



**Образовательный
проект**

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ ЭКСПОРТЕРОВ

ВВЕДЕНИЕ В ЭКСПОРТ

**ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ
ЭКСПОРТНОГО ПРОЕКТА**

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА
ЭКСПОРТНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ**



**РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР**

ЭКСАР

РОСЭКСИМБАНК

----->	1.	Введение в экспорт. Преимущества экспорта	3
		Определение экспорта	4
----->	2.	Выбор рынка и поиск покупателя. Проведение исследования	7
	2.1	Маркетинговые исследования: виды, преимущества и недостатки	8
	2.2	Маркетинговое исследование для начинающих экспортеров	9
	2.3	Источники информации для проведения предварительного анализа (кабинетного исследования) стран и потенциальных рынков	13
	2.4	Поиск иностранного покупателя	22
	2.4.1	Способы поиска покупателя	22
	2.4.2	Определение вида покупателя	22
	2.4.3	Необходимость проверки покупателя и способы проверки	23
----->	3.	Подготовка продукта к требованиям рынка и покупателя	25
	3.1	Документы на вывоз товаров из РФ и ввоз в иностранное государство	26
	3.1.1	Документы на вывоз товара из РФ с территории Таможенного союза (ЕАЭС)	26
	3.1.2	Документы, необходимые при ввозе в страну экспорта	28
	3.2	Правовая охрана интеллектуальной собственности на внешних рынках	29
	3.2.1	Виды объектов ИС	30
	3.2.2	Способы международной правовой охраны	31
----->	4.	Переговоры с покупателем и заключение международного контракта	33
	4.1	Международные переговоры: этапы подготовки	34
	4.2	Подписание международного контракта: подготовка и заключение	36
	4.3	Перечень существенных условий внешнеторгового контракта	38
----->	5.	Производство	41
	5.1	Оценка кадрового ресурса	42
	5.2	Оценка производственных мощностей	43
	5.3	Оценка достаточности сырья, материалов, полуфабрикатов	44
	5.4	Оценка финансовых ресурсов, которые понадобятся в производстве	44
----->	6.	Подготовка продукта к экспорту (таможня) и доставка (логистика)	47
	6.1	Таможня: система процедур и законодательные требования	48
	6.2	Логистика	51
----->	7.	Оплата: платежи и риски	53
	7.1	Валютные платежи	54
	7.2	Экспортные риски	59
----->	8.	Государственная поддержка экспортно ориентированных предприятий	65
	8.1	Ключевые организации	66
	8.2	Этапы экспортного проекта. Господдержка на каждом из этапов	68
	8.3	Государственная финансовая поддержка субъектов МСП	76
	8.4	Государственная поддержка при прохождении таможенных процедур	83
	8.5	Государственная поддержка в логистике и при оплате контракта	84
----->	9.	Дополнительная информация	92
		Перечень торговых представительств РФ в иностранных государствах	93
		Перечень региональных центров координации поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства	94
		Глоссарий	96
		Список литературы	102

СОКРАЩЕНИЯ И ОБОЗНАЧЕНИЯ

ФТС России	Федеральная таможенная служба РФ
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ВЭИ	Внешнеэкономическая информация
ВЭД	Внешнеэкономическая деятельность
ЕГРЮЛ	Единый государственный реестр юридических лиц
ТПП РФ	Торгово-промышленная палата РФ
ФСТЭК	Федеральная служба по техническому и экспортному контролю
ИСО	Международная организация по стандартизации
МЭК	Международная электротехническая комиссия
МСЭ	Международный союз электросвязи
ГК РФ	Гражданский кодекс РФ
ВОИС	Всемирная организация интеллектуальной собственности
ИС	Интеллектуальная собственность
МСП	Малое и среднее предпринимательство
ЦПЭ	Центр координации поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства
РЭЦ	АО «Российский экспортный центр»
ЭКСПА	АО «Экспортное страховое агентство России»
РОСЭКСИМБАНК	Государственный специализированный российский экспортно-импортный банк
Школа экспорта	АНО ДПО "Школа экспорта Российского экспортного центра"
ФОИВ	Федеральный орган исполнительной власти
ЕврАзЭС	Евразийское экономическое сообщество (страны-участники: Белоруссия, Казахстан, Киргизия, Россия, Таджикистан, Узбекистан)



ВВЕДЕНИЕ В ЭКСПОРТ. ПРЕИМУЩЕСТВА ЭКСПОРТА

1

ВВЕДЕНИЕ В ЭКСПОРТ. ПРЕИМУЩЕСТВА ЭКСПОРТА

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭКСПОРТА

Цель данного пособия, подготовленного Российским экспортным центром, — в текущих экономических условиях помочь малым и средним предприятиям начать экспортную деятельность в соответствии с требованиями российского и зарубежного законодательства. Пособие расскажет об основных этапах экспортной деятельности, об инструментах первичного анализа внешних рынков, поиска и оценки потенциальных покупателей, ознакомит со спецификой подготовки компании и товара к экспорту и организации валютных платежей, а также с рисками экспортной деятельности и их минимизацией и инструментами государственной поддержки экспорта.

-----> **Экспорт** (от лат. *exporto* — вывожу; англ. *export*) — вывоз за границу товаров, проданных иностранному покупателю или предназначенных для продажи на иностранном рынке. Российское законодательство определяет экспорт как «вывоз товара, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе исключительных прав на них, с таможенной территории Российской Федерации за границу без обязательства об обратном ввозе». Базовые элементы экспорта (товар, рынок, покупатель) схожи с элементами продаж на внутреннем рынке. Но при экспорте товар предназначен для продажи на зарубежном рынке иностранному покупателю и доставляется через границу Российской Федерации. Если

компания активно продает свой товар на территории России, знает, как определить внутренний рынок и покупателя, как обеспечить своему товару конкурентные преимущества, организовать производство и хранение, вовремя доставить товар покупателю, то она уже владеет базовыми навыками предпринимательства, необходимыми для начала экспортной деятельности.

Пять основных преимуществ экспорта:

- эффективный инструмент развития предприятия;
- увеличение объема продаж за счет новых рынков;
- уменьшение себестоимости единицы продукции;
- регулирование сезонных колебаний на внутреннем рынке;
- увеличение прибыли и валютных ресурсов предприятия.

Дополнительные стимулы начала экспорта в текущей экономической ситуации:

- временная нестабильность экономической ситуации на внутреннем рынке;
- нестабильность российского рубля как национальной валюты.

Экспортную деятельность предприятия можно охарактеризовать как последовательность экспортных проектов, поэтому рассмотрим специфику экспорта, разделив его условно на семь этапов экспортного проекта. На каждом этапе можно оценить возможности конкретной компании, а также узнать, на какую поддержку со стороны государства можно рассчитывать.

Жизненный цикл экспортного проекта состоит из семи основных этапов:





МАТЕРИАЛ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Актуальность для вашего предприятия —
оцените преимущества для начала/развития экспортной деятельности:

1. Эффективный инструмент развития предприятия

2. Увеличение объема продаж за счет новых рынков

3. Уменьшение себестоимости единицы продукции

4. Регулирование сезонных колебаний на внутреннем рынке

5. Увеличение прибыли и валютных ресурсов предприятия

Какие дополнительные стимулы для экспорта существуют в текущей ситуации:

6. Временная нестабильность экономической ситуации на внутреннем рынке

7. Нестабильность российского рубля как национальной валюты



**ВЫБОР РЫНКА
И ПОИСК
ПОКУПАТЕЛЯ.**

**ПРОВЕДЕНИЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ**

2 ВЫБОР РЫНКА И ПОИСК ПОКУПАТЕЛЯ. ПРОВЕДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

2.1 МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ВИДЫ, ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Цель маркетингового исследования при экспорте — определить наиболее привлекательный иностранный рынок и найти потенциального иностранного покупателя. Маркетинговые исследования не всегда могут дать ответы на все интересующие вопросы, и полученная информация может содержать неточности. В то же время маркетинговое исследование является наиболее действенным инструментом, позволяющим принять решение о выходе на тот или иной иностранный рынок и снизить риски до приемлемого уровня.

Основные виды маркетинговых исследований — *полевое* и *кабинетное*.

Полевое исследование (field research) — это сбор первичной информации о рынке и потребителях: о текущих условиях продаж конкретного товара на иностранном рынке и его перспективах, о конкурентах (ассортимент, цены, маркетинговая политика), о реакции покупателей на предлагаемые товары или услуги, а также об их отношении к производителям и предпочтениях. Полевое исследование реализуется в реальных рыночных условиях путем наблюдений, обследований, опросов групп респондентов, экспериментов, проводимых специально для решения конкретной маркетинговой задачи.

Кабинетное исследование (desk research) — сбор вторичной информации о рынке из доступных открытых источников: экономических изданий, статистических справочников, отчетов предприятий и т.д. Оно позволяет получить информацию об иностранном рынке: установить его емкость, определить основные тенденции и перспективы развития, провести конкурентный и ценовой анализ, выявить основные каналы сбыта и продвижения продукции.

	Преимущества	Недостатки
Полевое	<ul style="list-style-type: none">• Позволяет получить точную информацию• Привлекаются профессиональные специалисты	<ul style="list-style-type: none">• Требуется много времени• Более дорогостоящее
Кабинетное	<ul style="list-style-type: none">• Может быть бесплатным• Много источников информации• Возможность провести собственными силами	<ul style="list-style-type: none">• Не дает полную картину о состоянии рынка• Иногда требует уточнения полученной информации из-за ее многообразия

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ДЛЯ НАЧИНАЮЩИХ ЭКСПОРТЕРОВ

2.2

При выборе одной или нескольких стран начинающему экспортеру следует самостоятельно провести кабинетное исследование. Целесообразно начать кабинетное исследование по следующим направлениям:

- A.** Географическое расположение региона /
расположение компании-экспортера по отношению к другим странам
- B.** Заинтересованность отдельных стран в экономическом
сотрудничестве с Россией в целом и с конкретным регионом страны
- B.** Изучение потенциального рынка

А. Географическое расположение вашего региона

При выборе страны для экспорта по географическому принципу важно ответить на следующие вопросы:

- какие страны расположены к моему региону ближе всего;
- какие у моего региона есть ограничения, уникальные преимущества, транспортные и прочие возможности для экспорта;
- какими специфическими особенностями обладает мой товар для транспортировки?

Предприятия из приграничных регионов, как правило, имеют устойчивые торговые связи с компаниями из близлежащих стран. Например, Новосибирская, Курганская, Омская области и ряд других регионов граничат с Казахстаном. Амурская область, Хабаровский и Приморский края граничат с Китаем, что обеспечивает компаниям из этих регионов большой товарооборот с китайскими компаниями.

Ряд регионов, таких как г. Санкт-Петербург, обладает уникальным преимуществом расположения крупных транспортных портов, поэтому в них также активно ведется внешнеэкономическая деятельность. В то же время большинство регионов России не граничит с другими странами, как, например, Свердловская область или Красноярский край. Для таких регионов при подготовке экспортного проекта важно наиболее тщательно рассмотреть вопросы логистики (включая упаковку, транспортировку товара), взаимодействия с торговыми и транспортными посредниками, временные и финансовые затраты, необходимые для доставки товара покупателю.

Географическое расположение региона определяет особенности доставки товара до покупателя. Чем дальше расположен покупатель, тем дороже будет доставка. Если товар не требует физической поставки, как, например, программное обеспечение, то расстояние между экспортером и его покупателем значения не имеет. Это верно и в отношении услуг. Например, через интернет возможны удаленное проведение консультаций, проведение маркетинговых исследований, разработка фирменного стиля компании. Выбор рынка по географическому принципу (наибольшей и наименьшей удаленности) зависит в том числе от типа товара. Например, скоропортящийся товар требует быстрой доставки в максимально короткие сроки, хрупкий товар требует специфических условий доставки до покупателя и т.п.

Б. Заинтересованность отдельных стран в экономическом сотрудничестве с Россией в целом либо с конкретным регионом в частности

Важно учитывать заинтересованность отдельных стран в экономических связях с регионом и с Российской Федерацией. Традиционно хорошие отношения складываются между компаниями России и стран Евразийского экономического сообщества. Сейчас активно развиваются отношения с Бразилией, Вьетнамом, Китаем, Индонезией и Индией. Среди европейских стран следует выделить Сербию, Германию, Болгарию, Австрию. Для первой экспортной поставки целесообразно рассматривать именно эти страны. По ним много информации, и в этих странах нет существенных барьеров для входа на рынок. Со многими странами установлен режим наибольшего благоприятствования: отсутствуют ограничительные меры таможенно-тарифного регулирования, нет высоких пошлин, не требуются дополнительные сертификаты на товар.

В. Изучение рынка

Изучение потенциального рынка включает в себя оценку емкости рынка, изучение конкурентов, исследование ценового предложения на определенном рынке, изучение национальных и культурных особенностей рассматриваемого рынка.

Емкость рынка — это объем товаров или услуг, которые предлагаются и приобретаются на рынке той или иной страны. Важно учитывать уровень потенциального спроса на ваш товар на рассматриваемом рынке. Существует христоматийный пример: одна крупная обувная компания отправила в Африку своего продавца. Через неделю он в телеграмме начальству написал: «Забирайте меня отсюда. Нет никаких перспектив. Здесь все ходят босиком!» Через некоторое время компания решила предпринять еще одну попытку. Послали второго продавца. «Это большая удача! — с восторгом написал он. — Высылайте все, что есть, рынок практически не ограничен! Здесь все ходят босиком!» Этот пример хорошо иллюстрирует различие в подходах к оценке емкости рынка и принятию решения на основе этой оценки.

Исследование конкурентов помогает получить необходимые данные для обеспечения преимущества своего товара на зарубежном рынке, а также найти таких конкурентов, с которыми можно наладить сотрудничество. Оценивать конкурентоспособность своего товара можно через анализ продукции конкурентов, получая сведения о запросах потребителя и преимуществах товара. По результатам исследования экспортер может разработать собственный ассортимент в соответствии с требованиями покупателей либо модифицировать имеющийся, улучшить упаковку и маркировку.

Для определения доли конкурентов на рынке конкретной страны необходимо исследовать рынок какого-либо товара. Чтобы облегчить поиск товара, можно справочно определить **код товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности** (код ТН ВЭД), в англоязычных странах — база национальных классификаторов **HS code** (международная гармонизированная система кодирования товаров).

Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД) — классификатор товаров, создан для применения таможен и участниками ВЭД: каждому товару или группе товаров присваивается свой уникальный код и назначается таможенная пошлина. Классификатор применяется для обеспечения однозначной идентификации товаров, взимания таможенных пошлин и для упрощения автоматизированной обработки таможенных деклараций. На сайте ФТС России (ved.customs.ru) указана информация о классификационных решениях, принятых таможенными органами по кодам ТН ВЭД.

Исследование **цены товара** направлено на определение уровня и соотношения цен на зарубежном рынке. Как правило, цену можно узнать по запросам, открытым прайс-листам компании или по уровню цен, предлагаемых в интернет-магазинах. Уровень цен проверяют на информационных ресурсах международных торговых площадок, где обычно представлены перечни продукции крупных производителей с ценами.

При исследовании покупателей нужно уделить внимание **языковым, культурным и религиозным различиям**. Языковые различия могут оказать влияние на продвижение товара (например, подготовка описаний на упаковке, технических характеристик и паспортов изделий). В различных культурах цвета, числа и даже животные имеют различное восприятие. Например, белый цвет является символом скорби или смерти на Востоке, но в Европе и России воспринимается как символ счастья и чистоты. А изображение совы — символ мудрости в США и вестник несчастья в Индии. Известно, что в Японии иероглиф числа 4 созвучен со словом «смерть». Религия как элемент культуры оказывает влияние на экономическую сферу: фатализм может уменьшить стремление к переменам, а материальные богатства могут считаться препятствием духовному обогащению.

Окончательный выбор зарубежного рынка осуществляется после тщательного анализа всех перечисленных выше факторов, а также условий, которые могут быть значимыми для экспортного проекта конкретного экспортера.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРЕДВАРИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА (КАБИНЕТНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ) СТРАН И ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ РЫНКОВ

2.3



Кабинетное исследование каждый предприниматель может провести самостоятельно, не покидая рабочего кабинета. При проведении кабинетного исследования иностранного рынка необходимо знать, как эффективно работать с источниками информации и какие источники информации изучать. Существует алгоритм организации эффективной работы с источниками информации:

- сформулировать цель исследования;
- составить план: какую именно информацию и в каких источниках требуется найти (зависит от рынка или его сегмента, специфики товара или услуги);
- оценить актуальность полученной информации: оценка необходима, т. к. кабинетные исследования зарубежных рынков часто проводятся на основе неполных или неточных данных из открытого доступа, вследствие чего возникает риск получения некорректных результатов.

Общее правило оценки актуальности информации: статистическая и аналитическая информация актуальна не более 3 лет, нормативно-правовые акты — не более года.

Необходимо проанализировать полученные данные: приоритет отдается информации органов государственной власти и международных организаций. Если используются другие источники, то собранные сведения можно усреднить (в случае, если показатели из различных источников отличаются).

Источники информации по ВЭД бывают открытые и закрытые, русскоязычные и англоязычные, бесплатные и платные. Открытые бесплатные источники на русском языке, которыми любой начинающий экспортер может воспользоваться при проведении кабинетного исследования следующие:

www.ved.gov.ru

Единый портал внешнеэкономической информации Министерства экономического развития Российской Федерации — наиболее полный официальный государственный источник информации для экспортеров содержит:

- информацию о госрегулировании ВЭД;
- формы господдержки экспортно ориентированных компаний;
- аналитику по странам;
- путеводители для бизнеса по странам;
- обзоры экономики стран пребывания торговых представительств РФ в иностранных государствах;
- информацию о международных тендерах;
- информацию о коммерческих запросах;
- информацию об основных международных выставках.

www.customs.ru

Сайт Федеральной таможенной службы Российской Федерации содержит:

- статистическую информацию по внешней торговле;
- перечень таможенных органов, их контакты;
- реестры таможенных брокеров и перевозчиков;
- статистику об экспорте в натуральном и стоимостном выражении по товарным позициям ТН ВЭД ЕАЭС и другим странам.

www.gks.ru

Единый интернет-портал Федеральной службы государственной статистики содержит:

- статистику внешней торговли;
- центральную базу статистических данных (ЦБСД);
- единую межведомственную информационно-статистическую систему (ЕМИСС).

www.tpprf.ru

Сайт Торгово-промышленной палаты Российской Федерации содержит:

- информацию о коммерческих запросах;
- аналитику по внешнеэкономической деятельности;
- информацию по странам;
- реестр надежных партнеров.

www.russian.doingbusiness.org

Сайт проекта «Ведение бизнеса» содержит:

- объективную оценку нормативных правовых актов, регулирующих предпринимательскую деятельность, и обеспечение их соблюдения в 189 странах;
- анализ всесторонних количественных данных для сопоставления условий регулирования предпринимательской деятельности между странами в динамике.

www.arbitr.ru

Сайт арбитражных судов Российской Федерации содержит данные о финансовом состоянии компаний.

