться долго, так как нововведения легко воспроизводимы. Собственник новой технологии, не дожидаясь пока усовершенствования будут

скопированы зарубежными конкурентами, форсирует ее продажу не только подконтрольным компаниям, но и независимым фирмам.

Все формы технологического обмена существуют не сами по себе, а обусловлены содержанием технологий и отражают диалектический процесс ее зарождения, расцвета, старения и замены ее новой. Этапам цикла жизни технологий соответствуют ее следующие виды*:

* Мухопад В. И. Сквозь барьеры протекционизма. — М.: Мысль, 1988. С. 25.

1-й этап — уникальная;

2-й этап — прогрессивная;

3-й этап — традиционная;

4-й этап — морально устаревшая.

К *уникальным* технологиям относятся изобретения и другие научно-технические разработки, защищенные патентами или содержащие ноу-хау, что делает невозможным их использование конкурирующими организациями. Данные технологии обладают новизной, наивысшим техническим уровнем, могут быть использованы в производстве на условиях исключительной монополии. Такие технологии создаются в результате НИОКР и изобретательской деятельности специалистов. При определении цены уникальной технологии на рынке учитывается ее способность создавать максимальную дополнительную прибыль ее покупателю.

К *прогрессивным* технологиям принадлежат 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 любой технологией в соответствующей отрасли, преимущества прогрессивной технологии имеют относительный характер. Прогрессивность той или иной технологии может проявляться в границах отдельных стран, различных фирм, в разных условиях ее применения. Указанные технологии не защищаются патентами и не обладают ярко выраженными ноу-хау, но достаточно высокие производственные преимущества, обеспечиваемые такими технологиями, гарантируют их покупателям получение дополнительной прибыли. Прогрессивные технологии могут быть созданы в результате не только научно-технической и изобретательской деятельности ученых и инженеров, но и «эволюции» уникальных нововведений, постепенно утрачивающих свою новизну.

Уникальные и прогрессивные технологии могут приносить их покупателям дополнительную прибыль, поэтому они продаются по ценам, превышающим средний уровень цен на технологии-аналоги в соответствующей отрасли.

Традиционная (обычная) технология представляет собой разработки, отражающие средний уровень производства, достигнутый большинством производителей продукции в данной отрасли. Такая технология не обеспечивает ее покупателю значительных технико-экономических преимуществ и качество продукции по сравнению с аналогичной продукцией ведущих производителей, и рассчитывать на дополнительную (сверх средней) прибыль в данном случае не приходится. Ее преимуществами для покупателя являются сравнительно невысокая стоимость и возможность приобретения проверенной в производственных условиях технологии. Традиционная технология создается, как правило, в результате устаревания и широкомасштабного распространения прогрессивной технологии. Продажа такой технологии обычно осуществляется по ценам, компенсирующим продавцу издержки на ее подготовку и получение средней прибыли.

Морально устаревшая технология относится к разработкам, не обеспечивающим производство продукции среднего качества и с технико-экономическими показателями, которые достигают большинство производителей аналогичной продукции. Использование таких разработок закрепляет технологическую отсталость ее владельцев.

Одним из наиболее распространенных способов передачи технологии является лицензионная торговля.

§ 1. Лицензионная торговля

Термин «лицензия» в переводе с латинского означает *разрешение совершать какие-либо действия* и в связи с этим используется в различных сферах. Применительно к технологическому обмену он означает разрешение использовать на определенных условиях предметы лицензии, которыми являются:

- запатентованные изобретения,
- промышленные образцы,

· товарные знаки,
· ноу-хау, т.е. имеющие ценность конфиденциальные сведения, которые не пользуются правовой охраной. В зависимости от объекта лицензии могут подразделяться на патентные и беспатентные.

Помимо патентных и беспатентных лицензий выделяют самостоятельные («чистые») и сопутствующие. Самостоятельные лицензии предполагают передачу технологии или технических разработок независимо от их материального носителя. Сопутствующие лицензии имеют зависимый характер и предоставляются одновременно с заключением контракта на строительство предприятия, поставку технологического оборудования, оказание консультационных услуг.

Продажа лицензий позволяет существенно ускорить процесс освоения нового рынка и хотя бы частично возместить собственные расходы на исследования и разработки. Иногда бывает выгоднее вместо поставок готовых изделий продать лицензию на право их производства, например в случаях, когда возникают проблемы, связанные со сбытом готовой продукции из-за недостаточного объема собственного производства или выходом на внешний рынок. Развитию собственного производства может препятствовать множество причин — от нехватки сырья до отсутствия высококвалифицированного персонала и производственных площадей.

Препятствием для экспорта изделий нередко является протекционистская политика правительства страны, в которую предполагаются их поставки: высокие таможенные пошлины, импортные квоты, поощрение ввоза изделий в разобранном виде (с целью развития национальной промышленности).

Во всех этих случаях продажа лицензий — один из путей выхода на местный рынок, так же как создание в данной стране филиала фирмы-экспортера. Следует отметить, что при продаже лицензии обычно предусматривается поставка материалов, узлов и деталей для выпуска продукции. Таким образом, лицензионная торговля оказывается действенным стимулом для сбыта собственной продукции.

Продажа лицензии может быть способом выхода фирмы-продавца на ноу-хау и Другие достижения фирмы-покупателя, поскольку в соглашениях обычно имеется пункт о взаимном обмене усовершенствованиями, которые будут сделаны в изделии или технологии в течение срока действия лицензионного контракта.

1. Объекты лицензий

Изобретением признается техническое решение, обладающее новизной и существенными отличиями. Под техническим решением в широком смысле понимается практическое средство удовлетворения определенных потребностей. Например, отдельные способы лечения болезней не относятся к технике в общепринятом понимании, но поскольку они предполагают применение некоторых лечебных средств в строго установленных дозах, в течение конкретного времени, с соблюдением определенного порядка, то имеет место техника лечения, которая в этом смысле и рассматривается как техническое решение.

Какая-либо задача считается выполненной, если:

- а) имеется указание на технические средства (способы) для ее решения;
- б) раскрываются принципиально важные моменты (основная схема);
- в) решение осуществимо, т.е. пригодно для использования. Это значит, что специалисты в данной области с помощью общеизвестных приемов и технических средств могут внедрить изобретение.

Техническое решение необязательно должно сопровождаться теоретическим обоснованием. Оно считается новым при условии, что его сущность не была раскрыта ранее в данной стране или за границей настолько, что стало возможным его осуществление. Раскрытие сущности решения может произойти посредством либо опубликования, либо демонстрации, либо в результате открытого применения. Во всех этих случаях становится доступным копирование решения, что влечет за собой утрату им новизны.

Техническое решение признается обладающим существенными отличиями, если оно характеризуется новой совокупностью признаков, дающих положительный эффект, например:

- а) все признаки являются новыми;
- б) часть признаков является новой, а часть — известной;
- в) все признаки являются известными, а их сочетание — новыми.

Сходные однородные изобретения называются *аналогами*, а наиболее близкий из них к предложенному новому техническому решению — прототипом. Несущественные отличия в новом техническом решении не позволяют считать его изобретением, например использование эквивалентных средств (замена пайки сваркой).

Охрана прав изобретателя осуществляется при помощи *патентов*. Патент представляет собой документ, удостоверяющий государственное признание технического решения изобретением и

закрепляющий за лицом, которому он выдан (патентообладателем), исключительное право на изобретение. Патент выдается государственным патентным ведомством изобретателю или его правопреемнику (право на служебное изобретение обычно принадлежит предпринимателю) по его заявке, рассмотренной в соответствии с процедурой, установленной законодательством данного государства. Срок действия патента также устанавливается национальным законодательством (обычно 15—20 лет). Исключительное право патентообладателя заключается в предоставлении ему монопольного права на применение изобретения (искусственная монополия). Если изобретение используется без разрешения владельца, он может обратиться в суд с иском о возмещении ущерба и запрещении действий, связанных с нарушением патента. Патентообладатель имеет право отчуждать свои права на изобретение и выдавать разрешение (лицензию) другим лицам на использование запатентованного изобретения.

Патент охраняет права его владельца, как правило, только в стране, где он выдан. Но в последнее время, например в Западной Европе, действует европейский патент.

За выдачу патента взимается патентная пошлина. Так, при выдаче европейского патента она взимается за подачу заявки, проведение поиска, указание государства, в отношении которого действует заявка, поддержание заявки в силе, проведение экспертизы, выдачу патента, подачу возражения и апелляции, за возобновление рассмотрения заявки в случае пропуска заявителем установленных сроков. Взимание пошлины при подаче заявки характерно для всех развитых стран, а во многих странах к тому же взимаются годовые пошлины в течение срока действия патента. В большинстве стран сумма годовой пошлины возрастает по мере приближения к концу срока действия патента.

Обычно фирмы не ограничиваются одним патентом на данное изобретение, а формируют блок патентов — «зонтик», не позволяющий конкурентам проникать в техническую область, где данная фирма является пионером.

В современных условиях острой конкуренции, когда новизна продукции имеет существенное значение для ее успешного сбыта, патентная защита нововведений очень важна наряду с естественными рыночными преимуществами, существующими благодаря применению изобретения в производстве. Владелец патента ограничивает свободу деятельности своих конкурентов, поэтому может завоевать и удерживать более выгодные позиции как на отечественном, так и на зарубежном рынке. Кроме того, наличие патента стимулирует спрос, поскольку ссылка на патент оказывается более эффективной, чем простое описание.

Патенты не только выполняют функцию защиты изобретений от использования их другими фирмами, но и являются источником непрерывной информации о новейших научно-технических достижениях. С помощью патентных фондов можно легально собирать конкретный материал на объекты лицензий, систематически следить за новыми изобретениями и анализировать научно-технические исследования. Практически все крупные фирмы имеют патентные фонды или пользуются услугами соответствующих организаций. По оценкам специалистов, около 80% информации, содержащейся в патентах, невозможно найти ни в одном другом источнике.

Патентование, как правило, на 2-3 года опережает внедрение новой технологии в производство, а патент — это потенциальная лицензия, поэтому постоянное изучение соответствующей информации позволяет фирмам выработать стратегию и прогнозировать развитие лицензионной торговли.

Промышленным образцом (industrial design) признается новое художественно-конструкторское решение изделия, определяющее его внешний вид. При помощи промышленного образца устанавливается монополия на форму (орнамент) продуктов труда. На промышленные образцы, так же как и на изобретения, выдаются патенты.

Товарный знак (trademark) — это зарегистрированное в установленном порядке обозначение, служащее для отличия товаров одних предприятий от однородных товаров других предприятий. Товарные знаки обычно имеют буквенное или графическое изображение. Для идентификации услуг применяются знаки обслуживания.

Патенты на изобретения и промышленные образцы, сертификаты, подтверждающие регистрацию товарных знаков и знаков обслуживания, охраняемые Парижской конвенцией 1883 г., относятся к *промышленной собственности*.

Промышленная собственность вместе с авторскими правами образует понятие *интеллектуальной собственности*.

Авторское право (copyright) распространяется на любые творческие произведения независимо от формы, назначения и достоинств произведения (лекции, доклады, статьи, брошюры, книги, технические описания, инструкции по эксплуатации, иллюстрации любого вида, рисунки, плакаты, фотографии и т.п.). Это право означает, что без согласия автора или его правопреемников никто не может ни в каком виде

воспроизводить или любым иным образом использовать охраняемые правом объекты. Авторские права охраняются национальными законами, а на международном уровне — Бернской конвенцией 1886 г. и Всемирной конвенцией 1952 г.

Наряду с патентными лицензиями существуют и беспатентные лицензии на *ноу-хау* (непатентованное научно-техническое достижение и производственный опыт конфиденциального характера), владелец которого обладает естественной монополией в отличие от владельца запатентованного изобретения. Впервые этот термин был применен в США. В буквальном переводе с английского он означает *знать как*, что является сокращением выражения *знать, как это сделать*. Первоначально в лицензионные соглашения включались условия, предусматривающие передачу покупателю технических знаний и опыта как производственных секретов продавца, необходимых для реализации права на использование изобретения. Однако с развитием техники значение передачи этой информации стало так велико, что *ноу-хау* превратилось в самостоятельный объект лицензионных соглашений. В одних случаях *ноу-хау* — это фактическое изобретение, которое умышленно сохраняется в тайне и не патентуется или является элементом изобретения, не включенным в описание, в других — оно непосредственно связано с изобретением, но само по себе непатентоспособно, поскольку не соответствует требованиям, установленным законодательством. Например, программно-математическое обеспечение ЭВМ было и остается непатентоспособным, как и любые математические формулы, алгоритмы и т.п.

В отличие от запатентованного изобретения *ноу-хау* не пользуется особой правовой охраной, и поэтому наилучшей формой защиты подобных знаний является коммерческая тайна.

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 работы и данные, помогающие в решении экономических вопросов.

Таким образом, понятие *ноу-хау* достаточно широко, оно охватывает всевозможную техническую и иную информацию, необходимую прежде всего для производства какого-либо изделия, и представляет собой определенную экономическую ценность.

В международной практике наиболее часто встречаются патентные лицензии с одновременной передачей *ноу-хау* и оказанием технической помощи в налаживании производства. Второе место занимают лицензии на *ноу-хау* и только третьи — чисто патентные лицензии, не предусматривающие передачи *ноу-хау*. Это объясняется, в частности, тем, что при современном уровне развития техники освоение большей части изобретений без предоставления *ноу-хау*, т.е. опыта и знаний, которыми располагает фирма-продавец, либо вообще невозможно, либо ведет к непроизводительным затратам времени и средств, поэтому *ноу-хау* являются основным объектом не только лицензий, но и других форм передачи технологии.

При заключении договоров на *ноу-хау* не действует патентная защита, поэтому особое значение в данном виде лицензионных соглашений имеют условия о неразглашении *ноу-хау* как в период срока действия лицензионного соглашения, так и после его окончания. В этой связи иногда в соглашении даже оговаривается порядок ознакомления с *ноу-хау* сотрудников лицензиата.

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 этого срока;
- указывать в рекламных документах или на выпускаемой продукции, что она изготовлена по лицензии другой фирмы;
- не предоставлять сублицензии на *ноу-хау*, так как это может повлечь за собой его утрату.

2. Состояние лицензионной торговли

Современное состояние лицензионной торговли позволяет выделить некоторые группы стран в зависимости от их роли в международной лицензионной торговле:

промышленно развитые страны с доминирующим экспортом лицензий. К этой группе относится одна страна — США. Экспортная направленность лицензионной торговли имеет исторический характер и

отражает научно-технический потенциал страны. Суммарные затраты на НИОКР в США Превышают аналогичные затраты в Великобритании, Германии, Японии, Франции и Италии, вместе взятых. Государство берет на себя подавляющую часть расходов на проведение фундаментальных научных исследований;

промышленно развитые страны с преобладающим экспортом лицензий. К ним относятся Великобритания и Швейцария, которые имеют положительное сальдо в торговле лицензиями. Обе страны проводят политику, направленную на стимулирование экспорта лицензий. Основа такой политики в Великобритании такая же, как и в США. Торговля лицензиями в Швейцарии базируется, во-первых, на специализации в изготовлении высококачественной продукции для машиностроения, приборостроения, электротехники и т.д., а во-вторых, — на создании большого количества филиалов и дочерних компаний крупных фирм при относительно небольших возможностях промышленного использования новых технологий;

промышленно развитые страны с преобладающим импортом лицензий. К этой группе относятся остальные промышленно развитые страны, прежде всего Германия и Япония. Страны этой группы широко используют зарубежный опыт и технические знания для оснащения ведущих отраслей передовой технологией и ускорения собственных научно-технических разработок и не стремятся к балансированию поступлений и платежей по лицензионным сделкам. Примером успеха этой политики является широкая экспансия на автомобильном рынке в 70-е гг. западногерманского «фольксвагена» и японских автомобилей, которые в условиях энергетического кризиса успешно применяли приобретенные лицензии для создания мало- и микролитражных автомобилей.

Если США являются крупнейшим в мире экспортером технологии, то Япония, наоборот, с начала 50-х гг. стала одним из крупнейших в мире потребителей научно-технических достижений. Огромное значение в создании «японского чуда» имело эффективное использование иностранных патентов и лицензий, их незамедлительное внедрение и освоение. Сегодня Япония является лидером во многих направлениях научно-технического прогресса, однако она все еще больше платит за иностранную технологию, чем получает за экспорт своей, но этот разрыв уменьшается;

развивающиеся страны с импортно-экспортной направленностью лицензионной торговли. К ним относятся Аргентина, Бразилия, Мексика, Индия, Турция. Эти страны целенаправленно осуществляют закупку иностранных технологий для решения крупных экономических проблем, а экспортируют лицензии в основном в соседние государства;

развивающиеся страны с импортной направленностью лицензионной торговли. К этой группе относятся Таиланд, Алжир, Панама и др. Эти страны осуществляют закупку новых технологий преимущественно в виде сопутствующих лицензий при строительстве промышленных объектов;

развивающиеся страны с эпизодическим характером лицензионной торговли. К ним относятся в основном наименее развитые страны.

3.

Организация лицензионной торговли

Существует три основных вида лицензий: простая, исключительная и полная.

При продаже *простой лицензии* продавец (лицензиар) оставляет за собой право самостоятельно использовать объект лицензии, а также предоставлять аналогичные лицензии третьим лицам. Простые лицензии обычно предоставляются в сфере производства товаров широкого потребления, где трудно осуществить точный учет производимой продукции, потребность в которой настолько велика, что наличие нескольких покупателей (лицензиатов) на одном рынке не приводит к столкновению их интересов.

При продаже *исключительной лицензии* лицензиату предоставляются исключительные права на использование объекта лицензии на условиях, определенных в договоре. Лицензиар уже не может предоставлять аналогичные лицензии третьим лицам, однако может самостоятельно использовать объект лицензии или продавать лицензии третьим лицам на условиях, не противоречащих условиям первого соглашения. Для исключительных лицензий характерно максимальное сужение территории, на которой могут использоваться предусмотренные в соглашении права. Исключительная лицензия наиболее часто применяется в международной практике.

При продаже *полной лицензии* лицензиар полностью лишается права на использование объекта лицензии в течение срока действия договора. Полные лицензии обычно продаются малыми фирмами.

Продажа лицензий осуществляется посредством заключения лицензионного соглашения.

Лицензионное соглашение — это договор, по которому лицензиар (продавец) предоставляет лицензиату (покупателю) разрешение или право на использование объекта лицензии за определенное вознаграждение. При этом право собственности на предмет лицензионного соглашения остается за лицензиаром, а лицензиат получает право на его использование при конкретных условиях в течение определенного срока.

Заключению лицензионного договора предшествует сложная подготовительная работа, так как потенциальный покупатель предъявляет особые требования к объекту лицензии, а продавец — к потенциальному покупателю.

Основными требованиями, предъявляемыми к объекту лицензии, являются:

- высокий технический уровень.

Мировой рынок в настоящее время достаточно освоен и насыщен товарной продукцией, поэтому на успех могут рассчитывать только те продавцы, которые предлагают новшества, обеспечивающие лицензиату значительные экономические выгоды, несмотря на расходы по покупке и освоению лицензии;

- промышленное освоение.

Покупатель приобретает новые технологии, не желая тратить время и средства на собственные разработки, поэтому он хочет убедиться в том, что технологий отработана. По условиям большинства лицензионных соглашений лицензиату поставляются образцы продукции, изготовленные на предприятиях лицензиара, а также оказывается техническая помощь для более быстрого освоения технологии.

В ряде случаев при проведении переговоров о продаже лицензии лицензиат не располагает достоверными данными о возможной эффективности объекта лицензии. Подобная ситуация особенно характерна при передаче ноу-хау: лицензиар до заключения соглашения не желает раскрывать сущность ноу-хау, а лицензиат — покупать «кота в мешке». В этом случае партнеры заключают так называемое *опционное соглашение*, в соответствии с которым лицензиат получает на условиях конфиденциальности доступ к ноу-хау и преимущественное право на покупку лицензии в течение установленного срока, если подтвердятся данные об эффективности объекта лицензии.

Однако в последнее время наметилась тенденция к сокращению цикла жизни товаров, поэтому начали продавать так называемые «сырые» технологии, являющиеся либо результатами НИОКР, которые не вписываются в производственную программу компаний, либо результатами деятельности научных лабораторий, которым необходимы средства на дальнейшие исследования;

- патентная защита объекта.

Чем больше патентов защищают объект лицензии и чем надежнее защита, тем выше ценность лицензии. Однако в различных отраслях роль патентов неоднозначна. Как правило, они имеют большое значение в отраслях, продукция которых легко копируется, например в фармацевтической промышленности. Там же, где копирование продукции затруднено, чрезмерные затраты на патентование нецелесообразны. Не патентуются также технические решения, обеспечивающие преимущества продукции, сущность которых не может быть раскрыта при ее анализе;

- «технологический пакет» лицензии, т.е. комплекс элементов, обеспечивающих привлекательность объекта лицензии для потребителя: ноу-хау, поставка оборудования, комплектующих, запасных частей, исходного сырья, полуфабрикатов, а также техническую помощь, обучение персонала и др., т.е. все то, что может ускорить освоение технологии и наладить эффективное производство.

В лицензионной торговле имеется определенный риск, поскольку во многих странах очень сложно осуществлять контроль за передаваемыми техническими разработками, и прежде всего за погашением платежей за лицензии. Иногда продажа лицензии может привести к тому, что лицензиат становится конкурентом лицензиара на рынках третьих стран.

