



Учебная дисциплина
«Организация и техника внешнеэкономических
операций»

Модуль 3.

**Организационные формы и техника проведения
коммерческих операций в торговле основными
группами товаров**

Лекция 3.2 Организация международной торговли интеллектуальной продукцией услугами

1. Особенности внешнеторговых сделок по торговле лицензиями на основе технологий. Содержание лицензионного соглашения.
2. Международный обмен услугами типа «инжиниринг» и основные условия договоров по предоставлению инженерно-консультационных услуг.

Лекция 3.3 Особенности внешнеторговых операций по торговле сырьевой продукцией и продовольственными товарами

1. Особенности организации торговли сырьевыми и продовольственными товарами. Формы реализации сырьевых и продовольственных товаров на мировом рынке.
2. Особенности условий контракта международной купли-продажи сырьевых и продовольственных товаров.

1. Изобретение - техническое решение, представленное в документарной форме.
2. Патент – официальный документ, удостоверяющий право собственности (владения, использования, распоряжения) изобретением.
3. Ноу-хау – техническая, организационная или коммерческая информация, имеющая конфиденциальный характер, действительную или потенциальную ценность, к которой нет свободного доступа на законном основании.
4. Товарная марка (товарный знак) – запатентованные буква, слово, символ, используемые в качестве фирменного наименования при продаже товаров для указания на их производителя.
5. Фирменное наименование – запатентованное название товара, под которым оно известно потребителю.
6. Промышленный образец – запатентованное, обладающее существенной новизной конструкторское или художественное решение

Лицензия – разрешение, выдаваемое лицензиаром другому лицу или фирме – лицензиату на промышленное и коммерческое использование изобретения, пользующегося патентной защитой в течение обусловленного срока за определенное вознаграждение.

Патент-
изобретатель теряет
все права

Лицензия – право
пользоваться патентом

Виды лицензий по объему прав, передаваемых лицензиату:

- 1. Простая лицензия**, по договору которой лицензиар разрешает использовать изобретение, оставляя за собой право как самостоятельного использования, так и продажи аналогичных лицензий третьим лицам (распространена в сфере массового производства).
- 2. Исключительная лицензия**, по договору которой лицензиату предоставляются исключительные права на использование изобретения в пределах, оговоренных в соглашении. Лицензиар уже не может выдавать аналогичные лицензии другим лицам, но оставляет за собой право самостоятельного использования лицензии.
- 3. Полная лицензия**, по договору которой лицензиар уступает все права на использование научно-технического достижения в течение срока действия соглашения и отказывается от самостоятельного использования лицензии (применяется редко)

Изобретатель
(Продажа лицензии)
Лицензиар

Фирма
(Покупка лицензии)
Лицензиат



ПАТЕНТ

Особенность торговых связей : они устанавливаются главным образом между равными партнерами, с примерно одинаковым уровнем и культурой производства.

По способу коммерческой реализации

Чистые лицензии – купля-продажа чистых лицензионных прав

Сопутствующие лицензии – сопровождающие контракт на поставку комплектного оборудования участков, цехов, предприятий.

По степени производственного освоения

Освоенные в производстве

Исследовательские

По категории предмета сделки

Научно-технические знания (изобретения, ноу-хау)

Промышленные образцы

Торговые знаки

Различные виды услуг

Разновидность международной торговли лицензиями – **франчайзинг**.

Термин «франчайзинг» происходит от французского «franchise» (льгота, привилегия) и обычно означает, что одна крупная компания (франчайзер) разрешает другой (франчайзи) использовать свое широко известное фирменное наименование.

Мировой рынок франчайзинга

Успешно используется в 80 странах, где франчайзинговые фирмы создают около 13% валового национального продукта.

В ближайшее время половина розничных продаж будет осуществляться торговыми точками в рамках системы франчайзинга.

В мире насчитывается более 16 500 франчайзеров и более 165 500 франчайзи.



