

ОРГАНИЗАЦИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ ОПЕРАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Трухачева Снежана Николаевна

студент, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, РФ,
Белгород

Аннотация. В статье рассматриваются основные этапы организации внешнеэкономической деятельности на предприятии. Охарактеризовано функциональное содержание каждого из этапов, уделено внимание формам и методам международной торговли.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность предприятия, конъюнктура внешнего рынка, экспорт, импорт, таможенный режим.

Организация внешнеэкономических операций на предприятии включает в себя следующие этапы:

1. Изучение конъюнктуры внешнего рынка экспортером и импортом по интересующему их виду товара.
 2. Выбор форм и методов работы на рынке.
 3. Планирование внешнеторговой операции.
 4. Проведение рекламной компании.
 5. Подготовка и заключение внешнеторгового контракта.
 6. Исполнение контрактных обязательств и контроль за исполнением.
1. Исследование рынка экспортерами проводится в целях выявления спроса на отдельные виды товаров на мировом рынке или на рынках отдельных географических регионов и стран, в том числе:
 - определения существующего и перспективного спроса на определенные виды товаров;
 - выявление требований к характеристикам товаров для ориентации производства на потребности рынка;
 - оценки конкурентоспособности товаров на отдельных рынках;
 - определения коммерческих условий сбыта, включая уровень цен и перспективы его изменения, кредитную политику конкурентов и формы расчета;
 - выбора наиболее эффективных форм и средств рекламы;
 - определения возможных форм и методов коммерческой работы на рынке.

Эту работу может выполнять сам экспортер или маркетинговая компания по его поручению.

Исследования рынка импортерами проводятся с целью:

- выявления современных требований к товарам, закупка которых планируется;
- определения возможных поставщиков с точки зрения качества товаров, технич.еского уровня производства и их финансового положения;
- определения уровня цен и прогноза его изменения;
- выбора наиб.олее целесообразных форм и методов зак.упок.

2. Выбор форм и методов работы на рынке экспортерами производится с учетом:
 - торгово-политических условий работы;
 - таможенного режима страны-импортера и нетарифных барьеров (за прет импорта, лимитирование, лицензирование, сертификация и т.п.);
 - способов сбыта, применяемых в импортирующей стране конкурентами, оптимальных сроков поставок, условий платежей.

На основе этих данных принимаются решения о вмешательстве временных компаний, создании смешанных компаний и совместных предприятий и формировании товарных запасов за границей. Разрабатывается структура сети продаж, определяется возможность использования лизинга как способа реализации имущества.

Большинство товаров можно экспортировать или импортировать посредством различных форм и методов международной торговли.

Например, сырье и продукты питания можно закупать:

- через биржи и аукционы;
- на основе международных товарных соглашений по долгосрочным контрактам;
- на основе компенсационных соглашений;
- по разовым краткосрочным контрактам (продовольствие).

Дорогостоящее оборудование можно приобрести в лизинг или взаимные договоренности. Торговля инженерными услугами и ноу-хау имеет свои особенности. Поэтому необходимо изучить международную практику торговли по плановым экспортно-импортным сделкам.

Планирование внешнеэкономической операции – это разработка взаимосвязанных по времени и содержанию организационных и коммерческих мероприятий на основе исследования рынка, основными из которых являются.

- изучение спроса потенциальных покупателей на товары, направленные перспективным покупателям инициативных предложений, проведение переговоров и подписание контрактов.
- выбор методов распространения товаров, каналов распределения и товародвижения; реклама товара и стимулирование сбыта;
- организация системы сбыта, включая создание сбытовых филиалов и дочерних фирм, заключение соглашений с посредниками, участие в ярмарках и выставках, использование бирж и аукционов;

3. Планирование внешнеэкономической импортной операции также включает в себя ряд сопутствующих операций:

- рассылка запросов поставщикам, агентам, брокерам, организация международных торгов;
- разработка технических требований на закупаемые товары;
- согласование требований и условий закупок товаров с потребителями, если внешнеэкономическая организация является посредником;
- проведение переговоров или торгов и заключение контрактов;
- выполнение контрактных обязательств и контроль за выполнением.

