

*Мирзойев Аскер Ибадат оглы,
докторант Нахчыванского отделения АННА по "Экономике",
Нахчыванский Частный Университет, старший преподаватель*

ОСНОВЫ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (В РЕГИОНАЛЬНОМ МАСШТАБЕ)

Asgar Mirzayev Ibadat

**IMPORTANCE OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY FOR ENTREPRICE
(IN THE SAMPLE OF THE REGIONS)**

Внешнеэкономическая деятельность предприятия показывает уровень экономико-торговых отношений страны в региональном масштабе, в результате чего открывается возможность развивать экономику страны от региональных интересов.

Foreign economic activity of entreprice advances the level of econo-trade relations of the country in the regional stage. By this way is made opportunities to develop country economy from the view of regional gains.

Ключевые слова: экономика предприятия, внешнеэкономическая деятельность, фирменные контракты, торговые связи

Key words: economy of entreprice, foreign economic activity, firm agreements, trade relations.

Внешнеэкономическая деятельность предприятия представляет собой производственно-хозяйственную деятельность, включающую экспорт и импорт товаров, совместное предпринимательство, а также производственную и научно-техническую кооперацию.

Реформирование внешнеэкономической деятельности (ВЭД) в Азербайджане началось с 1 июля 1994 года, когда принципиально изменилась внешнеэкономическая деятельность страны. Если до их выхода государство имело абсолютную монополию на все виды внешнеэкономической деятельности, и предприятие являлось простым исполнителем заказов по экспортному производству со стороны внешнеэкономических управлений и ведомств, то после 1994 г. все предприятия и организации получили право самостоятельно заключать договоры с партнерами из зарубежных стран, налаживать свободные отношения, открывать валютные счета и т.д.

Таким образом, предприятие становится основным звеном внешнеэкономической деятельности [5].

Дальнейшее реформирование внешнеэкономической деятельности в Азербайджане связано с указом Президента АР (24 июня 1997 г.) "О либерализации внешнеторговой деятельности на территории Азербайджана". На основании данного указа была отменена регистрация предприятий и организаций в качестве участников внешнеэкономической деятельности. Практически все предприятия любой организационно-правовой формы собственности могли теперь самостоятельно решать все вопросы, касающиеся осуществления внешнеторговой сделки с зарубежным партнером.

В мировой практике существуют различные виды внешнеэкономической деятельности:

— внешняя торговля, которая предполагает экспорт и импорт промышленных и продовольственных товаров, готовой продукции, а также обмен продукцией промышленного назначения, что является следствием углубления международного разделения труда и создания международной технологической цепочки, а именно изго-

товление готового продукта по стадиям на территории нескольких стран (включенных в эту цепочку);

— совместное предпринимательство. Это создание различных предприятий на территории страны с участием иностранного партнера для совместного освоения и производства продукции. Эта форма внешнеэкономической деятельности позволяет создавать новые рабочие места, выпускать конкурентоспособную продукцию и решать задачи насыщения внутреннего рынка страны;

— инвестиционное сотрудничество. Предполагает вложение иностранных инвестиций в различные проекты с целью получения прибыли или в ценные бумаги (портфельные инвестиции);

— оказание услуг. Предполагаются сотрудничество в области банковских, страховых услуг, а также туристический бизнес;

— научно-техническое сотрудничество. Предполагает совместное проведение научно-технических работ, проведение научно-исследовательских работ по заказам зарубежных стран [4, с. 141—158].

В настоящее время основной формой внешнеэкономической деятельности предприятия в Азербайджане является внешнеторговая деятельность, которая заключается в экспорте и импорте товаров и услуг между странами.

Во внешнеэкономической деятельности существуют четыре вида внешнеторговых операций:

— экспортная операция — продажа иностранному партнеру товара с вывозом его за границу. К экспортным операциям относится и продажа зарубежному партнеру технической документации;

— реэкспортная операция — вывоз за границу ранее импортированного в страну товара без какой-либо дополнительной доработки. Транспортировка товаров транзитом через страну не является реэкспортом;

— импортная операция — приобретение у иностранного партнера товара и реализация его на внутреннем рынке страны;

— реимпортная операция — ввоз в страну ранее экспортированного и не подвергнутого за границей переработке товара (в реимпорт не засчитываются товары временного ввоза — на выставки, ярмарки и т.д.).

В соответствии с действующим законодательством в Азербайджане практически любое предприятие или организация имеют право самостоятельного выхода на внешний рынок. Это предполагает, что предприятие должно самостоятельно решить все вопросы, касающиеся осуществления внешнеторговой сделки с иностранным партнером.

Организация внешнеторговой сделки проходит несколько этапов.