Срок освоения производства по лицензии занимает несколько лет, а в результате изменения рыночной конъюнктуры за это время могут резко снизиться конкурентоспособность товара и спрос на него, поэтому от предприимчивости лицензиата и его коммерческой активности зависят объем и сроки лицензионных поступлений. В связи с этим необходима тщательная проверка сведений о потенциальном партнере (его правовое и финансовое положение, место на рынке, научно-технический уровень производства, перспективы развития и т.д.).

В США при выборе лицензиата принято анализировать многочисленные данные, характеризующие потенциального покупателя:

- правовое положение фирмы и ее репутацию в деловом мире;
- финансовое положение;
- коммерческую деятельность фирмы;

- НИОКР и производство;
- сбытовые возможности;
- информационное обеспечение;
- прочие вопросы.

Важнейшим требованием к потенциальному лицензиату является то, что он должен иметь возможность осваивать новую технологию и организовать рентабельное производство.

При сборе информации используются различные источники: фирменные справочники, публикации фирм (годовые отчеты, каталоги, проспекты, рекламные издания), материалы специализированных информационных компаний и организаций, а также периодической прессы, справки банков.

После проведения переговоров заключается лицензионный договор, который имеет определенную структуру, хотя каждое соглашение является сугубо индивидуальным вследствие различий предметов соглашений, позиций партнеров и др.

Лицензионный договор обычно состоит из следующих разделов:

1. Преамбула.

Содержит сведения о партнерах, их наименовании и юридические адреса.

2. Определения.

Даются определения понятий, использованных в соглашении, с целью исключения их неодинакового толкования. Как правило, определяются следующие термины:

способ (технологический процесс);

продукция по лицензии;

специальная продукция, которая не попадает под определение продукции по лицензии;

техническая документация, необходимая для производства продукции по лицензии;

оборудование, используемое для осуществления технологического процесса, изготовления продукции;

комплектующие изделия;

патенты (принадлежащие лицензиару патенты и патентные заявки);

ноу-хау, необходимые и достаточные для освоения лицензии;

территория (зона исключительного и неисключительного права, зона экспорта);

начало коммерческого производства (дата изготовления первого образца или выпуска первой серийной партии продукции по лицензии);

отчетный период (период деятельности лицензиата по выполнению условий лицензионного соглашения);

продажная цена (цена продукции по лицензии).

3. Предмет соглашения.

Указываются полное название предмета соглашения и название лицензии по объему передаваемых прав (полная, исключительная, простая), а также номера патентов. Определяется объем передаваемых прав и оговариваются условия предоставления сублицензии третьим лицам.

Если при полной лицензии лицензиату предоставляются все права без ограничений, то при исключительной и простой лицензии в условиях соглашения вводятся те или иные ограничения: территории, срока действия сферы использования, объема производства и реализации продукции, в части приобретения лицензиатом оборудования, комплектующих изделий, сырья, материалов, цены продукции по лицензии.

Сублицензия может предоставляться третьим лицам лицензиатом, купившим полную или исключительную лицензию, если в лицензионном договоре специально оговорена эта возможность. Обычно по объему права сублицензия соответствует простой лицензии. Вознаграждение за сублицензию распределяется между лицензиатом и лицензиаром.

4. Техническая документация.

Оговариваются сроки представления технической документации для производства продукции по лицензии и требования, которым она должна соответствовать. Перечень технической документации приводится в приложении к соглашению.

5. Территория действия соглашения.

Определяются территориальные границы действия лицензионного соглашения, указываются страны, где лицензиат получает право производить и продавать продукцию по лицензии.

6. Гарантия и ответственность.

Определяются гарантии и ответственность сторон по патентно-правовым, техническим и производственным вопросам, вопросам взаимоотношения сторон.

7. Платежи.

Указываются размер лицензионного вознаграждения и условия его оплаты. Оплата технической помощи и поставок оборудования может быть осуществлена отдельно.

8. Усовершенствования, новые патенты.

Указываются обязательства сторон, касающиеся порядка обмена усовершенствованиями. Обмен может быть совершен как безвозмездно, так и за плату.

9. Техническая помощь.

Определяются условия и объем оказания технической помощи.

10. Сборы и налоги.

Оговариваются вопросы уплаты сборов и налогов, связанные с заключением и выполнением условий соглашения, а также с обменом валюты и переводом платежей на счет лицензиара.

11. Информация и отчетность.

Этот раздел включается в договор в случае, когда вознаграждение выплачивается в виде роялти, оговариваются сроки и условия представления бухгалтерских данных о произведенной, проданной и использованной продукции по лицензии, сведения о ценах.

12. Обеспечение конфиденциальности.

Фиксируются обязательства по сохранению конфиденциальности получаемых от партнера сведений различного характера. Это особенно важно в случае, когда предмет лицензии содержит ноу-хау.

13. Разрешение споров.

Прежде всего указывается, что при возникновении споров должны быть приняты все меры к мирному урегулированию разногласий. Определяется порядок рассмотрения споров с привлечением арбитража.

14. Условия вступления соглашения в силу и порядок прекращения его действия.

Указываются срок действия, условия вступления соглашения в силу, порядок расторжения соглашения, последствия окончания срока действия или досрочного прекращения действия.

15. Прочие условия.

В заключительном разделе оговаривается, право какой стороны будет использовано при рассмотрении не полностью урегулированных данным соглашением вопросов. Указывается возможность переуступки прав, перехода прав при реорганизации одной из сторон.

Одним из наиболее сложных вопросов при продаже лицензии является определение цены лицензии. *Цена лицензии* — это своего рода баланс между интересами продавца и покупателя. Лицензиар стремится получить максимально возможную цену. В свою очередь лицензиат, приобретая лицензию, рассчитывает получить прибыль от будущей продажи товаров с учетом всех затрат на приобретение лицензии (цена лицензии, расходы по освоению производства, сбыту, рекламе и т.д.).

Реальная стоимость лицензии может быть установлена только в процессе эксплуатации лицензионного объекта. Цена же лицензии определяется расчетным путем с учетом ряда факторов:

- вероятная прибыль, которую может получить лицензиат в процессе эксплуатации лицензии.

Источником цены при продаже технологии становится не вся прибыль, полученная от применения нововведения, а только та ее часть, которую присваивает лицензиат (получатель).

Избыточная прибыль лицензиата — это максимально возможная цена на технологию. Однако лицензиат не заинтересован применять новую технологию, если это не обеспечит ему прибыль выше нормальной, которую он сможет получить при старой технологии. Поэтому нормальная прибыль при производстве данной продукции является минимальной ценой технологии.

По экспертным оценкам, в среднем 25% сверхприбыли от использования приобретенной технологии лицензиат перечисляет лицензиару. То, что лицензиат получает большую долю этой дополнительной прибыли (около 75%), считается справедливым, так как он несет основные издержки и весь риск от применения нововведения. Такое соотношение является усредненным, однако этот принцип участия в доле получаемой от применения новой технологии прибыли считается основополагающим в ценообразовании на рынках технологий;

- затраты на создание технологии (расходы на НИОКР и освоение производства).

Эти затраты служат как бы отправной точкой для установления цены продаваемой технологии. Причем цена может быть значительно ниже издержек, поскольку технология создается, как правило, не специально для продажи, а для производства на ее основе продукции, продажа которой и позволяет возместить затраты на создание технологии. Обычно лицензиары стремятся возместить путем продажи технологии до половины своих затрат на ее разработку;

- упущенная выгода (opportunity cost), т.е. потери, связанные с неполучением прибыли от самостоятельного применения технологии.

Упущенная выгода достигает наибольших размеров, если ее собственник обладает абсолютной монополией на техническое нововведение, не имеющее аналогов. Обычно на рынке можно встретить несколько поставщиков взаимозаменяемой технологии, конкурирующих между собой. Упущенная выгода и цена в этом случае бывают не очень большими.

Упущенную выгоду рассчитать количественно очень сложно, так как для этого необходимо располагать достаточно полной информацией о потенциале рынка лицензиата. Лицензиар должен иметь реальную возможность самостоятельно использовать технологию на рынке. Если такой возможности нет (отсутствуют производственные мощности, невозможно проникнуть на данный рынок и т.д.), то упущенная выгода не возникает;

· издержки, возникшие при передаче технологии. Они обычно касаются так называемых неформализованных знаний, которые нигде не фиксируются, а хранятся в памяти работника. У многих американских МНК эти затраты составляют от 2 до 60% общих издержек при создании новых производственных мощностей за границей, а в среднем они достигают 20% совокупных издержек и включают главным образом расходы на командирование специалистов для практического ознакомления и обучения использованию новой техникой, 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 и прав интеллектуальной собственности.

В этом случае компания должна скопировать новшество по приобретенному образцу и запустить его в производство без какой-либо помощи лицензиара и быть готовой противостоять судебному преследованию как на своем рынке, так и на рынках третьих стран, если товар будет экспортироваться. Лицензиар при этом оценивает степень надежности защиты своих прав.

Итак, формирование цены на технологию — это процесс взаимодействия продавцов и покупателей, которые занимают на рынке различное положение, располагают неодинаковым научно-техническим, производственным, финансовым и коммерческим потенциалом, т.е. все определяется соотношением сил партнеров. Как считают некоторые эксперты, не существует заниженных или завышенных цен на технологию, а есть цена, на которую согласны оба партнера.

Лицензионные платежи (цена лицензии) подразделяются на периодические (роялти)* и единовременные (паушальные).

Роялти возникли в средневековой Англии как арендные платежи королю за отданные в концессию угольные копи. С тех пор рента за пользование природными, а затем и интеллектуальными ресурсами называется роялти.

Периодические платежи (роялти) — это отчисления от дохода покупателя в течение периода действия соглашения, т.е. размер вознаграждения» зависящий от экономического эффекта использования лицензии.

Цена лицензии в этом случае определяется по формуле:

где V_i — объем выпуска продукции в i -м году;

Z_i — цена единицы продукции в i -м году;

P_i — размер роялти в i -м году;

T — расчетный срок действия соглашения (без учета срока освоения лицензии).

При периодических платежах доля лицензиара в прибыли лицензиата определяется размером отчислений от стоимости единицы продукции, произведенной по лицензии. Периодические платежи лицензиат выплачивает лицензиару ежегодно в течение действия лицензионного соглашения, начиная с момента выпуска готовой продукции. В отличие от паушального платежа при периодических отчислениях лицензиар может полностью получить причитающуюся ему долю прибыли. Доля прибыли варьирует в зависимости от вида лицензии: 10% при простой лицензии, 20% при исключительной лицензии, 30—35% При полной лицензии.

Сведения о сумме прибыли и объемах продаж содержатся в финансовых отчетах фирм, которые публикуются и, следовательно, могут контролироваться лицензиаром.

Периодическая форма платежей используется в 90% лицензионных соглашениях.

В связи с возможностью изменения конъюнктуры товарного рынка или условий производства в течение срока действия лицензионного соглашения иногда используют дифференцированные ставки роялти. Это зависит от колебаний мировых цен, изменений объемов производства и т.д. Дифференциация ставок применяется в целях стимулирования лицензиата к расширению объема производства путем снижения процента отчислений.

Единовременные (паушальные) платежи не связаны по времени с использованием лицензии, а устанавливаются заранее на основании экспертных оценок. Паушальный платеж является твердо зафиксированной в лицензионном соглашении суммой вознаграждения, осуществляемого одновременно и не зависящего от объема производства или сбыта лицензионной продукции. Он определяется на основе расчетной прибыли и представляет собой среднюю сумму роялти, которые лицензиар ожидает получить за весь срок действия лицензионного соглашения без учета колебаний цен на рынке. Паушальные платежи могут быть осуществлены путем передачи части ценных бумаг лицензиата или встречной передачи технической документации. При передаче части ценных бумаг лицензиата (акций, облигаций) лицензиар стремится установить контроль над производственной деятельностью лицензиата. Как правило, лицензиар получает от 5 до 20% акций, а иногда и больше. Встречная передача технической документации используется при перекрестном лицензировании и предполагает взаимный обмен лицензиями, технологическими знаниями и опытом.

Паушальная форма платежей применяется чаще всего в случаях, когда лицензиар не имеет возможности контролировать деятельность партнера по лицензионному соглашению, т.е. не может проверить его фактическую прибыль. Паушальный платеж может выплачиваться по частям в определенный срок. При паушальной форме не возникает риск в случае срыва производства, однако размер платежа, как правило, всегда меньше платежей в форме роялти.

На практике нередко используются *комбинированные платежи*, т. е. когда единовременные платежи сочетаются с периодическими отчислениями. Единовременный первоначальный платеж выплачивается обычно до коммерческого использования объекта лицензии и позволяет лицензиару компенсировать затраты на НИОКР и подготовку лицензионного предложения.

На случай неудачной эксплуатации объекта лицензии иногда в соглашениях предусматриваются минимальные гарантированные платежи в зафиксированном размере независимо от состояния производства и сбыта продукции. При минимальном гарантированном платеже для лицензиара снижается степень риска неполучения вознаграждения за лицензию.

Широко применяются лицензионные платежи на компенсационной основе. В этом случае выплата лицензионного вознаграждения производится в форме поставки продукции, произведенной по лицензии. Часто используют обмен эквивалентными лицензиями, т.е. перекрестными. В последнее время формой лицензионного вознаграждения является также предоставление лицензиару доли акций компании, купившей лицензию.

4.

Международное регулирование

Охрана прав на изобретения, промышленные образцы и товарные знаки — предмет активного международного регулирования. Основным международным, соглашением в этой области является *Парижская конвенция по охране промышленной собственности*. Первая редакция этой конвенции была подписана 11 государствами в Париже в 1883 г. В дальнейшем Конвенция неоднократно пересматривалась и дополнялась. В странах-участницах Парижская конвенция действует в разных редакциях в зависимости от того, какой из ее текстов ратифицирован страной. Участники Конвенции образуют так называемый Международный союз по охране промышленной собственности (Парижский союз).

Парижская конвенция ставит своей целью предоставление более льготных условий для патентования изобретений, промышленных образцов, регистрации товарных знаков иностранными гражданами и не предусматривает создания международного патента, международного промышленного образца и международного товарного знака.

Основными положениями Конвенции являются:

- принцип национального режима;
- право конвенционального приоритета;
- принцип предотвращения злоупотреблений, связанных с осуществлением исключительного права, предоставляемого патентом. Принцип национального режима предусматривает предоставление гражданам и фирмам любой страны-участницы такой же охраны промышленной собственности, какая

предоставляется или будет предоставляться в будущем гражданам этой страны и фирмам законодательством данного государства. Охрана предоставляется также гражданам государств, не входящих в Парижский союз, если они постоянно проживают в одной из стран этого Союза или имеют там свои предприятия.

Право конвенционального приоритета означает, что заявка, поданная в стране — участнице Конвенции, обладает приоритетом в течение года с момента подачи заявки в первой стране. Это положение наиболее часто применяется на практике и имеет особое значение, поскольку при патентовании изобретения за границей вопрос о его новизне осложняется тем, что изобретение, запатентованное в одном государстве, уже не является новым и, следовательно, непатентоспособно в другой стране. Страна, обладающая правом конвенционального приоритета, может запатентовать изобретение одновременно в ряде государств.

Это право дает также преимущество при патентовании изобретений за границей: срок приоритета для патентования изобретений составляет один год, т.е. заявка может быть подана через 10—11 месяцев после подачи заявки в своей стране. За это время заявитель может определить экономическую целесообразность патентования изобретения за границей, т.е. выявить коммерческие возможности использования изобретения и тем самым решить вопрос о том, оправдаются ли расходы по получению патента за границей.

Согласно принципу предотвращения возможных злоупотреблений, связанных с осуществлением исключительного права, предоставляемого патентом, патентообладатель, получив патент на изобретение в какой-либо стране и обладая исключительным правом, может сам не использовать и не разрешать другим применять это изобретение. Парижская конвенция предусматривает, что в этих случаях выдаются принудительные лицензии на условиях, предусмотренных Конвенцией. Если выдача таких лицензий окажется недостаточной мерой для предотвращения злоупотребления, может быть поставлен вопрос о лишении прав на патент.

Парижская конвенция регулирует также охрану за границей промышленных образцов и товарных знаков. Срок приоритета для патентования промышленных образцов и товарных знаков составляет 6 месяцев.

Ряд стран — участниц Парижской конвенции подписали в 1891 г. Мадридскую конвенцию о международной регистрации товарных знаков, в соответствии с которой в Международное бюро в Женеве должна подаваться заявка на товарный знак, которая направляется в соответствующие ведомства стран-участниц. Если отказа не последовало, то международная регистрация обеспечивает охрану товарного знака во всех странах-участницах. В 1973 г. в Вене был подписан более широкий Договор о регистрации товарных знаков.

В 1970 г. в Вашингтоне был заключен Договор о патентной кооперации, который предусматривает возможность составления и подачи в национальное ведомство международной заявки в тех случаях, когда заявитель желает обеспечить охрану изобретения в нескольких странах.

Существуют также и региональные соглашения, регулирующие охрану промышленной собственности. В 1973 г. на конференции в Мюнхене была подписана Конвенция, предусматривающая выдачу европейского патента Европейским патентным ведомством на основе унифицированных правил. В каждой стране — участнице Конвенции, за исключением стран ЕС, этот патент действует как национальный, а на территории ЕС (в соответствии с Люксембургской конвенцией 1975 г.) — как патент Сообщества.

ЕВРОПЕЙСКАЯ ПАТЕНТНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ (ЕПО)

Европейская патентная организация (European Patent Organization, ЕРО) была создана на основе Конвенции о выдаче европейских патентов, подписанной в 1973 г. и ратифицированной в 1977 г.

Местонахождение — Мюнхен (Германия); отделение — в Гааге (Нидерланды); бюро — в Вене (Австрия) и Берлине (Германия).

Европейская патентная система основана на активном сотрудничестве Европейского патентного ведомства с национальными ведомствами договаривающихся государств и предполагает согласование национального патентного права с Конвенцией о выдаче европейских патентов.

Европейский патент предоставляет его владельцу патентную защиту сроком на 20 лет, так же как и национальный патент, в некоторых либо во всех договаривающихся государствах.

Европейские патенты могут выдаваться согласно международной заявке, поданной в соответствии с Договором о патентной кооперации. Подписанное в 1989 г. 12 государствами — членами Европейского сообщества соглашение о патентах Сообщества до сих пор не ратифицировано.

Европейская патентная организация с 1993 г. заключает с государствами — нечленами ЕПО договоры о распространении действия европейских патентов на их государственной территории при условии, что эти страны имеют собственное патентное ведомство и приняли закон об охране интеллектуальной собственности. Выданные при таких условиях патенты предоставляют в этих странах такую же защиту, как и европейские патенты ЕПО.

Основными целями ЕПО являются:

выдача европейских патентов;

расширение сотрудничества между европейскими государствами в области охраны изобретений;

усиление патентной защиты благодаря единой процедуре выдачи патентов.

ЕПО имеет следующую структуру:

Европейское патентное ведомство (ЕПВ);

административный совет.

Европейское патентное ведомство выполняет основную задачу ЕПО — выдает европейские патенты.

ЕПВ возглавляет президент, ответственный перед административным советом. Он принимает все необходимые для деятельности ЕПВ меры, включая публикацию сообщений для общественности, распределяет задания между ЕПВ в Мюнхене и отделением в Гааге, если это не определено в Конвенции о выдаче европейских патентов, подготавливает проект бюджета, предоставляет административному совету отчет о деятельности ЕПВ и имеет право делегировать свои полномочия другим органам и лицам. ЕПВ разделено на пять генеральных дирекций (поиск, экспертиза, жалобы, международное право, администрация), каждую из которых возглавляет вице-президент.

Административный совет — законодательный орган, состоит из представителей договаривающихся государств и их заместителей. К работе могут привлекаться также советники и эксперты. Административный совет собирается раз в год, он может быть также созван в любой момент по требованию президента или трети договаривающихся государств. Он утверждает бюджет, а также вправе изменять сроки, предусмотренные Конвенцией о выдаче европейских патентов, и вносить изменения в регламент ее реализации, статус служащих, регламент сбора пошлин и др.

ЕПО финансируется за счет взносов договаривающихся государств и собственных средств (процедурные сборы и 50% сборов, полагающихся национальным ведомствам за европейские патенты).

До выдачи патента проходит немного более трех лет (регламентом предусматривается соблюдение определенных сроков).

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 на решение первой инстанции, их проверка и вынесение окончательного решения.

Принятая в 1988 г. европейская политика в области патентной информации, основанная на не ориентированном на получение прибыли принципе за распространение информации, обеспечивает доступ к техническим знаниям, содержащимся в европейских патентных документах, прежде всего для широкой общественности и малых и средних предприятий, посредством информационной деятельности договаривающихся государств.

ЕПО тесно сотрудничает с Европейским Союзом и другими международными организациями. Всемирная организация интеллектуальной собственности предпринимает усилия по унификации важнейших аспектов патентного права Европы, Японии и США. Целями трехстороннего сотрудничества ЕПВ, Японского патентного ведомства и Бюро патентов и товарных знаков США являются гармонизация различных аспектов патентного права и регулярное взаимодействие в ходе реализации проектов по автоматизации патентной информации и создания банков данных. ЕПВ развивает отношения со странами Центральной и Восточной Европы, предоставляет им техническую помощь. Патентные ведомства ряда этих стран имеют доступ к банкам данных ЕПО.

ЕПО содействует созданию и модернизации патентных систем в развивающихся странах (подготовка кадров и консультирование, предоставление экспертов и документации). Она координирует свои проекты с договаривающимися государствами, Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС) и другими международными организациями.