4. Проведение рекламной кампании предполагает выполнение ряда мероприятий, состав и содержание которых определяются на первом этапе внешнеэкономической деятельности - исследовании рынка.

Для экспортеров машин и оборудования, помимо рекламы, необходимо работать над технической информацией и доводить эту информацию до потенциальных потребителей и инженеринговых компаний соответствующего профиля.

В ходе маркетинговых исследований и проведения рекламной кампании важно учитывать взаимоотношения контрагентов. Таким образом, традиционные контрагенты, с которыми осуществляется регулярный обмен товарами, должны своевременно информироваться о

повышении технич.еского уровня произв.одства, разработке но.вых продуктов. Это пом.ожет удержать та.ких контрагентов пе.ред лицом агрес.сивной рекламы конку.рентов. В случае, ко.гда экспортеры зн.ают контрагентов, но ра.нее не заключали с ни.ми деловых дого.воров, следует испол.зовать таргетированную рек.ламу. При этом приво.дится информация об об.щем профиле произв.одства, его технич.еском уро.вне, научно-исследов.ательской базе, выс.оком качестве прод.укции, финансовой устойч.ивости, опыте раб.оты с крупными потреб.ителями и отзывах эт.их потребителей.

5. Разра.ботка и заключение междуна.родного договора дол.жны осуществляться на осн.ове междуна.родного пр.ава и практики междуна.родной торговли.

В завис.имости от степени «осведом.ленности» контрагента ему мо.жет быть адрес.овано «твердое» или «инициа.тивное» предложение (офе.рта – offer).

Прин.ятие предложения в устано.вленный срок. За.тем импортер подпи.сывает контракт на осн.ове предыдущего конт.ракта и текущего предл.ожения, а также отпра.вляет его экспортеру. В эт.их случаях но.вый договор мо.жет быть закл.ючен в дополнение к преды.дущему договору.

Если контрагенты не прих.одят к соглашению в теч.ение периода обязыв.ающего предложения, то согла.шение об условиях пере.ходит в фазу перег.оворов, но тогда эксп.ортер больше не свя.зан обязывающим обяза.тельством продать то.вар после предло.женного, в случае е.сли покупатели традиц.ионные, экспортер мо.жет направить им фиксир.ованное предложение, в кот.ором указываются: наимен.ование и количество тов.ара; срок пост.авки; цена прод.укта; срок дейс.твия постоянной офе.рты; условия сде.лки.

Если импо.ртер соглашается на предл.ожение, он отпра.вляет экспо.ртеру телексное подтве.рждение условий и мо.жет одновременно ве.сти переговоры с дру.гими покупателями.

Анало.гичную тактику испол.зуют со своими контра.гентами и импортерами, напр.авляя им твердые зап.росы с указанием минима.льного перечня усл.овий.

Контрагент, направ.ляющий оферту, в междуна.родной практике назыв.ается оферентом.

При отсут.ствии традиционных свя.зей между контра.гентами инициативная сто.рона направ.ляет заинтере.сованной стороне прост.ые (бесплатные) предл.ожения, которые назыв.аются инициативными предло.жениями.

В состав иници.ативных предложений экспо.ртеров обычно вклю.чаются следующие рекв.изиты:

- точное опред.еление предлагаемого к про.даже товара и его колич.ество;
- количество тов.ара, предлагаемого к про.даже;
- минима.льный ср.ок поставки тов.ара и максима.льное его колич.ество, которое мо.жет быть поста.влено в этот миним.альный срок;
- бази.сные условия пост.авки, условия и пор.ядок платежей;
- це.на (если то.вар одного ви.да) или прейскуронт (е.сли в ассортимента) – «пр.айс лист» (sticker price), ски.дки в зависимости от объ.ема заказа;
- ср.ок действия предл.ожения, а также рекл.амные и информац.онные мате.риалы, характеризующие и са.мих экспортеров, и их прод.укцию, списки покуп.ателей, которые испол.зуют предлагаемые тов.ары.