На первом этапе предприятие должно выбрать, какую продукцию или какие услуги будет реализовывать на внешнем рынке, исходя из собственных возможностей по выпуску продукции, ее модернизации либо состояния технической документации, или определить, какую продукцию, техническую документацию предприятие будет закупать на внешнем рынке. На данном этапе особое внимание следует уделить изучению перспектив сбыта указанной продукции на внешнем рынке, возможностей появления новой продукции и т.д.

Вторым этапом являются поиски партнера. Для этого следует собирать информацию о фирмах, которые могут стать потенциальными партнерами, и особое внимание уделить таким вопросам, как:

— финансовое положение фирмы, ее авторитет в деловом мире;

— опыт работы на внешнем рынке, выполнение принятых обязательств;

— техническое состояние фирмы, включая оборудование, квалификацию персонала.

Следует помнить, что поиски партнера требуют определенных затрат. Сбор и обработка информации будут эффективны при наличии на предприятии квалифи-

цированных специалистов. Надо считаться с тем, что значительная часть информации составляет коммерческую тайну, поэтому информация не всегда будет полной и достоверной.

Третьим этапом заключения внешнеторговой сделки являются переговоры. В процессе их проведения необходимо четко зафиксировать следующие требования:

— передачу прав на представительство и перечень товаров или услуг, которые будут реализовываться представителем партнера по сделке;

— территорию, на которую распространяется действие договора;

— срок действия договора;

— права и обязанности экспортера и представителя;

— право, которым руководствуются при заключении внешнеторговой сделки. Результатом переговоров является заключение внешнеторгового контракта.

Внешнеторговый контракт — это документ, в котором должны быть наиболее полно отражены все условия договора купли-продажи между импортером (покупателем) и экспортером (продавцом).

Внешнеторговый контракт предусматривает обязательство одной стороны (экспортера) передать товар в собственность другой стороне (импортеру), которая обязуется принять этот товар и уплатить за него соответствующую цену.

Содержание контракта определяется обеими сторонами сделки и должно во многом зависеть от специфики товара (например, поставка машин и оборудования или хрустальной посуды), внутреннего законодательства, торговых обычаев.

В практике международной торговли применяются документы, регулирующие и регламентирующие отношения внешнеторговой сделки. Это Венская конвенция о международных договорах купли-продажи между сторонами (1980 г.); Новая Гаагская конвенция о праве, применяемом к договорам международной купли-продажи (1985 г.).

Международный контракт включает в себя не менее 12 разделов, каждый из которых согласовывается между продавцом и покупателем в ходе их переговоров.

Текст контракта начинается с преамбулы, где указываются дата и место подписания контракта, полное юридическое наименование сторон. Далее располагаются следующие разделы контракта.

Предмет контракта.

В этом разделе указываются вид внешнеторговой операции, базисные условия поставки, точнее, наименование товара (в соответствии с таможенной классификацией), количество и происхождение товара.

Качество товара.

В данном разделе указываются качественная характеристика товара, соответствующие документы, подтверждающие качество, а также способ определения качества данного товара.

В международной торговле наиболее часто применяются следующие способы определения качества товара:

— по стандарту (используются национальные, международные стандарты, а также стандарты крупных региональных промышленных фирм);

— по техническим условиям (ТУ). (Этот способ наиболее часто применяется в операциях купли-продажи машин и оборудования);

— по образцу (соответствие качества товара определенному эталону);

— по описанию (соответствие товара тем качественным характеристикам, которые даются в приложении);

— по содержанию отдельных веществ в товаре (например, содержание свинца в хрустале не должно составлять более 21%);

— соответствие среднему качеству в стране продавца (если в контракте нет указаний на качество товара).

Документом, подтверждающим качество товара, может быть сертификат качества, который выдается либо производителем, либо другой организацией, которая предоставляет сертификат по заказу продавца — третьей стороной.

Цена и общая сумма контракта.

В данном разделе фиксируется валюта цены, т.е. по согласованию сторон цена в контракте фиксируется в валюте одной из сторон или в валюте третьей страны. Здесь же указываются цена единицы товара и общая сумма контракта.

Важным моментом внешнеторговой сделки является определение уровня цены товара, т.е. контрактной цены. Для ее определения используются следующие виды цен: справочные цены, биржевые котировки, цены международных аукционов, цены отдельных крупных предложений и запросов; цены конкурентов [7].

В данном разделе также должны быть определены:

- способы фиксации цены или виды цен (это могут быть твердые цены, цена с последующей фиксацией), скользящие цены, ступенчатые цены, договорные цены);
- скидки — простая скидка, специальная скидка, сезонная скидка, а также размеры скидок.

Срок поставки.

Срок поставки — это календарные даты, в течение которых товар должен быть доставлен продавцом в установленное контрактом место (географический пункт) покупателю.

Срок поставки должен определяться:

- конкретной датой (если в контракте предусматривается такая дата);
- календарным периодом (когда в контракте устанавливается определенный период для поставки);
- "немедленной поставкой" или "со склада" (когда промежуток времени между подписанием контракта и его исполнением от 1 до 14 дней и товар уже имеется в наличии).