История франчайзинга

Исаак Зингер – родоначальник франчайзинга (1851 год). Была создана франчайзинговая система, которая предоставляла финансово-независимым фирмам исключительные права продавать и обслуживать швейные машины на определенной территории.

Пионером, так называемого "Business Format Franchisings" был основатель McDonald`s Рэй Крок.



Франчайзинг процветает потому, что совмещает стимул к владению малым предприятием с управленческим мастерством крупного бизнеса.

- +от франчайзинга выгадывает не только франчайзи, но и франчайзор, который быстро разрастается, используя денежные средства других людей (франчайзи).
- +франчайзинг проник в большинство отраслей.
- +В большинстве стран мира работают Ассоциации и Федерации, основная задача которых защищать интересы франшизных компаний.
- +франчайзинг часто оказывается лучшим путем к успеху для будущего предпринимателя.



Формы и виды франчайзинга

I. Товарный франчайзинг - это франчайзинг в сфере торговли на продажу готового товара. В товарном франчайзинге **франчайзором** обычно являются производитель, продающий законченный продукт или полуфабрикат дилеру-франчайзи. Последний осуществляет предпродажное и послепродажное обслуживание покупателей продукции франчайзора и отказывается от продажи товаров конкурентов. Это правило является существенным содержанием взаимоотношений партнеров - франчайзора и франчайзи-дилера. Как правило, для товарного франчайзинга характерна узкая специализация франчайзи на реализации одного вида товаров и услуг.



II. Производственный франчайзинг

- это франчайзинг на производство товаров. В этом случае фирма, владеющая технологией изготовления некоего продукта, продает местным или региональным заводам сырье для изготовления. Мелкая фирма здесь не просто выступает под торговой маркой франчайзора и реализует его продукцию и услуги, но и включается в полный цикл хозяйственной деятельности крупной корпорации.



III. Деловой франчайзинг

- это франчайзинг на вид деятельности, т.е. включение малого предприятия в полный производственно-хозяйственный цикл крупной корпорации. Едва ли не самый популярный вид франчайзинга, при котором ведущая фирма продает лицензию частным фирмам или компаниям на право открытия собственной фирмы по продаже продуктов и услуг под именем франчайзора.

В настоящее время в зависимости от размеров первоначального капитала франшизы бизнес-формат делят на следующие основные подгруппы:

франшиза рабочее место

- *рабочая франшиза (Job franchise), где франчайзор создает хорошо подготовленное рабочее место для предпринимателя; основные инвестиции -- покупка прилавка-фургона;*

франшиза- предприятие

- *коммерческая франшиза (Business franchise), требующая более крупных инвестиций в производственное оборудование, наличия рабочих помещений, дополнительного наемного персонала;*

инвестиционная франшиза

- *(Investment franchise), основная цель которой -- возврат первоначальной суммы инвестиций.*

3 наиболее часто используемых вариантов франчайзинга:

- ✓ региональный франчайзинг;*
- ✓ суб-франчайзинг;*
- ✓ развивающийся франчайзинг.*

Основные отличия друг от друга:

- продолжительность отношений франчайзора и франчайзи,*
- к кому франчайзи может обращаться за поддержкой,*
- кому он платит установленные взносы.*

Франчайзинговые системы могут объединять:

- *производителя с производителем;*
- *производителя с оптовым торговцем;*
- *производителя с розничным торговцем;*
- *оптового торговца с оптовым торговцем;*
- *оптового торговца с розничным торговцем;*
- *розничного торговца с розничным торговцем;*
- *предприятие обслуживания с предприятием обслуживания.*



Этапы развития франчайзинга в РФ

Проба пера (1993-1998). На российском рынке появились первые отечественные и зарубежные франчайзинговые предприятия: «Защищенное качество - Довгань», «Сабвей», «Баскин Роббинс», «Эконика», «Ростик'с» - всего около двух десятков.

Эйфория (1999-2003). В этот период благодаря выставкам и региональным семинарам, проводимым РАФ, о франчайзинге узнало огромное число бизнесменов. Общее количество компаний, заявивших о себе как о франчайзерах, выросло до ста.