ЕПВ предоставляет (частично за плату) тексты Конвенции о выдаче европейских патентов, Руководства для заявителя и других документов, издает ежемесячный «Служебный вестник», еженедельный «Европейский патентный листок», ежегодный отчет, научные монографии, а также разнообразный информационный материал на многих языках. Европейская система патентной информации и документации (European Patent Information and Documentation System, EPIDOC) предлагает патентную информацию из более чем 50 стран (различные банки данных и CD-ROM). Международный центр патентной информации (International Patent Documentation Center, INPADOC) в Вене обеспечивает патентный поиск.

ВСЕМИРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ (ВОИС)

Всемирная организация интеллектуальной собственности (World Intellectual Property Organization, WIPO) была основана в 1970 г. в ходе реализации Конвенции о создании Всемирной организации интеллектуальной собственности, подписанной в Стокгольме в 1967 г. Истоки создания ВОИС восходят к Парижской конвенции по охране промышленной собственности (1883 г.) и Бернской конвенции об охране литературных и художественных произведений (1886 г.). ВОИС в качестве специализированного учреждения входит в систему Организации Объединенных Наций.

Местонахождение — Женева (Швейцария). Интеллектуальная собственность охватывает две основные области:

- промышленную собственность, касающуюся прежде всего защиты прав на изобретения, товарные знаки, промышленные образцы и модели;

- авторские права, в основном на литературные, музыкальные, художественные, фотографические, кинематографические и аудиовизуальные произведения.

ВОИС управляет объединениями (союзами) государств и договорами:

в области охраны промышленной собственности:

Парижский союз (Парижская конвенция по охране промышленной собственности), 1883;

Мадридское соглашение (о борьбе с фальшивыми или вводящими в заблуждение данными об источниках происхождения товара), 1883;

Мадридский союз (международная регистрация товарных знаков), 1891;

Гаагский союз (международное депонирование промышленных образцов или моделей), 1925;

Ниццкий союз (Международная классификация товаров и услуг для регистрации товарных знаков), 1957;

Лиссабонский союз (охрана данных о происхождении товара и их международная регистрация), 1958;

Локарнский союз (международная классификация промышленных образцов или моделей), 1968;

Договор о патентной кооперации (международная подача и экспертиза заявок на изобретения), 1970;

Союз международной патентной классификации, 1971;

Венский союз (международная регистрация товарных знаков), 1973;

Будапештский союз (международное признание депонирования микроорганизмов для целей патентной процедуры), 1977;

Договор Найроби (о защите олимпийского символа), 1981;

в области авторского права и граничащих с ним областей права:

Бернский союз (Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений), 1886;

Римская конвенция (о защите прав артистов-исполнителей, производителей фонограмм и радиовещательных организаций), 1961;

Женевская конвенция (об охране интересов производителей фонограмм от незаконного воспроизведения их продукции), 1971;

Брюссельская конвенция (о распространении несущих программ сигналов, передаваемых через спутники), 1974;

другие:

Договор о регистрации фильмов (о международной регистрации аудиовизуальных произведениях), 1989.

Основными целями ВОИС являются:

- охрана интеллектуальной собственности во всем мире посредством сотрудничества между государствами и международными организациями;

- расширение административного сотрудничества между союзами в области интеллектуальной собственности;

ВОИС выполняет следующие 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.

Членом ВОИС может стать любое государство, являющееся членом одного из двух (Парижского или Бернского) союзов, а также любое государство, являющееся членом ООН, одного из специализированных учреждений ООН или МАГАТЭ либо участником Статута Международного суда или приглашенное Генеральной ассамблеей ВОИС присоединиться к Конвенции о создании ВОИС.

ВОИС имеет следующую структуру:

1) три административных совета:

Генеральная ассамблея;

Конференция;

Комитет по координации;

2) другие органы:

Постоянный комитет ВОИС по информации о промышленной собственности;

международное бюро.

Генеральная ассамблея состоит из государств — членом ВОИС, являющихся также членами Парижской или Бернской конвенции. Она собирается раз в два года и может быть созвана также на чрезвычайные сессии. Генеральная ассамблея принимает совместный бюджет для всех союзов сроком на два года.

Конференция объединяет всех членом ВОИС независимо от их принадлежности к союзам. Она утверждает двухлетний бюджет, обсуждает вопросы интеллектуальной собственности, представляющие общий интерес, и может давать рекомендации с учетом компетенции и независимости союзов.

В *Комитет по координации* входит 51 государство — член ВОИС, являющееся членами исполнительных комитетов Парижского и/или Бернского союзов, а также Швейцария. Члены Комитета решают административные и финансовые вопросы, подготавливают проект повестки дня конференции и ее бюджет, предлагают Генеральной ассамблее кандидата на пост генерального директора и выполняют другие задачи, поставленные перед ними Конвенцией о создании ВОИС.

Постоянный комитет ВОИС по информации о промышленной собственности реализует в рамках ВОИС тесное сотрудничество государств, особенно национальных и региональных служб этих государств во всех сферах патентной информации. В комитет входят государства-члены Договора о патентной кооперации и Союза международной патентной классификации, а также государства — члены Парижского союза, специально выразившие желание войти в состав Комитета.

Международное бюро является секретариатом ВОИС и союзов и действует под контролем государств-членом. Оно организует конференции и совещания, готовит доклады, документы и планы по углублению международного сотрудничества, реализует проекты, собирает и распространяет информацию, а также организует работу пяти международных регистрационных служб (патенты, товарные знаки, промышленные образцы или модели, обозначение происхождения товара, аудиовизуальные произведения). Бюро возглавляется генеральным директором, избираемым Генеральной ассамблеей на шесть лет с возможным продлением срока полномочий. Генеральный директор выполняет функции службы депонирования для всех управляемых ВОИС международных договоров.

Основными источниками финансирования бюджета международного бюро являются взносы государств-членом и сборы за международные регистрационные услуги.

В сфере промышленной собственности ВОИС проводит консультации, подготовку кадров, обеспечивает информацией и материалами развивающиеся страны с целью поощрения развития изобретательства, 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.

ВОИС издает периодические издания «Industrial Property», «Copyright» (английское, французское и испанское издания), а также публикует научные исследования и тексты семинаров. О технических

вопросах информируют «РСТ Gazette» (раз в две недели), «Les Marques Internationales» (ежемесячно) и «International Designs Bulletin» (ежемесячно).

§ 2. Прочие формы технологического обмена

Важной формой передачи технологии является поставка комплектного оборудования, которая рассматривалась в главе 3. Поставка комплектного оборудования представляет собой не только поставку товаров, но и предполагает прежде всего строительство объектов «под ключ», поэтому вместе с оборудованием передаются технологии в виде лицензий и/или ноу-хау,

Наряду с поставками комплектного оборудования в 80-е гг. начали активно использоваться и другие формы технологического обмена, при которых передача технологий осуществляется в основном опосредованно. Эти формы в специальной литературе часто называют новыми формами инвестиций, или неакционерными формами транснационального капитала.

Наиболее простой из этих форм является заключение *субконтрактов* (subcontracts), суть которых состоит в том, что крупные иностранные фирмы дают заказы небольшим местным фирмам (обычно в развивающихся странах) на производство деталей или конечной продукции.

В обмен на гарантированный местному производителю сбыт его продукции по приемлемым для него ценам иностранная компания устанавливает производственные стандарты посредством передачи ноу-хау, модернизации оборудования и т.п., а в дальнейшем жестко контролирует качество выпускаемой продукции. Если выпускается готовая продукция, то она реализуется под товарным знаком иностранной фирмы.

Контракты «продажин шэринг» (production-sharing) применяются в основном в нефтяной промышленности. В соответствии с таким контрактом иностранная компания осуществляет, например в развивающейся стране, разведку месторождения и в случае обнаружения запасов, достаточных для коммерческой эксплуатации, предоставляет оборудование, ноу-хау, необходимый персонал, получая за это фиксированную часть продукции. Добываемая нефть подразделяется на «cost-oil» и «profit-oil»: первая (обычно 20-40%) предназначена для возмещения расходов иностранной компании на геолого-разведочные работы и организацию добычи нефти, а вторая — представляет собой фактическую прибыль, которая в оговоренной пропорции распределяется между иностранной компанией и государством.

В нефтяной промышленности распространены также *контракты «на обслуживание»* (service contracts), в соответствии с которыми иностранная компания занимается только геологоразведочными работами и выполняет свои обязательства до момента обнаружения нефти. Существует два типа подобных соглашений. К первому типу относятся контракты, по условиям которых так называемый эксплуатационный риск несет иностранная компания, а все расходы по эксплуатации — государство. В обмен на предоставленные услуги иностранная компания получает право закупать часть добываемой нефти (чаще всего от 20 до 50%) с 3-10%-ной скидкой от уровня мировой цены. Контракты второго типа распространены в странах, обладающих значительными запасами нефти и необходимыми финансовыми ресурсами (Саудовская Аравия, Кувейт, ОАЭ и др.). В этом случае эксплуатационные риски несет правительство развивающейся страны, а иностранная компания за свои услуги получает вознаграждение в размере фиксированной части (обычно менее 1%) от цены барреля нефти, а также право закупки определенной доли добываемой нефти, но без скидки.

В соответствии с *контрактами на управление* (management contracts) оперативный контроль за деятельностью предприятия, который обычно осуществляется представителем собственника предприятия, передается другому предприятию. Иностранная фирма определяет важнейшие направления деятельности предприятия. В целом функции фирмы-менеджера аналогичны административным и техническим функциям по управлению своим филиалом:

- общее управление (текущее и перспективное планирование деятельности);
- управление финансами;
- проведение административной и кадровой политики;
- управление производством;
- организация сбыта.

Контракты на управление заключаются в основном до строительства предприятия. В этом случае фирма-менеджер осуществляет общий надзор за его строительством, выбирает подрядчиков и субподрядчиков. Очень часто контракты на управление заключаются одновременно с лицензионными соглашениями.

Оплата за управленческие услуги может принимать различные формы, например выплата определенного процента от объема продаж или прибыли.

Маркетинговые контракты аналогичны управленческим контрактам. Местные фирмы передают зарубежной фирме ответственность за продажу своей продукции (или ее части) и, следовательно, контроль за всеми видами деятельности, связанными с продажей продукции. Плата за эти услуги обычно принимает форму выплаты определенного процента от объема продаж.

По *контрактам на оказание технической помощи* зарубежные фирмы предоставляют технические услуги, имеющие отношение к какому-либо специфическому аспекту деятельности местной фирмы. Обычно в подобных договорах предусматриваются ремонт и профилактика машин и оборудования, консультации по использованию ноу-хау, устранение аварий и контроль за качеством.

Самостоятельной формой лицензионных соглашений являются *контракты на использование товарного знака — франчайзинг* (franchising), которые предусматривают предоставление прав на использование торговой марки или 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. Отличительной чертой франчайзинга является сегментирование рынка во избежание конкуренции между его отдельными получателями. Операции по франчайзингу проводятся, как правило, между крупными компаниями и мелкими фирмами или частными лицами, обычно только начинающими бизнес.

В настоящее время франчайзинг широко применяется в международных экономических отношениях. В США, где франчайзинг впервые появился и получил широкое распространение, эти сделки подразделяются на три вида:

франчайзинг продукта и торговой марки (product and tradename franchising), который предусматривает реализацию дилером товаров головной компании исключительно под ее товарным знаком. В этом случае дилер специализируется только на продукции данной компании, что характерно для продажи бензина, автомобилей, безалкогольных напитков;

комплексный франчайзинг (business format franchising), предусматривающий предоставление дилеру головной компанией права на использование товарного знака, разработку маркетинговой стратегии и технологии бизнеса, подготовку руководства по эксплуатации, контроль качества продукции. Такой вид соглашений распространен в сфере ресторанного бизнеса, рейтинга и др.;

розничный франчайзинг (retail franchising), который практикуется при продаже строительных материалов, мебели, бытовой аппаратуры и др.

В международной практике обычно используются два первых вида сделки. Особенно широко франчайзинг распространен на американских фирмах.

Принимающая страна получает немалые выгоды от франчайзинга, так как она приобретает управленческий опыт и технические знания. В то же время выгоды имеет и франчайзер, поскольку ему предоставляется возможность контролировать рынок данной страны с минимальными капитальными затратами.

Самостоятельной и очень распространенной формой международного технологического обмена является инжиниринг, который представляет собой совокупность видов деятельности, направленных на оптимизацию инвестиций или минимизацию затрат, связанных с реализацией проектов различного назначения. *Инжиниринг* — это услуги по использованию технологических и иных научно-технических разработок. В этом заключается его отличие от лицензионной торговли, где объектом купли-продажи является сама технология. Следовательно, инжиниринг является лишь косвенной формой передачи технологии.

Инжиниринговые услуги можно подразделить на три группы:

1) услуги по подготовке производства:

предпроектные услуги (социально-экономические исследования, изучение рынка, полевые исследования, топографическая съемка, исследование почв, разведка полезных ископаемых, подготовка технико-экономических обоснований и т. п., а также консультации и надзор за проведением указанных работ);

проектные услуги (составление генеральных планов и схем, рабочих чертежей, технических спецификаций и т. п., а также 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. Существует три основных метода строительства, в соответствии с которыми различается содержание контрактов на оказание инжиниринговых услуг.

При первом методе большая часть работ осуществляется персоналом заказчика или местными фирмами. В этом случае зарубежная инжиниринговая фирма выступает обычно лишь в качестве консультанта и не несет ответственности за осуществление проекта.

Второй метод предполагает выполнение иностранной инжиниринговой фирмой большей части или всех инжиниринговых услуг и, соответственно, ее ответственность за выполнение проекта.

Третий метод применяется при строительстве объектов «под ключ», когда инжиниринговые услуги предоставляются генеральным подрядчиком в качестве составной части всего комплекса услуг. Специализированные инжиниринговые фирмы могут привлекаться в качестве субподрядных организаций.

Международный контракт на оказание инжиниринговых услуг включает ряд обязательных пунктов, регулирующих основные условия участия инжиниринговой фирмы в строительстве объектов за рубежом. К ним относятся:

обязательства инжиниринговой фирмы и заказчика с приложением перечня подлежащих выполнению работ;

сроки и графики выполнения работ;

численность и состав персонала инжиниринговой фирмы, участвующего в работах по контракту;

степень ответственности сторон за нарушение ими договорных обязательств;

условия и ставки оплаты; условия заключения субподрядных контрактов и др.

Заключение контракта на оказание инжиниринговых услуг чаще всего происходит в результате проведения торгов. При оплате инжиниринговых услуг используются три основных метода.

1. Повременная оплата на базе ставок заработной платы инженеров-консультантов.

Этот метод применяется для оплаты таких видов персональных услуг, как консультирование, обучение специалистов, и других работ неизменного характера, объем которых зачастую невозможно определить. Расценки по данному методу устанавливаются на основе рыночных почасовых или дневных ставок заработной платы персонала инжиниринговой фирмы, включая различные доплаты, затраты на социальное обеспечение, начисления на зарплату и т.п. Эти ставки дифференцированы в соответствии с характером работы, уровнем квалификации, служебным положением работника и т.п. Совокупные затраты на оплату труда персонала инжиниринговой фирмы, рассчитанные на основе фактически отработанного времени каждого работника, умножаются на установленный в контракте коэффициент, чтобы обеспечить покрытие фирмой накладных расходов, процента на вложенный капитал, получение прибыли и возмещение некоторых других издержек. К полученной величине прибавляется фактическая сумма прямых материальных и других затрат. В результате получается общая сумма оплаты за услуги, предоставленные инжиниринговой фирмой.

Ставки оплаты труда и размеры коэффициента изменяются в зависимости от национальной принадлежности, а также престижа и опыта работы данной фирмы. Коэффициент, устанавливаемый фирмами промышленно развитых стран, колеблется в пределах 2—3, а ставки оплаты персонала различаются еще больше.

2. Оплата фактических затрат плюс фиксированное вознаграждение.

Этот метод применяется при проведении инжиниринговых работ с не определенными заранее объемом и структурой. При данном методе оплаты заказчик возмещает инжиниринговой фирме все фактические расходы, как прямые, так и накладные, и в соответствии с условиями контракта выплачивает фиксированную сумму или процентную надбавку, установленную с учетом общего объема работы, конъюнктуры и других факторов. Доля такой надбавки в совокупных расходах инжиниринговой фирмы колеблется от 10% для особо крупных проектов до 25% для небольших проектов.

3. Оплата в процентах от стоимости строительства.

Этот метод применяется при предоставлении всего комплекса инжиниринговых услуг (полный инжиниринг). На международном рынке данный тип контрактов занимает ведущее место, поэтому этот метод оплаты наиболее часто используется при определении цены инжиниринговых услуг в экспортных сделках.

Цены на экспортируемые инжиниринговые услуги обычно выше внутренних на 40-50% для импортеров в промышленно развитых странах и в два раза для импортеров в развивающихся странах. Такая ценовая политика объясняется, с одной стороны, повышенным спросом на инжиниринговые услуги в развивающихся странах, а с другой — фактической монополией на предоставление этих услуг со стороны промышленно развитых стран.

Среди экспортеров инжиниринговых услуг доминирующее положение занимают американские компании, их основными соперниками являются фирмы Великобритании, Германии, Японии, Франции и некоторых других промышленно развитых стран.

ЮНИДО

Организация Объединенных Наций по промышленному развитию (ЮНИДО) — United Nations Industrial Development Organization, UNIDO) была основана в 1967 г. по решению Генеральной ассамблеи ООН (резолюция ГА 2152 (XXI) от 17.11.66 г.). Она принадлежит к числу специализированных учреждений ООН.

Основной целью ЮНИДО как центрального координирующего органа ООН является содействие промышленному развитию в развивающихся странах и, как следствие, создание нового мирового экономического порядка.

В Программу реформ ЮНИДО (Декларация Яунде, принятая на Генеральной конференции ЮНИДО в 1993 г.) включены следующие основные положения:

- индустриализация наименее развитых стран;
- приоритетное промышленное развитие Африки;
- содействие структурным реформам, оздоровлению и приватизации промышленности;
- расширение экономического и технического сотрудничества с развивающимися странами;
- поощрение сотрудничества и координация действий с другими международными финансовыми организациями и институтами. Основными функциями ЮНИДО являются:
 - координирующий центр по промышленной технологии;
 - посреднические функции в сфере промышленного сотрудничества;
 - центр информации по промышленным вопросам.

ЮНИДО имеет следующую структуру:

1) *главные органы:*

- генеральная конференция;
- Совет по промышленному развитию;
- секретариат, генеральный директор;
- отделения ЮНИДО;

2) *вспомогательные органы:*

- комитет по программе и бюджету;
- специализированные комитеты.

Генеральная конференция, состоящая из представителей стран-членов, определяет принципы и политику организации, рассматривает отчеты Совета, генерального директора и вспомогательных органов. Она утверждает бюджет, избирает членов Совета и назначает генерального директора по рекомендации Совета. Конференция созывается раз в два года.

Совет по промышленному развитию, являющийся руководящим и контрольным органом, состоит из 53 членов, избираемых сроком на четыре года с учетом регионального представительства (33 члена — от развивающихся стран, 15 — от промышленно развитых стран и 5 — от стран Восточной Европы). Совет контролирует исполнение рабочих программ, бюджета и решений конференции. Он может давать поручения генеральному директору Совет заседает не менее одного раза в год.

Генеральный директор (избирается на четыре года, возможно повторное избрание) руководит секретариатом и является высшим должностным лицом ЮНИДО. На него возложены полномочия по руководству организацией с учетом директив конференции и Совета. Секретариат подразделяется на департамент общего управления (бюро генерального директора и внешние связи) и на восемь возглавляемых директорами отделов (людские ресурсы и развитие предпринимательства, поддержка операций, мобилизация фондов, стратегия и разработка программ национального развития, информация и исследования, промышленность и окружающая среда, инвестиции и технологии, администрация).

Отделения (бюро по связи) в Нью-Йорке и Женеве поддерживают контакты с организациями системы ООН (координация проектов).

Комитет по программе и бюджету состоит из 27 членов, избираемых на два года с учетом регионального представительства (15 членов из развивающихся стран, 9 — из Западной Европы и 3 — из стран Восточной Европы). Он оказывает помощь Совету в подготовке и изучении предложений генерального директора по программе и бюджету и формулирует рекомендации в этой области. Комитет заседает не менее одного раза в год.

Конференции и Совет могут создавать другие вспомогательные органы, в частности специализированные комитеты.

ЮНИДО финансируется за счет обязательных и добровольных взносов своих членов, дотаций Программы развития ООН, а также за счет Фонда промышленного развития ЮНИДО.

ЮНИДО совместно с правительствами, различными организациями и частным сектором предоставляет особые услуги (консалтинг, проведение научных исследований и т.д.) и разрабатывает специальные программы (например, специализированные программы промышленного развития в арабских странах и странах АТР, региональная программа по сотрудничеству в области промышленного развития Латинской Америки и стран Карибского бассейна).

Для стимулирования инвестиций ЮНИДО организует национальные и региональные форумы и конференции. Бюро по стимулированию инвестиций в Афинах, Кельне, Милане, Париже, Сеуле, Токио, Варшаве, Вашингтоне, Вене и Цюрихе налаживает контакты между промышленно развитыми и развивающимися странами в области инвестиций.

Около 40 советников ЮНИДО работают в различных развивающихся странах в тесном контакте с местными представительствами Программы развития ООН.