Выставки и выставочные операторы:

www.uefexpo.ru

Сайт Российского союза выставок и ярмарок (РСВИ) содержит информацию:

- о ближайших выставках;
- о членстве в РСВИ.

www.messe-russia.ru

Сайт дочерней структуры немецкой выставочной компании Deutsche Messe AG содержит:

- информацию о выставках в России и СНГ;
- информацию о выставках в Германии.

www.exponet.ru

Профессиональный интернет-портал выставочной индустрии. Также содержит перечень основных международных выставок, проходящих в России и за рубежом.

Платные источники, содержащие информацию о компаниях и их финансовых показателях:

www.spark-interfax.ru

СПАРК-ИНТЕРФАКС

www.integrum.ru

Интегрум

www.skrin.ru

Скрин

www.marketing.rbc.ru

РБК-Маркетинг (публикует результаты собственных исследований)

www.sites.google.com/a/iccwbo.ru/incoterms/

Правила ИНКОТЕРМС (International commercial terms)

www.dnb.com

Сайт поставщика аналитики о компаниях Dun & Branstreet

Англоязычные источники информации по внешнеэкономической деятельности:

www.intracen.org

Сайт международного торгового центра (International Trade Center, ITC). Наиболее полный источник по международной торговле. Здесь содержатся:

- информация о мерах тарифного и нетарифного регулирования;
- физические и стоимостные объемы торговли между странами.

data.worldbank.org/indicator?tab=all

WorldBank

www.wto.org

Всемирная торговая организация (The World Trade Organization (WTO))

comtrade.un.org

UN Comtrade

www.nationmaster.com

Информация о странах NationMaster

Сайты торговых онлайн-площадок:

en.jd.com

JD.Com (интернет-продажи B2B и B2C)

www.ebay.com

EBAY (интернет-продажи B2C и C2C)

about.tmall.com

TMALL (интернет-продажи B2B и B2C)

www.amazon.com

AMAZON (интернет-продажи B2C и C2C)

Ресурсы, содержащие статистическую и аналитическую информацию по внешней торговле:

www.tradingeconomics.com

Trading economics — в этой базе данных содержится информация по:

- финансовым рынкам;
- налогообложению;
- государственным бюджетам;
- ВВП;
- рабочей силе;
- ценообразованию;
- участию в международной торговле;
- ведению бизнеса;
- потребительскому поведению.

www.wto.org/english/tratop_e/region_e/region_e.htm

База данных международных преференциальных соглашений (Global Preferential Trade Agreement Database)

www.berneunion.org/berne-union-prague-club/prague-club-members/

Сайт Бернского союза страховщиков, в состав которого входят представители 39 международных кредитно-страховых агентств

lpi.worldbank.org/international/global

Сайт The World Bank Group. Здесь содержится информация об индексе эффективности логистики. В расчет принимаются следующие взвешенные значения показателей:

- таможенная чистка (скорость, простота, предсказуемость таможенных формальностей);
- качество торговой и транспортной инфраструктуры (порты, железные дороги, автодороги, информационные технологии, торговые розничные цепи);
- простота организации и ценовая доступность поставок;
- компетенция транспортных операторов и таможенных брокеров;
- возможность проведения мониторинга доставки груза и быстрота поставок.

www.suppliers.com

www.exportbureau.com

www.suppliers.com

www.hellotrade.com

Международные базы данных компаний и их коммерческих предложений

www.oecd.org/std/tradhome.htm

Организация по экономическому сотрудничеству и развитию — Organization of Economic Cooperation and Development (OECD). На сайте доступна база данных по 29 странам — членам OECD.

Большинство российских интернет-источников имеют иностранный аналог:

Маркетинговые исследования рынков и стран

Российский источник	Иностранный источник
www.ved.gov.ru Министерство экономического развития Российской Федерации www.russian.doingbusiness.org «Ведение бизнеса» www.marketing.rbc.ru РБК-Маркетинг	www.intracen.org www.nationmaster.com Международный торговый центр (International Trade Center, ITC)

Финансовая информация о компаниях

Российский источник	Иностранный источник
www.arbitr.ru Федеральные арбитражные суды Российской Федерации www.spark-interfax.ru СПАРК-ИНТЕРФАКС www.integrum.ru Интегрум www.skrin.ru Скрин	www.dnb.com Dun & Branstreet

Статистика внешней торговли

Российский источник	Иностранный источник
www.customs.ru Федеральная таможенная служба Российской Федерации www.gks.ru Росстат www.globus-ved.ru Глобус ВЭД www.tks.ru Информационный портал по таможенной тематике	www.intracen.org Международный торговый центр (International Trade Center, ITC)

Сведения о мерах таможенно-тарифного регулирования

Российский источник	Иностранный источник
www.ved.gov.ru Единый портал внешнеэкономической информации Минэкономразвития России	

Онлайн-каталоги компаний

Российский источник информации	Иностранный источник
Сайты отраслевых выставок, проходящих в России	www.suppliers.com www.manufacturers.com www.exportbureau.com www.hellotrade.com

Институты финансовой и нефинансовой поддержки экспортеров

Российский источник	Иностранный источник
www.exportcenter.ru Российский экспортный центр (РЭЦ) www.exiar.ru Российское агентство по страхованию экспортных кредитов и инвестиций (ЭКСПАР) www.eximbank.ru Государственный специализированный Российский экспортно-импортный банк (Росэксимбанк) Центры поддержки экспорта в регионах (см. в разделе «Государственная поддержка экспортно ориентированных предприятий») Торговые представительства Российской Федерации в иностранных государствах (см. в разделе «Государственная поддержка экспортно ориентированных предприятий»)	www.berneunion.org/ berne-union-prague-club/ prague-club-members Бернский союз страховщиков, в который входят представители 39 международных кредитно-страховых агентств

Международные организации и объединения предпринимателей

Российский источник информации	Иностранный источник
www.tpprf.ru Торгово-промышленная палата Российской Федерации www.eaeunion.org Евразийский экономический союз www.iccwbo.ru Международная торговая палата в России	www.wto.org Всемирная торговая организация www.imf.org Международный валютный фонд www.worldbank.org Всемирный банк www.jetro.go.jp/en Японская ассоциация Джетро www.amcham.ru Американская торговая палата



МАТЕРИАЛ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Критерий

Наличие общей границы

Удаленность от границы (потребность в транспортировке)

Страна входит в Таможенный союз

Страна входит в другие объединения вместе с РФ

Наличие возможности доставить в страну товар тем же видом транспорта, что и при транспортировке по РФ

Возможность онлайн-поставки (виртуальной)

Товар может потерять свои потребительские свойства во время транспортировки

Товар требует особых условий транспортировки (специальная упаковка)

Существует языковой барьер при общении с компаниями из этой страны поставки

Имеются существенные культурные различия

Имеется собственный опыт работы с покупателями выбранной страны

Известно о фактах успешного сотрудничества с покупателями у других компаний из нашего региона

Большое количество компаний из нашего региона поставляют товары в рассматриваемую страну

Имеется в наличии информация о ценах на товар

Имеется в наличии информация о конкурентах

Имеется в наличии информация о покупательских предпочтениях

Имеется в наличии информация об особенностях таможенно-тарифного регулирования

Достаточно ли российских сертификатов на продукцию для организации экспорта?

*

*

*

**Вы можете дополнить таблицу критериями, которые являются важными для вашего товара.*

2.4 ПОИСК ИНОСТРАННОГО ПОКУПАТЕЛЯ

2.4.1 СПОСОБЫ ПОИСКА ПОКУПАТЕЛЯ

Существует два способа поиска — активный и пассивный. Пассивный поиск подразумевает ожидание, пока покупатель найдет продавца сам, наличие сайта (обязательно двуязычного) и его продвижение в поисковых системах, а также прямую и контекстную рекламу. При активном подходе компания организует поиск покупателей, участвуя в выставочно-ярмарочных мероприятиях, бизнес-миссиях; проводит прямые переговоры или общается через SKYPE; совершает обзвоны и рассылки (Direct Mail).

2.4.2 ОПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДА ПОКУПАТЕЛЯ

Важно определить нужный тип покупателя: оптовый и розничный, конечный потребитель или посредник при продаже. Отличие оптового покупателя от розничного заключается в объемах поставок. Соответственно, экспортер формирует оптовую и розничную цену для разных типов покупателей и разные каналы продаж и продвижения своего товара. Этот выбор определит объемы затрат в экспортном проекте. Определение типа покупателя также подскажет, какой способ экспортных продаж избрать: *прямой (самостоятельный)* или *косвенный (через посредников)*.

Прямой выход на рынок означает, что компания работает с иностранным контрагентом напрямую. Сделка при этом заключается непосредственно с иностранным покупателем (потребителем) экспортного товара. Преимущество данного метода в том, что он обеспечивает максимальную прибыль экспортеру в отличие от экспорта через посредников, требующего дополнительных затрат. Заметное ограничение — при реализации данного метода требуется больше времени для создания клиентской базы за рубежом, размещения товара на рынке и удержания позиций.

Многие экспортеры начинают работать на новом рынке через *посредников (косвенный выход на рынок)*. Посредник может выполнять функции по доставке и реализации продукции более эффективно, чем сами производители продукции при прямых поставках. А в некоторых странах по закону иностранные компании могут работать только через посредников.



Проверять покупателей целесообразно всегда, действует ли экспортер самостоятельно или через посредников. Это сильно повысит вероятность того, что удастся дойти до последнего этапа проекта «Получение валютных платежей» с выгодой для своей компании. Необходимо обязательно удостовериться, что компания контрагента реальная и ее представитель имеет право подписывать контракты.

Проверить контрагента можно несколькими способами:

- прибегнуть к российскому онлайн-сервису;
- обратиться к торговому реестру соответствующей страны;
- заказать отчет о компании в международном кредитно-рейтинговом агентстве.

Российские онлайн-сервисы www.egrul.ru или www.kontragenta.net. С их помощью в онлайн-режиме можно запрашивать информацию и документы компаний в более чем 150 странах мира. По полноте и актуальности сведения будут такими же, как при прямом обращении в торговый реестр другого государства, т.к. данный сервис напрямую связан с соответствующими реестрами. Получить базовую информацию о зарубежной фирме можно бесплатно. В частности, можно проверить, существует ли компания, ее адрес регистрации и т.д.

Анализ торгового реестра (этот способ проверки рекомендуют многие практикующие экспортеры). В каждой стране есть свой реестр, куда вносятся данные о юридических лицах, подобно российскому ЕГРЮЛ.

Например, в Великобритании реестр называется Companies House (www.gov.uk/government/organisations/companies-house). Из него можно получить полные сведения о юридическом лице, начиная с местонахождения организации и заканчивая уставным капиталом. В большинстве случаев информацию можно получить из первоисточника, заплатив за это пошлину. Ее размер и способы оплаты в каждой стране свои. Корпоративные реестры других государств: Handelsregister (Германия), Krajowy Rejestr Sądowy (Польша).

Третий вариант проверки — отправить запрос в **международное кредитно-рейтинговое агентство**, то есть заказать комплексный отчет. Например, это может быть агентство Dun & Bradstreet. В этом случае будет получено меньше сведений, чем из торгового реестра, и только те, которые являются необходимыми для оценки кредитной и экономической состоятельности компании по мнению рейтинговой компании.

Всеми инструментами можно пользоваться удаленно, за исключением случаев, когда торговый реестр соответствующей страны не предоставляет документы через интернет и единственный способ их получения — по письменному заявлению. Поиск покупателя за рубежом можно делать по-разному, и предварительный анализ поможет в выборе самого эффективного способа. Важно использовать несколько методов проверки своего партнера по бизнесу, чтобы минимизировать возможные риски неисполнения обязательств с его стороны.

Более подробная информация представлена во **2 курсе образовательной программы РЭЦ**.



МАТЕРИАЛ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Поиск иностранного покупателя:

Шаг	Результат
Определить тип покупателя: <ul style="list-style-type: none">• посредник / конечный потребитель• оптовый / розничный	
Определить тип поиска для разных видов покупателей: <ul style="list-style-type: none">• активный / пассивный• как именно искать	
Проверка надежности: <ul style="list-style-type: none">• российский онлайн-сервис• торговый реестр соответствующей страны• заказ отчета о компании в международном кредитно-рейтинговом агентстве	



**ПОДГОТОВКА
ПРОДУКТА
К ТРЕБОВАНИЯМ
РЫНКА И
ПОКУПАТЕЛЯ**

3 ПОДГОТОВКА ПРОДУКТА К ТРЕБОВАНИЯМ РЫНКА И ПОКУПАТЕЛЯ

3.1 ДОКУМЕНТЫ НА ВЫВОЗ ТОВАРОВ ИЗ РФ И ВВОЗ В ИНОСТРАННОЕ ГОСУДАРСТВО

После того как определена страна, куда будет экспортироваться товар, необходимо понять, как именно следует подготовиться к этому, какие документы нужно получить для вывоза товара из России и ввоза его на зарубежный рынок. Экспортер должен точно знать базовые требования к разрешительной документации. Это поможет правильно спланировать время на подготовку товара к экспорту и распределить задачи внутри команды. Получать разрешительную документацию придется и при вывозе товара с таможенной территории ЕАЭС, и при ввозе товара на территорию иностранного государства.

3.1.1 ДОКУМЕНТЫ НА ВЫВОЗ ТОВАРА ИЗ РФ С ТЕРРИТОРИИ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА (ЕАЭС)

- сертификат происхождения товара — экспортер получает в России и представляет в таможенную страну импорта для расчета ставки таможенной пошлины. Выдается этот документ ТПП РФ через действующие во всех регионах России территориальные палаты; сертификат страны происхождения товара является обязательным, если это требование

установлено международным договором, участницей которого выступает Россия (т.е. между Россией и конкретной страной есть договор о взаимных преференциях) или имеется требование иностранного государства подтвердить страну происхождения ввозимых товаров

- документы, подтверждающие соблюдение запретов и ограничений на вывоз. К ним относятся различные сертификаты соответствия — в отношении отдельных категорий товаров, ветеринарные, радиационные сертификаты и др.

Необходимость получения фитосанитарных сертификатов, экологических и других сертификатов, подтверждающих соответствие технологическим нормам, зависит от вида товара (например, продукты питания, животные, растения, прочие товары, содержащие токсические вещества, и т.п.). Дополнительные документы потребуются для товаров двойного назначения, такие как:

- разрешение или лицензия Федеральной службы по техническому и экспортному контролю Российской Федерации (ФСТЭК РФ), подтверждающие, что товар не будет использован, например, для создания оружия массового поражения или для террористических целей. В отдельных случаях выдается лицензия, а не разрешение. Чтобы понять, подпадает ли ваш продукт под данные требования, рекомендуем изучить сайт ФСТЭК России www.fstec.ru;
- фитосанитарные сертификаты, оформляемые экспортером для продукции растительного происхождения с целью подтверждения соответствия товара требованиям карантинного контроля и соответствия гигиеническим нормам; выдаются Россельхознадзором Российской Федерации или его территориальным органом. Сертификат прилагается к транспортным документам. Фитосертификат нужно получать на каждую партию, он имеет короткий срок действия — 14 и 15 суток.
- в зависимости от категории товара, может возникнуть необходимость в получении специальных разрешительных документов на экспорт. Так, например, металлолом требует оформления радиационного сертификата в Роспотребнадзоре (rospotrebnadzor.ru). Изделия народных промыслов (поделки из бересты типа туесков, лаптей и проч.), произведения искусства требуют документации на вывоз (временный вывоз) культурных ценностей, а также получения справок, подтверждающих, что вывозимые предметы не являются культурными ценностями. Обратиться за данными документами необходимо в территориальные управлениями Минкультуры России (mkrf.ru)

Разрешительные документы для экспорта (вывоза) соблюдение ограничений

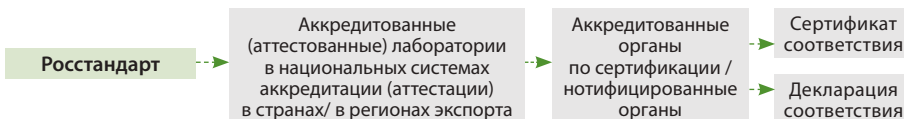
1. Нетарифные меры



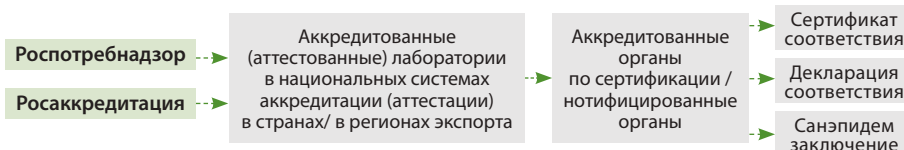
2. Меры экспортного контроля (в т.ч. в отношении продукции военного назначения)



3. Меры технического регулирования



4. Санитарно-эпидемиологические требования



5. Карантинные фитосанитарные требования



6. Ветеринарные требования



3.1.2 ДОКУМЕНТЫ, НЕОБХОДИМЫЕ ПРИ ВВОЗЕ В СТРАНУ ЭКСПОРТА

Товар должен пройти процедуры оценки соответствия требованиям страны покупателя. Необходимо изучить законодательство и получить заключение о требованиях страны. Если страна входит в Таможенный союз, то нужно учесть и требования Союза (например, общие требования для стран — членов Союза действуют в ЕС). По результатам оценки соответствия требованиям технических регламентов (директив) выдается или регистрируется третьей независимой стороной или непосредственно заявителем документ об оценке соответствия. Документы об оценке соответствия бывают следующими:

- декларация о соответствии (Declaration of Conformity);
- сертификат соответствия (Certificate of Conformity)
- или иной документ, предусмотренный процедурами оценки соответствия (например, свидетельство о государственной регистрации).

Процедуры направлены на оценку как самого товара, так и условий его производства, анализ состояния производства или сертификацию систем менеджмента. Некоторые процедуры оценки соответствия осуществляются до выпуска продукции в обращение на рынок (испытания, утверждение типа, декларирование соответствия, сертификация, государственная регистрация и т.д.). А другая часть процедур происходит во время обращения продукции на рынке (инспекция, госконтроль/надзор). Требования к продукции и процедурам оценки в каждой стране свои, и они различаются.

Многие страны требуют приводить продукт в соответствие нормам **международной сертификации**: ISO (Международная организация по стандартизации / International Organization for Standardization), МЭК (Международная электротехническая комиссия) и МСЭ (Международный союз электросвязи). Международная сертификация нужна для подтверждения соответствия качества продукции или услуги зарубежным стандартам качества, иным по сравнению с российскими стандартами. Процедура оформления международного сертификата соответствия ISO достаточно длительная и трудоемкая, и экспортер должен учитывать это при разработке экспортного плана. Важно учитывать, что срок действия международного сертификата соответствия ISO — три года. Государства — участники ЕАЭС со своими партнерами подписали ряд соглашений для устранения барьеров при торговле внутри Союза. Принятие этих соглашений упростило и облегчило взаимную торговлю внутри ЕАЭС. Например, российским компаниям-экспортерам достаточно оформить на свою продукцию **Сертификат единого образца** и эта продукция может быть поставлена в Белоруссию или Казахстан без необходимости повторной сертификации в этих государствах. Подробнее об этом в **6 курсе образовательной программы РЭЦ**.