В междуна.родной прак.тике, как правило, в проц.ессе обработки пере.писки предложений и зап.росов не уда.ется реш.ить весь комп.лекс технич.еских и коммер.ческих вопросов, и заинтере.сованные стороны устана.вливают время и ме.сто проведения перег.оворов.

Деловые перег.оворы являют.ся распрост.раненным этапом соглас.ования условий конт.ракта. Спорные воп.росы по коммерч.еским усло.виям сделки е

Техни.ческие требования к тов.ару определяются пу.тем переговоров. Эт.от метод осн.ован на взаимном изуч.ении объектив.ных аспек.тов и на этой осн.ове находит взаимопр.иемлемые

компромиссные решения.

Переговоры ведутся на уровне контрактных менеджеров или назначенных ими представителей.

В результате переговоров стороны составляют проект совместного договора, печатают два оригинала и инициализируют (визуют) каждую страницу подписями уполномоченных представителей обеих сторон.

Каждый экземпляр оригинала договора подписывается обоими контрагентами. Количество подписей с каждой стороны определяется правовым статусом контрагента.

- б. Соблюдение договорных обязательств является важнейшим этапом внешнеторговой операции, от которого зависит эффективность сделки. Схему исполнения экспортных контрактов условно можно представить в следующем порядке:
- заключение договоров с поставщиками экспортных товаров на основе общих положений условий поставок товаров для экспорта;
 - контроль за изготовлением экспортных товаров;
 - уведомление импортеров об отгрузке товара поставщикам для своевременного фрахтования транспортных средств, открытия аккредитивов, предоставления гарантий платежей;
 - оплата счетов поставщиков экспортных товаров;
 - страхование транспортных средств;
 - оформление товаросопроводительных и платежных документов;
 - уведомление импортеров о поставке товаров;
 - получение платежей импортеров;
 - рассмотрение и удовлетворение претензий импортеров.

В сложных экспортных сделках, таких как поставка судов, машин и оборудования нестандартной конструкции, планирование контрактов включает дополнительные мероприятия, такие как поэтапный контроль проектирования и изготовления экспортной продукции; уведомление иностранных покупателей о наличии продукции на инкассо, если это предусмотрено договором.

Договоры комплексной поставки оборудования могут предусматривать направление специалистов для выполнения монтажных и пусконаладочных работ и обслуживания оборудования в течение гарантийного срока; заключение договоров на перевозку товаров по территории страны-импортера, а также договоров с национальными автопроизводителями, если это входит в обязанности экспортеров по договорам.

Применение импортных операций включает этапы работы по выплате авансов импортерам, если это предусмотрено договором, и осуществление платежей по его условиям; организация разгрузочно-транспортных работ, предъявление претензий импортеру в связи с ненадлежащим исполнением последним договорных обязательств.

Список литературы:

1. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник для вузов. – М.: Международные отношения, 2021.
2. Дэниеле Дж. Радеба Ли. Бизнес в Международном формате: внешняя среда и деловые операции. / Пер. с англ. – М.: Дело, 2017.
3. Дюмулен И.И. Внешнеэкономическая и внешнеторговая деятельность: учебник. – М.: ВАВТ, 2018.
4. Гречков В., Ростовский Ю. Внешнеэкономическая деятельность предприятий: учебник. – 2-е изд. – М.: Экономист, 20018.

5. Кочергина Т. Внешнеэкономическая деятельность: учебник. – М.: Феникс, 2018.
6. Родыгина Н.Ю. Внешнеэкономическая деятельность: учебник. – М.: Высшее образование, 2019.
7. Фоминский И.П. Международные экономические отношения в современном мире: учебник. – М.: Экономист, 2017.