Международный центр генетики и биотехнологии, получающий помощь от ЮНИДО и являющийся с 1994 г. межправительственной организацией, ставит своей целью ускорение передачи новейших технологий развивающимся странам. Лаборатория в Дели занимается этими вопросами в области охраны здоровья человека, сельского хозяйства и ветеринарии, лаборатория в Триесте — в области получения энергии из биомассы.

Технические службы ЮНИДО, находящиеся в распоряжении стран-членов, разрабатывают проекты в области технического сотрудничества, подготовки кадров, помощи малым и средним предприятиям, охраны окружающей среды, промышленной политики, институционального строительства и др., проводят аналитические тематические исследования странового, регионального и глобального характера и публикуют их результаты.

Издания ЮНИДО как по общим, так и по отдельным вопросам появляются с различной степенью периодичности (от ежемесячных до ежегодных), среди них ежегодные отчеты «UNIDO Newsletter», «UNIDO Update». Статистические и другие сведения представляют базы данных Банка промышленной и технологической информации (Industrial and Technological Information Bank).

Литература

1. Артемьев И.Е. Рынки технологии в мировом хозяйстве. — М.: Наука, 1992.
2. Джурович Р. Руководство по заключению внешнеторговых контрактов. — М.: Российское право, 1992.
3. Как продать Ваш товар на внешнем рынке. — М.: Мысль, 1990.
4. Мухопад В.И. Сквозь барьеры протекционизма. — М.: Мысль, 1988.
5. Основы внешнеэкономических знаний. — М.: Междунар. отношения, 1990.
6. Патентование. — М.: Машиностроение, 1984.
7. Шреплер Х.-А. Международные организации: Справочник. — М.: Междунар. отношения, 1995.

ГЛАВА 11

ТРАНСПОРТНЫЕ УСЛУГИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

При осуществлении международных экономических связей транспорт обеспечивает перемещение предмета транспортной операции между двумя и более странами.

Транспортные услуги различаются в зависимости от:

- вида транспорта: водный (морской и речной); наземный (железнодорожный и автомобильный); воздушный (авиационный);
- трубопроводный; смешанный;
- предмета транспортной операции (груз, пассажир, багаж);
- транспортной характеристики товара: сухой (навалочные (уголь, руда), насыпные (зерно, цемент, фосфаты), генеральные (штучные)); наливной (нефть и продукты ее переработки, растительные масла, вино и др.);
- периодичности перевозки (регулярные и нерегулярные);

- порядка прохождения границы (перегрузочные и бесперегрузочные);
- вида транспортно-технологической системы (контейнерная, паромная, лихтерная и др.);
- вида сообщения (прямое, не прямое и др.).

Обычно процесс доставки товара в международной торговле включает: его перевозку от внутреннего пункта производства до пограничного пункта (порта) страны-экспортера; международную транзитную или морскую перевозку от пункта страны-экспортера до пограничного пункта (порта) страны-импортера (если между данными странами не установлена общая сухопутная граница); транспортировку от пограничного пункта страны-импортера до внутреннего пункта потребления товара.

Транспортные операции считаются международными, если они связаны с перемещением внешнеторговых грузов на внешних относительно страны-продавца и страны-покупателя участках маршрута перевозки.

Международные транспортные услуги, являясь специфическим товаром, продаются и покупаются на международных транспортных рынках, которые различаются в зависимости от видов транспорта, географических районов перевозки и видов перевозимых грузов.

В более широком значении международные транспортные услуги включают помимо непосредственно перевозочной деятельности различные сопутствующие операции: доставка груза от склада отправителя до ближайшего грузового терминала, его погрузка на магистральные транспортные средства, перегрузка на другие виды транспорта в промежуточных пунктах, выгрузка в пункте назначения, временное хранение груза в промежуточных пунктах и переоформление перевозочных документов.

Расходы, связанные с выполнением сопутствующих транспортных операций и затраты по перевозке груза магистральными видами транспорта образуют полные транспортные расходы грузовладельца.

Таким образом, в международном транспортном процессе помимо грузовладельцев и перевозчиков участвуют различные хозяйствующие субъекты, включая операторов грузовых терминалов (стивидоров) в портах и на станциях. При международных перевозках, особенно готовой продукции и полуфабрикатов, груз многократно последовательно переходит от перевозчиков к операторам терминалов, от них снова к перевозчикам и т.д. Одновременно изменяются и субъекты ответственности за груз.

Для защиты своих коммерческих интересов во всех географических пунктах, где осуществляются операции с его грузами, грузовладельцы прибегают к услугам посредников-экспедиторов (в некоторых странах их называют фрахтовыми агентами и др.).

По договору экспедиции грузовладелец поручает экспедитору выполнение точно оговоренных операций с его грузами, например погрузку и выгрузку, хранение груза, оформление грузовых документов. Грузовладелец может доверить экспедитору заключение от его имени и по его поручению договоров с перевозчиками; выполнение расчетов по фрахту с перевозчиками и за стивидорские работы с операторами терминалов; выступление в судах и арбитражах на стороне грузовладельца. Экспедитор по законам многих стран является комиссионером.

Развитая сеть посреднических организаций в большинстве стран мира позволяет грузовладельцам заключать договоры непосредственно с экспедиторскими фирмами в каждом из интересующих их пунктов или договор с одним генеральным экспедитором, которому поручается организовать перевозку в целом. Генеральный экспедитор заключает от имени грузовладельца договоры с перевозчиками разных видов транспорта и с экспедиторскими организациями в пунктах прохождения грузов.

§ 1. Морской транспорт

Морской транспорт считается наиболее универсальным видом транспорта, который специализируется на обслуживании международной торговли. В системе морского торгового судоходства зародились и получили развитие основные правовые институты и организационные формы международных перевозок грузов и пассажиров. Система экономических и правовых отношений между участниками процесса перевозки на других видах транспорта развивалась в той или иной степени под влиянием международной практики морского торгового судоходства.

1. Морские перевозки

Морские перевозки осуществляются различными типами судов, которые подразделяются на:

1) грузовые суда, к которым относятся:

а) суда универсального назначения, предназначенные для перевозки генеральных и насыпных грузов;

б) ролкеры с горизонтальным способом погрузки и выгрузки, используемые для перевозки колесной и гусеничной техники, а также контейнеров и др.;

в) контейнеровозы, применяемые для перевозки генеральных грузов в контейнерах между оборудованными терминалами на регулярных линиях с мощными и устойчивыми потоками;

г) лихтеровозы, предназначенные для перевозки грузов в смешанном морском и речном сообщениях;

д) лесовозы;

е) паромы, используемые для перевозки грузов в железнодорожных вагонах на линиях сравнительно небольшой протяженности, характеризующихся устойчивым грузопотоком и высокой частотой отправки;

ж) суда для перевозки тяжеловесных и крупногабаритных грузов к местам строительства объектов;

з) балкеры, предназначенные для перевозки навалочных и насыпных грузов;

и) рефрижераторные суда;

к) танкеры, применяемые для перевозки нефти и других жидких химических грузов;

л) нефтебалкеры — комбинированные суда, предназначенные для перевозки навалочных, насыпных и жидких грузов;

2) пассажирские суда;

3) ледокольные суда;

4) гидрографические суда;

5) аварийно-спасательные (буксиры-спасатели, плавучие краны и др.);

6) служебно-вспомогательные (буксиры, бункеровщики, лоцманские суда и др.).

В международном судоходстве сложились две формы организации перевозок: линейная (регулярная) и трамповая (нерегулярная).

Международное *линейное судоходство* организуется морскими перевозчиками на устойчивых географических направлениях международной торговли. Особенности линейного судоходства являются закрепление судов на данном направлении и их регулярные заходы в определенные порты по заранее объявленному расписанию. Перевозки оплачиваются грузоотправителями по ставкам тарифа, устанавливаемым перевозчиками. Линейные тарифы публикуются в периодической специализированной печати и обычно стабильны в течение длительного времени. Эти тарифы регулируются линейными конференциями, представляющими собой объединения судовладельцев, монополизировавших перевозки грузов на конкретных направлениях. Остальные судовладельцы, эксплуатирующие суда на контролируемых конференциями линиях (аутсайдеры), обычно применяют более низкие тарифы.

Основным документом при оформлении перевозки груза в международном линейном судоходстве является коносамент.

Коносамент (bill of lading) — это документ, подтверждающий принятие товара для морской (или речной) перевозки и обязывающий перевозчика выдать товар законному владельцу.

Коносамент является:

· распиской, подтверждающей принятие к перевозке товара, обозначенного на лицевой стороне этого документа;

· контрактом на перевозку товара на оговоренных в нем условиях;

· товарораспорядительным документом.

Существует несколько видов коносамента:

коносамент на предъявителя (bearer), который предоставляет право каждому, кто является его владельцем, распоряжаться товаром. Применяется крайне редко, поскольку не может гарантировать получение товара именно тем лицом, которому он действительно предназначен;

именной коносамент (straight), выписываемый на конкретного получателя товара. Передача владения товаром другому лицу может производиться только посредством специально оформленного заявления о переуступке (цессии);

ордерный коносамент (to order), согласно которому перевозчик должен доставить товар по указанию обозначенной стороны. Этот коносамент может передаваться получателем третьему лицу посредством индоссамента, т.е. передаточной надписи на этом документе. Индоссамент может быть именованным и на предъявителя (in blanco).

Различают также *бортовой коносамент*, оформляемый на погруженный на борт судна груз, и *коносамент на груз, принятый к отправке*, который применяется в случае, если товар сдан на склад для последующей отгрузки. В ряде случаев после погрузки он заменяется на бортовой коносамент.

При необходимости выдачи грузополучателю части груза, оформленного коносаментом, могут быть выписаны так называемые *долевые коносаменты* — деливери-ордера (delivery order), представляющие .

собой фактически не коносамент, а распоряжение получателя капитану о выдаче части груза после предъявления оригинала коносамента на всю грузовую партию.

Иногда применяется *сквозной коносамент* — документ, на основе которого грузы транспортируются из порта погрузки в порт назначения двумя и более судоходными линиями, действующими в соответствии с соглашением.

Выделяют также чистый и нечистый коносамент. Коносамент называют «чистым» (clean), если перевозчик не сделал в нем замечаний относительно состояния перевозимого товара, и «нечистым» (fane), если в нем сделаны соответствующие оговорки.

В отличие от линейного в *трамповом судоходстве* суда эксплуатируются на нерегулярной основе. Они не закрепляются за определенными направлениями, а свободно перемещаются из одной секции фрахтового рынка в другую в зависимости от спроса на тоннаж и от предложения грузов.

В торговом мореплавании применяются следующие виды фрахтования судов:

фрахтование на условиях рейсового чартера (voyage charter), который подразделяется на:

а) фрахтование на один рейс (single voyage), т.е. договор, по которому судовладелец за определенную плату (фрахт) обязуется перевезти обусловленный груз из одного или нескольких портов отправления в один или несколько портов назначения;

б) фрахтование на последовательные рейсы (consecutive voyages), т.е. договор о перевозках большого количества однородного груза в одном и том же направлении на одном и том же судне;

в) фрахтование по генеральному контракту (general contract), т.е. договор, по которому судовладелец обязуется в течение определенного периода перевезти определенное количество груза;

фрахтование на условиях тайм-чартера (time-charter), которое в зависимости от способа определения продолжительности аренды судна подразделяется на обычный тайм-чартер и круговые рейсы;

фрахтование на условиях бербоут-чартера (bare boat charter), или *димайз-чартера* (demise-charter), т.е. аренда судна без экипажа.

Договор морской перевозки (договор фрахтования судна) в трамповом судоходстве, заключаемый между морским перевозчиком (фрахтовщиком) и грузоотправителем или грузополучателем (фрахтователем), имеет форму чартера. В большинстве случаев он заключается при помощи посредника или фрахтового брокера.

В любом чартере содержатся обязательные условия, относящиеся к судну, грузу, фрахту, порядку оплаты стивидорных работ и др.

Ниже приведены основные статьи чартера.

1. Место и время заключения.

2. Наименование сторон — фрахтователя и фрахтовщика (перевозчика) с указанием их местонахождения..

3. Название и характеристика зафрахтованного судна: флаг, класс, год постройки, грузовая характеристика судна. Флаг имеет значение в случае бойкота, запрета на заход в порты. Класс влияет на размер страховой премии.

4. Мореходность судна, которая заключается в его способности противостоять обычным опасностям рейса и доставить груз получателю в сохранном состоянии.

5. Наименование и количество груза. Иногда используют и собирательные названия, например «любые законные грузы» и т. д. Если фрахтователь не обеспечил требуемое количество груза, то за недогруз он обязан уплатить «мертвый фрахт», а в случае недогруза против заявленного и имеющегося количества фрахтователь имеет право требовать возмещения убытков.

6. Место погрузки и выгрузки. Иногда указываются не только порты, но и причалы, места якорных стоянок, а иногда — только участки побережья (рэндж).

7. Позиция судна, т.е. начальная дата — лейдейс (laydays) и конечная дата — канселлинг (cancelling days). Ранее начальной даты фрахтователь не обязан принимать судно под погрузку, а в случае прибытия судна после конечной даты фрахтователь имеет право расторгнуть (канселлировать) чартер.

8. Информация о прибытии судна.

9. Распределение расходов по погрузке и разгрузке.

10. Сталийное время, т.е. срок для выполнения погрузо-разгрузочных работ, определяемый условиями чартера или обычаями портов.

11. Демередж (штраф, который оплачивает фрахтователь за задержку судна сверх сталийного времени); диспач (премия фрахтователю за сокращение сталийного времени (половина демереджа).

12. Фрахт и его оплата. Ставки фрахта устанавливаются за единицу измерения количества груза (тонна, штука и т.п.). Иногда единица измерения количества груза и единица, взятая за основу расчетов

по фрахту, могут не совпадать. Фрахт может также устанавливаться на основе лямбдасум, т.е. как общая сумма, заранее обусловленная в чартере.

Расчеты по фрахту между судовладельцем и фрахтователем производятся как по количеству груза, сданному на месте назначения, так и по погруженному (коносаментному).

Время и место оплаты также могут быть разными (при подписании коносамента в порту отправления, после прибытия судна в порт назначения, по окончании выгрузки и после окончательной проверки веса).

13. Ледовая оговорка. Предусматривает условия освобождения судна от выполнения договора при возникновении ледовой обстановки.

14. Оговорка о забастовке.

15. Военная оговорка.

16. Оговорка об общей аварии и другие условия.

В начале 20-х гг. конкуренция на фрахтовом рынке привела к широкому распространению регистрации судов под «удобными», или «дешевыми», флагами вследствие:

низких издержек при эксплуатации транспортного флота в результате снижения заработной платы плавсостава и уменьшения его численности по сравнению с нормами, установленными законодательствами других стран;

освобождения от уплаты налогов на прибыль.

2. Регулирование международных морских перевозок

Основным международным соглашением, определяющим взаимоотношения участников договора морской перевозки и правовой статус коносамента, является Брюссельская конвенция об унификации некоторых правил о коносаменте (1924 г.).

Брюссельским протоколом 1968 г. в эту Конвенцию были внесены некоторые изменения. Особое внимание в этой Конвенции уделено вопросу об ответственности морского перевозчика за груз.

Морские перевозки пассажиров и багажа регулируются Афинской конвенцией о морских перевозках пассажиров, их багажа, транспортных средств и ручной клади.

МЕЖДУНАРОДНАЯ МОРСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

Международная морская организация (ИМО) — International Maritime Organization (ИМО) была основана в 1958 г. согласно Конвенции, разработанной в 1948 г. на Морской конференции ООН в Женеве. До 1982 г. она называлась Межправительственной морской консультативной организацией. ИМО входит в число специализированных учреждений ООН.

Местонахождение — Лондон (Великобритания).

ИМО приняла свыше 40 конвенций в различных сферах (безопасность на море, загрязнение моря и др.), большинство из которых вступило в силу. Список конвенций ИМО с кратким изложением содержания можно получить в отделе прессы и информации ИМО в Лондоне. Ниже приводится перечень некоторых конвенций (первая дата в скобках — год принятия конвенции, вторая дата — год ее вступления в силу):

по вопросам безопасности:

Международная конвенция об охране человеческой жизни на море (1974/1980, International Convention for the Safety of Life at Sea — SOLAS);

Международная конвенция о грузовой марке (1966/1968, International Convention on Load Lines — LL);

Конвенция о международных правилах предупреждения столкновений судов на море (1972/1977, Convention on the International Regulations for Preventing Collisions at Sea — COLREG);

Международная конвенция о безопасных контейнерах (1972/1977, International Convention for Safe Containers — CSC);

Конвенция о международной организации для спутниковой системы морской навигации (1976/1979, Convention on the International Maritime Satellite Organization — INMARSAT);

Международная конвенция о безопасности рыболовных судов (1977, Torremolinos International Convention for the Safety of Fishing Vessels - SVF);

Международная конвенция о поиске и спасании на море (1979/1985, International Convention on Maritime Search and Rescue — SAR);

по вопросам предотвращения загрязнения морей:

Международная конвенция о вмешательстве в открытом море при происшествиях, вызывающих загрязнение нефтью (1969/1975, International Convention Relating to Intervention on the High Seas in Cases of Oil Pollution Casualties);

Конвенция о предотвращении загрязнения моря сбросом отходов и других материалов (1972/1975, Convention on the Prevention of Marine Pollution by Dumping of Wastes and Other Matters — LDC);

по вопросам ответственности:

Конвенция о гражданской ответственности при морских перевозках расщепляемых материалов (1971/1975, Convention Relating to Civil Liability in the Field of Maritime Carriage of Nuclear Material — NUCLEAR);

Международная конвенция о гражданской ответственности за ущерб, причиненный загрязнением нефтью (1969/1975, International Convention on Civil Liability for Oil Pollution Damage — CLC);

по другим вопросам:

Конвенция по облегчению международного судоходства (1965/1967, Convention on Facilitation on International Maritime Traffic);

Конвенция о борьбе с противоправными действиями против безопасности морской навигации (1988/1992, Convention for the Suppression of Unlawful Acts against the Safety of Maritime Navigation).

В дополнение к конвенциям Ассамблея ИМО совместно с Комитетом по безопасности на море и Комитетом по защите морской среды принимает рекомендации, не являющиеся обязательными для государств-членов, по различным вопросам (грузовые перевозки, технология, окружающая среда, судоходство, поиск и спасание на море, радиосвязь, подготовка кадров).

Основными целями ИМО являются:

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 загрязнением моря с судов, борьбы с загрязнением окружающей среды.

ИМО имеет следующую структуру:

Ассамблея;

Совет;

четыре главных комитета:

Комитет по безопасности на море (Maritime Safety Committee);

Комитет по правовым вопросам (Legal Committee);

Комитет по защите морской среды (Marine Environment Protection Committee);

Комитет по техническому сотрудничеству (Technical Co-operation Committee);

секретариат.

Ассамблея, состоящая из представителей государств-членов, является высшим органом ИМО. Она собирается раз в два года, могут созываться и чрезвычайные сессии. Ассамблея принимает программу и бюджет, а также решения о проведении финансовых мероприятий, избирает членов Совета и по его предложению утверждает кандидатуру генерального секретаря.

Совет состоит из представителей 40 государств-членов, избирающихся сроком на два года по следующему принципу:

- а) 10 из группы стран, в наибольшей степени заинтересованных в международных морских перевозках;
- б) 10 из группы стран, в наибольшей степени заинтересованных в международной морской торговле;
- в) 20 из группы стран, имеющих особые интересы в области морского судоходства, избрание которых одновременно должно обеспечивать представительство в Совете всех географических регионов мира.

Совет является исполнительным органом ИМО, собирается дважды в год и между сессиями Ассамблеи является главным органом ИМО. Он не уполномочен направлять правительствам рекомендации по вопросам безопасности на море и предотвращению загрязнения морей. Совет координирует деятельность органов ИМО, рассматривает программу и бюджет, комментирует доклады комитетов перед их передачей на рассмотрение Ассамблеи и назначает генерального секретаря.

Комитеты открыты для всех государств-членов. Комитет по безопасности на море обсуждает все вопросы, связанные с техникой безопасности судов. Для решения специальных вопросов созданы 11 подкомитетов (по безопасности судов, морской связи, поискам и спасанию, противопожарной безопасности и др.). Комитет по правовым вопросам решает правовые вопросы при выполнении задач ИМО. Комитет по защите морской среды в основном занимается проблемами загрязнения моря с судов, координирует действия ИМО в этой области и работает в тесном сотрудничестве с Программой развития ООН. Комитет по техническому сотрудничеству координирует проекты помощи развивающимся странам.

Комитет по облегчению международного судоходства работает над упрощением формальностей в сфере морского судоходства, особенно над упрощением формальностей в портах.

Секретариат, состоящий из шести отделов (безопасности судов, морской среды, правовых вопросов и международных связей, конференций, технического сотрудничества и управления), возглавляется генеральным секретарем, который имеет заместителя.

Программа технического сотрудничества должна помочь правительствам при реализации конвенций и другого инструментария, разрабатываемого ИМО.

Особое внимание ИМО уделяет реализации таких своих проектов, как Всемирный морской университет в Мальмё (Швеция), Морская транспортная академия ИМО в Триесте (Италия), Морская транспортная академия ИМО и Международный институт морского права ИМО в Ла-Валлетте (Мальта).

§ 2. Воздушный транспорт

По данным Международной организации гражданской авиации (ИКАО), на долю международного воздушного транспорта приходится более 54% от общего объема всех регулярных авиационных перевозок в мире.