Осмысление (с 2003 года). Франчайзеры поняли: без должной подготовки им трудно будет убедить потенциальных партнеров в выгодах совместной работы. Свою роль сыграло и появление консалтинговых компаний, профессионально занимающихся подготовкой и продажей франшиз.

Законодательство РФ, регулирующее франчайзинговые операции

54 глава Гражданского кодекса - "Коммерческая концессия". Определение, концессии в кодексе, совпадает со всеми чертами франчайзинга: общая марка, технологии, плата за использование имени и т.д. Так же, в письме Минфина "О налогообложении при договорах франчайзинга" от 11 июля 1999 года дается ссылка на ст.1027 ГК "Договор коммерческой концессии"



Несмотря на наличие отдельных тормозящих факторов, франчайзинг в России уже успешно развивается. Все больше предпринимательских кругов обращается к использованию этой эффективной формы ведения бизнеса. Однако значение его для российской экономики переоценить сложно: для франчайзера - это один из самых быстрых и эффективных способов создания новых независимых предприятий, объединенных в единую систему, для франчайзи - развивать свой собственный бизнес на базе проверенной бизнес-модели, а для государства - то эффективный инструмент поддержки малого и индивидуального предпринимательства, а следовательно, и развития всей российской экономики



Договора и соглашения по международной торговле лицензиями

Международное лицензионное соглашение

Международный договор купли-продажи

**Комбинированный международный договор о продаже лицензий и
поставке оборудования**

Международный договор о проектировании и строительстве промышленных
объектов

Международный договор о научно-техническом сотрудничестве

Международный договор о промышленном сотрудничестве

Виды лицензий

Простая

Полная

Исключительная

Платежи за использование патентов :

Вознаграждения

Участие в прибыли
лицензиата

Первоначальный платеж
наличными

Периодические процентные
отчисления (роялти)

Паушальный платёж

Способы платежей по лицензионным соглашениям могут быть трех видов:

1. **Роялти** – оговоренное участие в прибыли, т.е. периодическое отчисление от дохода покупателя в течение всего периода действия лицензионного соглашения.
2. **Паушальный платеж** – единовременный платеж, не связанный во времени с использованием лицензии, а устанавливаемый заранее на основе экспертных оценок.
3. **Комбинированные платежи** – включают первоначальную сумму в виде паушального платежа (10-15% общей стоимости лицензии) и последующие периодические отчисления (роялти).

Схема импортной операции при поставке автомобилей

9



Алгоритм импортной операции для сделки между немецкой компанией «Volkswagen» и ее дилера в РФ «Л-авто»

10

1. ООО «Л-авто», проведя маркетинговые исследования, выбирает иностранного партнера «Volkswagen».
2. Заключение Соглашения о сбыте автомобилей «Фольксваген» дилером ООО «Л-авто».
3. ООО «Л-авто» подписывает с «Фольксваген» долгосрочный контракт на поставку автомобилей с учетом специфики товара и запросов потребителей.
4. ООО «Л-авто» направляет заказ в электронном виде на изготовление и покупку автомобилей (кол-во, ТХ, комплектация, внешний вид).
5. «Volkswagen» посылает ООО «Л-авто» извещение об отгрузке товара на склад в Финляндии и высылает импортеру счет на оплату товара.
6. «Volkswagen» отправляет товар в г. Ханко (Финляндия) и предназначенный для складского хранения и портовой обработки новых автомобилей для реализации на территории РФ и Украины.
7. ООО «Л-авто» заключает договор с финской компанией на оказание услуг по транспортировке, хранению и обслуживанию автомобилей на основании письменных указаний ООО «Л-авто».