ПРАВОВАЯ ОХРАНА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ

3.2

При подготовке товара к экспорту нужно подумать не только о разрешительных документах. Необходимо также защитить товар и технологии от возможных посягательств со стороны конкурентов. **Интеллектуальная собственность (ИС)** — это совокупность личных неимущественных и имущественных прав (интеллектуальные права) на результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащих авторам, их наследникам и иным юридическим и физическим лицам согласно закону или договору. Юридическое оформление происходит в форме получения документов, подтверждающих наличие законного права собственности у конкретного предприятия на результаты интеллектуальной деятельности. Производит юридическое оформление компетентный орган, который выдает документ, закрепляющий законные права за одним собственником или совокупность личных неимущественных и имущественных прав (интеллектуальные

права) на результаты интеллектуальной деятельности, принадлежащих авторам, их наследникам и иным юридическим и физическим лицам согласно закону или договору. Например, исключительное право на товарные знаки и наименования мест происхождения товаров происходит в момент государственной регистрации **Федеральной службой по ИС** (Роспатентом). Исключительное право на коммерческое обозначение — в момент приобретения известности на определенной территории. В нашем случае предприятие, которое первым произвело регистрацию и получило установленный законом документ, является единственным и законным обладателем интеллектуальных прав на объекты интеллектуальной собственности.

Защита интеллектуальной собственности означает охрану своих прав и запрет другим юридическим лицам их использовать. Например, компания, обладающая правами на товарный знак, может использовать его применительно к товарам либо услугам, для которых товарный знак был зарегистрирован. Правообладатель имеет право распоряжаться товарным знаком по своему усмотрению и налагать запрет на использование товарного знака теми, кто не имеет соответствующих прав.

3.2.1 ВИДЫ ОБЪЕКТОВ ИС

В России в соответствии со ст. 1225 ГК РФ установлен исчерпывающий перечень объектов ИС, к ним относятся:

- произведения науки, литературы и искусства;
- программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ);
- базы данных;
- исполнения;
- фонограммы;
- сообщение в эфир или по кабелю радио или телепередач (вещание организаций эфирного или кабельного вещания);
- изобретения;
- полезные модели;
- промышленные образцы;
- селекционные достижения;
- топологии интегральных микросхем;
- секреты производства (ноу-хау);
- фирменные наименования;
- товарные знаки и знаки обслуживания;
- наименования мест происхождения товаров;
- коммерческие обозначения.

Для упрощения работы и понимания перечень ИС можно разделить на две большие группы:

- результаты интеллектуальной деятельности (патенты, ноу-хау и объекты авторских прав);
- средства индивидуализации (товарные знаки, фирменные наименования компаний).

При выходе на внешний рынок нужно учитывать, что конкуренты могут незаконно использовать товарный знак на изделиях, произведенных и распространяемых без лицензионного договора. Это наносит ущерб рекламным

и маркетинговым усилиям компании, увеличивает расходы, негативно влияет на деловую репутацию производителя на местном рынке, вводит потребителей в заблуждение относительно качества продукции.

СПОСОБЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАВОВОЙ ОХРАНЫ

3.2.2

Регистрация прав ИС в России защищает собственников исключительно на отечественной территории. Поэтому для защиты торгового знака за рубежом необходимо пройти международную или национальную регистрацию товарного знака в отдельных странах. При выходе на иностранный рынок необходимо зарегистрировать свои права на ИС на территории конкретной страны по правилам ее внутреннего законодательства. Такая необходимость возникает при экспорте в каждую отдельно взятую страну. Сколько стран партнеров — столько свидетельств, патентов и других документов придется получить.

Для облегчения процедуры международной защиты товарного знака на территории нескольких стран существуют определенные системы защиты данного вида прав на ИС. Наиболее популярными среди российских компаний стали два способа обеспечения международной охраны товарных знаков:

- регистрация товарного знака по Мадридской системе (входят 98 участников, представляющих 114 стран);
- прохождение национальной регистрации товарных знаков в каждом выбранном государстве.

Мадридская система международной регистрации товарных знаков основана в 1891 году, функционирует в соответствии с Мадридским соглашением 1891 года и Мадридским протоколом 1989 года и находится в ведении Международного бюро Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) www.wipo.int. В настоящее время в Мадридском союзе насчитывается 98 членов, которые представляют 114 стран. На долю этих стран приходится более 80% мировой торговли. Если кратко, она обеспечивает международную регистрацию с помощью одной заявки, составляемой на одном языке и оплачиваемой в одной валюте.

Для ускорения решения и сокращения расходов можно использовать международную процедуру, покрывающие регистрацию сразу нескольких видов ИС. Например, **международное патентование** — это возможность получить патент на изобретение, патент на полезную модель или патент на промышленный образец в любой стране мира путем обращения в патентное ведомство каждого государства либо в ведомство государства, которое входит в состав стран, объединенных соглашением.

Международное соглашение, которое было заключено в 1970-м, получило название РСТ (Patent Cooperation Treaty). Его подписала 51 страна, что позволило упростить процедуру подачи заявки на патентование изобретений и полезных моделей. Для заявителя, целью которого является получение патента в нескольких странах, такой способ будет выгодным и значительно упрощающим весь процесс. Соглашение упрощает процедуру подачи заявки на патентование изобретений и полезных моделей и дает возможность получить патент в нескольких странах одновременно.

Важно помнить, что после подачи заявки на выдачу патента в России заявителю дается 12 месяцев, чтобы подать международную либо национальную заявку на защиту своего изобретения на территории иностранных государств. Возможны два пути подачи международной заявки: либо сначала подается российская заявка на выдачу патента в России, которая затем переводится на международную регистрацию, либо сразу подается международная заявка, которая затем в обязательном порядке переводится на патентование в РФ.

Согласно договору РСТ, подается одна международная заявка в патентное ведомство страны, входящей в число стран соглашения. Такая заявка подается на государственном или английском языке, что значительно ускоряет процесс подачи. После 18 месяцев с даты подачи заявки происходит публикация заявки в международном патентном бюро — ВОИС. На основании заявки РСТ возможно не только патентование в каждой отдельной стране, но и получение охранных документов в странах, объединенных региональным соглашением. Государственная регистрация торговой марки, логотипа и бренда в России обеспечивает правовую охрану только на территории РФ.

Преимущества российского обладателя международного товарного знака:

- отсутствует риск запрета использования предприятием собственного товарного знака на территории государств, где пройдена регистрация;
- возможность защитить свои интересы и получить компенсацию за незаконное использование товарного знака;
- возможность получать дополнительную прибыль за счет передачи прав на использование товарного знака по лицензионным договорам и договорам франшизы.

Защита исключительных прав российских компаний в большинстве зарубежных стран поможет снизить риск недобросовестной конкуренции. Прибегая к регистрации в рамках международных систем защиты результатов интеллектуальной деятельности, предприятие использует экономически выгодные с точки зрения затрачиваемого времени механизмы, а также существенно упрощает последующее управление товарными знаками.

Подробнее об этом вопросе в **4 курсе образовательной программы РЭЦ.**



**ПЕРЕГОВОРЫ
С ПОКУПАТЕЛЕМ
И ЗАКЛЮЧЕНИЕ
МЕЖДУНАРОДНОГО
КОНТРАКТА**

4 ПЕРЕГОВОРЫ С ПОКУПАТЕЛЕМ И ЗАКЛЮЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО КОНТРАКТА

4.1 МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПЕРЕГОВОРЫ: ЭТАПЫ ПОДГОТОВКИ

Подготовка к переговорам состоит из пяти этапов: постановка задачи, сбор информации, анализ позиции партнера, выбор стратегии и тактики, определение концепции переговоров, решение организационных вопросов (где, когда и как проводить).

При сборе информации, анализе позиции потенциального партнера и определении концепции ведения переговоров необходимо ответить на следующие вопросы:

- полномочия партнера для принятия решений: требуется ли согласование с другими, более высокими инстанциями;
- приоритеты партнера: какой минимальный и реалистичный проект контракта их может устроить;
- насколько контрагенты компетентны;
- как у партнеров происходит процесс принятия решений?

При подготовке к международным переговорам особое внимание следует уделить культурным традициям иностранных партнеров, особенностям национального менталитета и национального стиля ведения переговоров. При этом надо помнить основную цель переговоров — заключение выгодного

контракта. Решение организационных вопросов проведения переговоров должно определяться с учетом деловых, политических и психологических обстоятельств. Принимающая сторона всегда определяет время и темп проведения переговоров, что может стать серьезным психологическим преимуществом. Как правило, стороны договариваются о попеременном проведении встреч на территории стран друг друга. Иногда для встречи выбирается нейтральная территория или территория посредника. Главным организационным моментом является определение повестки дня, регламента и уровня проведения переговоров.

Следует изучить типичные ошибки других компаний и не повторять их. Среди них — доминирующая роль лидеров российской делегации. Российская делегация чаще всего говорит одним голосом — своего руководителя. На бизнес-переговорах это генеральный директор, поддержку которому обычно оказывает начальник коммерческого отдела. Такой подход часто приводит к недооценке работы экспертов и рабочих встреч, где многие вопросы могут быть проработаны более тщательно.

Предварительное моделирование плана переговоров включает четыре основные стадии:

- 1) начало переговоров, обмен мнениями, первые предложения;
- 2) дебаты;
- 3) зона конкретных предложений;
- 4) принятие решений и завершение переговоров.

Подготовив четкий план и пригласив (при необходимости) профессионального переводчика, представители предприятия, безусловно, завершат переговоры с покупателем на выгодных для себя условиях.

Подробнее об особенностях деловой коммуникации в **3 курсе образовательной программы РЭЦ**.

МАТЕРИАЛ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ



Подготовка к переговорам:

Шаг	Результат
Постановка задач	
Сбор информации	
Анализ позиции контрагента	
Выбор стратегии и тактики, определение концепции переговоров	
Решение организационных вопросов (где, когда и как проводить)	

4.2 ПОДПИСАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО КОНТРАКТА: ПОДГОТОВКА И ЗАКЛЮЧЕНИЕ

После успешного проведения переговоров покупатель и продавец подписывают внешнеторговый контракт, который является юридической основой любого экспортного проекта. Контракт определяет роли и ответственность продавца и покупателя, служит базой для составления обеспечивающих договоров: перевозки, страхования, хранения и т.д. Помимо этого, документ подтверждает для контролирующих органов соответствие экспортной операции по купле-продаже товара требованиям национальных и международных правовых норм.

Грамотно и аккуратно составленный внешнеторговый контракт способствует экономии усилий и значительному уменьшению расходов, которые возникают при получении разрешительных документов для перемещения товаров; при осуществлении валютных операций; при прохождении таможенного оформления и таможенного контроля; при определении таможенной стоимости товара (базы для налогообложения). Все это приводит к гарантированному получению прибыли и помогает избежать дополнительных расходов, связанных с урегулированием конфликтных ситуаций при реализации внешнеторговых контрактов и сделок.

Определив для себя желаемого иностранного покупателя, продавец запускает процесс «договорной инициативы», то есть предлагает контрагенту или группе компаний заключить контракт. Одновременно с этим можно подготовить свой проект контракта для направления его продавцу и последующего обсуждения. Предварительные договоренности сторон по результатам почтовой или онлайн-переписки, телефонных переговоров или во время личных встреч представителей могут быть зафиксированы в предваряющих контракт документах, имеющих для участников как обязательную, так и необязательную силу. К таким документам относятся меморандум о намерениях сторон, соглашение о намерениях, term sheet (документ с условиями предоставления кредита) и ряд других.

Они имеют несколько целей:

- быстро и эффективно согласовать основные условия договора;
- закрепить на бумаге промежуточные результаты переговоров, т.к. сторонам будет сложнее отступить от достигнутых договоренностей, изложенных в письменной форме;
- заранее понять позиции сторон (без расходов на юридическую помощь);
- помочь юридическим консультантам в подготовке основного контракта.

Необходимо учитывать особенности национального договорного права участников, например законодательства о качестве, упаковке (что может

привести даже к запрету реализации экспортного товара за рубежом), отличия в таможенном, страховом, налоговом и финансовом законодательстве.

Стороны самостоятельно определяют, законодательством какой страны будут регулироваться их отношения. При этом стороны неохотно используют право страны контрагента из-за незнания законодательства другой страны или иностранного языка. В этом случае удобнее воспользоваться международным правом, например ИНКОТЕРМС, которые содержат унифицированные правила по вопросам внешнеэкономической деятельности.

ИНКОТЕРМС (International commercial terms) — это международные правила в формате словаря, обеспечивающие однозначные толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области ВЭД, прежде всего относительно места перехода ответственности от продавца к покупателю. Основные принципы, регулируемые в терминах ИНКОТЕРМС:

- распределение между продавцом (экспортером) и покупателем транспортных расходов по доставке товара;
- момент перехода с продавца на покупателя рисков повреждения, утраты или случайной гибели груза.

Необходимо учитывать, что данные правила в некоторых странах (Франция, ФРГ, Испания, Украина и др.) являются составной частью национальной системы права и применяются вне зависимости от того, указали ли стороны в своем контракте обязательность применения ИНКОТЕРМС или нет. Если стороны не хотят пользоваться правилами ИНКОТЕРМС, они должны специально указать это в тексте контракта.

Выбор сторонами права одной из сторон контракта или права третьего государства (Швейцарии, Англии, Швеции) влечет важные последствия для предприятия в случае возникновения спора. Обычно применяют унификационные соглашения в виде Венской конвенции 1980 г., Конвенций УНИДРУА 1988 г. о международном финансовом лизинге и о международном факторинге.

Однако указанные конвенции имеют ряд недостатков: ими регламентируются только три вида договорных отношений; в них участвует ограниченное число государств (в Венской конвенции — 83 страны; в Конвенции УНИДРУА о международном факторинге — 9 стран, РФ участвует с 1 марта 2015 г.; в Конвенции УНИДРУА о международном финансовом лизинге — 10 стран, РФ участвует с 1 января 1999 г.). При применении указанных международных конвенций сохраняется необходимость применения национального права по вопросам, не урегулированным ими.

4.3 ПЕРЕЧЕНЬ СУЩЕСТВЕННЫХ УСЛОВИЙ ВНЕШНЕТОРГОВОГО КОНТРАКТА

Внешнеторговый контракт считается заключенным, если между сторонами сделки достигнуто соглашение по всем его существенным условиям. Важно знать, какие условия являются существенными для внешнеторгового контракта:

1. **Преамбула внешнеторгового контракта.** В преамбуле обязательно должны быть указаны название, место, дата заключения и его номер, поскольку при отсутствии упоминания о применимом праве будет применяться законодательство страны, где данный контракт был заключен.
2. **Полное и точное наименование сторон контракта.** В практике нередки случаи, когда одна из сторон намеренно указывает не свое фирменное наименование, тем самым пытаясь уйти от ответственности за нарушение условий контракта и причинение убытков своему контрагенту.
3. Важно проверить **полномочия лица**, подписавшего контракт. В тексте контракта необходимо указать пункт, статью устава, в котором указаны полномочия представителя другой стороны, подписывающего контракт. Если полномочия указаны в доверенности или ином аналогичном документе, то обязательно оставьте у себя его подлинный экземпляр.
4. **Предмет внешнеторгового контракта.** Предметом внешнеторгового контракта обычно является экспортируемый товар, который имеет таможенную стоимость. Кроме количества поставленного товара в контракте должны быть указаны соответствующие меры измерения, при этом меры измерения должны трактоваться сторонами одинаково.
5. В практике нередко возникают конфликты, связанные, например, с тем, что российские компании поставляют своим иностранным партнерам товары, которые, полностью соответствуя российским показателям качества для данных товаров, в то же время **не соответствуют требованиям по качеству, которые предъявляют иностранные партнеры**. Поэтому вопрос о **качественных характеристиках товара** должен быть согласован на переговорной стадии.
6. Во избежание затягивания исполнения обязательства по поставке товара в контракте необходимо установить и указать **срок передачи товара**.
7. **Приложения.** Если к контракту имеются приложения, то необходимо четко определить порядок согласования приложений к внешнеторговому контракту и порядок их подписания с указанием всей процедуры. В противном случае будет непонятно, откуда появляются эти приложения, кем заверяются, какую имеют силу и т.п.

8. Приемка товара. Порядок определения количества и качества. Обычно товар, поставляемый по внешнеторговому контракту, принимается по качеству и по количеству в том месте, где и когда происходит переход права собственности и риска его случайной гибели или повреждения с продавца на покупателя. Порядок проверки качества принятых товаров может определяться в контракте путем включения соответствующих условий о проверке (детальных условий) либо путем указания во внешнеторговом контракте нормативных документов по определению качества товаров (отечественных и зарубежных), устанавливающих порядок проверки. Обычно качество подтверждается следующими документами: сертификатом качества; ветеринарным или санитарным сертификатами.

9. Порядок расчетов по контракту: цена и валютная оговорка. В данном разделе контракта необходимо четко и однозначно определить валюту цены и валюту платежа (они могут не совпадать), курс конвертации при несовпадении валют, валютные оговорки, которые позволяют избежать курсовых потерь, и порядок расчетов между сторонами. Особенностью внешнеторговых контрактов также является то, что в данных контрактах существует так называемый валютный риск. Он связан с изменением реальной стоимости платежа, выраженного в иностранной валюте, в связи с колебанием ее курса. При этом валютные риски подразделяются на курсовые (связанные с колебанием курса валюты) и инфляционные (обусловленные обесценением валюты в результате инфляции). Наиболее часто применяется валютная оговорка, которая состоит в том, что в текст контракта включается такое условие: сумма платежа изменяется в той же пропорции, в какой происходит изменение валюты платежа по отношению к курсу валютной оговорки. Такие оговорки бывают односторонними (действуют в интересах одной стороны) и двусторонними (в интересах обеих сторон). Одним из примеров двусторонней валютной оговорки может служить установление цены контракта в нескольких валютах, которые имеют тенденции к повышению и понижению (как уже отмечалось, это вызвано противоположными интересами экспортера и импортера в отношении устойчивости валюты).

10. Арбитражная оговорка. Данный раздел контракта представляется наиболее важным, поскольку определяет взаимоотношения сторон при наступлении разногласий относительно исполнения внешнеторгового контракта. Ценность арбитражного соглашения заключается в возможности исполнить решение того суда, которому стороны отдали предпочтение. Арбитражное соглашение устанавливается путем записи в контракте (арбитражная оговорка) или составлением отдельного документа, четко указывающего, какие споры, кто и с чьим участием будет разрешать

(третейская запись). Участники внешнеторгового контракта в своем арбитражном соглашении также вправе определить, что споры между ними передаются на разрешение третейского суда.

-----> **11. Упаковка и маркировка товара.** Данный раздел внешнеторгового контракта необходим для определения тех средств, которые соответствуют технологическим и потребительским качествам товара, исключающим повреждение товара при его погрузке, транспортировке и выгрузке.

-----> **12. Ответственность сторон.** В практике международных контрактов преобладают штрафные санкции. Целесообразно использовать комплекс санкций, которые во взаимосвязи значительно ограничивают желание покупателя не выполнять свои обязательства.

Проработав все условия внешнеторгового контракта, стороны составляют окончательный текст на языках сторон либо третьем (нейтральном) языке, например английском. На этом этапе важно убедиться в четкости и грамотности перевода текста на иностранный язык, чтобы избежать впоследствии различного толкования текста согласно лингвистическим требованиям иностранного языка. Подписание контракта является его завершающей стадией. Может проходить как очно, так и путем последовательного подписания документов сторонами.