1. Международные авиаперевозки

Международным полетом считается всякий полет, при котором воздушное судно пересекает государственные границы двух стран. *Международной воздушной перевозкой* называется всякая перевозка, осуществляемая на воздушных судах, при которой место отправления и место назначения независимо от того, имелась ли перегрузка или перерыв в перевозке, расположены:

на территории двух государств;

на территории одного и того же государства, если предусмотрена остановка на территории другого государства.

Международная воздушная перевозка может быть:

коммерческой (осуществляемой гражданскими воздушными судами за плату) и некоммерческой (бесплатной).

При международном воздушном сообщении могут перевозиться пассажиры, багаж, груз и почта. Перевозка пассажиров, багажа и груза регулируется двусторонними и многосторонними соглашениями, а также Конвенцией об унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок (Варшавская конвенция 1929 г.). Международная воздушная перевозка почты осуществляется с соблюдением правил международных почтовых соглашений.

Полеты на международных воздушных линиях по форме их выполнения можно классифицировать:

· на регулярные (выполняемые в соответствии с условиями соглашений о воздушном сообщении между государствами);

· на нерегулярные (выполняемые на основании специальных разрешений на разовые полеты): дополнительные, специальные, чартерные.

Регулярные авиаперевозки

Регулярные рейсы — это рейсы, выполняемые в соответствии с опубликованным расписанием по договорным авиалиниям. В расписании указаны маршрут полета, промежуточные пункты посадок, время вылета и прилета в каждый пункт маршрута, частота движения и тип самолета. Изменение этих условий выполнения регулярных рейсов может быть произведено только при взаимном согласии договаривающихся государств.

Регулярные авиаперевозки оплачиваются по *международным авиационным тарифам*, опубликованным и неопубликованным.

Опубликованные (сквозные) тарифы — это тарифы и сборы от аэропорта отправления до аэропорта назначения, помещенные в тарифных справочниках. Если между двумя пунктами имеется опубликованный (сквозной) тариф, то перевозка должна осуществляться только по этому тарифу.

Неопубликованные тарифы — это тарифы, которые при отсутствии опубликованного (сквозного) тарифа между данными пунктами образуются двумя способами:

а) путем прибавления к опубликованному (сквозному) тарифу дополнительной суммы, так называемой суммы «эд-он». Суммы пропорциональных тарифов «эд-он» публикуются на «оранжевых страницах» справочников АРТ и АСТ;

б) при отсутствии пропорционального тарифа — путем сложения участковых тарифов отдельных сквозных участков перевозки с соблюдением соответствующих правил построения тарифов.

Большинство тарифов не опубликовано, их нет в тарифных справочниках и других официальных тарифных изданиях. Кроме того, каждая авиакомпания разрабатывает свои неофициальные тарифы, которые в основном являются закрытыми и составляют коммерческую тайну авиакомпании.

Регулированием международных авиационных тарифов занимается Международная ассоциация воздушного транспорта (ИАТА). Официальные международные авиатарифы опубликованы в справочниках *Air Pussenger Tariff (APT)* и *Air Cargo Tariff (ACT)*.

В справочнике по пассажирским тарифам АРТ опубликованы все официальные международные пассажирские авиатарифы, а также правила, которые регулируют построение и применение тарифов, скидок, сборов и маршрутов перевозки.

Тарифы и сборы, содержащиеся в этом справочнике, а также экскурсионные тарифы, включая инклюзив-тур (АРТ-ИТ), указаны в расчете на одного пассажира и применимы к воздушной перевозке по маршрутам, указанным в справочнике, от аэропорта отправления до аэропорта назначения. Кроме того, они включают тарифы сборов за транзит, наземную транспортировку, а также других сборов, взимаемых правительственными органами.

В справочнике по авиационным грузовым тарифам АСТ опубликованы все правила построения и применения грузовых тарифов на мировых авиалиниях. Помимо этого в разделе «Правила по странам» указаны особенности грузовых перевозок в каждой стране мира.

Грузовые тарифы, указанные в справочнике, применяются только для перевозок от пункта отправления до пункта назначения и не включают сборы за доставку грузов в аэропорт отправления, хранение грузов, их страхование, выполнение таможенных формальностей и т.д.

Как правило, международные авиатарифы устанавливаются на двусторонней основе путем соглашений между авиакомпаниями, эксплуатирующими одни и те же авиалинии. Но по одному и тому же маршруту осуществляют перевозки многие авиакомпании. Кроме того, тарифы, установленные между теми или иными пунктами, затрагивают интересы авиакомпаний, выполняющих полеты на смежных авиалиниях. Поэтому международные тарифы выходят за пределы двусторонних соглашений между авиакомпаниями и образуют сложную систему, включающую различные виды тарифов для перевозки между двумя пунктами и более.

На систему международных авиатарифов влияет также целый ряд факторов: расстояние между пунктами, спрос на перевозки, тарифы, предлагаемые другими видами транспорта, наличие чартерных перевозок, несбалансированность авиаперевозок по направлениям, различные интересы перевозчиков, агентов, отправителей и пассажиров.

Все эти факторы учитываются ИАТА при разработке системы международных авиатарифов. Система тарифов и правила их построения и применения разрабатываются авиакомпаниями — членами ИАТА на конференциях по воздушным перевозкам, которые проводятся, как правило, один раз в два года.

Международные авиационные тарифы могут быть подразделены на:

пассажирские;

багажные;

грузовые.

Пассажирские тарифы классифицируются на нормальные (сквозные и пропорциональные) и специальные.

Сквозные тарифы — это опубликованные тарифы от пункта отправления до пункта назначения, которые различаются по классу предоставляемого обслуживания, сезонности перевозки и виду оформления перевозки.

В зависимости от класса обслуживания пассажирские тарифы подразделяются на тарифы экономического (туристического) класса и тарифы первого класса.

Термин «экономический класс» применяется во всем мире для обозначения более низкого класса обслуживания. Иногда для обозначения этого же понятия может применяться термин «туристический класс».

Термин «первый класс» используется для обозначения наиболее высокого класса обслуживания. Тариф первого класса, как правило, в 1,5—2 раза выше тарифа экономического класса. Перевозка по тарифу первого класса предоставляет пассажиру некоторые льготы в обслуживании на земле и на борту, в

частности бесплатная перевозка 30 кг багажа вместо 20 кг по экономическому классу, бесплатные алкогольные напитки, более широкий ассортимент блюд на борту, повышенный комфорт в салоне самолета.

Промежуточный класс обслуживания между первым и экономическим классами называется бизнес-классом. Бизнес-класс предполагает улучшенное обслуживание пассажиров, которые платят по полному тарифу экономического класса.

По сезонности перевозки тарифы подразделяются:

- на высший (летний тариф — пик-сезон),
- на низший (зимний тариф — вне сезона),
- на тариф промежуточного сезона (шоулдер-сезон).

По виду оформления перевозки тарифы подразделяются:

- на перевозку в одну сторону («туда»),
- на перевозку «туда и обратно»,
- на перевозку по круговому маршруту.

К классификации тарифов по виду оформления перевозки могут быть отнесены и каботажные тарифы (перевозка по территории одного и того же государства). Как правило, они могут применяться только перевозчиками данной страны. Другие перевозчики могут использовать эти тарифы только по специальному разрешению уполномоченного перевозчика или правительственных органов. При отсутствии такого разрешения каботажные тарифы, указанные в справочниках, могут использоваться только для информации.

Если нет сквозного опубликованного тарифа между какими-нибудь пунктами по требуемому маршруту, применяются *пропорциональные* тарифы (суммы «эд-он»).

К *специальным тарифам* относятся различные экскурсионные и льготные тарифы.

Особенностью всех специальных тарифов является то, что их применение ограничено определенными условиями, и то, что перевозка с применением этих тарифов может быть продана не широкой публике, а только определенной категории пассажиров.

Экскурсионные тарифы применяются, как правило, для перевозки туристических групп. Применение этих тарифов регулируется особыми правилами и определенным сроком, до и после которого они являются недействительными.

Стоимость перевозки по этим тарифам зависит от сезона, в котором они применяются: пик-сезон, шоулдер-сезон или вне сезона. Экскурсионные тарифы опубликованы в специальном разделе справочника АРТ.

Наибольшее распространение среди экскурсионных тарифов получили тарифы инклюзив-тур, особенностью которых является то, что перевозка оплачивается в оба конца вместе с услугами за экскурсионное обслуживание, а также то, что этот тариф, как правило, объявляется только для агентов туристических фирм. Пассажир оплачивает стоимость всего тура, включая воздушную перевозку и наземное обслуживание.

К *льготным* тарифам относятся как тарифы со скидками с основных нормальных тарифов, так и специально установленные льготные тарифы для различной категории пассажиров (дети, семьи, студенты, экипажи морских судов, турагенты и др.).

Специальные пассажирские тарифы носят ярко выраженный зональный характер, имеют ограничения по сроку действия, периоду их применения и зависят от количества пассажиров в группах и условий перевозки.

Наиболее дешевыми пассажирскими тарифами являются блок-чартерные тарифы, которые применяются для реализации свободной емкости самолетов на регулярных рейсах, как правило, в осенне-зимний период. Для этой цели на самолете устанавливается определенное количество мест, которые продаются по чартерной цене.

Особенность блок-чартерных тарифов состоит в том, что они являются полуофициальными, устанавливаются в зависимости от конъюнктуры данного рынка и ежегодно пересматриваются. Они никому не объявляются, а предоставляются турфирмам конфиденциально в зависимости от количества пассажиров, которое турфирма или организация предлагают к перевозке по данному тарифу.

Багажный тариф — норма бесплатного провоза багажа, как зарегистрированного, так и незарегистрированного, которая определяется классом обслуживания. Для первого класса она составляет 30 кг, для экономического класса — 20 кг. В зависимости от класса обслуживания эта норма распространяется на всех пассажиров, имеющих билет с оплатой не менее 50% тарифа.

Багаж, перевозимый сверх нормы бесплатного провоза, подлежит оплате пассажиром. Багажный тариф за 1 кг определяется как 1 % от применяемого на данном маршруте прямого нормального сквозного тарифа первого класса в одном направлении независимо от класса, которым следует пассажир.

Существуют также специальные багажные тарифы на отдельные категории багажа (спортивное снаряжение, дипломатический багаж и др.).

Грузовые тарифы на международных воздушных линиях разделяются на три вида: основные: нормальные (до 45 кг), количественные (более 45 кг), минимальный сбор; классовые; специальные.

Основные тарифы — это стандартные тарифы, установленные для оплаты за провоз 1 кг груза от пункта отправления до пункта назначения. Они являются наиболее распространенными при перевозке всех видов груза, за исключением некоторых случаев, когда применяются льготные специальные и классовые тарифы.

Нормальные тарифы являются базовыми для определения скидок или доплат при образовании классовых, количественных и специальных тарифов. Их преимуществом является простота использования.

Количественные тарифы в основном применяются авиакомпаниями, эксплуатирующими самолеты большой вместимости. Они предусматривают скидку по дополнительным весовым категориям. Например, для весовой категории 45 кг предоставляется скидка от нормального тарифа в размере 25%. Число весовых категорий различно в разных зонах перевозки. Для Европы установлена только одна весовая категория — 45 кг, а на маршрутах в направлении Северной Америки допускаются весовые категории 100, 300, 500 кг, по которым предоставляются скидки в размере 50, 60 и 70% соответственно от нормального тарифа.

Минимальный сбор представляет собой минимальную оплату за отправку груза, взимаемую за одну отправку в том случае, если плата за перевозку по нормальному грузовому тарифу окажется ниже минимального сбора. Уровень минимального сбора на разных маршрутах отличается. Во многих случаях он равняется стоимости перевозки по нормальному тарифу груза весом 5 кг. Минимальный сбор указывается в тарифных справочниках с обозначением «М».

Классовые тарифы применяются для перевозки грузов определенного класса. Они выражаются в определенном проценте к нормальному грузовому тарифу до 45 кг. Классовые тарифы устанавливаются на виды груза, требующие особых условий для перевозки: живые животные; клетки для животных; ценный груз; человеческие останки в гробу; несопровождаемый багаж; печатная продукция и др.

Классовые тарифы исчисляются на основе нормального сквозного тарифа до 45 кг, который умножается на соответствующую процентную надбавку, затем округленный результат умножается, на вес отправки.

Процентная надбавка зависит от класса груза и зоны перевозки и составляет от 150 до 300% от нормального грузового тарифа до 45 кг. Например, за перевозку ценных грузов (золота, платины, драгоценных камней, банкнот, ценных бумаг и т.д.) взимается плата в размере 200% от нормального грузового тарифа до 45 кг для всех зон ассоциации.

Специальные тарифы (корейты) — это льготные грузовые тарифы со скидкой. Они применяются для перевозки определенных категорий грузов от/до определенных пунктов только в одном направлении. Корейты имеют преимущество по сравнению со всеми другими тарифами. Они публикуются вместе с основными грузовыми тарифами на «желтых страницах» справочника АСТ и имеют кодовые цифровые обозначения, определяющие характер груза. Кодовый номер корейта состоит из четырехзначного числа рядом с наименованием груза, например: корейт 4499 — машины и части, 0007 — овощи и фрукты и т. д.

Скидки, предусматриваемые при использовании корейта, различаются в зависимости от зоны применения. Так, в Европе они составляют от 40 до 70% от нормального тарифа до 45 кг, а при североатлантических перевозках — до 90%.

Применение специальных грузовых тарифов согласовывается между авиакомпаниями, совместно эксплуатирующими данную авиалинию. Все предложения об установлении корейта направляются в комитет ИАТА по корейтам, который рассматривает эти предложения на своих совещаниях по корейтам три раза в год.

Специальные службы маркетинга авиакомпаний следят за состоянием мировых авиационных тарифов и выдают рекомендации по их применению коммерческим директорам и своим представительствам за границей. На основе этих рекомендаций вырабатывается тарифная политика, направленная на

обеспечение загрузки и рентабельности международных авиалиний. Разрабатываются также практические рекомендации по построению и применению всех видов пассажирских и грузовых авиатарифов, особенно специальных и льготных с целью увеличения загрузки на рейсах авиакомпаний прежде всего во внесезонные периоды, когда наблюдается спад в перевозках.

Так, специальные грузовые тарифы (корейты) используются для привлечения дополнительных грузовых перевозок, которые без их применения были бы неосуществимы, а также для привлечения дополнительных категорий грузов. Поскольку, как уже отмечалось, корейты устанавливаются для определенного рода грузов между определенными пунктами, они в основном активизируют дополнительный спрос. В этом заключается их эластичность по сравнению с другими видами тарифов.

Важной особенностью специальных грузовых тарифов является то, что их можно устанавливать в любое время года и на любой период, не дожидаясь решений конференции ИАТА, поэтому их применение способствует обеспечению дополнительной загрузки.

Применение скидок с грузовых тарифов также является одним из инструментов влияния на рынок. Размер скидок устанавливается в зависимости от зон ИАТА, например в Европе они составляют от 40 до 70% от нормального тарифа. Их размер зависит от таких факторов, как характер и ценность груза, потенциальные возможности спроса на перевозки, размер отдельных отправок, стоимость обработки, степень воздействия на соотношение доходов и расходов по перевозке. Во внимание принимаются также провозная способность самолетов, эксплуатируемых на данной авиалинии, и ожидаемый поток грузов, который может иметь место в случае установления льготных тарифов.

Нерегулярные авиаперевозки

Нерегулярные авиаперевозки выполняются на основании разрешений на разовые полеты и подразделяются на дополнительные, специальные и чартерные.

Дополнительные рейсы — это рейсы, выполняемые по тем же авиалиниям, что и регулярные, но по особому расписанию. Дополнительный рейс может быть выполнен с согласия партнера, при условии, что коммерческая перевозка не может быть осуществлена регулярными рейсами. Дополнительный рейс, как правило, выполняется в тот же день, что и регулярный, но в любом случае не позже и не раньше, чем за 24 ч от времени выполнения регулярного рейса, указанного в расписании полетов.

Специальные рейсы — это рейсы, выполняемые со специальным заданием как по маршруту регулярных рейсов, так и по особому маршруту. Как правило, разрешение на выполнение специальных рейсов запрашивается по дипломатическим каналам.

Чартерные рейсы — это рейсы, выполняемые в соответствии со специальным контрактом между перевозчиком и заказчиком.

В настоящее время нерегулярные перевозки составляют около 18% от общего объема международных перевозок. Общий объем международных нерегулярных перевозок во всем мире складывается из объема, выполненного чартерными перевозчиками, и объема, выполненного регулярными перевозчиками. Как и регулярные, международные нерегулярные перевозки подразделяются на пассажирские и грузопочтовые.

Самым крупным в мире является международный рынок нерегулярных (чартерных) перевозок, осуществляющий перевозки между 22 западноевропейскими государствами, входящими в Европейскую конференцию гражданской авиации (ЕКАК). В этом случае объем нерегулярных перевозок соизмерим с объемом регулярных перевозок. Чартерные перевозки в Европе выполняются на большие расстояния, чем регулярные перевозки, поэтому объем чартерных перевозок в пассажиро-километрах составляет около 60% от общего объема пассажирских авиаперевозок в Западной Европе. Вторым по емкости после Западной Европы считается международный рынок чартерных перевозок через Северную Атлантику.

Нерегулярные перевозки осуществляются как специализированными чартерными авиакомпаниями, так и регулярными авиакомпаниями.

Все чартерные рейсы выполняются на основе особого договора (контракта) между заказчиком и перевозчиком. Как правило, заказчик покупает всю вместимость самолета на определенных участках перевозки и на определенных условиях. Он имеет право использовать вместимость зафрахтованного самолета по своему усмотрению. Применяются заказы на выполнение чартерных перевозок как на отдельные рейсы, так и на серию рейсов для целевой перевозки, например для перевозки между пунктами, не связанными между собой регулярными авиалиниями.

По методу организации авиачартерные перевозки классифицируются по следующим видам.

Закрытый чартер — некоммерческая перевозка, заказчиком которой является, как правило, какая-либо организация для доставки своих работников к месту работы, деловой встречи или отдыха.

Заказчик непосредственно входит в контакт с авиакомпанией, и поездка организуется по ценам, согласованным между ними. Удельный вес такого типа чартерных перевозок в настоящее время сокращается.

Эфинити-чартер — полукоммерческая (полузакрытая) целевая поездка, организуемая для своих членов клубами или ассоциациями, объединяющими лиц одной профессии или определенной общности интересов (спортивные клубы, союзы ветеранов и т. д.). Руководство клуба или ассоциации самостоятельно или через туристическую фирму заключает договор с авиакомпанией, выступая в качестве юридического лица с финансовой ответственностью и обязательством соблюдать правила, установленные ИАТА для комплектования групп пассажиров.

Инклюзив-тур-чартер — коммерческая туристическая перевозка (чартерная перевозка по инклюзивтуру), стоимость которой включает оплату перевозки «туда и обратно» и стоимость экскурсионного и бытового обслуживания во время тура. Особенностью инклюзив-тур-чартера является то, что арендуется весь самолет и одновременно с перевозкой обязательно оплачивается наземное обслуживание в течение определенного срока, обычно не менее 7-14 дней между отправлением и возвращением.

При *блок-чартерной перевозке* арендуется не весь самолет, а только его определенная часть — установленный блок мест (обычно 30—40 мест). Как правило, продается блок мест на самолет, выполняющий регулярный рейс, но чартерная цена каждого места в этом случае значительно ниже минимального опубликованного тарифа. Блок мест на каждом рейсе и цена одного кресла оговариваются конфиденциально между перевозчиком и турфирмой. Турфирма оплачивает блок мест полностью независимо от того, будет ли он использован весь или нет. Блок-чартерные перевозки организуются в основном в несезонное время (осенне-зимний период) с целью обеспечения дополнительной загрузки на рейсовые самолеты.

Нецелевой коммерческий чартер (нон-эфинити-чартер) — новый тип чартера (введен с 1972 г. в США). В отличие от эфинити-чартера, при котором лица группируются по общности интересов, в данном случае разрешается объединять в группу для перевозки любых лиц, желающих совершить поездку, вне зависимости от их принадлежности к какой-либо организации или клубу. Группа должна составлять не менее 50 человек. Участники полета оплачивают 25% стоимости чартерной перевозки за 6 месяцев до начала перевозки, а за 30 дней до вылета турфирма, организующая чартерную перевозку, должна полностью оплатить стоимость полета группы, состоящей из 40 пассажиров. В настоящее время нон-эфинити-чартер получил широкое распространение, особенно при трансатлантических перевозках в связи со снятием строгих ограничений для формирования групп, перевозимых чартерными рейсами.

Прорейтовый чартер, или *сплит-чартер*, — вид чартера, при котором перевозка осуществляется поэтапно. На первом участке полета перевозка осуществляется на рейсовых самолетах в соответствии с правилами ИАТА, на втором или последующем участке — начинается собственно чартерная перевозка на условиях блок-чартера или инклюзив-тур-чартера. При сплит-чартере разрешается комбинировать разные группы пассажиров, причем конечный пункт их маршрута может быть различным.