В этом разделе также должно содержаться разрешение или запрет досрочной поставки товара.

Кроме срока поставки в данном разделе контракта выделяется дата поставки товара, указывающая момент передачи товара во владение покупателя. Датой поставки товара может быть дата, указанная на транспортном документе.

Условия платежа.

В этом разделе должна быть указана валюта платежа, в которой будут производиться расчеты между сторонами за поставленный товар. Кроме этого указываются место и сроки платежей. Сроки платежа устанавливаются по договоренности участников внешнеторговой операции. Если стороны не установили срок платежа, то покупатель должен уплатить за товар тогда, когда продавец передаст ему либо товар, либо документы, удостоверяющие собственность на данный товар. Считается обязательным указать также способ платежа, т.е.:

- расчет за наличные;
- платежи с авансом;
- платежи в кредит.

Указывается в разделе также форма платежа. В международной практике существуют следующие формы расчетов:

- расчет по инкассо (с предварительным или последующим акцептом);
- аккредитивная форма (отзывный, безотзывный, делимый, неделимый, подтвержденный, неподтвержденный, револьверный);
- банковский перевод;
- открытый счет.

Первые две формы используются наиболее часто при выполнении расчетов по внешнеторговым операциям, они относительно надежны и дают определенные гарантии как для продавца, так и для покупателя.

Сдача-приемка.

В этом разделе должен быть согласован сторонами и зафиксирован момент сдачи-приемки — место, где в

определенный момент происходит передача товара покупателю в соответствии с количеством и того качества, которые предусмотрены контрактом [2, с. 684—690].

Нужно согласовать вид сдачи-приемки, т.е.:

- предварительная приемка (проводится на предприятии. Этот вид позволяет своевременно обнаружить недостатки и либо их исправить, либо не допустить поставку товара, не соответствующего по качеству условиям контракта);

- окончательная приемка (проводится в установленном месте и в определенный срок, оговоренный в контракте; устанавливается фактическое наличие поставки по количеству и качеству).

Способы проверки товара по количеству и качеству могут быть следующими:

- полная проверка (проверке подлежит весь товар);
- выборочная проверка (делается обычно по выбору покупателя в отношении товаров, доставляемых в упаковке).

Место сдачи-приемки указывается точно в контракте. Оно может быть выбрано и в стране продавца, и в стране покупателя. Это может быть предприятие, склад продавца, порт назначения и т.д.

Упаковка и маркировка товара.

В данном разделе оговариваются, прежде всего, требования к упаковке товара, вид упаковки, условия упаковки. Специфика товара здесь играет большую роль. Например, если перевозить хрустальную посуду, то нужно учесть, что это легко бьющийся товар, поэтому необходимо тщательно продумать вид упаковки и вид транспорта, чтобы максимально обеспечить физическую сохранность данного вида товара.

Когда оговариваются условия упаковки товара, то принимают во внимание следующие моменты: размер или вес одного места; порядок укладки товара в контейнер, ящик и т.д.

В данном разделе может быть оговорена материальная ответственность продавца за возможную порчу товара, если она произошла из-за несоответствия упаковки условиям, предусмотренным в контракте.

Маркировка товара должна соответствовать перечисленным в контракте реквизитам: номер контракта, вес брутто и нетто, размеры грузового места, наименование отправителя, указание страны происхождения товара. Должен быть зафиксирован язык нанесения маркировки. В зависимости от специфики перевозимого товара наносится дополнительная маркировка (например, предупреждение об опасности небрежного обращения с грузом). Краска, которой наносится маркировка, должна быть несмываемой, а цвет ее нанесения указывается в контракте [4, с. 75—92].

В контракте может быть оговорена ответственность продавца за неуказание особых знаков маркировки или за неправильную маркировку.

Литература:

1. Рыбалкин В., Мантусов В. Международные экономические отношения. — Москва: Юнити, 2009. — 623 с.
2. Горфинкель В.Я., Швандр В.А. Экономика предприятия. — Москва: Юнити-Дана, 2004. — 718 с.
3. Бородилина Л.П. Международные экономические организации. — Баку: Издательство "Игтисад Университети", 2008. — 373 с.
4. Делен С.А. Мировая экономика. — Москва: А-Приор, 2011. — 144 с.
5. Чеботарев Н.Ф. Мировая экономика: учебник. — 2-е изд. — Москва, 2011. — 332 с.
6. Рыбалкин В.Е., Мантусов В.Б. Международные экономические отношения: учебник. — Москва: Юнити-Дана, 2009. — 623 с.
7. Грузинов В. П. Экономика предприятия и предпринимательства. — Москва: Софит, 1999.

Статья надійшла до редакції 24.04.2013 р.