До подписания контракта необходимо ознакомиться с рекомендациями Центрального банка РФ к реквизитам и форме внешнеторговых контрактов, которые уполномоченные банки принимают у участников ВЭД при заключении экспортно-импортных сделок (письмо Банка России от 15.07.1996 №300 «О Рекомендациях по минимальным требованиям к обязательным реквизитам и форме внешнеторговых контрактов»).



ПРОИЗВОДСТВО:

ОЦЕНКА КАДРОВОГО РЕСУРСА

**ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ
МОЩНОСТЕЙ**

**ОЦЕНКА ДОСТАТОЧНОСТИ
СЫРЬЯ И МАТЕРИАЛОВ**

ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ

ПРОИЗВОДСТВО:

ОЦЕНКА КАДРОВОГО РЕСУРСА

ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ

ОЦЕНКА ДОСТАТОЧНОСТИ СЫРЬЯ И МАТЕРИАЛОВ

ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ

5.1 ОЦЕНКА КАДРОВОГО РЕСУРСА

Необходимо точно оценить, готова ли компания к выполнению контрактных обязательств. Алгоритм анализа готовности предприятия к экспорту, состоящий из 4 шагов, начинается с оценки ключевого ресурса любого бизнеса — людей. Новые компетенции, которые могут появиться у экспортера и которые не нужны были ему на внутреннем рынке — это:

- владение иностранными языками;
- владение инструментами международного маркетинга (особенности иностранных покупателей);
- умение ведения деловых переговоров с иностранными партнерами;
- владение специальными знаниями (финансы, таможня, логистика и т.д.);
- знание правовых аспектов ведения экспортной деятельности.

Специалисты, которые необходимы для ВЭД:

-----> *Специалист по продажам / сбыту* (исследование рынка, продвижение продукта, ведение международных переговоров; должен владеть элементами продвижения продукции предприятия за рубежом).

Юрист-международник (подготовка и заключение внешнеторгового контракта, ведение переговоров по заключению внешнеторгового контракта, получение сертификатов соответствия, лицензий, разрешений; осуществляет работу, связанную с защитой прав на ИС, разрешение международных споров. Обязательно наличие практического опыта, который позволяет нивелировать все риски, связанные с практической реализацией внешнеэкономической сделки).

Бухгалтер / финансист (занимается вопросами привлечения внешних финансовых источников, оценкой финансовых рисков, связанных с заключением и исполнением внешнеэкономической сделки).

Специалист по производству (планирует, оценивает и при необходимости вносит изменения в продукт, предназначенный для экспорта. Иметь знания о необходимости модификации — адаптации товара с учетом новой стандартизации, разработке нового товара, устранении устаревшей продукции, о дизайне и качестве товара, о процессе производства, об упаковке для экспорта, о маркировке для экспорта, о брендах и торговых марках продукции, про обслуживание товара).

Это ключевые сотрудники, которые понадобятся предприятию для экспорта. Конечно, в каждом конкретном случае компания корректирует необходимость той или иной штатной единицы. Недостаточно только оценить наличие необходимых компетенций, нужны сотрудники, готовые начать новый для них вид деятельности. Когда предприятие займется экспортом, возможно, большинству сотрудников придется выйти из зоны комфорта, из круга привычных обязанностей. Потребуется перестройка привычных бизнес-процессов, налаживание новых контактов, соблюдение новых требований к стандартам качества продукта и деятельности и главное — способность учиться новому. Руководитель должен держать в центре внимания мотивацию сотрудников, помогать им с обучением, новыми методами планирования и расстановки приоритетов, заряжать их своим примером.

ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ МОЩНОСТЕЙ

5.2

Необходимо оценить способность компании производить и накапливать произведенную продукцию. Предприятие должно быть готово к потенциальному увеличению объемов и быть способным выполнить заказы. Оптимально было бы загрузить используемые и свободные производственные мощности, найти возможности увеличения производительности без дополнительных существенных затрат.

5.3 ОЦЕНКА ДОСТАТОЧНОСТИ СЫРЬЯ, МАТЕРИАЛОВ, ПОЛУФАБРИКАТОВ

Необходимо проверить и оценить, проработаны ли вопросы транспорта и упаковки, складирования, перевозки, наличия сырья для производства готовой продукции, соответствие упаковки товара международным стандартам (подлежит ли она повторному использованию), каков размер доли материально-технического обеспечения в отпускной цене, способна ли компания технически адаптировать свой продукт (упаковку, этикетки) в зависимости от потребностей и пожеланий покупателя, климатических и географических условий, действующих законодательных постановлений и норм на иностранном рынке и при наименьших затратах.

Пример из практики начинающего экспортера: компания производит паркетную доску. На выставке удалось заключить очень выгодный контракт с партнером из Китая. У россиянина мощности были загружены на 45 – 50% при производстве на внутренний рынок, теперь он мог бы загрузить оборудование на все 100%. Однако китайская сторона выдвинула требования к более высокому качеству продукта. И экспортер столкнулся с дилеммой: изменять ли что-то в текущем производственном процессе, не меняя оборудование, или закупить новое, дающее требуемое качество? Производитель принял решение обратиться за финансовой поддержкой в Росэксимбанк для закупки нового оборудования: его выбор — «закупить новое» — был сделан для создания задела прочности производства с учетом прогноза по росту объема выпускаемой продукции.

5.4 ОЦЕНКА ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ, КОТОРЫЕ ПОНАДОБЯТСЯ В ПРОИЗВОДСТВЕ

В начале экспортной деятельности могут появиться дополнительные затраты: необходимость увеличения мощностей производства; средства для адаптации продукта к требованиям намеченного рынка; расходы на обучение персонала; поездки за рубеж; расходы на страхование рисков. До начала экспорта следует составить финансовый план, главной целью которого станет расчет объема финансовых ресурсов для покрытия будущих расходов как на внутреннем, так и на иностранном рынке.

-----> Подробнее о финансовых инструментах для экспортеров в [5 курсе образовательной программы РЭЦ](#).



Перечень основных вопросов при адаптации товара к стандартам иностранного рынка по направлениям:

Известно/Неизвестно

Необходимость адаптации	
Какие существуют нормативные требования в стране экспорта (стандарты, нормы, сертификаты и т. д.)?	
Насколько продукт соответствует природно-климатическим условиям?	
Какие существуют ограничения с точки зрения здоровья населения, экологии, утилизации, энергопотребления, культурных особенностей?	
Как отличаются стандарты жизни иностранных потребителей?	
Создание торговой марки, упаковка, маркировка	
Какие существуют ограничения по использованию цвета и символов?	
Какие языки следует использовать на этикетках и для маркировки?	
Какие существуют требования по указанию информации о составе?	
Какие существуют предпочтения по составу и дизайну не только у потребителя, но и у торговых посредников и перевозчиков?	
Какие требования по маркировке?	
Чем отличаются требования по упаковке?	
Какие символы приемлемы для упаковки, как следует использовать штрихкод?	
Как защищаются торговые марки в стране экспорта (авторские права, патенты)?	
Как потребитель воспринимает страну происхождения?	
Сборка товара	
Как будет поставляться продукт (в собранном или разобранном виде)?	
Где будет собираться продукт (в торговом зале, на складе и т.д.)?	
Кто будет заниматься сборкой продукта?	
Какие необходимы инструкции, чертежи?	
Как можно облегчить перемещение (колеса, подвески, упаковка и т. д.)?	
Потребуется ли обучение?	
Гарантийное обслуживание	
Какие существуют требования по гарантийному сроку?	
Каков должен быть срок гарантии? Важна ли гарантия для потребителя?	
Кто и как будет осуществлять гарантийное обслуживание?	
Послепродажное обслуживание	
Какие возможны поломки?	
Кто и как будет устранять поломки?	
Необходимо ли создавать собственные сервисные центры?	
Потребуется ли поставка запасных частей?	
Потребуется ли обучение?	



МАТЕРИАЛ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Оценка готовности производства/предприятия к экспорту:

Содержание действий	Готовность
Шаг 1. Оценка кадрового ресурса фирмы	
1. Оценка уровня готовности работников предприятия к ведению экспортной деятельности:	
• круг работников, имеющих опыт ведения экспортной деятельности (при наличии)	
• в каких областях знаний требуется провести повышение квалификации кадров	
• требуется ли привлечение внешних специалистов (каких)?	
2. Оценка мотивации персонала к экспорту и соответствия новым функциональным обязанностям	
Шаг 2. Оценка производственных мощностей	
Необходимо оценить, в состоянии ли текущее производство обеспечить сроки, качество, объемы для выполнения условий внешнеторгового контракта	
Шаг 3. Оценка оборотных средств	
1. Возможности системы распределения продукции, раздельности ведения учета по товарам, реализуемым на внутреннем рынке и на экспорт, уровень транспортного обслуживания предприятия, вопросы упаковки, складирования, перевозки, наличия сырья для производства готовой продукции, соответствие упаковки товара международным стандартам (подлежит ли она повторному использованию), размер доли материально-технического обеспечения в отпускной цене	
2. Способность предприятия технически адаптировать свой продукт (упаковку, этикетки) в зависимости от потребностей и пожеланий покупателей, климатических и географических условий, действующих законодательных постановлений и норм на иностранном рынке и при наименьших затратах	
Шаг 4. Оценка оборотных средств и финансовых ресурсов	
Расчет объема финансовых ресурсов для покрытия расходов как на внутреннем, так и на иностранном рынке	



ПОДГОТОВКА ПРОДУКТА К ЭКСПОРТУ И ДОСТАВКА

6 ПОДГОТОВКА ПРОДУКТА К ЭКСПОРТУ (ТАМОЖНЯ) И ДОСТАВКА (ЛОГИСТИКА)

6.1 ТАМОЖНЯ: СИСТЕМА ПРОЦЕДУР И ЗАКОНОДАТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ

Таможенный кодекс Таможенного союза определяет экспорт как таможенную процедуру, при которой товары Таможенного союза вывозятся за пределы таможенной территории Союза и предназначаются для постоянного нахождения за ее пределами. При выполнении условий внешнеторговых контрактов необходимо изучение условий помещения товаров под таможенную процедуру экспорта, особенностей таможенного контроля и декларирования товаров на границе. Рассмотрим алгоритм подготовки к таможенному оформлению, ключевые документы, сопровождающие этот процесс; выясним, как выстраивать взаимодействие с таможней и какие факторы влияют на сроки прохождения товара через таможню.

Таможенная процедура экспорта товаров может быть описана кратко: подготовить и оформить документы, оплатить пошлину. Несмотря на кажущуюся простоту, прохождение таможни строго регламентировано, а несоблюдение таможенных норм может повлечь незапланированные расходы на штрафы. Законодательством Российской Федерации предусмотрены следующие упрощения процедур при экспорте:



- сокращение и установление исчерпывающего перечня документов, представляемых экспортерами для помещения под таможенную процедуру экспорта товаров, к которым не применяются вывозные таможенные пошлины;
- сокращение предельных сроков выдачи разрешения на вывоз (выпуск товаров до трех (двух) часов в случае выпуска) товаров, к которым не применяются вывозные пошлины;
- отказ от предоставления таможенным органам сведений о стоимости товаров (кроме статистической стоимости), если к товарам не применяются вывозные пошлины;
- установление специфической ставки сборов за совершение таможенных операций, не зависящей от стоимости товаров.

Немаловажен вопрос выбора таможни. Обычно таможенное оформление осуществляется той таможней, в регионе деятельности которой зарегистрирован экспортер. Но в отношении отдельных категорий товаров установлены специализированные места оформления (скоропортящиеся товары, товары, содержащие драгоценные камни и драгоценные металлы, продукты нефтепереработки и др.). Также в настоящее время активно используется система удаленного выпуска экспортируемых товаров.

Электронное декларирование — прекрасный пример преобразования таможенной сферы на основе информационных технологий. В этом случае декларант имеет возможность подать таможенную декларацию в электронном виде в любой таможенный орган вне зависимости от местонахождения товаров. Например, Барнаульский таможенный пост может принимать таможенные

декларации на товары, находящиеся в регионе деятельности таможенных постов Читинской или Смоленской таможни, и производить их таможенное декларирование удаленно. Удаленный выпуск позволит бизнесу оптимизировать логистику поставок и снизить непроизводственные затраты.

Особая тема: самостоятельно или через посредников взаимодействовать с таможней. Профессионалы рекомендуют начинающим экспортерам пользоваться услугами таможенного представителя. На сайте ФТС РФ www.ved.customs.ru есть список таможенных представителей. Представитель поможет собрать и заполнить все необходимые документы, а в случае привлечения экспортера к ответственности за административное правонарушение в области таможенного дела за недеklarирование и/или недостоверное декларирование таможенный представитель также несет ответственность.

Таможенные документы требуют аккуратности и внимания, при первой экспортной поставке таможенному представителю предоставляются устав, свидетельство о постановке на налоговый учет, выписка из ЕГРЮЛ, свидетельство о включении компании в ЕГРЮЛ, документы о присвоении кодов ОКВЭД, подтверждение полномочий и паспортные данные генерального директора и главного бухгалтера, бухгалтерский баланс за последний отчетный период, договор аренды (права собственности на нежилое помещение) на адрес регистрации компании. Экспортеру важно учесть, что на сроки прохождения таможни влияют такие факторы:

- вид, в котором осуществляется таможенное оформление вывозимых товаров (при использовании системы электронного декларирования или нет, правильности и полноты оформляемых и предоставляемых таможенному органу документов, проведении либо отсутствии таможенного досмотра при выпуске экспортируемых товаров, загруженности работы того или иного таможенного поста и т.д.);
- правильность оформления документов, необходимых для экспорта товаров, сроки их предоставления таможенному органу, правильность и оперативность действий таможенного представителя.

Применение современных технологий выпуска экспортируемых товаров (например, с использованием системы электронного декларирования товаров) является существенным условием соблюдения экспортером условий внешнеторгового контракта. Если изучить систему таможенных процедур и опереться на помощь профессионалов, можно качественно выполнить все условия своего контракта с зарубежным партнером.

Подробнее об этом в **7 курсе образовательной программы РЭЦ**.

План подготовки к таможенному оформлению:

Необходимые действия	Выполнение
Заключение внешнеторгового контракта	
Получение документов, необходимых для соблюдения мер нетарифного регулирования (запретов и ограничений)	
Открытие паспорта сделки в уполномоченном банке	
Заключение договора с таможенным представителем и логистической компанией	
Уплата вывозных таможенных платежей	
Осуществление таможенного оформления вывозимого товара	

ЛОГИСТИКА

6.2

Под логистикой понимается комплекс мер по доставке товара от экспортера (отправителя) до иностранного покупателя (получателя). Логистика — существенная статья расходов экспортера. Необходимо правильно подготовить груз к отправке, выбрать оптимальный маршрут и транспортные средства, а также правильно оформить пакет документов. Морской транспорт, автотранспорт, железнодорожный, авиационный — у каждого из них свои преимущества и недостатки:

Вид перевозки	Плюсы	Минусы
Морем	<ul style="list-style-type: none"> Низкая цена Высокая сохранность товара 	<ul style="list-style-type: none"> Длительные сроки
Автотранспорт	<ul style="list-style-type: none"> Сравнительно недорого, особенно на небольших расстояниях Позволяет перевозить различные виды грузов (от 1 кг до крупногабаритных поставок) 	<ul style="list-style-type: none"> Большие риски сохранности товара при перемещении по дорогам разного качества, погрузке-разгрузке и т.п.
Железнодорожный транспорт	<ul style="list-style-type: none"> Предсказуемые сроки Любые габариты и размеры партий 	<ul style="list-style-type: none"> Разный размер колеи в России и других странах (т.е. дополнительные затраты на перегрузку)
Авиатранспорт	<ul style="list-style-type: none"> Высокая надежность Сроки доставки 	<ul style="list-style-type: none"> Цена часто нестабильная и высокая Проблема перевозки негабаритного груза

В логистике есть профессиональное понятие — логистическая цепочка. В звенья этой цепи входят и упаковка товара для транспортировки, и сбор необходимой документации для доставки товара, и выбор транспортной компании для осуществления самой доставки и т.д. Но особое место в данной цепочке следует уделить вопросу **страхования груза**. При расчете расходов на логистику лучше не экономить на этом, так как в процессе перевозки есть много моментов, влияющих на сохранность грузов. Начинающие экспортеры часто надеются на везение, что играет со многими плохую шутку.

Возникает вопрос: самостоятельно или через посредника осуществлять логистику? Чем выше объемы экспорта и чем разнообразнее география, тем целесообразнее иметь логиста в штате. Современные технологии помогают успешно управлять логистической цепочкой в разных вариантах как самостоятельно, так и через посредника.

Таможня и логистика — зона особого внимания при управлении сроками и переменными затратами. Это серьезный объем работ, который требует периодического анализа и корректировки. Если в компании нет специалистов в этой области, то, вероятно, следует обратиться к профессионалам.

Более подробная информация представлена в **8 курсе образовательной программы РЭЦ**.



МАТЕРИАЛ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

План подготовки к экспорту товара (логистика):

Подготовка	Выполнение
Подготовка упаковочного листа с указанием габаритов и веса упаковки каждого места	
Выбор маршрута	
Выбор транспорта (транспортной компании), заключение договора на транспортировку товара	
Подготовка счета (инвойса) для получателя с учетом всех расходов по условиям внешнеторгового контракта	



ОПЛАТА: ПЛАТЕЖИ И РИСКИ

ОПЛАТА: ПЛАТЕЖИ И РИСКИ

7.1. ВАЛЮТНЫЕ ПЛАТЕЖИ

Во внешнеторговом контракте описаны обязанности продавца в части поставки товара покупателю и обязанность покупателя оплатить этот товар. В то же время в российском валютном законодательстве предусмотрена обязанность каждого экспортера получить оплату за товар. В противном случае экспортер может быть привлечен к ответственности. В процессе подготовки и подписания внешнеторгового контракта обязательно обсуждается вопрос о сроках и форме оплаты, а также о выборе валюты платежа.

Итак, сначала стороны должны договориться о валюте платежа, в которой будут производиться расчеты. Она может быть установлена в валюте страны экспортера, страны импортера либо в валюте третьей страны. Валюта платежа может совпадать или не совпадать с валютой цены. При несовпадении валюты цены и валюты платежа существенное значение имеет курс, по которому будет производиться соответствующий пересчет, а также дата пересчета. Если стоимость товаров в контракте определяется в рублях, то и оплата, как правило, также производится в рублях. В настоящее время в рублях проводится небольшое количество сделок в основном с партнерами из Таможенного союза.

Нужно ли экспортеру открывать валютный счет? Если все платежи будут поступать в рублях, то открытие валютного счета не потребуются. Если открывать валютный счет в том же банке, где уже открыт расчетный счет, то потребуются только заявление на открытие валютного счета и заполненный договор на его ведение.

Определившись с видом валюты, переходим к выбору формы расчетов. Выбор формы расчетов определяется по соглашению сторон и фиксируется в разделе «Условия платежа». В международных расчетах используются следующие формы: банковский перевод, инкассо, аккредитив, открытый счет, чеки и вексель. Кроме того, выбор той или иной формы расчетов во многом зависит от степени взаимного доверия контрагентов и от особенностей национальных законодательств. Наиболее часто в практике применяются банковские переводы, инкассо и аккредитивы.