С точки зрения использования самолетов авиачартерные перевозки можно разделить на три вида:

1) *разовая перевозка «туда и обратно»* — вид чартерной перевозки, при которой турфирма или организация арендуют самолет для перевозки одной или нескольких групп пассажиров, родственных по виду занятий или интересов, в определенное время. В этом случае в промежутке между чартерными рейсами авиакомпания, сдающая самолет в аренду, может использовать этот самолет для своих нужд;

2) *тайм-чартер* — вид операции, при которой самолет арендуется на определенный период, поступая в полное распоряжение арендатора. В этом случае организация, заключая договор с перевозчиком, оплачивает полностью все то время, в течение которого самолет будет находиться в ее распоряжении, исходя из норм летных часов, стоимости летного часа и часа простоя самолета. В настоящее время тайм-чартерные операции получают все большее распространение в массовом туризме, поскольку при их проведении удовлетворяются как требования перевозчиков, которым необязательно использовать самолет в промежутке между отдельными рейсами и предоставляется гарантированная оплата самолета, так и требования арендаторов, которые стремятся к наиболее экономичному использованию самолетов;

3) *чартерная цепочка* — вид целевой перевозки большого количества пассажиров в пункт назначения и обратно; при этом полеты совершаются по челночной схеме. Турфирма-заказчик, как правило, одну из своих групп туристов отправляет заранее в пункт, где проводится тур, чтобы к моменту начала чартерной цепочки тур этой группы закончился и ее можно было бы перевозить чартерным рейсом в обратном направлении. При чартерной цепочке сокращается число холостых прогонов и повышается экономическая эффективность перевозки.

Чартерные полеты практически создают новый рынок авиафрахтовых перевозок для пассажиров с ограниченными доходами.

Чартерного тарифа в буквальном смысле этого слова не существует. Заказчику объявляется чартерная цена самолета для перевозки на определенном участке или в случае тайм-чартера цена фрагования самолета на определенное время. Чартерная цена самолета рассчитывается исходя из себестоимости летного часа данного типа самолета. В некоторых западных авиакомпаниях за основу берется себестоимость 1 км (мили) полета. Помимо себестоимости летного часа или мили при определении чартерной цены полета учитываются и существующие нормальные льготные тарифы, маршруты перевозки, избранные заказчиком, срочность перевозки, а также сезон и время суток, условия эксплуатации регулярных авиалиний, если они имеются в данном районе, конъюнктура пассажирского рынка страны, из которой поступила заявка, и возможность конкуренции со стороны других авиакомпаний. Исходя из всех этих факторов устанавливаются предварительная чартерная цена самолета, которая предлагается заказчику, и стоимость одного места в чартерном самолете, которая не объявляется клиентам.

В случае продажи для чартерной перевозки не всей емкости самолета, а части мест на рейсовом самолете (блок-чартер) устанавливаются количество мест, продаваемых по чартерной цене (блок мест), и цена одного места в блоке (блок-чартерный тариф). Блок-чартерные тарифы применяются для реализации свободной емкости самолета на регулярных рейсах, особенно в несезонное время (осенне-зимний период). Блок мест устанавливается в зависимости от загруженности линии в пределах 30—40 мест на рейс.

Блок мест продается целиком независимо от того, будет ли он полностью заполнен заказчиком или останутся свободные места. Блок-чартерные тарифы являются самыми низкими тарифами. Они определяются в зависимости от конъюнктуры пассажирского рынка и, как правило, ежегодно пересматриваются. Блок-чартерные тарифы никому не объявляются: для каждой фирмы, организующей туристические перевозки, они устанавливаются конфиденциально, конкретно в каждом случае, в зависимости от количества мест, необходимых данной фирме.

Блок-чартерный тариф, как правило, устанавливается для перевозки в обоих направлениях («туда и обратно»).

2.

Авиаперевозчики

Система мирового воздушного транспорта насчитывает около 600 авиатранспортных компаний.

По принадлежности авиакомпании классифицируются на государственные, частные и корпоративные.

Государственными являются авиакомпании бывших социалистических стран, большинство авиакомпаний развивающихся стран, а также отдельные авиакомпании развитых стран, которые были основаны государством или национализированы: *British Airways* (Великобритания), *Air France* (Франция), *KLM* (Голландия) и др. Ряд авиакомпаний являются межнациональными объединениями, которыми владеют совместно несколько государств. Например, скандинавская авиакомпания *SAS* принадлежит Швеции, Дании и Норвегии.

К *частным* авиакомпаниям относятся авиакомпании, принадлежащие одному владельцу или семье, — это незначительное число мелких авиакомпаний, а также так называемые компьютерные авиакомпании и авиа такси. Из крупных и средних частных авиакомпаний известна, например, *UTA* (Франция).

Корпоративными являются компании, владельцами которых формально выступают акционерные общества.

По характеру выполнения полетов авиакомпании подразделяются -на внутренние, международные и смешанные.

Внутренние авиакомпании выполняют полеты только внутри своих стран, международные — только в международном воздушном сообщении (чисто международные авиакомпании встречаются довольно редко), смешанные авиакомпании — как международные, так и внутренние перевозки.

По дальности и направлению полетов авиакомпании классифицируются на магистральные, региональные, местные и компьютерные.

Магистральные авиакомпании выполняют как международные, так и внутренние перевозки на расстояние 3000 км и более, например трансатлантические, трансасиатские и другие межрегиональные авиаперевозки.

Региональные авиакомпании осуществляют как международные, так и внутренние перевозки на расстояние не более 3000 км. К региональным перевозкам можно отнести внутриевропейские, внутриафриканские перевозки и т.д.

Местные авиакомпании — это, как правило, авиакомпании, выполняющие перевозки на внутренних авиалиниях протяженностью не более 1000 км.

Компьютерные, или межлинейные, авиакомпании выполняют регулярные челночные перевозки между близлежащими населенными пунктами в пределах от 100 до 500 км. На расстояние менее 100 км полеты выполняются только на вертолетах в труднодоступные районы, а также на специальных авиатакси.

По типу основных перевозок авиакомпании подразделяются на пассажирские, грузовые и смешанные.

Пассажирские авиакомпании эксплуатируют самолеты, оборудованные для перевозки пассажиров, а также перевозят грузы и почту в специальных грузовых отсеках. Кроме того, в настоящее время все больше начинают внедряться в эксплуатацию конвертируемые самолеты, которые (частично или полностью, в зависимости от потребности перевозки) могут быть быстро переоборудованы из пассажирских в грузовые, и наоборот. Поэтому большинство пассажирских авиакомпаний можно отнести к смешанному типу авиакомпаний. Грузовые авиакомпании выполняют только грузовые перевозки на специально оборудованных самолетах. Большинство авиакомпаний являются смешанными и выполняют все типы перевозок.

По виду операций авиакомпании классифицируются на регулярные и чартерные.

Регулярные авиакомпании выполняют полеты по установленному расписанию на строго определенных правительством страны или межправительственными соглашениями авиалиниях. Они могут осуществлять также дополнительные, чартерные и специальные рейсы на нерегулярной основе. Чартерные авиакомпании выполняют только нерегулярные авиафрахтовые перевозки на основе специальных контрактов между перевозчиками и заказчиками.

По величине парка самолетов и объему перевозок, а также по другим технико-экономическим показателям авиакомпании могут быть классифицированы на крупные, средние и мелкие.

3. Обслуживание авиаперевозок

Обслуживанием авиаперевозок заняты свыше 50 тысяч гражданских аэропортов.

При определении целесообразности эксплуатации той или иной международной авиалинии немаловажную роль играют сборы, которые взимаются за посадку самолетов в различных аэропортах мира.

На конференции ИКАО по аэропортовым сборам в 1956 г. был выработан генеральный принцип, в соответствии с которым сборы должны соотноситься как с аэропортовыми расходами, так и с возможностью авиакомпаний, пользующихся аэропортами, уплатить их.

В одних аэропортах преобладающим является принцип возмещения расходов на содержание аэропорта, в других — принцип экономической возможности пользователей аэропортов уплатить назначенные сборы (в основном в аэропортах, включенных в программу общего экономического развития ИКАО). Однако в тех аэропортах, где основным является принцип возмещения расходов, возможность пользователей уплатить установленные сборы обязательно принимается во внимание.

Одним из принципов, провозглашенных Конференцией 1956 г., является принцип соотношения стоимости предоставляемого оборудования и обслуживания в аэропорту с доходной емкостью самолета (т. е. дохода, который может получить самолет в результате посадки в аэропорту). Применение этого принципа на практике означает, что различные пользователи должны платить различную сумму. В настоящее время этот принцип получил самое широкое распространение, хотя во многих аэропортах еще применяется метод унифицированной платы:

При определении платы за посадку или взлет наиболее часто применяется метод весовой шкалы, согласно которому плата взимается в зависимости от веса самолета. В большинстве случаев за основу принимается максимальный взлетный, вес, указанный в свидетельстве о летной годности воздушного судна. Однако в некоторых случаях используется посадочный вес.

В основном плата возрастает при повышении уровня весовой шкалы. В некоторых случаях она снижается с увеличением веса самолетов, и в результате за посадку более тяжелых самолетов взимается меньшая плата, чем за посадку более легких самолетов.

В ряде случаев весовая шкала остается постоянной, т.е. взимается одинаковая пропорциональная плата за посадку как более тяжелых, так и более легких самолетов.

Широко применяется переменная шкала, согласно которой до определенного веса самолета плата возрастает, затем остается постоянной, а с определенного веса — падает. При переменном соотношении платы за посадку и веса самолета часто допускаются комбинации типов весовых шкал.

В некоторых случаях плата взимается в зависимости от типа самолета и класса аэропорта. В одном или двух случаях за основу принимаются тип двигателей и их мощность в лошадиных силах. Иногда также учитывается, какие двигатели установлены на самолете — поршневые или реактивные.

Очень часто устанавливается комбинированная плата, состоящая из отдельных сборов за использование различного оборудования и услуги, которыми пользуются во время взлета и посадки. Сюда включаются управление воздушным движением и связь на подходе, при приземлении, вырубивании и взлете, а также пользование погрузочно-разгрузочными приспособлениями в течение определенного времени и профилактическое наземное обслуживание самолета. Эта плата включает также пользование аэровокзалом и его оборудованием.

В некоторых аэропортах взимается плата за стоянку самолета сверх установленной нормы, особенно в ночное время. В этом случае плата за освещение включается в плату за дополнительное время стоянки. Такое положение существует в основном в тех аэропортах, которые работают только днем, и обслуживание в ночное время производится по особой договоренности.

Многие международные аэропорты взимают также плату в зависимости от расстояния, которое пролетает самолет. Например, в Великобритании плата за внутриевропейские полеты отличается от платы за межконтинентальные полеты. Подобная дифференциация применяется также к чисто внутренним, международным и межконтинентальным полетам и в других государствах, например в Австралии и Перу.

Различная плата назначается также за полеты по расписанию и вне расписания, особая плата — за посадку туристических самолетов. Для частных самолетов и самолетов аэроклубов устанавливается определенная плата на месячной и годичной основе. На этой же основе взимается плата за посадку самолетов, выполняющих, например, аэрофотосъемку, сельскохозяйственные работы и пр.

Во многих международных аэропортах применяются различные скидки в зависимости от количества посадок, т.е. при увеличении числа посадок плата уменьшается. В некоторых случаях сниженные ставки устанавливаются за посадку самолетов, вес которых превышает определенный уровень и которые совершают число посадок, превышающее установленное количество. Например, назначается плата за первые 40 тыс. фунтов веса самолета, который совершает посадку. За следующие 40 тыс. фунтов веса самолета плата снижается на 25%, за последующие 40 тыс. фунтов — на 35% и т. д. В некоторых аэропортах скидка зависит от числа полетов по расписанию, когда плата прогрессивно снижается с увеличением количества рейсов по расписанию, например в США. Эта скидка оговаривается в контракте между администрацией аэропортов и авиакомпаниями, выполняющими полеты.

Применяются и другие скидки с платы за посадку самолетов авиакомпаний, которые покупают в данном аэропорту определенное количество топлива или пользуются услугами технического обслуживания самолетов.

На Конференции ИКАО 1956 г. было отмечено, что предоставление скидок не должно противоречить ст. 15 Чикагской конвенции, согласно которой необходимо соблюдать принцип исключения всякой дискриминации при определении сборов.

4. Международное регулирование воздушных перевозок

Полеты над своей территорией осуществляются в соответствии с национальными законами и правами, полеты над чужой территорией и открытым морем — в соответствии с двусторонними и многосторонними соглашениями между заинтересованными государствами. Регулированием воздушных перевозок занимаются и различные международные организации.

К определенной форме регулирования международных перевозок на коммерческой основе можно отнести и образованные в конце 90-х гг. *международные авиасети*. Так, например, в 1997 г. была создана авиасеть *Stars Union*, связывающая 643 аэропорта в 108 странах. В этот союз входят *SAS* (Скандинавия), *Air Canada* (Канада), *Lufthansa* (Германия), *Thai Airways International* (Таиланд), *United Airlines* (США). Несколько позже была создана еще одна авиасеть — *One World*.

Основные международные конвенции, регулирующие воздушные перевозки

Конвенция об унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок (Варшавская конвенция 1929 г.). Применяется в регулярных воздушных сообщениях. Дополнения и изменения к этой конвенции были внесены следующими протоколами: Гаагским (1955 г.), Гватемальским (1971 г.), Монреальским (1975 г.).

Конвенция о международной гражданской авиации (Чикагская конвенция 1944 г.). Вступила в силу 4 апреля 1947 г., после того как ее ратифицировали 26 государств. Чикагская конвенция учредила Международную организацию гражданской авиации (ИКАО).

Конвенция об унификации некоторых правил, касающихся международных воздушных перевозок, осуществляемых лицами, не являющимися перевозчиками по договору (Гвадалахарская конвенция 1961 г.). Регламентирует перевозки на арендованных воздушных судах, а также другие случаи, когда фактический и договорный перевозчики не совпадают, и распространяет на такие перевозки принципы ограниченной ответственности, установленные Варшавской конвенцией.

Конвенция о возмещении вреда, причиненного иностранными воздушными судами третьим лицам на поверхности (Римская конвенция 1952 г.). Регулирует вопросы ответственности за вред, причиненный воздушным судном или предметами, упавшими с него, определяет пределы такой ответственности в зависимости от максимального взлетного веса воздушного судна.

Конвенция о правонарушениях и некоторых других действиях, совершенных на борту воздушного судна (Токийская конвенция 1963 г.).

Конвенция о международном признании прав на воздушные суда, наложение ареста и принудительной продажи воздушного судна во исполнение решения суда.

Другими многосторонними соглашениями в области международных воздушных сообщений являются Соглашение о транзите по международным воздушным линиям и Соглашение о международном воздушном транспорте. Оба соглашения, по которым государства на взаимной основе предоставляют друг другу права регулярных полетов гражданских самолетов через свое воздушное пространство, подписаны в Чикаго в 1944 г.

Государства, не подписавшие этих соглашений, предоставляют друг другу права на выполнение регулярных полетов на двусторонней основе.

МЕЖДУНАРОДНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ (ИКАО)

Международная организация гражданской авиации, ИКАО (International Civil Aviation Organization, ICAO) является основным международным органом, осуществляющим многостороннее регулирование мирового воздушного транспорта на межгосударственном уровне. ИКАО создана в 1947 г. после ратификации Чикагской конвенции 1944 г. «О международной гражданской авиации» и является специализированной организацией ООН в соответствии с протоколом, подписанным 1 октября 1947 г. и вступившим в силу 13 мая 1948 г. Членами ИКАО являются свыше 180 государств. Советский Союз присоединился к Чикагской конвенции в ноябре 1970 г. В сентябре 1977 г. русский язык стал официальным языком ИКАО наряду с английским, французским и испанским языками.

Штаб-квартира ИКАО находится в Монреале (Канада). Основными принципами Чикагской конвенции являются:

полный и исключительный суверенитет каждого государства на воздушное пространство, расположенное в пределах государственных границ;

обязанность применять гражданскую авиацию только в целях, способствующих созданию и сохранению дружественных взаимоотношений между государствами и народами всего мира;

установление регулярных воздушных сообщений путем заключения двусторонних или 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 территориях, 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 следующую структуру:

Ассамблея;
Совет;
специальные комитеты;
региональные бюро;
секретариат.

Ассамблея, состоящая из всех государств-членов, является высшим органом ИКАО. Собирается не реже одного раза в три года. По инициативе Совета ИКАО или по требованию государств-членов могут созываться чрезвычайные ассамблеи. Все государства имеют одинаковые права, и каждое располагает только одним голосом. Решения принимаются, как правило, простым большинством голосов.

Ассамблея определяет принципы ИКАО, избирает членов Совета из числа государств — членов ИКАО, рассматривает отчеты Совета и принимает по ним решения, утверждает бюджет организации и шкалу членских взносов государств, контролирует правильность исполнения бюджета ИКАО, утверждает постоянные и временные комиссии и комитеты. Ассамблея также определяет размеры фонда для оказания финансовой помощи странам — участницам ИКАО на строительство аэропортов, навигационных сооружений и т. д. К исключительной компетенции Ассамблеи относится также право внесения изменений и поправок в Конвенцию, которые подлежат ратификации государствами — членами ИКАО.

Ассамблея избирает исполнительный орган — Совет ИКАО в составе 33 государств сроком на три года, который является постоянно действующим органом. Его возглавляют президент, избираемый на три года, и три вице-президента. При избрании членов Совета Ассамблея руководствуется принципом равномерного представительства в нем следующих групп государств:

I группа — государства, играющие ведущую роль в воздушных перевозках;

II группа — государства, не входящие в первую группу, но вносящие значительный вклад в развитие международной воздушной навигации;

III группа — государства, не вошедшие в первые две группы, но участие которых в Совете обеспечивает представительство всех основных географических районов мира.

Основными постоянными рабочими органами Совета являются: Аэронавигационная комиссия (Air Navigation Commission), Комитет воздушного транспорта (Air Transport Committee), Финансовый комитет (Finance Committee), Юридический комитет (Legal Committee), а также Комитет по совместной поддержке аэронавигационных служб (Committee of Joint Support of Air Navigation Service), Комитет по кадрам (Personal Committee), Комитет по контролю за противоправным вмешательством в международные Воздушные перевозки (Committee on Unlawful Interference), Комитет по техническому сотрудничеству (Technical Co-operation Committee).

ИКАО имеет региональные бюро, деятельность которых направлена главным образом на оказание помощи государствам при осуществлении региональных аэронавигационных планов:

Африканское бюро для стран Западной и Южной Африки в Дакаре (Сенегал);

Европейское бюро для стран Европы в Париже (Франция);

Бюро для стран Дальнего Востока и бассейна Тихого океана в Бангкоке (Таиланд);

Бюро для стран Среднего Востока и Восточной Африки в Найроби (Кения);

Бюро для стран Северной Америки и бассейна Карибского моря в Мехико (Мексика);

Бюро для стран Южной Америки в Лиме (Перу).

Исполнительным органом ИКАО является его секретариат, который обеспечивает работу Ассамблеи, Совета и его постоянных и временных органов, сбор и обобщение информации по интересующим вопросам. Во главе секретариата стоит генеральный секретарь, который является главным исполнительным лицом ИКАО. Секретариат состоит из пяти бюро (департаментов) — аэронавигационного; авиатранспортного; юридического; технической помощи и административного.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ МЕЖПРАВИТЕЛЬСТВЕННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ ГРАЖДАНСКОЙ АВИАЦИИ

Региональные межправительственные организации гражданской авиации решают проблемы воздушного транспорта соответствующих регионов и координируют деятельность соответствующих государств, а также авиакомпаний и аэропортов в этих регионах. Координацию деятельности этих организаций осуществляет ИКАО. Основными региональными организациями являются:

Европейская конференция гражданской авиации, ЕКАК (European Civil Aviation Conference, ECAC). Создана в 1954 г. на Страсбургской конференции по инициативе Совета Европы и при активной поддержке ИКАО. Она явилась первой региональной межправительственной организацией, созданной для координации деятельности гражданской авиации в Западной Европе;

Европейская организация по безопасности авионавигации, Евроконтрол (European Organization for the Safety of Air Navigation, Eurocontrol). Создана в 1963 г. с вступлением в силу подписанной в 1960 г. Международной конвенции о сотрудничестве в обеспечении безопасности воздушной навигации. Основными целями являются: совместная деятельность в области воздушного сообщения с учетом требований обороны и при одновременном обеспечении большей свободы для пользователей воздушным пространством; разработка согласованной и скоординированной системы контроля воздушной навигации в Европе; реализация Европейской программы гармонизации и интеграции авионавигационного контроля (European Air Traffic Control Harmonisation and Integration Programme, EATC/IP) и др.;

Африканская комиссия гражданской авиации (АФКАК). Создана в 1969 г., ее членом может стать любое африканское государство — член Экономической комиссии по Африке (ЕКА) или Организации африканского единства (ОАЕ). Членами АФКАК являются 32 государства;

Латиноамериканская комиссия гражданской авиации (ЛАКАК). Является региональной группировкой государств Южной и Центральной Америки, созданной в 1973 г. Членами этой организации могут быть только государства Южной и Центральной Америки, а также Карибского бассейна. Членами ЛАКАК являются 19 государств;

Совет гражданской авиации арабских государств (КАКАС). Создан в 1967 г. для координации усилий по решению экономических проблем воздушного транспорта арабских государств в ИКАО. Членами КАКАС в настоящее время являются 20 государств.

МЕЖДУНАРОДНАЯ АССОЦИАЦИЯ ВОЗДУШНОГО ТРАНСПОРТА (ИАТА)

ИАТА — это ассоциация авиакомпаний, выполняющих регулярные коммерческие авиаперевозки. ИАТА была основана в 1945 г. в Гаване после подписания Чикагской конвенции 1944 г., учредившей ИКАО. Ассоциация является фактическим правопреемником Международной ассоциации воздушных перевозок, основанной в 1919 г. в Гааге.

Основными задачами ИАТА являются развитие безопасных регулярных и экономичных воздушных сообщений, содействие воздушной коммерции и изучение связанных с этим проблем и др.