Алгоритм импортной операции для сделки между немецкой компанией «Volkswagen» и ее дилера в РФ «Л-авто» (продолжение)

8. ООО «Л-авто» обращается в «Метрокомбанк» в целях оформления паспорта импортной сделки (для валютного контроля).
9. Импортер дает заявку своему банку на перевод в банк экспортера суммы платежа с банковского счета импортера.
10. Списание со счета импортера в «Метрокомбанке» и зачисление на корреспондентский счет в Deutsche Bank.
11. Deutsche Bank направляет уведомление в адрес «Volkswagen» о произведенном зачислении.
12. «Volkswagen» направляет в адрес финской компании подтверждение о произведенной оплате за поставленные товары и разрешение на отгрузку товара.
13. Финская компания сообщает импортеру о готовности к отгрузке.
14. ООО «Л-авто» заключает договор перевозки с транспортной компанией и подает заявку на перевозку не позднее 5 рабочих дней до отправления груза.
15. Перевозчик в течение 3 раб. дней с момента получения заявки уведомляет ООО «Л-авто» о возможности международной перевозки.
16. ООО «Л-авто» подписывает договор страхования на полн. стоимость.

Алгоритм импортной операции для сделки между немецкой компанией «Volkswagen» и ее дилера в РФ «Л-авто» (окончание)

12

17. Транспортная компания осуществляет перевозку груза и доставляет его на российскую таможню.
18. Перемещение автомобилей на склад временного хранения.
19. ООО «Л-авто» подготавливает пакет документов для таможенного оформления и передает их в Ростовскую таможню.
20. Оплата ООО «Л-авто» таможенных платежей. Товар поступает в свободное обращение на территории РФ.
21. ООО «Л-авто» осуществляет перегон импортных автомобилей из СВХ в автосалон.

Классификация товаров на мировом рынке

По назначению:

товары потребительского спроса и производственного назначения.

По срокам использования:

товары кратковременного и длительного пользования;
выборочного спроса, престижные, предметы роскоши.

По характеру потребления и степени обработки:

Сырье, продовольствие, полуфабрикаты, готовые изделия,
промежуточная продукция (комплектующие изделия, детали, части).

По способу изготовления:

Стандартная и уникальная

Классификация товаров в международной статистике ООН

Виды:

- Сельскохозяйственное сырье и продовольствие;
- Топливо, минеральное сырье и металлы;
- Химические продукты;
- Машины, оборудование, транспортные средства;
- Промышленные товары народного потребления.

Основные факторы, влияющие на развитие международной торговли сырьевыми и продовольственными товарами

- Сокращение спроса за счет внедрения ресурсосберегающих технологий и роста самообеспечения стран продовольствием;
- Разработка и использование искусственных заменителей сырья;
- увеличения спроса на сырье и топливо со стороны развивающихся стран, создающих свою обрабатывающую промышленность;
- создание экономических группировок стран-экспортеров сырьевых товаров (ОПЕК) и региональных экономических группировок (по типу ЕС);
- государственное вмешательство в процесс регулирования внешней торговли сырьем и продовольствием;
- монополизация рынка крупнейшими ТНК, доля которых в мировой торговле составляет 33%;
- погодные условия;
- фаза экономического цикла на котором находятся промышленно развитые страны.

Особенности организации и техники экспортно-импортных операций по сырьевым и продовольственным товарам

1. Широкое использование типовых контрактов, разработанных биржевыми комитетами, ассоциациями экспортеров и импортеров.
2. Необходимость оформления большого количества сертификатов на экспортируемый товар (ветеринарные, санитарные, фитосанитарные, карантинные и т.д.)
3. Цены не фиксируются, а устанавливаются по результатам окончательной приемки-сдачи товара.
4. В качестве базисных мировых цен используются:
 - биржевые котировки;
 - цены крупнейших экспортеров.
5. Установление опционной оговорки, дающей право продавцу отгрузить несколько большее или меньшее количество товара.
6. Детально прописывается статья «Качество».
7. Для торговли сырьевыми товарами с длительными сроками исполнения характерно включение в контракт ежегодного индексирования цены.

ЗАНЯТИЕ ЗАКОНЧЕНО