Банковский перевод (*Remittance*) представляет собой поручение одного банка другому выплатить перевод получателю на определенную сумму. В данном случае импортер оформляет в своем банке платежное поручение (заявление на перевод), на основании которого его банк совершает перевод в пользу получателя-экспортера. Эта форма расчетов наверняка широко применяется вами при поставке товаров внутри России.

Инкассо (*Collection of payment*) — поручение экспортера своему банку получить от импортера (плательщика) непосредственно либо через другой банк определенную сумму или подтверждение того, что эта сумма будет выплачена в назначенные сроки против предоставления товарных документов. В качестве таких документов могут выступать, например, товаросопроводительные документы.

При заключении контракта стороны оговаривают, через какие банки будут производиться расчеты. После этого экспортер совершает в соответствии с условиями контракта отгрузку товара. Получив от перевозчика транспортные документы, экспортер подготавливает комплект документов и представляет его при инкассовом поручении своему банку.

Инкассо больше подходит для проведения расчетов в случаях, если экспортер имеет доверительные отношения с импортером и может быть на 100% уверен в его платежеспособности, либо если экспортер использует механизмы, гарантирующие ему возврат средств (например, располагает документами, без которых импортер не вступит в право владения товаром).

Документарный аккредитив (*Letter of Credit, L/C*) — наиболее распространенный в международной коммерческой практике способ оплаты.

Это обязательство банка произвести платежи по поручению импортера на основании товарных документов.

Рассмотрим схему аккредитива на примере: найден новый покупатель из Китая, который хочет купить пиломатериал. Покупатель не готов осуществлять 100%-ную предоплату, и российский продавец опасается, что после получения товара китайский партнер не оплатит поставку. Выходом из такой ситуации может послужить аккредитив. Аккредитив оформляет импортер и резервирует средства, необходимые для оплаты.

При этом покупатель из Китая дает указание своему банку списать деньги только после того, как в банк поступят транспортные и иные документы. Перечень этих документов должен быть согласован с поставщиком (инвойс, сертификат происхождения, фитосанитарный сертификат, товарно-транспортная накладная или другой транспортный документ). Российский поставщик готовит товар к поставке и представляет все необходимые документы в свой банк. А банк передает все документы в банк покупателя и перечисляет деньги поставщику. Таким образом, китайский покупатель видит, что товар уже отгружен, а россиянин получает оплату за товар.

Следующие три формы расчетов менее распространены в валютных платежах.

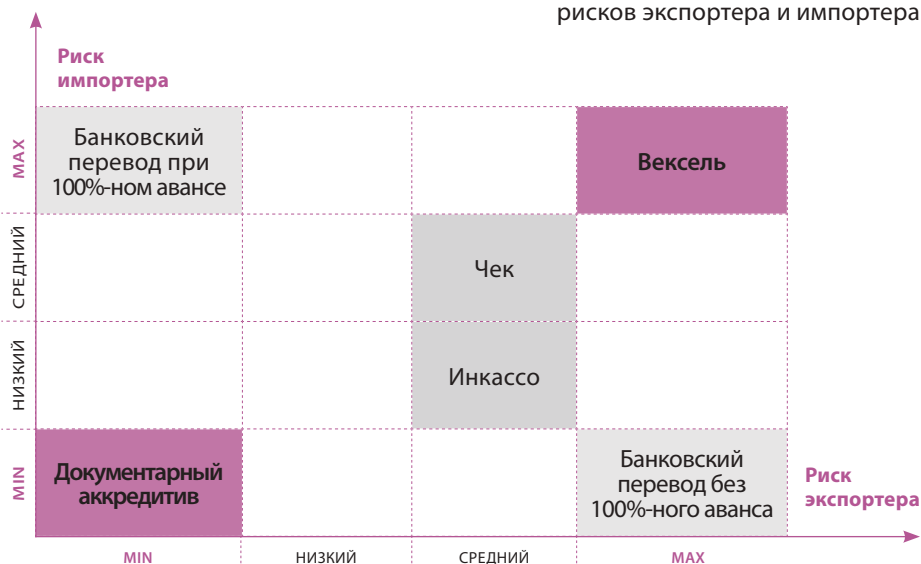
-----> **Вексель** — безусловное, абстрактное, беспорное денежное обязательство, обремененное в особую юридическую форму и дающее его владельцу (векселедержателю) право требовать по истечении срока указанную в нем сумму. В международной практике вексельное обращение регулируется в соответствии с правилами Конвенции о простых и переводных векселях (Женева, 1930 год, СССР присоединился в 1937 году).

-----> **Чек** — это безусловный приказ чекодателя банку-плательщику оплатить по предъявлении определенную сумму чекодержателю или по его приказу за счет имеющихся у банка средств чекодателя. Обычно чек представляет собой заполненный необходимыми реквизитами бланк, подписанный чекодателем. Бланки брошюруются в чековые книжки.

-----> **Расчет по открытому счету (Open Account)** — экспортер направляет импортеру не только сам товар, но и сопроводительные документы, минуя банк. При этом импортер зачисляет на открытый счет экспортера определенные суммы в сроки, оговоренные в контракте. Тем самым стороны избегают расходов на открытие аккредитива или инкассо.

Выбор формы международных расчетов

Распределение форм расчетов с точки зрения рисков экспортера и импортера



При выборе той или иной формы расчетов важно учитывать степень риска неполучения оплаты от покупателем, распределение форм расчетов с точки зрения рисков экспортера и импортера. Как мы определили выше, аккредитивная форма расчетов является наиболее безопасной и для импортера, и для экспортера. Рассмотрим подробнее достоинства и недостатки всех рассмотренных форм расчетов.

Вид расчетов

Плюсы

Минусы

Банковские переводы

Быстрота, простота и дешевизна

Недостаточная надежность

Инкассо

Высокая надежность платежа, т.к. до осуществления оплаты документы покупателю не выдаются.

Надежность доставки документов импортеру, т.к. их доставкой занимается банк, что гарантирует их полную сохранность.

Не гарантирует экспортеру 100%-ного получения платежа, т.к. импортер может не иметь достаточно средств для оплаты или отказаться от платежа или акцепта. Поэтому экспортеры часто требуют у импортеров представления банковских гарантий.

Вид расчетов	Плюсы	Минусы
Аккредитив	Гибкость в отношении условий платежа при наименьшей надежности Пригодность в качестве средства краткосрочного финансирования Высокая международная правовая защита	Высокая стоимость Жесткие требования к оформлению документов и сложный документооборот
Открытый счет	Преимущество открытого счета для экспортера сомнительно, т.к. не содержит надежных гарантий для продавца и обычно применяется в расчетах между фирмами, имеющими доверительные, длительные деловые отношения	
Расчет чеками	Достаточно удобен по своей простоте и оперативности, однако редко применяется при товарных поставках. Причина очевидна: к моменту платежа лимит средств может быть уже израсходован плательщиком-чекодателем, а банк при этом ответственности не несет	
Вексель	Удобство векселей состоит в том, что обладатель векселя может сделать на нем передаточную надпись (индоссамент) в пользу другого лица, которое в свою очередь в пользу третьего и т.д. Однако применение векселей при расчетах по кредитам за поставленные товары создает ряд неудобств, т.к. вексель ничем не обеспечен. При коммерческих расчетах применяются переводные векселя (тратты)	

-----> Подробная информация представлена в **5 курсе образовательной программы РЭЦ**.

-----> Каждая из рассмотренных форм расчетов имеет свои достоинства и недостатки. Выбор должен осуществляться на основе соблюдения интересов обеих сторон по внешнеторговому контракту. Важно знать, что проведение валютных платежей связано с оформлением дополнительных документов. Если сумма контракта превышает 50 тыс. долларов США, то до первого поступления средств от покупателя на счет и первой отгрузки товара нужно оформить паспорт сделки. Единые правила оформления паспорта сделки установлены Центральным банком РФ в Инструкции от 04.06.2012 №138-И. При осуществлении внешнеторговой деятельности в **паспорте сделки** указываются общие сведения о внешнеторговой сделке, банке, экспортере и его иностранном контрагенте. Паспорт сделки используется для осуществления валютного контроля.

В международной практике существует несколько форм расчетов. Выбор той или иной формы во многом зависит от степени взаимного доверия контрагентов и от особенностей национальных законодательств.

Важно помнить, что все вопросы, связанные с порядком осуществления оплаты, должны быть зафиксированы во внешнеэкономическом контракте.

Подробная информация представлена в **6 курсе образовательной программы РЭЦ**.

МАТЕРИАЛ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ



План подготовки к таможенному оформлению:

Шаг	Результат
Определение валюты платежа	
Открытие валютного счета (выбор банка)	
Определение формы совершения международных расчетов (банковский перевод, инкассо, аккредитив, открытый счет, чек, вексель)	
Оформление паспорта сделки (определение сведений, необходимых в целях обеспечения учета и отчетности и осуществления валютного контроля по валютным операциям между резидентами и нерезидентами)	

ЭКСПОРТНЫЕ РИСКИ

7.2

При осуществлении экспортной деятельности риски неизбежны. Джон Кеннеди однажды сказал: «У любого плана действий есть своя цена и свой риск. Но они значительно меньше, чем цена и риск комфортабельного ничегонеделания». Если же компания собирается выводить свой товар на экспорт, «ничегонеделанию» места быть не должно. Необходимо заранее проанализировать, с какими трудностями может столкнуться компания, чтобы полностью или частично минимизировать риски.

Выделяют следующие виды рисков:

- валютно-финансовые;
- маркетинговые;
- производственные;
- международные политические;
- международные юридические;
- обстоятельства непреодолимой силы или форс-мажор.

При оценке вероятности **валютных и финансовых рисков** обычно оценивается:

- инфляция;
- сложившаяся ситуация по неплатежам в отрасли;
- колебание валютных курсов;
- невыполнение обязательств кредиторами
- и другие факторы.



МАТЕРИАЛ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

План предварительной оценки рисков в отношении потенциального рынка (рынков):

Вид риска	Вероятность возникновения	Метод минимизации
Валютно-финансовые риски		
Маркетинговые риски		
Производственные риски		
Международные политические риски		
Международные юридические риски		
Обстоятельства непреодолимой силы		
Валютно-финансовые риски		

Если рассматривать *международные маркетинговые риски*, они возникают по следующим причинам: неправильный выбор рынков сбыта продукции, неточный расчет емкости рынка и неправильное определение мощности производства. Для этого вида рисков (как и для производственных и международных политических рисков) ключевой задачей для минимизации является тщательный предварительный анализ, оценка тех факторов, которые влияют на вероятность попадания в неприятные ситуации по данным рискам.

Форс-мажор — из разряда рисков, вероятность возникновения которых оценивается с наибольшим трудом. Этот риск часто считается особым, отдельно прописываемым условием для оценки обязательности исполнения своих обязательств по контракту сторонами-подписантами. В процессе подготовки экспортного проекта жизненно необходимо определить вероятность наступления международных рисков, предварительно оценить вероятный ущерб от их наступления, а также определить возможности по предотвращению.

Страхование риска. Созданы специализированные институты, которые страхуют экспортные проекты от политических и предпринимательских рисков (например, ЭКСАР, о котором мы расскажем ниже).

Лимитирование концентрации рисков — установление предельных сумм экспортных поставок, запасов на складе, привлечения заемных средств и выбор других ограничений. Лимитирование концентрации рисков является одним из наиболее распространенных механизмов защиты от рисков с помощью внутреннего менеджмента. При этом предприятие определяет для себя, на какие потери оно готово пойти без значительного ущерба для своей деятельности.

Распределение рисков обычно направлено на минимизацию экспортных рисков на их частичной передаче партнерам, участвующим в экспортных операциях. Чаще всего это риски, связанные с потерей (порчей) товаров в процессе их транспортирования и/или осуществления продажи. Такие риски, как и форс-мажор, важно оговаривать непосредственно в контракте.

Хеджирование используется для страхования экспортных рисков обычно в отношении валюты и изменения цены на товар. Проще говоря, это фиксация курса в контракте, который будет исполнен через некоторое время. За это платят комиссию. Характерно для взаимодействия со странами, где получение оплаты за товар приходится ожидать длительное время (например, страны Центральной Африки, Куба, Иран), либо когда цены на товар нестабильны (например, в сельском хозяйстве). Иногда во время заключения контракта вы еще не знаете точно, какой будет цена на ваш товар в момент сбора урожая, а контракт вы заключаете до того, как урожай созрел. Для проведения процедуры хеджирования необходимо обратиться к брокеру на валютную или товарную биржу.

Причины возникновения одних и тех же рисков могут быть разными. А значит, искать эффективный способ минимизации нужно после всестороннего анализа.

	Лимитирование	Распределение	Страхование	Хеджирование
Валютно-финансовые риски		+	+	+
Маркетинговые риски		+		
Производственные риски	+		+	
Международные политические риски	+	+		+
Международные юридические риски	+	+		
Обстоятельства непреодолимой силы	+	+		

Для каждого вида риска может быть выбран не один способ минимизации, важно не забывать о необходимости анализа вероятности рисков на каждом этапе жизненного цикла проекта.



МАТЕРИАЛ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Поэтапный план подготовки экспортного проекта предприятия:

**Вписать применительно
к товару предприятия**

**Необходимый
ресурс**

Этап 1. Выбор рынка и поиск покупателя	
1. Рынок и обоснование выбора, использованные источники:	
<hr/> <hr/> <hr/>	
2. Тип покупателя и обоснование выбора, использованные источники:	
<hr/> <hr/> <hr/>	
3. Активный или пассивный способ поиска покупателя:	
<hr/> <hr/> <hr/>	
Этап 2. Подготовка товара к требованию рынка и/или покупателя	
1. Перечень разрешительных документов, необходимых для экспортной поставки вашего продукта:	
<hr/> <hr/> <hr/>	
2. Способы защиты интеллектуальной собственности на зарубежном рынке:	
<hr/> <hr/> <hr/>	

Этап 3. Переговоры с покупателем и заключение внешнеторгового контракта

1. Подготовка переговоров с учетом выбранного рынка и типа покупателя:

2. Способы защиты интеллектуальной собственности на зарубежном рынке:

Этап 4. Подготовка производства к экспорту

1. Результаты оценки персонала — нужно обучение или наем новых сотрудников:

2. Оценка возможностей увеличения объема производства и внесения изменений в продукт в кратчайшие сроки:

3. Оценка необходимых для увеличения объема производства ресурсов:

Этап 5. Таможенное оформление при экспорте товара

1. Оценка необходимости привлечения таможенного представителя:

2. Основные шаги для подготовки таможенного оформления товара:

Этап 6. Доставка товара (логистика)

1. Оценка необходимости привлечения логистического оператора:

2. Определение типа транспорта для доставки товара в выбранную страну:

Этап 7. Оплата полученного покупателем товара (валютные платежи)

Выбор способа расчета с покупателем и обоснование:

Этап 8. Валютные риски

Оценка возможных рисков и способы их минимизации:



**ГОСУДАРСТВЕННАЯ
ПОДДЕРЖКА
ЭКСПОРТНО
ОРИЕНТИРОВАННЫХ
ПРЕДПРИЯТИЙ**

8 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ЭКСПОРТНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

8.1 КЛЮЧЕВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Одним из основных направлений государственной политики РФ в отношении ВЭД является увеличение объемов экспорта российских товаров и услуг в зарубежные страны. Особое внимание государство уделяет повышению экономической устойчивости и конкурентоспособности малого и среднего предпринимательства. Для снятия барьеров, которые препятствуют началу экспортной деятельности, создана государственная система поддержки несырьевого экспорта.

Механизмы и инструменты системы поддержки экспорта помогают на определенных этапах экспортного проекта решать целый ряд финансовых и нефинансовых вопросов, осложняющих выход российских товаров и услуг на внешние рынки. Государство активно нарабатывает механизмы стимулирования экспорта малого и среднего предпринимательства (МСП), и важно, чтобы компании как можно больше знали о том, что может помочь им пройти свой экспортный путь с максимальной отдачей и наименьшими затратами.

Рассмотрим государственную систему поддержки экспорта МСП и какие услуги и с чьей помощью можно получить на каждом из этапов экспортного проекта. В систему поддержки экспорта входит целый ряд организаций, деятельность которых полностью либо частично направлена на оказание нефинансовой и финансовой помощи предприятиям, ориентированным на экспорт.

Ключевые организации, о которых следует знать МСП:

- торговые представительства Российской Федерации;
- центры поддержки экспорта в регионах;
- региональные интегрированные центры;
- Российский экспортный центр.

Торговые представительства Российской Федерации в иностранных государствах (торгпредства) являются государственными органами, которые обеспечивают в государстве пребывания создание конкурентных преимуществ для российских предприятий. Торгпредства сегодня открыты в 54 странах мира, перечень представлен ниже. Торгпредства входят в систему Министерства экономического развития Российской Федерации.

Региональные центры координации поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства (ЦПЭ) создаются в регионах РФ для информационно-аналитической, консультационной и организационной поддержки внешнеэкономической деятельности субъектов МСП и содействия выходу экспортно ориентированных субъектов МСП на иностранные рынки. ЦПЭ созданы в 51 регионе Российской Федерации (перечень представлен ниже).

АО «Российский экспортный центр» (РЭЦ) — в 2015 году новый специализированный институт поддержки экспортеров в режиме «единого окна» интегрирован в систему поддержки экспорта. В «едином окне» РЭЦ компании могут получить полный спектр нефинансовых и финансовых услуг. РЭЦ сформирована группа компаний, в которую вошли АО «Экспортное страховое агентство России» (ЭКСАР) и Государственный специализированный российский экспортно-импортный банк (РОСЭКСИМБАНК). Поддерживая компании в экспортной деятельности, РЭЦ напрямую взаимодействует со всеми государственными органами и организациями на федеральном и региональном уровнях. Финансовая поддержка может



**РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР**

 **ЭКСАР**

 **РОСЭКСИМБАНК**

быть оказана в кредитной, страховой или гарантийной форме как для исполнения экспортерами обязательств по внешнеторговому контракту, так и для обеспечения оплаты поставки со стороны иностранного покупателя. И если кредитная и гарантийная поддержка может быть вам знакома по финансовым операциям на внутреннем рынке, то со страхованием экспортных поставок от политических и предпринимательских рисков вы, вероятно, еще не сталкивались. В то же время именно этот инструмент государственной поддержки позволяет закрыть 95% политических и 90% коммерческих рисков при выходе экспортера на зарубежный рынок. Обратиться в группу РЭЦ можно, направив запрос с сайта www.exportcenter.ru либо на электронный адрес info@exporcenter.ru.

АНО ДПО «Школа экспорта Акционерного общества «Российский экспортный центр» (далее — Школа экспорта) создана в структуре РЭЦ в качестве специализированной организации для оказания нефинансовой услуги по обучению компаний МСП основам экспортной деятельности. АНО ДПО «Школа экспорта Акционерного общества «Российский экспортный центр» выступает в качестве оператора Образовательного проекта РЭЦ.

8.2 ЭТАПЫ ЭКСПОРТНОГО ПРОЕКТА. ГОСПОДДЕРЖКА НА КАЖДОМ ИЗ ЭТАПОВ

Экспортеры могут воспользоваться необходимыми услугами государственной поддержки на каждом этапе экспортного проекта.