В соответствии с назначением ИАТА действует как международное агентство, при помощи которого авиакомпании стремятся общими усилиями решать те проблемы, которые они не смогли бы решить индивидуально в таких областях, как воздушные перевозки, финансы, юридические и технические вопросы, медицина и публичная информация. Кроме того, ИАТА действует как центральный банк информации и технических знаний для авиакомпаний — членов этой организации, содержит такое предприятие, как Центр международных расчетов, руководит деятельностью различных комитетов, объединяющих экспертов авиакомпаний, представляет авиакомпании в международных организациях.

Высшим органом ИАТА является *Генеральная ассамблея*, которая созывается ежегодно. Кворум Ассамблеи составляют активные члены Ассоциации, при этом каждый из них имеет один голос. В функции Генеральной ассамблеи входят: выборы президента ИАТА и членов Исполнительного комитета; рассмотрение и утверждение отчета Исполнительного комитета и других комитетов Ассоциации; утверждение финансовых отчетов и бюджета; утверждение технических и других комиссий, назначенных Исполнительным комитетом и др.

В промежутках между ежегодными генеральными ассамблеями руководство организацией осуществляется *Исполнительным комитетом*, избираемым Генеральной ассамблеей и состоящим из 21 члена. Исполнительному комитету подчиняются пять постоянных комитетов: воздушного транспорта, финансовый, юридический, технический и медицинский. Каждый комитет образует различные подкомитеты и рабочие группы; часть подкомитетов действует постоянно, другая часть созывается по необходимости. Всеми этими органами ИАТА управляет генеральный директор, назначаемый Исполнительным комитетом и утверждаемый в должности Генеральной ассамблеей. Рабочим органом при генеральном директоре является секретариат ИАТА.

Членство в ИАТА подразделяется на две категории: активное и ассоциированное. Ассоциированное членство предоставляется регулярным внутренним авиакомпаниям. Это членство не дает права голоса на конференциях или других собраниях ИАТА. Активное членство предоставляется только тем авиакомпаниям, которые выполняют регулярные международные полеты, и тем государствам, которые являются членами ИКАО.

Тарифные конференции ИАТА. Земной шар поделен ИАТА на три тарифные зоны, внутри каждой из которых устанавливается тарифная конференция.

Конференция (тарифная зона) 1 включает континент Северной и Южной Америки и прилегающие к нему острова.

Конференция (тарифная зона) 2 охватывает всю Европу (включая Европейскую часть России), всю Африку и прилегающие к ним острова, часть Азии к западу от Ирана (включая Иран).

Конференция (тарифная зона) 3 включает всю Азию и прилегающие к ней острова, за исключением той части, которая относится к зоне 2, Австралию, Новую Зеландию и острова Тихого океана (за исключением островов, входящих в зону 1).

Конференции ИАТА занимаются проблемами, касающимися международных воздушных сообщений в соответствующих зонах, в частности анализом эксплуатационных расходов, тарифов, ставок и сборов за перевозки пассажиров и грузов, расписаниями полетов, назначением агентов и контролем за их деятельностью и др. Задачи конференций чрезвычайно сложны. Особенно это касается разработки уровня тарифов и условий их применения. Поэтому все принимаемые конференциями резолюции требуют единодушного одобрения и согласования со всеми перевозчиками данной конференции.

§ 3. Прочие виды транспорта

Международные *железнодорожные перевозки* осуществляются на основании двусторонних и многосторонних соглашений, которые заключаются соответствующими министерствами государств — участников соглашения. Основным документом, которым оформляется железнодорожная перевозка грузов, является железнодорожная накладная. Тарифы на железнодорожные перевозки регулируются соответствующими национальными органами и отличаются большим разнообразием (табл. 11.1).

Таблица 11.1

Средние доходные ставки по грузовым перевозкам на железных дорогах*

Страна	дол./10 т-км
Япония	0,595
Германия	0,572
Франция	0,496
Венгрия	0,366
Испания	0,352
Польша	0,205
США	0,164
Канада	0,154
Китай	0,043
Россия	0,036

*РЖД-Партнер. 1999. № 4. С. 9.

Крупнейшими по объемам перевозок грузов являются железные дороги Китая, США и России, по грузообороту — США, Китая и России, по перевозкам пассажиров — Японии, Индии и России, по эксплуатационной длине железных дорог — США и Россия, по протяженности электрифицированных магистралей — Россия.

В настоящее время грузооборот железных дорог несколько сокращается в пользу автомобильного транспорта, а пассажирооборот — в пользу авиатранспорта.

Регулированием международных железнодорожных перевозок и согласованием тарифов занимается Центральное бюро международного железнодорожного транспорта (Central Office of International Railway Transport) со штаб-квартирой в Берне (Швейцария). Наиболее универсальными многосторонними соглашениями о международных железнодорожных сообщениях являются Бернские конвенции о перевозке

грузов и пассажиров, первоначально заключенные в конце прошлого века. В дальнейшем они неоднократно пересматривались. В настоящее время действует единая Конвенция о международных железнодорожных перевозках в редакции 1980 г., содержащая объединенный текст Бернских конвенций.

Автомобильные перевозки обладают наибольшей эксплуатационной эластичностью по сравнению с другими видами транспорта, так как возможна доставка товара «от двери до двери».

Основным документом, которым оформляется международная автомобильная перевозка, является автомобильная накладная, составляемая в трех экземплярах (грузовладельцу, перевозчику и покупателю).

Тарифы на автомобильные перевозки аналогично железнодорожным тарифам регулируются соответствующими национальными органами и отличаются разнообразием в каждой стране. Автомобильные тарифы устанавливаются в расчете за перевозку 1 т груза в зависимости от расстояния и предусматривают определенные надбавки, скидки и штрафы с установленной суммы.

Международные автомобильные сообщения регулируются Конвенцией о договоре международной перевозки грузов автомобильным транспортом и Европейским соглашением о международных автомобильных перевозках опасных грузов, вступившими в силу соответственно в 1961 и 1968 гг.

В целях упрощения таможенных процедур в международных автомобильных сообщениях европейских стран в 1959 г. была заключена Таможенная конвенция о международной перевозке грузов с применением книжки международной дорожной перевозки. В 1975 г. была принята ее новая редакция. Участниками данной Конвенции являются практически все европейские страны. На основе этой Конвенции международные автомобильные перевозки осуществляются по системе *TIR* (Transport International Routine), в соответствии с которой транспорт с книжками международной дорожной перевозки *TIR* пересекает транзитные границы без проверки грузов. Книжки *TIR* выдают национальные объединения Международного союза дорожных перевозчиков.

Международные *речные сообщения* развиты в основном в Европе, где существует сеть рек и каналов с развитой транспортной инфраструктурой.

Международные речные сообщения по р. Дунай регулируются Братиславскими соглашениями, заключенными речными пароходствами придунайских стран. В 1955 г. было заключено Соглашение об общих условиях перевозки грузов по р. Дунай, в 1978 г. —

Международное соглашение об общих условиях перевозки контейнеров по р. Дунай, в 1979 г. — Соглашение о международных грузовых тарифах.

В результате бомбардировок НАТО в Югославии в 1999 г. транспортное сообщение по р. Дунай практически прекратилось.

Некоторые товары попадают в международный торговый оборот с помощью иных средств доставки, например нефть и газ — посредством *трубопроводного транспорта* (но не только), электроэнергия — посредством *электросетей*, информационные товары и услуги — посредством *телекоммуникации и электронных средств связи*. Процесс торговли, в том числе и розничной, многими товарами осуществляется через Internet. В этом случае доставка товаров, имеющих материально-вещественную форму производится традиционными способами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Афанасьев В. Г. Международный воздушный транспорт: экономика, политика, внешнеэкономические связи. — М.: Междунар. отношения, 1992.
2. Могилевкин И. М. Морское судоходство в мировой экономике и международных отношениях. — М.: Наука, 1992.
3. Оберг Р.Р., Фафурин Н.А. Коммерческая практика заграничного плавания. — М.: Транспорт, 1973.
4. Петров А.А. Международное торговое мореплавание. — Владивосток: Изд-во Дальневосточного ун-та, 1991.
5. Петров А.А. Торговое мореплавание и международные механизмы его регулирования. — М., 1992.
6. Рылов С.И., Мимха А.А., Березов П.Н. Внешнеторговые операции морского транспорта. — М.: Транспорт, 1994.
7. Шреплер Х.-А. Международные организации: Справочник. — М.: Междунар. отношения, 1995.
8. РЖД-Партнер. 1999. № 4.

ГЛАВА 12

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ

Туризм занимает значительное место в международных отношениях. Около 500 млн. человек ежегодно посещают зарубежные страны в туристических целях. Международный туризм является не только популярным видом отдыха, но и активно развивающейся сферой мировой экономики.

Однако информация о развитии международного туризма не является абсолютно точной, поскольку достаточно сложно измерить туристические потоки. Из-за отсутствия единого способа их учета значительно осложняется сопоставление статистических данных между странами.

Кроме того, понятие «туризм» имеет несколько расплывчатый характер. Во-первых, туризмом считается временное перемещение людей из мест, где они обычно проживают и работают, в другие места. Под «временным перемещением» условно понимается период до одного года. Во-вторых, согласно международной статистике к иностранным туристам относятся лица, посещающие другую страну (как минимум с одним ночлегом) с любой целью, кроме профессиональной деятельности, оплачиваемой в этой стране.

В настоящее время туризм классифицируется:

по целям: маршрутно-познавательный; спортивно-оздоровительный; самостоятельный, в том числе с активными способами передвижения; деловой и конгресс-туризм; курортный, лечебный; горнолыжный; фестиваль; охотничий; экологический; шоп-туризм; религиозный; учебный и др.;

по степени мобильности: передвижной; стационарный; 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 (полусезон); несезон;

по географии: межконтинентальный; международный (межрегиональный); региональный; местный; приграничный;

по способу передвижения: пешеходный; с использованием традиционных транспортных средств; с использованием экзотических видов транспорта (канатная дорога, фуникулер, дирижабль, воздушный шар, дельтаплан).

Международный туризм оказывает влияние на развитие как отдельных стран, так и мировой экономики в целом. По мере расширения международной торговли и иных форм международных экономических отношений, повышения уровня культуры и образования международный туризм также будет развиваться.

§ 1. Развитие международного туризма

Международный туризм приобрел, начиная с 60-70-х гг., всемирный характер. В результате образовался мировой рынок, в котором участвуют все без исключения страны.

В среднем около 65% всех международных туристических поездок приходится на Европу, около 20% — на Америку и около 15% — на остальные регионы. Подробную статистическую информацию о развитии международного туризма можно найти в статистическом сборнике *Yearbook of Tourism Statistics*, издаваемом Всемирной туристской организацией (ВТО).

Основными факторами, влияющими на развитие выездного туризма в высокоразвитых странах, являются экономические и социальные, прежде всего рост личных доходов граждан (потенциальных туристов) выше пределов, достаточных для удовлетворения необходимых потребностей.

К субъективным причинам относится деятельность государственных органов, регулирующих порядок въезда-выезда из страны и пребывания на ее территории иностранных граждан и др.

Развитие иностранного туризма в странах, преимущественно принимающих туристов, обусловлено стремлением увеличить приток иностранной валюты и создать новые рабочие места. Многие страны посредством международного туризма пытаются решить проблемы платежного баланса.

По данным Всемирного совета по туризму, за 1993 г. на туризм приходилось 10,1% всемирного ВВП и 10,5% рабочих мест.

Согласно данным ВТО, в мире насчитывается 15 стран, специализирующихся на туристических услугах, в которых поступления от туризма превышают доходы от экспорта нередко во много раз. К ним относятся небольшие островные государства в зоне влажных субтропиков и тропиков — Барбадос, Сейшельские острова и др. У 45 стран поступления превышают 1/4 часть от объема экспорта. Это в основном развивающиеся государства со слаборазвитой экономикой. Исключение составляют Австрия, Испания, Португалия и др.

Под поступлениями от международного туризма понимается плата за товары и услуги, произведенная иностранными туристами во время их пребывания в стране, за исключением выгоды от дополнительной занятости и оплаты международного транспорта.

Международные туристические расходы включают оплату продуктов и услуг, произведенных и оказанных жителями данной страны за границей, за исключением выгоды от дополнительной занятости и расходов на билеты.

Соотношение между доходами и расходами от международного туризма в странах и регионах различается. Наибольшее положительное сальдо имеют Испания, Франция, Австрия и Италия, а наибольшее отрицательное сальдо — Япония и Германия.

Обычно считается, что помимо затрат на проезд в страну и обратно иностранные туристы затрачивают на питание около 40% своих расходов, на проживание — 30%, на проезд внутри страны — 8%, прочие расходы — 22%.

В результате расходов, осуществляемых иностранными туристами в стране пребывания, во-первых, увеличиваются доходы фирм, занятых в туристическом бизнесе (*прямой эффект*); во-вторых, повышается спрос со стороны туристического сектора экономики на товары и услуги поставщиков, что способствует повышению спроса на товары и услуги своих поставщиков и, следовательно, росту доходов во всех секторах экономики (*косвенный эффект*); в-третьих, увеличиваются личные доходы населения, прямо или косвенно связанного с туристическим бизнесом, что вызывает рост потребительского спроса (*вынужденный эффект*). Косвенный и вынужденный эффект называются *вторичным эффектом*.

Хотя первое место по важности иностранного туризма для национальных хозяйств отводится поступлениям валюты, наряду с получением прибыли возможна и значительная утечка валюты. Развивающиеся страны вынуждены импортировать значительное количество продуктов и товаров для туристов, а также необходимое оборудование для индустрии туризма. По подсчетам Мирового банка, на импорт товаров для туристов приходится 15—55% поступлений в зависимости от степени развития экономики и ориентированности туристической индустрии на местные ресурсы. Также существует импорт, обусловленный воздействием «демонстрационного эффекта». Туристы, приезжая из промышленно развитых стран, демонстрируют товары лучшего качества и расширенного ассортимента, что является «живой» рекламой и способствует импорту иностранных потребительских товаров.

Велико значение туризма и для рынка рабочей силы. По данным американских специалистов, индустрия туризма (включая внутренний) является крупнейшей по числу занятых рабочих мест в большинстве стран, обеспечивая работой свыше 100 млн. человек. Она относится к числу наиболее трудоемких отраслей. Например, в Северной Америке на нее приходится 5% от ВВП и 8% всех работающих, в Западной Европе — 7 и 11% соответственно.

§ 2. Организация международного туристического бизнеса

Туристические услуги составляют значительную часть потребляемых населением услуг и имеют специфический социально-оздоровительный характер, т.е. отдых, возможность развития личности, познания исторических и культурных ценностей, занятия спортом, участия в культурно-массовых мероприятиях и др. Таким образом, туризм сочетает в себе экономический, социальный, гуманитарный, воспитательный и эстетический факторы.

Туристы являются потребителями основных, дополнительных и сопутствующих услуг.

Основные туристические услуги регламентируются договором на туристское обслуживание и путевкой. К таким услугам, как правило, относятся: размещение; питание; транспортные услуги, включая трансферт; экскурсионные услуги.

Дополнительные услуги имеют весьма широкий спектр и занимают при развитой инфраструктуре туризма до 50% от общего объема дохода. К ним относятся: дополнительные экскурсии, не вошедшие в перечень основных услуг; физкультурно-оздоровительные услуги; медицинские услуги; культурно-зрелищные и игровые мероприятия и др.

К сопутствующим услугам относятся: обеспечение сувенирами, туристской символикой; торговое, валютно-кредитное, информационное, конгрессное и прочее обслуживание; услуги специальных видов связи, предоставление индивидуальных сейфов и др.

Между дополнительными и сопутствующими услугами не существует четкой границы. В высокоразрядных отелях число дополнительных и сопутствующих услуг достигает 500.

В результате развития торговли туристическими услугами возникла индустрия туризма, основу которой составляют фирмы, организующие туристические поездки и продажу путевок и туров, предоставляющие услуги по размещению и питанию туристов, их передвижению по стране, а также органы управления, информации, рекламы, предприятия по производству и продаже товаров туристского спроса.

Международный туризм как вид экономической деятельности имеет следующие особенности:

· в отличие от внешней торговли основан не на обмене товарами и услугами, а туристами, т.е. живыми людьми;

· туристические услуги не мобильны, они не могут следовать за покупателем и не подлежат хранению;

· в предложениях отсутствует гибкость.

Туризм зависит от политической и экономической ситуации, а также от моды и рекламы, которые, воздействуя на потребности и, интересы людей, их настроение, определяют спрос. В то же время предложение строго определено, поскольку число мест в гостиницах или на предприятиях питания относительно стабильно. В результате возникает несоответствие между спросом и предложением. Страна, принимающая туристов, обычно не имеет эффективных методов воздействия на спрос;

· обладает сезонным характером;

· относится к числу наиболее капиталоемких и трудоемких отраслей. Туризм является крупным землепользователем, весьма требовательным к качеству природных и иных ресурсов;

· предложение услуг, т.е. число стран, преимущественно принимающих туристов, значительно превышает спрос на туристические поездки, т.е. число стран — поставщиков туристов. Иными словами, рынок международного туризма является рынком покупателя. Фирмы, оказывающие туристические услуги, можно объединить в две группы: продавцы услуг (оказывающие услуги) и посредники.

Продавцы услуг обеспечивают их основной объем (гостиницы, рестораны, круизные линии и другие рекреационные предприятия).

Основными посредниками являются регулярные и чартерные авиалинии, операторы туров, турагентства и фирмы.

В систему индустрии туризма входят специализированные предприятия, организации и учреждения*.

* Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. — М.: Нопидж. 1996. С. 33.

Предприятия, предоставляющие услуги по размещению:

гостиницы, мотели, кемпинги, родтели;

пансионаты, частные квартиры и дома;

туристские базы, дома отдыха, приюты;

другие средства размещения.

Предприятия питания:

рестораны, столовые;

кафе, бары;

фабрики-кухни и др.

Фирмы, занимающиеся транспортным обслуживанием:

автопредприятия;

авиационные предприятия;

железнодорожные ведомства;

предприятия морского и речного транспорта и др.

Туристские фирмы по разработке и реализации туристского продукта:

туристские бюро;

экскурсионные бюро;

туристские агентства;

бюро реализации путевок.

Рекламно-информационные туристские учреждения:

рекламные агентства;

рекламные бюро;

информационные агентства.

Производственные туристские предприятия:

фабрики по производству туристской и гостиничной мебели;

предприятия по производству туристского снаряжения;

фабрики туристских сувениров и др.

Предприятия торговли:

магазины по реализации туристского снаряжения;

магазины по реализации туристских сувениров;

пункты проката.

Предприятия сферы досуга в туризме:

киноконцертные залы;

клубы по интересам;
залы игровых автоматов и др.

Учреждения самодеятельного туризма:

туристские клубы;
альпинистские клубы;
туристские велосипедные клубы;
клубы водного самодеятельного туризма и др.

Органы управления туризмом:

комитеты и департаменты туризма;
общественные туристские организации и объединения.

Учебные туристские заведения:

высшие и средние специальные учебные туристские заведения;
институты повышения квалификации и переподготовки;
учебные курсовые комбинаты.

Научные и проектные учреждения:

научно-исследовательские туристские институты и лаборатории;
институты по проектированию туристских предприятий;
исследовательские туристские полигоны.

Обслуживание туристов производят различные туристские предприятия:

государственные (федеральные, республиканские и местные) организации и фирмы;
частные фирмы и компании (в том числе семейные, кооперативные, акционерные, индивидуальные и т. д.);

фирмы со смешанным капиталом;
предприятия общественных объединений и организаций;
международные или совместные фирмы и др.

Все эти предприятия в разной степени вовлечены в процесс организации предоставления туристических услуг.

Туроператор — туристская организация, занимающаяся комплектацией туров.

Турагент — физическое или юридическое лицо, выступающее посредником по продаже сформированных туроператором туров.

Бюро путешествий — фирма, занимающаяся организацией туров и транстуров.

Бюро экскурсий — фирма, организующая и проводящая экскурсии.

Бюро путешествий и экскурсий — организация (фирма), занимающаяся организацией туров, транстуров и экскурсий.

Бюро реализации туристско-экскурсионных путевок — фирма, производящая реализацию туристских и экскурсионных путевок.

Туристское агентство — посредническая организация, занимающаяся продажей туристских и экскурсионных путевок, а также предоставлением других посреднических услуг по организации туристско-экскурсионной деятельности (информационных, рекламных, маркетинговых и др.).

Деятельность этих предприятий сегментирована по видам услуг (прием, отправка, экскурсии, информация, реклама, производство туристских товаров).

Ряд крупных туристских фирм совмещает эти виды деятельности, которые выполняются ее структурными подразделениями.

Формирование маршрутов, туров, экскурсионных программ, предоставление основных, дополнительных и сопутствующих услуг составляют технологию туристского обслуживания.

Маршрут — это заранее спланированная трасса передвижения туриста в течение определенного времени с целью предоставления ему предусмотренных программой услуг.

Тур — это индивидуальная или групповая поездка по определенному туристскому маршруту в конкретно определенный срок.

Тур является товарной формой туристского продукта, реализуемого в виде путевки или ваучера.

Если в состав тура входит трансферт, то такой тур называют *транстуром*.

Туристская путевка — это 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.

Взаимоотношения туриста с обслуживающей его фирмой оформляются также договором на туристическое обслуживание. Он является основным документом для предъявления претензии к фирме и удовлетворения ее в судебном порядке.

Туристские маршруты классифицируются по различным признакам:

типы: тематические, походные и т.д.;

сезонность действия: круглогодичные, сезонные, горные;

построение трассы: линейные (с посещением одного или нескольких пунктов, находящихся на трассе), радиальные (с посещением одного пункта на маршруте), кольцевые (с совпадением точек начала и конца маршрута и посещением нескольких пунктов на маршруте);

продолжительность: многодневные (14—30 дней), в течение нескольких дней (1—3 дня), в течение нескольких часов (экскурсии);

вид транспорта; собственный транспорт туристской фирмы, арендованный (зафрахтованный) у других организаций, личный транспорт туристов;

способ передвижения: автобусные, теплоходные (морские, речные), авиационные, железнодорожные, комбинированные;

содержание: отдых на природе, на морском побережье, в горах и др.

После процедуры разработки и утверждения маршрута приступают к формированию тура.

Различают два основных вида тура:

пэкидж-тур, т.е. комплексная туристическая услуга, включающая размещение, питание, экскурсионное обслуживание, транспортные, бытовые, спортивно-оздоровительные, физкультурные, медицинские и прочие услуги;

инклюзив-тур, т.е. отдельные туристические услуги: питание, размещение, экскурсионное обслуживание, транспорт (по выбору).

На практике большей популярностью пользуется инклюзивный тур, когда турист заказывает минимально достаточный набор основных услуг, покупая дополнительные услуги по необходимости.

Для того чтобы сформированный на основании маршрута и конкретного спроса тур стал товарным продуктом должен быть выполнен ряд этапов: формирование тура; экспериментальное внедрение; реклама и презентация тура; продажа тура.

Далее сформированный товарный продукт в виде туристской путевки реализуется через турагентов, бюро по реализации или самостоятельно через бюро путешествий и экскурсий, которое является посредником между туристом и предприятиями, оказывающими ему услуги (гостиницы, предприятия питания, экскурсионные службы, музеи, спортивно-оздоровительные комплексы и т.д.).

Одним из важнейших видов услуг в технологии туристской деятельности является *размещение туристов*. Как уже указывалось ранее, к таким средствам относятся: гостиница, мотель, кемпинг, туристская база, пансионат, туристское общежитие, родтель, ботель, флотель и др. Средства размещения туристов по международным рекомендациям подразделяются на четыре группы:

гостиницы и аналогичные предприятия;

коммерческие и социальные предприятия размещения;

специализированные средства размещения;

частные туристские средства размещения.

Типовая классификация средств размещения рекомендована ВТО. Она не является единой во всех странах, как и классификация гостиниц.

Туристская гостиница — это особый тип гостиницы, предназначенный для предоставления туристам комплекса услуг, связанных с путешествием, которые не предусмотрены в обычной (коммунальной) гостинице.

Во всех туристских гостиницах предусмотрены четыре основные группы услуг: размещение; питание; досуг; бытовое обслуживание.

По статистике ВТО, почти половина гостиничного фонда в мире (49,1%) размещена в Европе. Гостиничный фонд России составляет 3% от европейского.

Планировка номеров зависит от категории гостиницы и обычно включает:

номера типа «апартаменты»;

номера типа «люкс»;

одноместные номера;

двух- и трехместные номера;

семейные номера и др.

Классификация гостиниц — это определение соответствия конкретной гостиницы и номеров критериям или стандартам обслуживания. Принятая в каждой стране классификация содержит категорию разрядности, которая является качественным параметром стандарта. Разрядность гостиницы влияет на ее престиж, формирование клиентуры, стоимость гостиничных услуг и др.

Классификация гостиниц регламентируется на международном и национальном уровнях, а также в рамках гостиничных цепей, ассоциаций, союзов. В настоящее время существует более 30 различных классификаций. Наиболее распространенными считаются:

- система звезд (от одной до пяти) — на основе французской национальной классификации;
- система букв (А-В-С-Д);
- система «корон», или «ключей»;
- система баллов;
- система разрядов и др.

Введению единой классификации гостиниц в мире препятствуют установившиеся национальные традиции, культурно-исторические различия государств, критерии качества и др. Попытки ВТО, Комитета гостиничной и ресторанной индустрии ЕС, Международной гостиничной ассоциации внедрить единую классификацию гостиниц не привели к положительному результату. Была также предпринята попытка унифицировать пиктограммы гостиничного и ресторанного сервиса, однако и этого сделать не удалось, за исключением общепринятых в Европе.

В бывшем СССР и в России до 1994 г. классификация гостиниц осуществлялась по разрядам. Все гостиницы подразделялись на семь разрядов: «Люкс», «Высший А», «Высший Б», 1, 2, 3, 4-я категории. Мотели подразделялись на пять разрядов: «Высший А», «Высший Б», 1, 2, 3-й разряды.

С 1994 г. рекомендовано внедрять французскую систему классификации — по звездам (от одной до пяти для гостиниц, от одной до четырех для мотелей).

Каждой категории (звезде) должен соответствовать определенный стандартный перечень требований к зданиям, сооружениям, номерам гостиниц, инфраструктуре, системе жизнеобеспечения, уровню комфорта, основным, дополнительным и сопутствующим услугам, квалификации персонала и др.

Категория гостиницы (мотеля) — это классификационная система, характеризующаяся определенным комплексом требований: материально-техническое обеспечение; номенклатура и качество предоставляемых услуг; уровень обслуживания.

Выполнение данных требований регламентируется процедурой аттестации с последующим присвоением определенной категории. В нормативных документах по классификации гостиниц (мотелей) содержатся только минимальные требования для отнесения к какой-либо категории.

Международная корпорация «Лидирующие отели мира» изучает работу всех отелей мира и ежегодно составляет их рейтинг, который публикуется в Ежегодном справочнике, где также содержатся описание лучших отелей, фотографии внешнего вида зданий, реквизиты отеля, расстояние от аэропорта, количество номеров (одноместных, двухместных, люксов, апартаментов) и их примерные цены,

В каталоге 1995 г. среди 270 отелей лучшими признаны в США—48, в Италии — 27, в Швейцарии — 22, во Франции — 16, в Германии — 15, в Великобритании — 13, в Испании — 10, в Японии — 8, в Индии — 8, в Китае — 7, в Мексике — 6, в Австралии — 6, в Австрии — 5, в Таиланде — 5, в Гонконге — 5, в Канаде — 4, в Португалии и Кении — по 4, в Бразилии — 4, на Кипре, в Израиле, Греции, Нидерландах, Ирландии, Марокко, Филиппинах — по 2, в Швеции, Норвегии, Дании, Бельгии, Монако, Люксембурге, Саудовской Аравии, Пакистане, Тайване — по 1*.

* Известия. 1996. 31 янв.

Характерной чертой развития мирового гостиничного хозяйства является формирование международных и национальных гостиничных цепей, значительная часть которых создана мощными МНК. В сферу гостиничного бизнеса оказались вовлечены торговые фирмы, строительные компании, крупнейшие международные воздушные перевозчики. При этом отмечается дальнейшее усиление вертикальной интеграции. Из 20 крупнейших гостиничных цепей 12 зарегистрировано в США.

Большинство стран, которым туристы отдают предпочтение, имеют одну-две национальные гостиничные цепи, но в некоторых из них образовались целые гостиничные «империи», включающие средства перевозки туристов, питание, развлечения, торговлю и т.п. Такие «империи» характерны, например, для США и Испании. В группе развивающихся стран крупные национальные гостиничные цепи образованы в Индии, в Бразилии, на Кипре, в Кении и др.

Одной из основных услуг в технологии обслуживания туристов является *питание*. Туристическая индустрия питания включает: рестораны, кафе, бары (гриль-бары, пивные бары, фитобары, коктейль-бары и др.), столовые, фабрики-кухни, фабрики заготовочные, буфеты, продовольственные магазины и т. п.

Эти предприятия находятся как в собственности туристских фирм, так и на правах аренды. Большинство из них являются частью туристско-гостиничного блока (гостиницы), реже они работают в автономном (самостоятельном) режиме.

По форме обслуживания предприятия подразделяются на обслуживание с помощью официантов и самообслуживание.

По режиму питания туристов данные предприятия предоставляют услуги в виде полного пансиона, полупансиона, специального питания, питания для детей и др. В ряде гостиниц в номерах предусматриваются кухни, мини-бары, а услуги питания могут быть реализованы как в номере, так и на предприятии питания.

Данные услуги подразделяются на комплексное питание, питание по выбору, питание по предварительному заказу, в том числе обслуживание торжественных приемов, банкетов и др.

Кроме того, предприятия питания специализируются на национальных блюдах.

Предприятия классифицируются также по числу посадочных мест, режиму работы (круглосуточный, с ограничением по времени).

В зависимости от степени технической оснащенности, качества и объема предоставляемых услуг, места расположения, цены, архитектурно-художественного оформления помещений, ассортимента, степени автоматизации и других показателей предприятия туристической индустрии питания подразделяются на категории.

Категория — отличительный признак предприятия питания, характеризующий уровень качества обслуживания. Категории обозначаются символом Н (звезда): высшая категория — 5 звезд, низшая — одна звезда. Предприятия, не прошедшие сертификацию по установленным требованиям, сохраняют старую классификацию: высшая, первая и вторая категории.

Схема обеспечения питанием туристов зависит от вида тура, категории туристов, соотношения мест размещения к посадочным местам питания и многих других факторов. Питание туристов производится в соответствии с условиями, оговоренными в путевке, ваучере, договоре.

Как правило, завтрак туристам предоставляется по схеме «шведский стол» с самообслуживанием и выбором блюд по своему усмотрению из предоставленного ассортимента. В гостиницах более высоких категорий завтрак бывает заказным в кафе, буфете, ресторане или с подачей в номер. В номерах, оснащенных кухнями и мини-барами, завтрак готовится самостоятельно.

При схеме питания «полупансион» туристу предоставляется или совмещенный обед-ужин, или ужин в установленное время. При схеме «полный пансион» обеспечивается трех- или четырехразовое питание.

Естественно, что схема питания спортивных, охотничьих, альпинистских и других самостоятельных туров с активными способами передвижения основана на самостоятельном приготовлении пищи из специальных полуфабрикатов и концентратов.

Особые требования к питанию предъявляются для так называемых гастрономических туров, где должна присутствовать определенная национальная кухня с известными изысканными (в ряде случаев экзотическими) блюдами и напитками.

В перечень дополнительных и сопутствующих услуг входят: варьете, оркестр, музыкальное сопровождение без оркестра, телевизор (по желанию клиентов), танцевальная площадка, возможность вызова такси или автомобиля напрокат, покупки сувениров.

Транспортное обслуживание туристов — это одна из составных частей индустрии туризма. В то же время транспортные путешествия рассматриваются как самостоятельный вид туризма.

Транспортные путешествия — это путешествия организованных групп туристов при наличии путевок (ваучеров) по разработанным маршрутам с использованием различных транспортных средств. Они классифицируются по следующим основным признакам:

- способ передвижения на маршруте;
- вид используемого транспорта;
- построение трассы маршрута;
- продолжительность путешествия;
- сезонность и др.

Туристическое транспортное путешествие, как правило, реализуется несколькими видами транспорта: железнодорожный + автобусный (легковой автомобиль), авиационный + автобусный и т. д.

Наиболее мобильными видами транспорта являются автобус и легковой автомобиль, которые используются как на самостоятельном маршруте, так и в виде трансфертного транспорта по доставке туристов из аэропорта (вокзала) в гостиницу и обратно.

§ 3. Всемирная туристская организация (ВТО)

Всемирная туристская организация (*World Tourism Organization, WTO*) была основана в 1975 г. в качестве преемника Международного союза официальных туристских организаций.

Генеральная Ассамблея ООН с согласия ЭКОСОС признала за ВТО статус межправительственной организации.

Местонахождение — Мадрид (Испания).

Основными целями ВТО являются:

поддержка туризма как средства экономического развития и международного взаимопонимания для обеспечения мира, благосостояния, уважения и соблюдения прав человека независимо от расы, пола, языка или религии;

соблюдение интересов развивающихся стран в области туризма.

Все члены ВТО подразделены на три группы:

действительные члены (суверенные государства);

ассоциированные члены;

присоединившиеся члены.

Ассоциированными членами ВТО могут быть любые государственные территории или группы территорий, не несущие самостоятельной ответственности за свою 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 (например, авиакомпании, гостиницы, банки, исследовательские институты, издательские группы и др.).

ВТО имеет следующую структуру:

Генеральная ассамблея;

Исполнительный совет;

секретариат.

Генеральная ассамблея, состоящая из представителей действительных членов, является высшим органом ВТО. Очередные сессии собираются раз в два года, при особых обстоятельствах могут быть созваны и внеочередные сессии. Ассамблея может обсуждать любой вопрос, находящийся в сфере деятельности ВТО.

Государства — члены ВТО распределены по шести региональным комиссиям:

Африка,

Америка,

Восточная Азия и Тихий океан,

Европа,

Ближний и Средний Восток,

Южная Азия.

Исполнительный совет избирается Генеральной ассамблеей с соблюдением равноправного географического представительства таким образом, что на пять действительных членов приходится один член Совета. Испания входит в Совет как страна местонахождения ВТО. Кроме того, в Совет входят по одному представителю от ассоциированных и присоединившихся членов без права решающего голоса.

Исполнительный совет собирается не реже двух раз в год. Совместно с генеральным секретарем он принимает все необходимые меры по осуществлению решений и рекомендаций Ассамблеи и докладывает ей о ходе их выполнения. В своей деятельности он опирается на ряд комитетов.

Во главе *секретариата* стоит генеральный секретарь, избираемый Генеральной ассамблеей по рекомендации Исполнительного совета сроком на четыре года с возможностью повторного избрания. Он является законным представителем ВТО и опирается в своей работе на поддержку заместителя и координатора по общим вопросам. Генеральный секретарь ответственен перед Ассамблеей и Советом, выполняет указания обоих органов, представляет Совету доклады о деятельности ВТО, а также проекты программы и бюджета. Генеральный секретарь назначает региональных представителей, которым поручено поддерживать отношения с ассоциированными и присоединившимися членами.

ВТО приняла ряд деклараций по вопросам туризма, среди которых:

Манильская декларация о туризме и мире (1980);
Документ Акапулько (1982);
Хартия по туризму и Кодекс поведения туриста (София, 1985);
Гаагская декларация по туризму (1989).

Генеральная ассамблея каждые два года принимает программу деятельности ВТО.

ВТО издает следующие сборники: *Yearbook of Tourism Statistics*, *Directory of Tourism Education and Training Institutions*, *Tourism Carrying Capacity* и др., а также предлагает информационные банки данных.

Литература

1. Власова И.Б., Зорин И.В., Ильина Е.Н. Основы туристской деятельности. — М.: Российский международный институт туризма, 1996.
2. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. — М.: Нолидж, 1996.
3. Дмитриевский Ю.Д. Страноведение и география международного туризма. — СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 1997.
4. Квартальнов В.А. Туризм, экскурсии, обмены: Современная практика. — М.: Наука, 1993.
5. Туристская декларация: Всемирная конференция министров по туризму (4 ноября 1994 г.)//Турифо. № 16. 1994.
6. Туристские услуги//Спрос. № 3. 1996.
7. Уваров В.Д., Борисов К. Г. Международные туристские организации. - М.: Междунар. отношения, 1990.
8. Ходорков Л.ф. Мировое гостиничное хозяйство. — М.: ВКШ по иностранному туризму, 1991.
9. Чеботарь Ю.М. Туристический бизнес. — М.: Мир деловой книги, 1997.
10. Шреплер Х.-А. Международные организации. — М.: Междунар. отношения, 1995.
11. Statistical Yearbook, 1990/91. — New York, 1993.
12. Известия. 1996. 31 янв.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ	3
Глава 1. ТЕОРИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ	3
§ 1. Классические теории международной торговли	4
1. Теория абсолютных преимуществ	4
2. Теория сравнительных преимуществ	5
§ 2. Теория Хекшера-Олина	11
1. Динамическая модель	11
2. Теорема Рыбчинского	13
3. Парадокс Леонтьева	13
§ 3. Неотехнологические теории	14
§ 4. Теория конкурентных преимуществ Майкла Портера	15
1. Стратегия конкурентного преимущества	15
2. Особенности международной конкуренции	18
3. Детерминанты конкурентного преимущества	18
Литература	23
Глава 2. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ И МИРОВОЕ ХОЗЯЙСТВО	23
§ 1. Международное разделение труда	23
1. Открытая экономика	25
2. Экономическая безопасность	27
3. Конкурентоспособность	28
§ 2. Структура мирового хозяйства	30
1. Развитые страны	31
2. Развивающиеся страны	34
3. Географическая структура международной торговли	36
Литература	37
Глава 3. МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ И МИРОВЫЕ ТОВАРНЫЕ РЫНКИ	38
§ 1. Товарная структура мирового рынка	38
§ 2. Мировые цены	44
§ 3. Товарные биржи	46
1. Биржевые товары	51

2.	Организация биржевой торговли	52
3.	Биржевые операции	53
§ 4.	Аукционы	58
§ 5.	Торговля промышленными товарами	60
1.	Поставки Комплектного оборудования	62
2.	Торги	63
	Литература	65
Глава 4.	РЫНКИ СЫРЬЕВЫХ ТОВАРОВ И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ	66
§ 1.	Рынки продовольствия	66
§ 2.	Рынки сельскохозяйственного сырья	72
§ 3.	Рынки руд и металлов	75
§ 4.	Рынки топлива	81
	Литература	86
Глава 5.	ВНЕШНЯЯ И МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА	86
§ 1.	Внешнеторговая политика	86
1.	Цели и основные направления	86
2.	Таможенные тарифы	88
3.	Нетарифные барьеры	92
§ 2.	Международная торговая политика	96
1.	Зоны свободной торговли и таможенные союзы	96
2.	Торгово-экономическое сотрудничество в Америке	97
3.	Торгово-экономическое сотрудничество в Азии, Африке и Тихоокеанском бассейне	103
4.	Всемирная торговая организация	105
5.	Совет таможенного сотрудничества	108
	Литература	109
Глава 6.	ТОРГОВЫЕ ОТНОШЕНИЯ В ЕВРОПЕ	109
§ 1.	Бенилюкс	110
§ 2.	Европейский Союз (ЕС)	113
1.	Структура и развитие	113
2.	Внешнеторговое регулирование	117
3.	Внешняя торговля стран ЕС	124
§ 3.	Европейская ассоциация свободной торговли (ЕАСТ)	126
§ 4.	Европейское экономическое пространство(ЕЭП)	127
§ 5.	Центральноевропейское соглашение о свободной торговле (ЦЕФТА)	128
	Литература	129
Глава 7.	ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ РОССИИ	129
§ 1.	Структура внешней торговли	130
§ 2.	Внешнеторговое регулирование	133
1.	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД)	134
2.	Таможенные режимы	136
3.	Таможенный тариф	143
4.	Таможенное оформление	147
5.	Экспортный контроль	149
	Литература	151
Глава 8.	Организация внешнеторговых операций	151
§ 1.	Виды внешнеторговых операций	152
§ 2.	Методы торговли	155
§ 3.	Выход на внешний рынок	156
§ 4.	Контракты	157
§ 5.	Базисные условия поставок	162
§ 6.	Цены в международной торговле	167
§ 7.	Расчеты в международной торговле	170
	Литература	178
Глава 9.	МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ УСЛУГАМИ	178
§ 1.	Аренда машин и оборудования	181
§ 2.	Информационные услуги	183
§ 3.	Реклама	184
1.	Участники рекламного процесса	185
2.	Организация международных рекламных кампаний	187
3.	Международное регулирование рекламной деятельности	190
§ 4.	Страхование	190
1.	Морское страхование	192
2.	Страхование рисков	195

Литература	197
Глава 10. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ОБМЕН	197
§ 1. Лицензионная торговля	200
1. Объекты лицензий	201
2. Состояние лицензионной торговли	203
3. Организация лицензионной торговли	204
4. Международное регулирование	209
§ 2. Прочие формы технологического обмена	213
Литература	218
Глава 11. ТРАНСПОРТНЫЕ УСЛУГИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ	218
§ 1. Морской транспорт	219
1. Морские перевозки	219
2. Регулирование международных морских перевозок	222
§ 2. Воздушный транспорт	224
1. Международные авиаперевозки	224
2. Авиаперевозчики	230
3. Обслуживание авиаперевозок	231
4. Международное регулирование воздушных перевозок	232
§ 3. Прочие виды транспорта	236
Литература	237
Глава 12. МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ	237
§ 1. Развитие международного туризма	238
§ 2. Организация международного туристического бизнеса	239
§ 3. Всемирная туристская организация (ВТО)	245
Литература	246

Фомичев Виктор Иульевич
МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ

Учебник

Редактор *В. Ю. Елгазина*
Корректор *М.В. Литвинова*
Художественное оформление *Е.А. Доний*
Компьютерная верстка *Л.Д. Афанасьевой*

ЛР № 070824 от 21.01.93

Подписано в печать 24.11.99. Формат 60х90/16.

Усл. печ. л. 28,0. Печать офсетная.

Доп. тираж 6000 экз.

Цена договорная. Заказ № 5510.

Издательский Дом «ИНФРА-М»
127214 Москва, Дмитровское шоссе, 107
Тел.: (095) 485-74-00; 485-70-63. Факс: (095) 485-53-18.
Робофакс (095) 485-54-44;
E-mail: books@in fra-m.ru
<http://www.infra-m>

Отпечатано с готовых диапозитивов
в ГИПП «Нижполиграф».
603006, Нижний Новгород, ул. Варварская, 32.