I. Выбор рынка сбыта и поиск иностранного покупателя

На первом этапе экспортного проекта экспортер может получить в рамках господдержки услуги:

- по проведению исследований;
- по участию в выставочно-ярмарочных мероприятиях;
- по участию в бизнес-миссиях.

Маркетинговые услуги МСП оказывают в первую очередь региональные ЦПЭ, а также РЭЦ и торговые представительства. В субъектах Российской Федерации помощь в проведении маркетинговых исследований рынка и поиске партнеров можно получить, не выезжая за пределы России, в организациях инфраструктуры нефинансовой поддержки экспорта.

ЦПЭ оказывают следующую поддержку:

- информирование по вопросам экспортной деятельности;
- консультирование по вопросам экспортной деятельности, в том числе посредством привлечения сторонних экспертов;
- содействие в формировании и продвижении экспортного и соответствующего инвестиционного предложения, в том числе в подготовке и переводе на иностранные языки презентационных и других материалов;
- создание и/или модернизацию сайта экспортно ориентированного субъекта МСП в Интернете, содержащего контактную информацию о таком субъекте, а также информацию о производимых им товарах (выполняемых работах, оказываемых услугах) на иностранном языке;
- содействие в проведении маркетинговых исследований — сбора, накопления и анализа данных о состоянии и тенденциях изменения рынков, сегментов и отдельных их участников и институтов, которые могут оказать влияние на положение компании или ее отдельных продуктов на рынке, являющихся основанием для принятия маркетинговых и управленческих решений относительно выхода конкретного продукта субъекта МСП на иностранный рынок*;
- содействие в поддержке импорта технологий и научной кооперации.

**Данная услуга предоставляется на полностью или частично платной основе.*

Торговые представительства Российской Федерации в иностранных государствах оказывают следующие услуги российским предприятиям на безвозмездной основе:

- анализ информации о потенциальном спросе на российские товары, услуги, включая торговлю информацией и объектами ИС;
- подготовка материалов и предложений по запросам предприятий;
- содействие в подборе партнеров для реализации совместных проектов в государстве пребывания;
- проверка надежности иностранных партнеров.

Торговые представительства размещают актуальные информационно-аналитические материалы по экономикам стран, в частности путеводители для бизнеса и обзоры экономики страны пребывания, на собственных сайтах (ссылки на сайты указаны ниже) и на сайте www.ved.gov.ru.

Порядок обращения: за консультацией по вопросам экспортной деятельности, анализа приоритетных рынков можно обращаться в торговые представительства в онлайн-режиме через сервис запросов для экспортеров www.ved.gov.ru/support, размещенный на Едином портале внешнеэкономической информации Минэкономразвития России www.ved.gov.ru, по следующим вопросам:

- запрос контактных данных иностранных организаций;
- информирование потенциальных иностранных партнеров о деятельности своего предприятия;
- поиск потенциальных иностранных партнеров;
- предоставление основных данных об иностранной организации;
- подготовка перечня проводимых деловых мероприятий, представляющих практический интерес для российского предприятия;
- подготовка справки о состоянии рынка страны пребывания торгового представительства;
- подготовка справки о торговом режиме страны пребывания в отношении российского товара (услуги).

РЭЦ помогает компаниям провести анализ емкости рынка страны импортера, оценить перспективы продвижения и востребованности продукта на рынке, проанализировать ключевые рынки сбыта, разработать маркетинговый план и экспортный план для конкретной страны или продукта. РЭЦ также оказывает услуги по поиску потенциальных потребителей продукции на ключевых рынках сбыта, помогает установлению деловых контактов с профильными отраслевыми ведомствами и с зарубежными партнерами, в формировании перечня потенциальных клиентов, осуществляет проверку деловой репутации и платежеспособности партнеров. Следует отметить, что на данном этапе РЭЦ плотно взаимодействует с торговыми представительствами.

Отдельно стоит выделить активность на **выставках-ярмарках** и в **бизнес-миссиях**. Международная выставка — эффективная площадка для поиска потенциальных покупателей. Для организации оперативного поиска выставочных мероприятий, проводимых в конкретной отрасли экономики, предприятию желательно начать с обращения в государственные органы, оказывающие поддержку в проведении российских экспозиций с государственной финансовой поддержкой. Каждая выставка по-своему уникальна и требует специальной подготовки для эффективного использования ее возможностей. Важно определить целесообразность участия в той или иной выставке, оценить ее возможности с точки зрения реализации экспортных задач предприятия.

Оценить потенциальный результат участия в выставке, оказать содействие в организации участия компании в международных выставках в России и за рубежом помогут **Министерство промышленности и торговли Российской Федерации, торговые представительства, ЦПЭ**, а также **РЭЦ**. Министерство промышленности и торговли РФ координирует работу Межведомственной комиссии по выставочно-ярмарочной деятельности, которая проводит ежегодный отбор международных площадок, где предполагается организация единых российских экспозиций с частичным финансированием за счет средств федерального бюджета. Отобранные мероприятия входят в Перечень. Предприятиям, принявшим участие в коллективном российском стенде, компенсируются расходы на участие в выставках, включенных в Перечень. В него входят многопрофильные выставочные мероприятия, позволяющие экспонировать товары и услуги широкого круга отраслей, а также такие имиджевые мероприятия, как ЭКСПО, российские национальные выставки и другие.

Обратившись в **ЦПЭ**, можно получить информацию о выставочно-ярмарочных мероприятиях, включенных в Перечень, а также помощь в участии вашей компании в международных мероприятиях на территории РФ и за рубежом.

Бизнес-миссия — официально организованный выезд бизнес-делегации (предпринимателей) в страну интереса взаимного сотрудничества. В рамках бизнес-миссий предприятия получают возможность познакомиться и напрямую пообщаться с потенциальными партнерами. Бизнес-миссии позволяют собрать в одном месте профильные зарубежные организации, которые заинтересованы в сотрудничестве с российскими предприятиями. Бизнес-миссии могут помочь МСП получить экспортные заказы на поставку товаров, работ и услуг и развить торговые связи. В рамках бизнес-миссии можно не только познакомиться с подобранными под ваш товар потенциальными покупателями, убедиться в их надежности, определить степень заинтересованности, но даже посетить предприятие-покупателя и познакомиться с его требованиями, условиями работы и др.

Среди организаций, которые проводят бизнес-миссии, **Министерство экономического развития Российской Федерации**, которое занимается организацией бизнес-миссий российских компаний за рубежом. План бизнес-миссий формируется на календарный год. Прежде всего нужно изучить план бизнес-миссий, размещенный на сайте ved.gov.ru, в случае заинтересованности — подать заявку на этом же ресурсе в разделе «Подать заявку на организацию бизнес-миссии».

Малые и средние предприятия могут принять непосредственное участие в формировании перечня бизнес-миссий в интересующие их страны, направив свои предложения по географии проведения и тематике бизнес-миссий на сайте www.ved.gov.ru/rus_export/business.

Торговые представительства за рубежом предоставляют информацию о возможностях и условиях участия в деловом мероприятии, бизнес-миссии через онлайн-сервис запросов для экспортеров www.ved.gov.ru/support/.

Помощь экспортерам в организации бизнес-миссий оказывают как государственные органы, ведомства и организации, так и негосударственные объединения. В рамках расширения торгово-экономических связей регионов активную работу по организации бизнес-миссий проводят курирующие ВЭД органы исполнительной власти субъектов, региональные центры поддержки экспорта, а также территориальные торгово-промышленные палаты.

ЦПЭ помогает предприятиям планировать участие в международных бизнес-миссиях с проведением предварительной маркетинговой и организационной подготовки. Для этого анализируются условия выхода на определенный сегмент иностранного рынка, определяются потенциальные интересанты, при необходимости организуются экспонирование и показ товаров для продвижения, определяется степень заинтересованности в сотрудничестве. ЦПЭ также помогает в непосредственной организации международных бизнес-миссий, в том числе оплачивая аренду помещения для переговоров, техническое и лингвистическое сопровождение переговоров, перевозку участников от места прибытия в иностранном государстве до места размещения и от места размещения к месту проведения мероприятия.

ЦПЭ осуществляет планирование межрегиональных бизнес-миссий (в случае визита иностранной делегации предпринимателей в другой субъект РФ) для оказания содействия субъектам МСП, зарегистрированным в субъекте РФ, в заключении внешнеторгового контракта*.

ЦПЭ совместно с предприятиями готовит необходимые презентационные и рекламные материалы, включающие определение потенциальных интересантов, при необходимости экспонирование и показ товаров для продвижения, определение степени заинтересованности, проводит двусторонние деловые переговоры в случае прибытия делегации иностранных предпринимателей — потенциальных покупателей продукции субъектов МСП в другой субъект РФ*.

**Данные услуги предоставляются предприятиям МСП на безвозмездной основе не чаще одного раза в течение соответствующего календарного года.*

РЭЦ совместно с Минэкономразвития России организует бизнес-миссии для российских экспортеров (количество бизнес-миссий утверждается на ежегодной основе).

Необходимо отметить еще один полезный инструмент поиска иностранных покупателей — **международные тендеры**. С точки зрения экспортеров, международный тендер — это кристаллизованный спрос, наглядно демонстрирующий

потребности той или иной страны в определенных категориях продукции. На первом этапе с учетом объективных факторов развития государственных и коммерческих систем закупок и субъективных факторов, связанных со степенью готовности массового российского экспортера к участию в международных конкурентных торгово-закупочных процедурах, Группой РЭЦ принято решение сконцентрироваться на тендерах, проводящихся международными институтами развития. Имеются в виду:

- система закупок **ООН**;
- система закупок в рамках проектной деятельности **Всемирного банка**.

Данные тендеры отличаются высокой степенью транспарентности и открытости, они предоставляют возможность экспортерам разных стран вести равную конкуренцию. Однако, чтобы иметь шансы на победу в таком тендере, нужно досконально знать правила участия и требования, и РЭЦ оказывает российским экспортерам в этом поддержку.

На едином интернет-портале Группы РЭЦ каждый экспортер в своем личном кабинете сможет подписываться на тендеры в онлайн-режиме и получать всеобъемлющую информацию о возможности сбыта своей продукции.

В ряде случаев необходимым условием участия в международном тендере является наличие в комплекте тендерной документации тендерной гарантии. Чаще всего тендерная гарантия требуется в случаях, когда конкурс на поставку товаров/оказание услуг объявляет государственная компания либо компания с государственным участием. **Тендерная гарантия** – это гарантия, предоставляемая участникам тендера (экспортерам) в обеспечение выполнения обязательств победителя на условиях, которые были заявлены в ходе конкурса. Тендерная гарантия покрывает следующие риски: отказ участника от выполнения своих обязательств по поставкам или предоставлению услуг, отзыв предложения, участвующего в тендере, отказ стороны, за которую выдана гарантия, от подписания договора в случае победы в тендере. Росэксимбанк готов оказать гарантийную поддержку экспортерам в части выдачи тендерных гарантий.

II. Подготовка товара к экспорту; получение разрешительной документации на вывоз и на ввоз

На втором этапе экспортного проекта поддержку оказывают **ЦПЭ, РЭЦ**.

ЦПЭ оказывает содействие в приведении товаров (работ, услуг) в соответствие требованиям, необходимым для экспорта. ЦПЭ помогает экспортно ориентированным МСП в обеспечении защиты и оформлении прав на объекты ИС в России и за рубежом.

----->

РЭЦ консультирует экспортеров в отношении процедур доступа на иностранные рынки, в том числе о тарифных, нетарифных ограничениях, процедурах и требованиях соответствия российской продукции, и мерах, применяемых в иностранных государствах, незнание которых может осложнить экспортную поставку. Проводит консультации по вопросам оценки соответствия, в том числе международной сертификации российских товаров и сертификации российских товаров на иностранных рынках; предоставляет информацию об органах по сертификации и испытательных лабораториях, аккредитованных в зарубежных странах, и органах по сертификации, действующих в рамках международных и региональных организаций и систем по сертификации. РЭЦ информирует экспортеров об имеющихся на зарубежных рынках рисках, связанных с нарушением интеллектуальных прав, и о возможностях правовой охраны за рубежом изобретений и иных охраняемых результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации юридического лица и российской продукции.

На территории России РЭЦ сотрудничает с государственными органами, курирующими вопросы соответствия товаров стандартам качества, такими как Росстандарт, Росаккредитация, Минздрав России, Росздравнадзор, Роспотребнадзор, а также организациями, оформляющими документы по сертификации: ЦСМ Росстандарта, ТПП России, ВНИИС, а также с Федеральной службой по интеллектуальной собственности (Роспатент), обеспечивающей государственную регистрацию результатов интеллектуальной деятельности и средств индивидуализации.

III. Переговоры с иностранным покупателем и заключение внешнеторгового контракта

----->

На третьем этапе экспортного проекта необходимы тщательная подготовка и учет особенностей кросс-культурных коммуникаций. Ярким примером ошибки на данном этапе может случиться такая история: как-то индийский махараджа Джай Сингх посетил павильон компании “Роллс-Ройс” в Лондоне. Один из работников, не разобравшись, кто перед ним, позволил себе язвительное замечание, что, мол, “наш товар вам явно не по карману”. Сингх купил десять автомобилей, привез их в Индию и велел использовать для перевозки мусора. В целом продажа состоялась, но такую ли репутацию хотел заработать производитель?

На этом этапе поддержку в подготовке предварительной переписки, организации встреч и консультировании по организации презентации продукции иностранным покупателям оказывают **ЦПЭ, торговые представительства** и **РЭЦ**.

----->

ЦПЭ организует встречи и переговоры предприятиям МСП с иностранными предпринимателями на территории субъекта РФ, проводит встречи и переговоры по вопросам делового, технологического и научно-исследовательского сотрудничества между российскими и иностранными предпринимателями, представляющими страны Европейского союза и иные страны, входящие в Европейскую сеть поддержки предпринимательства, на территории субъекта РФ. ЦПЭ предоставляет помещения для переговоров, осуществляет организационное, техническое и лингвистическое сопровождение переговоров, оплачивает расходы на проживание и проезд иностранных партнеров к месту проведения переговоров.

Торговые представительства оказывают консультационную поддержку по общим вопросам национального законодательства, проверяют надежность потенциального покупателя и рекомендуют консалтинговые фирмы, специализирующиеся на правовых, финансовых и налоговых вопросах. **РЭЦ** оказывает поддержку в подготовке проектов внешнеторговых контрактов, проведении юридической экспертизы контрактов, а также в согласовании условий проектов внешнеторговых контрактов (объемы, сроки поставок, порядок взаиморасчетов и т.д.).

IV. Производство товара

На четвертом этапе экспортного проекта по результатам оценки персонала может возникнуть необходимость в повышении квалификации, то есть в обучении. Организации, оказывающие государственную поддержку по повышению квалификации (обучению) МСП в сфере экспорта: **ЦПЭ** и **Образовательный проект РЭЦ**.

ЦПЭ занимается организацией вебинаров, круглых столов, конференций, форумов, семинаров, мастер-классов и иных публичных мероприятий по тематике экспортной деятельности для субъектов МСП.

Образовательный проект РЭЦ предоставляет поддержку начинающим предприятиям-экспортерам очно и дистанционно. Очные курсы РЭЦ проводятся в регионах РФ* на базе местных операторов. Дистанционные курсы можно пройти на сайте www.exportedu.ru. Образовательная программа РЭЦ состоит из 8 курсов, причем каждый курс

посвящен отдельному этапу экспортного проекта. По окончании курса выдается удостоверение. Предприятия, сотрудники которого окончили все восемь курсов, получают право преференциального обслуживания при обращении в



Образовательный проект

группу компаний РЭЦ. Обучение по программе РЭЦ (очное и дистанционное) в 2016 — 2017 годах проводится на безвозмездной основе. Подать заявку на обучение (очное и заочное) можно на сайте www.exportedu.ru. Контакты: edu@exportcenter.ru; info@exportedu.ru.

Региональные операторы Образовательного проекта РЭЦ.

Очные образовательные курсы РЭЦ реализуются в регионах РФ местными операторами, определенными органами региональной власти. Перечень регионов — участников Образовательного проекта РЭЦ представлен на сайте www.exportedu.ru, в разделе «О проекте». Все представители региональных операторов прошли соответствующую подготовку в РЭЦ. Подать заявку на очное обучение в своем регионе можно на сайте www.exportedu.ru или обратившись к региональному оператору.

Содержание программы РЭЦ «Организация экспортной деятельности российских предприятий»:

- Курс 1.** Введение в экспорт. Жизненный цикл экспортного проекта. Государственная поддержка экспортно ориентированных предприятий.
- Курс 2.** Эффективный маркетинг для экспортеров.
- Курс 3.** Деловая коммуникация в экспортной деятельности.
- Курс 4.** Правовое обеспечение экспортной деятельности.
- Курс 5.** Управление финансовыми ресурсами для экспортеров.
- Курс 6.** Документационное обеспечение экспортной деятельности.
- Курс 7.** Таможенное оформление экспортных операций.
- Курс 8.** Логистика в экспортной деятельности.

8.3 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ФИНАНСОВАЯ ПОДДЕРЖКА СУБЪЕКТОВ МСП

По результатам оценки готовности производства к экспортной деятельности может возникнуть необходимость в привлечении внешних финансовых ресурсов на приобретение сырья, материалов, оплаты услуг субподрядчиков для исполнения обязательств по внешнеторговому контракту. Существует ряд организаций, оказывающих государственную финансовую поддержку экспортно ориентированным МСП.

РОСЭКСИМБАНК. Кредитная поддержка



РОСЭКСИМБАНК

ГРУППА
РОССИЙСКОГО
ЭКСПОРТНОГО ЦЕНТРА

А. Финансирование расходов на приобретение сырья, материалов, оплату услуг субподрядчиков для исполнения обязательств по внешнеторговому контракту*.

Условия получения кредита:

- доля российской составляющей (стоимость сырья, материалов, комплектующих, работ и услуг, произведенных на территории РФ) в общей стоимости внешнеторгового контракта — не менее 30%;
- кредит предоставляется в размере до 80% от суммы внешнеторгового контракта или договора комиссии между производителем и экспортером;
- кредит выдается в российских рублях или валюте внешнеторгового контракта;
- срок кредита — до 2 лет;
- обеспечение кредита: под залог прав требования на получение экспортной выручки по внешнеторговому контракту (договору комиссии между производителем и экспортером) и (или) по договору страхования ЭКСАР.

Подробнее: eximbank.ru/credits/product.php?page=33440

В. Финансирование текущих расходов на пополнение запаса оборотных средств и исполнение обязательств по регулярным экспортным поставкам*.

Условия получения:

- доля российской составляющей (стоимость сырья, материалов, комплектующих, работ и услуг, произведенных на территории РФ) в общей стоимости вашего внешнеторгового контракта — не менее 30%;
- кредит предоставляется в размере до 80% от суммы одного или нескольких внешнеторговых контрактов;
- кредит выдается в российских рублях или валюте внешнеторгового контракта;
- срок кредита — до 1 года;
- обеспечение кредита: под залог прав требования на получение экспортной выручки по внешнеторговому контракту и/или по договору страхования ЭКСАР.

Подробнее: eximbank.ru/credits/product.php?page=33442

С. Финансирование коммерческого кредита экспортера на пополнение запаса оборотных средств и исполнение обязательства по регулярным экспортным поставкам.

По запросу компании Росэксимбанк предоставляет финансирование, если оплата по внешнеторговому контракту осуществляется с отсрочкой / рассрочкой после отгрузки товара (оказания услуг, осуществления работ).

Условия получения:

- доля российской составляющей (стоимость сырья, материалов, комплектующих, работ и услуг, произведенных на территории РФ) в общей стоимости вашего внешнеторгового контракта — не менее 30%;
- кредит предоставляется в размере до 85% от суммы представленных к оплате отгрузочных документов;
- кредит выдается в российских рублях или валюте внешнеторгового контракта;
- срок кредита — до 5 лет;
- обеспечение кредита: под залог прав требования на получение экспортной выручки по внешнеторговому контракту (договору комиссии между производителем и экспортером) и/или по договору страхования ЭКСАР.

Подробнее: eximbank.ru/credits/product.php?page=33444

Д. Финансирование торгового оборота с иностранными покупателями в случае регулярных поставок за рубеж однородных товаров или услуг (на пополнение запаса оборотных средств).

По запросу предприятия Росэксимбанк предоставляет финансирование, если оплата по внешнеторговому контракту осуществляется с отсрочкой/рассрочкой после отгрузки товара (оказания услуг, осуществления работ).

Условия получения:

- доля российской составляющей (стоимость сырья, материалов, комплектующих, работ и услуг, произведенных на территории РФ) в общей стоимости внешнеторгового контракта — не менее 30%;
- кредит предоставляется в размере до 85% от суммы одного или нескольких внешнеторговых контрактов;

- кредит выдается в российских рублях или валюте внешнеторгового контракта;
- срок кредита — до 5 лет;
- обеспечение: под залог прав требования на получение экспортной выручки по внешнеторговому контракту и (или) по договору страхования ЭКСАР.

Подробнее: eximbank.ru/credits/product.php?page=33446

Е. Специальная программа кредитования для производителей высокотехнологичного экспорта. Кредитование доступно в рублях, долларах США и евро.

Условие получения:

- товары или услуги, производимые или экспортируемые организацией, относятся к высокотехнологичному экспорту;
- предприятие может проверить свое соответствие по приказу Министерства промышленности и торговли РФ от 02.07.2015 №1809;
- для получения специальных условий кредитования необходимо заполнить анкету и приложить ее к стандартному пакету документов кредитного продукта:
 - финансирование коммерческого кредита экспортера;
 - финансирование торгового оборота с иностранными покупателями;
 - финансирование расходов на приобретение сырья, материалов, оплату услуг субподрядчиков для исполнения обязательств по внешнеторговому контракту;
 - финансирование текущих расходов на пополнение запаса оборотных средств и исполнение обязательств по регулярным экспортным поставкам*.

Подробнее: eximbank.ru/hitech/

**Указаны условия для некрупных экспортеров
(с выручкой за предшествующий год не более 2 млрд руб.)*



А. Гарантия возврата авансового платежа. Если условиями внешнеторгового контракта предусмотрено предоставление авансового финансирования, а иностранный покупатель готов перечислить авансовый платеж под гарантию банка, Росэксимбанк обеспечит обязательства предприятия по возврату авансового платежа.

- размер гарантии: лимит обязательства по гарантии ограничивается суммой полученного экспортером аванса и может быть уменьшен по мере исполнения экспортером контрактных обязательств и с учетом финансового состояния экспортера;
- валюта гарантии — российский рубль или валюта внешнеторгового контракта;
- срок гарантии определяется в соответствии с условиями внешнеторгового контракта;
- гарантии могут быть выданы в рамках документарных лимитов либо с предоставлением дополнительного обеспечения, например:
 - вексель, денежные средства, размещенные в Росэксимбанке в качестве обеспечения по гарантии;
 - поручительство собственников экспортера;
 - залог движимого и недвижимого имущества принципала или третьих лиц;
 - залог акций (долей) экспортера или иных участников сделки (проекта);
 - поручительство третьих лиц;
 - банковская гарантия другого банка;
 - государственная гарантия Российской Федерации;
- основные условия предоставления гарантии:
 - подписание и вступление в силу внешнеторгового контракта, а также иных соглашений и разрешений, предусмотренных внешнеторговым контрактом;
 - открытие счета экспортером в Росэксимбанке;
 - открытие или перевод паспорта сделки в Росэксимбанке по внешнеторговому контракту, являющемуся предметом гарантии;
 - уплата экспортером комиссии за предоставление гарантии.

Подробнее: eximbank.ru/credits/garant_prod.php?page=34304

В. Гарантия платежа: если для исполнения экспортных обязательств предприятию необходимо задействовать субподрядчиков, оно может воспользоваться гарантией банка по оплате данного контракта.

- размер гарантии определяется исходя из заключенного контракта и с учетом финансового состояния экспортера;
- валюта гарантии — российский рубль или валюта контракта;
- срок гарантии определяется условиями контракта и структурирования сделки;
- гарантии могут быть выданы в рамках документарных лимитов либо с предоставлением дополнительного обеспечения, например:
 - вексель, денежные средства, размещенные в Росэксимбанке в качестве обеспечения по гарантии;
 - поручительство собственников экспортера;
 - залог движимого и недвижимого имущества экспортера или третьих лиц;
 - залог акций (долей) экспортера или иных участников сделки (проекта);
 - поручительство третьих лиц;
 - банковская гарантия другого банка;
- основные условия предоставления гарантии:
 - подписание и вступление в силу внешнеторгового контракта, а также иных соглашений и разрешений, предусмотренных внешнеторговым контрактом;
 - уплата экспортером комиссии за предоставление гарантии;
 - расчеты по контрактам, обеспеченным банковскими гарантиями Росэксимбанка, экспортер проводит через расчетный счет, открытый в Росэксимбанке.

Подробнее: eximbank.ru/credits/garant_prod.php?page=34306



ЭКСПАР.

Страховая поддержка

Страхование кредита на пополнение оборотных средств. Данный вид страхования предназначен для защиты российского банка от риска невозврата кредита, предоставленного российскому экспортеру (субъекту МСП) для исполнения внешнеторгового контракта.



ЭКСПАР

ГРУППА
РОССИЙСКОГО
ЭКСПОРТНОГО ЦЕНТРА

Основные требования к внешнеторговому контракту:

- доля российской составляющей в экспорте — не менее 20%;
- предмет экспорта: несырьевой экспорт;
- страна иностранного покупателя: весь мир.

Основные требования к условиям финансирования:

- заемщик — субъект МСП (в определении Федерального закона от 24.07.2007 №209-ФЗ), а также компании, не являющиеся субъектами МСП, с годовым торговым оборотом до 2 млрд рублей;
- целевое использование кредитных ресурсов: пополнение оборотных средств для исполнения внешнеторгового контракта, заключенного или находящегося в стадии согласования и подписания. Финансирование может предоставляться для исполнения нескольких внешнеторговых контрактов;
- сумма финансирования — до 80% суммы внешнеторгового контракта;
- срок финансирования — до 2 лет;
- источники погашения кредита: выручка по внешнеторговому контракту и прибыль от текущей деятельности.

Общие условия страхования:

- застрахованная доля — 70% от суммы кредита и начисленных процентов при условии, что сумма кредита не превышает лимит финансирования экспортера, установленный банку;
- застрахованная доля — до 90% от суммы кредита и начисленных процентов при условии предоставления экспортером полного комплекта информации, необходимой ЭКСПАР для проведения полноценной оценки рисков;

- единая ставка страховой премии — 1,5% годовых от суммы застрахованной задолженности по кредиту;
- страховая премия уплачивается единовременно или в соответствии с графиком уплаты процентных платежей.

Подробнее: exiar.ru/export_support_msp/attract_funding

За финансовой поддержкой можно обратиться в службу "единого окна" **РЭЦ** на сайте exportcenter.ru, получить дополнительную информацию об условиях получения вы можете также на сайтах Росэксимбанка www.eximbank.ru и на сайте ЭКСАР www.exiar.ru.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ТАМОЖЕННЫХ ПРОЦЕДУР

8.4

V. Таможня

На пятом этапе экспортного проекта при подготовке товара к прохождению таможенных процедур можно рассчитывать на следующую поддержку со стороны государственных организаций.

ЦПЭ: содействие в приведении товаров (работ, услуг) в соответствие требованиям, необходимым для экспорта*.

**Услуга предоставляется на полностью или частично платной основе.*

Российский экспортный центр*:

- осуществление проверок соблюдения таможенного и налогового законодательства;
- помощь в подготовке документов для получения предварительного классификационного решения таможенного органа;
- содействие в подготовке документации для получения разрешения на переработку товаров на таможенной территории;
- помощь в решении задач, связанных с определением страны происхождения товара, и получении статуса экспортируемой продукции «Made in Russia»;

- содействие в получении разрешительной документации, необходимой для осуществления экспортной поставки;
- помощь в подготовке товаросопроводительных документов, необходимых для осуществления экспортной поставки;
- помощь в эффективном применении льгот по уплате таможенных пошлин и налогов при вывозе товаров из РФ, включая использование таможенных процедур, в рамках которых предоставляются таможенные льготы;
- помощь в таможенной оценке товаров, связанная с методом расчета и пересмотра трансфертных цен.

**Услуги предоставляются на безвозмездной основе.*

8.5 ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА В ЛОГИСТИКЕ И ПРИ ОПЛАТЕ КОНТРАКТА

VI-VII. Логистика и валютные платежи

На шестом этапе экспортного проекта РЭЦ оказывает консультационные услуги в части определения логистической составляющей:

- базовое консультирование по вопросам логистики;
- разработка базового сценария (маршрута) перевозки;
- расчет средней стоимости перевозки по разработанному маршруту перевозки.

На седьмом этапе (оплата контракта, валютные платежи) в части валютных платежей и расчетов с покупателем (поставщиками) комплектующих материалов **Российский экспортный центр** оказывает консультационную поддержку при прохождении экспортного и валютного контроля, а также помощь в подготовке комплекта документов, необходимых для возврата НДС. Данные услуги предоставляются на безвозмездной основе.

Для того чтобы обеспечить оплату поставки экспортных товаров (работ, услуг) со стороны иностранного покупателя, компания может предложить своему иностранному партнеру воспользоваться кредитными продуктами, которые предлагаются специально для него.

РОСЭКСИМБАНК.

Кредитование

А. Прямой кредит иностранному покупателю. Поможет иностранному покупателю оплатить товары или услуги предприятия экспортера.

Условия получения кредита:

- заемщик — иностранный покупатель или заказчик несырьевых товаров или услуг российской компании;
- доля российской составляющей в общей стоимости внешнеторгового контракта — не менее 30%;
- кредит иностранному покупателю предоставляется в размере до 85% от суммы внешнеторгового контракта (в размере до 100%, если срок кредитования не превышает 2 лет и/или при наличии страхового покрытия ЭКСАР;
- кредит выдается в российских рублях или валюте внешнеторгового контракта;
- срок кредита — до 10 лет;
- обеспечение кредита: банковская или государственная гарантия по обязательствам заемщика (бенефициар — Росэксимбанк) и/или договор страхования ЭКСАР;
- заемщик (иностранное предприятие) может использовать средства только для оплаты по заключенному внешнеторговому контракту.

Подробнее: eximbank.ru/credits/product.php?page=33447

В. Финансирование через подтвержденный аккредитив. Этот кредит обеспечит зарубежному покупателю экспортера доступ к финансированию оплаты по внешнеторговому контракту через аккредитив, выпущенный иностранным банком и подтвержденный Росэксимбанком.

Условия получения:

- заемщик — иностранный банк — эмитент аккредитива;
- предприятие экспортирует или производит несырьевые товары или услуги;
- доля российской составляющей в общей стоимости внешнеторгового контракта — не менее 30%;

- кредит предоставляется в размере до 100% от суммы аккредитива;
- кредит выдается в российских рублях или валюте внешнеторгового контракта;
- срок кредита — до 5 лет;
- при необходимости Росэксимбанк может предоставить постфинансирование в валюте, отличной от валюты аккредитива;
- обеспечение кредита: по договору страхования подтвержденного аккредитива, который ЭКСАР заключит с Росэксимбанком.

Подробнее: eximbank.ru/credits/product.php?page=33448

С. Кредит банку иностранного покупателя. Если иностранному покупателю нужны дополнительные средства для оплаты товаров или услуг российского экспортера, Росэксимбанк может предоставить необходимую сумму его банку-кредитору за рубежом.

Условия получения кредита:

- заемщик — иностранный банк покупателя или заказчика несырьевых товаров или услуг российской компании;
- доля российской составляющей в общей стоимости внешнеторгового контракта — не менее 30%;
- кредит предоставляется в размере до 100% от стоимости внешнеторгового контракта, за исключением аванса, и/или до 100% страховой премии для оплаты по договору страхования с ЭКСАР (см. ниже в разделе «Риски»);
- кредит выдается в российских рублях или валюте внешнеторгового контракта;
- срок кредита — до 10 лет;
- обеспечение кредита: по договору страхования кредита иностранному покупателю, который ЭКСАР заключит с Росэксимбанком;
- заемщик (иностранное предприятие) может использовать средства только для оплаты по заключенному внешнеторговому контракту и оплаты страховой премии по договору экспортного страхования.

Подробнее: eximbank.ru/credits/product.php?page=33450

D. Специальная программа кредитования для производителей высокотехнологичного экспорта. Кредитование доступно в рублях, долларах США и евро.

- условия получения: товары или услуги, производимые или экспортируемые вашей организацией, относятся к высокотехнологичному экспорту;
- предприятие может проверить свое соответствие по приказу Министерства промышленности и торговли Российской Федерации от 02.07.2015 №1809;
- для получения специальных условий кредитования необходимо заполнить анкету и приложить ее к стандартному пакету документов кредитного продукта:
 - прямой кредит иностранному покупателю;
 - кредит банку иностранного покупателя.

Подробнее: eximbank.ru/hitech

Если предприятию-экспортеру необходима гарантия надлежащего исполнения обязательств по заключенному внешнеторговому контракту, можно воспользоваться гарантийной поддержкой.

РОСЭКСИМБАНК.

Гарантийная поддержка

A. Гарантия надлежащего исполнения выдается в обеспечение обязательств экспортера перед импортером:

- размер гарантии определяется исходя из заключенного внешнеторгового контракта;
- валюта гарантии — российский рубль или валюта внешнеторгового контракта;
- срок гарантии определяется в соответствии с условиями структурирования сделки;
- гарантии могут быть выданы в рамках документарных лимитов либо с предоставлением дополнительного обеспечения, например:
 - вексель, денежные средства, размещенные в Росэксимбанке в качестве обеспечения по гарантии;
 - поручительство собственников экспортера;

- залог движимого и недвижимого имущества экспортера или третьих лиц;
- залог акций (долей) экспортера или иных участников сделки (проекта);
- поручительство третьих лиц;
- банковская гарантия другого банка;
- государственная гарантия Российской Федерации;

— основные условия предоставления гарантии:

- подписание и вступление в силу внешнеторгового контракта, а также иных соглашений и разрешений, предусмотренных внешнеторговым контрактом;
- открытие счета экспортером в Росэксимбанке;
- открытие или перевод паспорта сделки в Росэксимбанк по внешнеторговому контракту, являющемуся предметом гарантии;
- уплата экспортером комиссии за предоставление гарантии.

Подробнее: eximbank.ru/credits/garant_prod.php?page=34305

Российские предприятия, поставляющие экспортные несырьевые товары и услуги, могут рассчитывать на получение **страховой поддержки от риска неплатежей по внешнеторговым контрактам**. Страховая поддержка оказывается как на предэкспортной (см. выше страхование кредита на пополнение оборотных средств экспортера), так и на постэкспортной стадиях (представлены ниже).

ЭКСПАР.

Страхование для экспортеров

А. Страхование кредита поставщика. Продукт предназначен для защиты российских экспортеров (а также финансирующих их банков) от риска неплатежа иностранного покупателя. Покрытие распространяется на отдельные поставки, осуществляемые на условиях отсрочки платежа.

- объект страхования: отдельный внешнеторговый контракт (проект);
- страхователь (выгодоприобретатель): экспортер по внешнеторговому контракту. Выгодоприобретателем выступает банк, предоставляющий финансирование экспортеру;
- срок заключения договора страхования соответствует периоду действия внешнеторгового контракта;

- дополнительные опции:
 - страхование фабрикационного риска;
 - страхование гарантии;
 - страхование риска невозврата товаров (оборудования);
 - страхование риска невозврата обеспечительных платежей (депозитов).

Подробнее: exiar.ru/products/1883

В. Страхование краткосрочной дебиторской задолженности. Страховой продукт предназначен для защиты российских компаний (а также банков, предоставляющих им финансирование) от риска неплатежа иностранных покупателей. Страховое покрытие распространяется на регулярные поставки однородных товаров, осуществляемые на условиях отсрочки платежа (длительностью не более 360 дней), постоянным покупателям за рубежом.

- объект страхования — весь портфель внешнеторговых контрактов страхователя с отсрочкой платежа;
- страхователь (выгодоприобретатель): страхователем выступает экспортер, выгодоприобретателем может выступать банк, предоставляющий финансирование экспортеру;
- срок заключения договора страхования — 1 год.

Подробнее: exiar.ru/products/1884

ЭКСПАР.

Страхование для банков (покупателей)

А. Страхование подтвержденного аккредитива. Страховой продукт, предназначенный для защиты банка, подтверждающего аккредитив (в том числе с предоставлением финансирования) иностранного банка-эмитента, от риска неполучения возмещения по нему.

- страхование распространяется на аккредитивы, выставленные для оплаты по контрактам за товары (услуги или работы), экспортируемые из России;
- объект страхования — подтвержденный документарный аккредитив (в том числе с предоставлением финансирования), выпущенный для осуществления оплаты по внешнеторговому контракту;

- страхователь — российский или иностранный банк, подтверждающий аккредитив иностранного банка-эмитента (часто — банк покупателя);
- срок заключения договора страхования соответствует сроку исполнения обязательств банка-эмитента перед подтверждающим банком.

Подробнее: exiar.ru/products/1879

В. Страхование кредита иностранному покупателю. Страховой продукт, предназначенный для защиты российского или иностранного банка от риска невозврата кредита, предоставленного иностранному заемщику (покупателю или банку покупателя) для оплаты по контракту за товары (услуги или работы), экспортируемые из России.

- объект страхования — кредит, предоставленный банком иностранному заемщику (покупателю или банку покупателя) для оплаты по контракту товаров (услуги или работы), экспортируемых из России, и проценты за пользование кредитом;
- страхователь — российский или иностранный банк, финансирующий иностранного заемщика;
- срок заключения договора страхования соответствует периоду действия кредитного договора.

Подробнее: exiar.ru/products/1878

С. Страхование экспортного факторинга. Специальный продукт, позволяющий профинансировать дебиторскую задолженность экспортера на безрегрессной основе. Таким образом, полностью исключается риск неполучения выручки по торговым операциям с отсрочкой платежа. Страхование экспортного факторинга предназначено для защиты фактора от риска неплатежа иностранных контрагентов.

- фактор (страхователь): банк или специализированная факторинговая компания;
- экспортер: субъект малого и среднего предпринимательства (в определении Федерального закона от 24.07.2007 №209-ФЗ), а также компании, не являющиеся субъектами МСП, с торговым оборотом до 2 млрд рублей;
- условия финансирования: однофакторный безрегрессный факторинг (в т.ч. через поручительства фактора за иностранного контрагента);

- страховые риски: риск неплатежа иностранного контрагента — экспортера (в связи с реализацией предпринимательских и/или политических рисков);
- максимальная страховая емкость в рамках программы — до 1 млрд рублей с каждым страхователем.

Подробнее: exiar.ru/export_support_msp/financing_receivables

Общая схема государственной поддержки

1. Выбор рынка. Поиск покупателя	Исследование	Выставки / ярмарки	Бизнес-миссия
	ЦПЭ РЭЦ ТП	ЦПЭ РЭЦ ФОИВ	ЦПЭ РЭЦ ФОИВ
2. Подготовка к требованиям рынка	Сертификация	Защита прав ИС	Разрешительные документы
	ЦПЭ РЭЦ ФОИВ	ЦПЭ РЭЦ	ТП
3. Переговоры	Организация переговоров	Контракт и экспертиза	Перевод на иностранный язык
	ЦПЭ РЭЦ ТП	ЦПЭ РЭЦ ТП	ЦПЭ
4. Производство	Обучение экспорту	Предэкспертное финансирование	
	ЦПЭ РЭЦ	Группа РЭЦ Росэксимбанк ЭКСАР	
5. Подготовка к экспорту. Доставка.	Консультирование по логистике	Консультирование по таможенной и разрешительной документации	
	РЭЦ	ЦПЭ РЭЦ ТП	
6. Валютные платежи	Кредит покупателю	Страхование от неплатежей	
	Группа РЭЦ Росэксимбанк	Группа РЭЦ ЭКСАР	

9



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

ПЕРЕЧЕНЬ ТОРГОВЫХ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ИНОСТРАННЫХ ГОСУДАРСТВАХ

Абхазия	abh.ved.gov.ru	Литва	ltu.ved.gov.ru
Австралия	aus.ved.gov.ru	Люксембург	lux.ved.gov.ru
Австрия	aut.ved.gov.ru	Малайзия*	mys.ved.gov.ru
Азербайджан	aze.ved.gov.ru	Марокко	mar.ved.gov.ru
Алжир	dza.ved.gov.ru	Молдавия	mda.ved.gov.ru
Аргентина	arg.ved.gov.ru	Нидерланды	nld.ved.gov.ru
Армения	arm.ved.gov.ru	Никарагуа	nic.ved.gov.ru
Белоруссия	blr.ved.gov.ru	Норвегия	nor.ved.gov.ru
Бельгия	bel.ved.gov.ru	Пакистан	pak.ved.gov.ru
Болгария	bgr.ved.gov.ru	Польша	pol.ved.gov.ru
Бразилия	bra.ved.gov.ru	Сербия	srb.ved.gov.ru
Великобритания	gbr.ved.gov.ru	Словакия	svk.ved.gov.ru
Венгрия	hun.ved.gov.ru	США	usa.ved.gov.ru
Вьетнам	vnm.ved.gov.ru	Таджикистан	tjk.ved.gov.ru
Германия	deu.ved.gov.ru	Таиланд	tha.ved.gov.ru
Дания	dnk.ved.gov.ru	Туркменистан	tkm.ved.gov.ru
Египет	egu.ved.gov.ru	Турция	tur.ved.gov.ru
Индия	ind.ved.gov.ru	Узбекистан	uzb.ved.gov.ru
Индонезия	idn.ved.gov.ru	Украина	ukr.ved.gov.ru
Иран	irn.ved.gov.ru	Финляндия	fin.ved.gov.ru
Испания	esp.ved.gov.ru	Франция	fra.ved.gov.ru
Италия	ita.ved.gov.ru	Чехия	cze.ved.gov.ru
Казахстан	kaz.ved.gov.ru	Швейцарии	che.ved.gov.ru
Канада	can.ved.gov.ru	Швеции	swe.ved.gov.ru
Киргизия	kgz.ved.gov.ru	ЮАР*	zaf.ved.gov.ru
Китай	chn.ved.gov.ru	Южная Осетия	*
Южная Корея	kor.ved.gov.ru	Япония	jpn.ved.gov.ru
Куба*	cuba.ved.gov.ru		

**Торговое представительство на этапе становления.*

ПЕРЕЧЕНЬ РЕГИОНАЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ КООРДИНАЦИИ ПОДДЕРЖКИ ЭКСПОРТНО ОРИЕНТИРОВАННЫХ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Алтайский край.....	r22.ved.gov.ru
Астраханская область.....	r30.ved.gov.ru
Брянская область.....	export32.ruexport
Владимирская область.....	<i>на этапе становления</i>
Волгоградская область.....	vinkub.ru
Вологодская область.....	r35.ved.gov.ru
Воронежская область.....	export36.ru
Калининградская область.....	export.fpmp39.ru
Калужская область.....	r40.ved.gov.ru
Кировская область.....	r43.ved.gov.ru
Краснодарский край.....	r23.ved.gov.ru
Красноярский край.....	r24.ved.gov.ru
Курганская область.....	r45.ved.gov.ru
Курская область.....	<i>на этапе становления</i>
Липецкая область.....	<i>на этапе становления</i>
Московская область.....	www.mbm.ruexport
Нижегородская область.....	r52.ved.gov.ru
Новгородская область.....	r53.ved.gov.ru
Новосибирская область.....	r54.ved.gov.ru
Омская область.....	ved55.ru
Оренбургская область.....	<i>на этапе становления</i>
Орловская область.....	www.export57.ru
Пензенская область.....	<i>на этапе становления</i>
Пермский край.....	<i>на этапе становления</i>
Приморский край.....	r25.ved.gov.ru
Псковская область.....	r60.ved.gov.ru

Республика Бурятия.....	на этапе становления
Республика Дагестан.....	на этапе становления
Республика Карелия.....	r10.ved.gov.ru
Республика Мордовия.....	на этапе становления
Республика Северная Осетия – Алания.....	на этапе становления
Республика Татарстан.....	r16.ved.gov.ru
Ростовская область.....	donexport.ru
Рязанская область.....	на этапе становления
Самарская область.....	r63.ved.gov.ru
Саратовская область.....	на этапе становления
Свердловская область.....	r66.ved.gov.ru
Смоленская область.....	на этапе становления
Ставропольский край.....	r26.ved.gov.ru
Тамбовская область.....	на этапе становления
Тверская область.....	r69.ved.gov.ru
Томская область.....	r70.ved.gov.ru
Тульская область.....	на этапе становления
Тюменская область.....	r72.ved.gov.ru
Удмуртская Республика.....	r18.ved.gov.ru
Ульяновская область.....	на этапе становления
Хабаровский край.....	r27.ved.gov.ru
Ханты-Мансийский АО – Югра.....	r86.ved.gov.ru
Челябинская область.....	на этапе становления
Чувашская Республика.....	r21.ved.gov.ru
Ярославская область.....	на этапе становления

А

Аккредитив документарный – разновидность аккредитива, по условиям которого банк обязуется выплачивать согласно поручению покупателя товара определенную сумму продавцу при предъявлении им товарно-транспортных документов.

Аккредитив – любое соглашение, как бы оно ни было названо или обозначено, которое является безотзывным и представляет собой твердое обязательство банка-эмитента.

Арбитражная оговорка – договорное или отделенное от договора соглашение, принимаемое сторонами при заключении международного коммерческого контракта, в котором оговариваются вопросы урегулирования возможных споров, возникающих между сторонами при исполнении контракта.

Арбитражная оговорка должна быть сформулирована таким образом, чтобы однозначно определялись вопросы урегулирования возможного спора: доарбитражный порядок или претензионный порядок урегулирования и предмет спора (указание на контракт или иное соглашение сторон), материальное право, применимое к спору между сторонами (либо гражданское законодательство, которое включает в себя также гражданское процессуальное законодательство, в части регулирования предъявления иска), место арбитража, орган или образование, имеющее право рассматривать спор (в том числе вид арбитража), количество арбитров, язык арбитражного разбирательства и язык документов, представляемых арбитрам и сторонам. Указание регламента, в соответствии с которым будут назначаться арбитры и рассматриваться споры. Арбитражная оговорка имеет автономный характер, то есть этот раздел контракта имеет самостоятельный юридический характер независимо от того, будет признан контракт действительным или нет. Это важный принцип международного коммерческого права.

Арбитражная оговорка должна соответствовать следующим требованиям: 1) добровольность; 2) явно выраженное намерение сторон передать спор на рассмотрение арбитража; 3) определенность в отношении арбитражной процедуры; 4) наличие у сторон правоспособности; 5) надлежащая форма арбитражного соглашения; 6) указание на конкретные правоотношения, применительно к которым действует арбитражное соглашение; 7) арбитрабельность споров, отнесенных на разрешение арбитража.

Б

Банки уполномоченные – кредитные организации, созданные в соответствии с законодательством Российской Федерации и имеющие право на основании лицензий Центрального банка Российской Федерации осуществлять банковские операции со средствами в иностранной валюте.

В

Валютная оговорка – условие, которое включается в международные кредитные, платежные, внешнеторговые и другие контракты для страхования кредитора и экспортера от риска падения курса валюты платежа с момента заключения контракта до момента его оплаты. Обычно применяют два вида валютной оговорки: а) включение в соглашение о цене товара (сумме кредита) устойчивой валюты в качестве валюты сделки: при понижении курса валюты платежа общая стоимость в валюте платежа соответственно увеличится; б) включение условия об изменении цены товара (или суммы кредита) в такой же пропорции, в какой изменится курс валюты платежа по сравнению с курсом валюты сделки.

Валюта платежа – валюта, в которой производятся расчеты по контракту.

Вексель – безусловное, абстрактное, беспорное денежное обязательство, обремененное в особую юридическую форму и дающее его владельцу (векселедержателю) право требовать по истечении срока указанную в нем сумму.

Валютные риски представляют собой опасность валютных потерь, связанных с изменением курса одной иностранной валюты по отношению к другой при проведении внешнеэкономических, кредитных и других валютных операций.

Г

Гармонизированная система описания и кодирования товаров (англ. Harmonized Commodity Description and Coding System (сокр. Harmonized System, HS) – система описания и кодирования товаров (стандартизированная система классификации товаров в международной торговле); товары классифицируются как по назначению (одежда, оружие и т. д.), так и по отраслям экономики (текстильная продукция, животные и продукция животноводства и т. д.).

Д

Дистрибьютор, или **дистрибутор** (англ. distributor — распространитель) – независимая посредническая организация, осуществляющая сбыт продукции розничным торговцам и предприятиям на основе оптовых закупок у крупных промышленных фирм-производителей с целью последующего сбыта этих товаров реселлерам или дилерам на региональных рынках.

Помимо выполнения функции торгового посредника дистрибьютор может также оказывать маркетинговые услуги, услуги по монтажу и наладке оборудования, а также проводить обучение по эксплуатации последнего.

Е

Емкость рынка – это объем тех товаров или услуг, которые предлагаются и приобретаются на рынке той или иной страны.

И

Инкассо (Collection of payment) – поручение экспортера своему банку получить от импортера (плательщика) непосредственно либо через другой банк определенную сумму или подтверждение того, что эта сумма будет выплачена в назначенные сроки против предоставления товарных документов.

ИНКОТЕРМС – сборник международных торговых терминов с толкованиями, составленный на основании опыта мировой торговой практики.

Инфляционный риск – риск того, что при росте цен получаемые денежные доходы обесцениваются с точки зрения реальной покупательной способности быстрее, чем растут.

Исследование полевое (field research) – маркетинговое исследование, специфика которого заключается в непосредственном и всестороннем изучении маркетингового объекта исследования в реальных рыночных условиях. Предполагает сбор первичной информации, оперативных данных об условиях продаж конкретного товара на определенном рынке, а также о реакции покупателей на предлагаемые изделия и об их отношении к фирмам-производителям.

Исследование кабинетное (desk research) – сбор, изучение, систематизация и анализ вторичной маркетинговой информации о рынке, полученной из доступных источников, т. е. данных, определенным образом обработанных и содержащихся в основном в официальных и иных печатных источниках: периодике, экономических изданиях, статистических справочниках, внутрифирменных отчетах и т. д.

М

Мадридская система регистрации товарных знаков создана в 1891 году и функционирует в соответствии с Мадридским соглашением о международной регистрации знаков (Мадридское соглашение) от 1891 года и Протоколом к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков (Мадридский протокол) от 1989 года. Административное управление Мадридской системой осуществляет Международное бюро Всемирной организации интеллектуальной собственности. Мадридская система предоставляет владельцам товарных знаков возможность охраны принадлежащих им знаков в нескольких странах – членах Мадридского союза путем подачи одной заявки непосредственно в национальное ведомство по товарным знакам своей страны. Мадридская система также в значительной мере упрощает последующее управление товарным знаком, поскольку имеется возможность внесения записи о последующих изменениях или о продлении регистрации путем одного процедурного действия. Впоследствии могут быть также указаны дополнительные страны.

П

Паспорт сделки (ПС) – документ валютного контроля, содержащий необходимые сведения из контракта (договора, соглашения) между резидентом и нерезидентом, предусматривающего экспорт (импорт) товаров и их оплату в иностранной валюте и/или валюте Российской Федерации.

Политический риск – возможность возникновения убытков или сокращения размеров прибыли, являющихся следствием государственной политики при осуществлении экспортной операции.

Производственный риск – потенциальные потери компании, вызванные ошибками либо непрофессиональными (противоправными) действиями персонала компании, а также сбоями в работе оборудования.

С

Декларация соответствия подтверждает качество продукции, а процедура оформления называется декларированием, то есть декларация соответствия служит альтернативным подтверждающим документом со стороны продавца или производителя.

Т

Торговая марка – оригинально оформленный специальный отличительный знак торгового предприятия, торговой фирмы, который производители вправе размещать на продаваемых товарах, изготовленных по заказу данной фирмы. Чаще всего торговая марка представлена графическим изображением, оригинальным названием, особым сочетанием знаков, букв, слов.

Товарный знак – обозначение (словесное, изобразительное, объемное или иное, а также их комбинации), служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей.

Торговый реестр – список, перечень торговых фирм, в который вносятся официально зарегистрированные фирмы. Торговый реестр содержит сведения о наименовании фирмы, ее местонахождении, направлении деятельности, данные об основном капитале и владельцах фирмы.

Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности Таможенного союза (ТН ВЭД ТС) – классификатор товаров, применяемый таможенными органами и участниками внешнеэкономической деятельности в целях проведения таможенных операций. ТН ВЭД ТС была принята Комиссией Таможенного союза при содействии Федеральной таможенной службы Российской Федерации.

У

Упаковка – любая продукция, изготовленная из любых материалов любого происхождения, которая используется для сохранения, защиты, погрузки, доставки и представления товаров от сырья до готовой продукции и от производителя до пользователя или потребителя.

Ч

Чек – безусловный приказ чекодателя банку-плательщику оплатить по предъявлении определенную сумму чекодержателю или по его приказу за счет имеющихся у банка средств чекодателя.

Ф

Форма расчета – исторически сложившийся в международной практике способ оформления, передачи, обработки платежных и товарораспорядительных документов и осуществления платежей.

Э

Экспорт (от лат. exporto - вывожу) (англ. Export) – вывоз за границу товаров, проданных иностранному покупателю или предназначенных для продажи на иностранном рынке. Российское законодательство определяет экспорт как «вывоз товара, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности, в том числе исключительных прав на них, с таможенной территории Российской Федерации за границу без обязательства об обратном ввозе». Законодательство Евразийского экономического союза определяет экспорт как «вывоз товара с таможенной территории Союза на территорию третьих стран без обязательства об обратном ввозе» (Договор о Евразийском экономическом союзе от 29.05.2014). Таможенное законодательство Таможенного союза определяет таможенную процедуру экспорта как «процедуру, при которой товары Таможенного союза вывозятся за пределы таможенной территории Таможенного союза и предназначаются для постоянного нахождения за ее пределами» (Таможенный кодекс Таможенного союза (приложение к Договору о Таможенном кодексе Таможенного союза, принятому решением Межгосударственного Совета ЕврАзЭС на уровне глав государств от 27.11.2009 №17)).

Экспорт услуг – «услуги, оказанные резидентами национальной экономики для нерезидентов» (приказ Росстата от 29.12.2012 №677 «Об утверждении Методологических положений по организации статистического наблюдения за внешней торговлей услугами»).

Экспорт капитала – вывоз, размещение капитала за рубежом в денежной или товарной форме с целью его более эффективного использования, приобретения собственности в других странах, вложения денег в производственные объекты, здания, сооружения, ценные бумаги, обещающие принести высокие доходы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. ВЭД и международный бизнес / Институт экономики и финансов «СИНЕРГИЯ» Школа МВА. Д.э.н., проф. Воронова Т. А., М., 2010.
2. Кеннеди Гэвин. Переговоры. Полный курс = On Negotiation. М.: Альпина Паблишер, 2011. 392 с.
3. Долгова И. В., Малышев А. А. Практика ведения внешнеторговых переговоров / И. В. Долгова, А. А. Малышев. М.: Магистр: ИНФРА-М, 2010. 368 с.
4. Дегтярева О. И. Управление рисками в международном бизнесе: учебник / О. И. Дегтярева. М.: ФЛИНТА, 2014. 3-е изд., стер. 342 с.
5. Международные переговоры в бизнесе и политике: стратегия, тактика, технологии: учеб. пос. / И. А. Василенко. М.: Восток-Запад, 2011.
6. Международная патентная классификация (МПК) / www1.fips.ru/wps/wcm/connect/content_ru/ru/inform_resources/international_classification/inventions. Эталонная версия МПК в электронном виде публикуется на сайте ВОИС по адресу: www.wipo.int/ipscrub (на английском и французском языках). Эта публикация представляет собой официальную публикацию МПК. Дополнительные информационные материалы по МПК на английском, французском и испанском языках также расположены на сайте ВОИС по адресу: www.wipo.int/classifications/ipc/en/.
7. Инкотермс 2010. Публикация ICC № 715. М.: Инфотропик Медиа, 2011.
8. Рамберг Ян. Международные коммерческие транзакции / Публикация ICC № 711. = International Commercial Transactions. Jan Ramberg. Fourth Edition. ICC Publication No. 711E/Ян Рамберг, пер. с англ. под ред. Н.Г. Вилковой. М.: Инфотропик Медиа, 2011. 4-е изд. 896 с. ISBN 978-5-9998-0090-9.
9. Типовой контракт международной купли-продажи товаров (публикация № 556Е Международной торговой палаты).
10. Технологии внешнеторговых сделок: учебник / под общ. ред. К.В. Холопова и Ю. А. Савинова. 2-е изд. М.: ВАВТ, 2012. 694 с.
11. Шив Ч.Д. Курс МВА по маркетингу / Чарльз Д. Ши, А. У. Хайэм; пер. с англ. 4-е изд. М.: Альпина Паблишер, 2012.



**Образовательный
проект**

www.exportedu.ru

edu@exportcenter.ru

info@exportedu.ru



Образовательный проект

www.exportedu.ru

edu@exportcenter.ru

info@exportedu.ru

