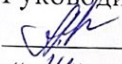
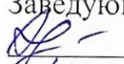




МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Республики Крым
«Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
(ГБОУВО РК КИПУ имени Февзи Якубова)

Кафедра мировой экономики и экономической теории

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП
 Н.Р. Зиятдинова
«14» 03 2022 года

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой
 З.О. Адаманова
«14» 03 2022 года

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ
ПО ПОДГОТОВКЕ, НАПИСАНИЮ, ОФОРМЛЕНИЮ И ЗАЩИТЕ
КУРСОВЫХ РАБОТ ПО ДИСЦИПЛИНЕ
«ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИЕ КОНТРАКТЫ»**

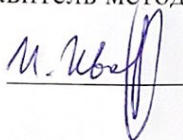
направление подготовки
38.03.01 Экономика
профиль «Мировая экономика»

факультет экономики, менеджмента и информационных технологий

Симферополь, 2022 г.

Лист согласования
методических рекомендаций
по выполнению курсовой работы по дисциплине «Внешнеэкономические
контракты»

Составитель методических рекомендаций



И.А. Иваненко, к.э.н., доцент

Методические рекомендации рассмотрены и одобрены на заседании кафедры
мировой экономики и экономической теории
(протокол от «14» 03 2022 г. № 9)

Заведующий кафедрой  З.О. Адаманова

Методические рекомендации рассмотрены и одобрены на заседании УМК
факультета экономики, менеджмента и информационных технологий
(протокол от «16» 03 2022 г. № 8)

Председатель УМК  К.М. Османов

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
ВВЕДЕНИЕ.....	4
1. ПЕРЕЧЕНЬ РЕЗУЛЬТАТОВ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ.....	6
2. РЕКОМЕНДАЦИИ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	8
3. ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	23
4. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ.....	28
5. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ.....	31
РЕКОМЕНДОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	33
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	36

ВВЕДЕНИЕ

Современный этап развития мировой экономики характеризуется процессом развертыванием таких процессов, как транснационализация, международная экономическая интеграция и глобализация. Данные тенденции значительно повышают требования к предприятиям, которые действуют или планируют начать деятельность на мировом товарном рынке. В этом контексте особенное значение приобретает надлежащее составление и правовое оформление внешнеэкономических контрактов.

Контрактная деятельность на внешних рынках требует более основательного подхода, чем в обычной хозяйственной деятельности между резидентами. Во-первых, если при составлении внутреннего контракта субъекты предпринимательской деятельности должны опираться лишь на национальное законодательство, то в случае правового оформления внешнеэкономических операций они должны руководствоваться международными договорами, международными обычаями, узансами, конвенциями, рекомендациями международных органов и организаций и тому подобное. Во-вторых, во внешнеэкономической деятельности существует, как правило, языковой барьер, который может вызывать ряд недоразумений. В-третьих, масштабы внешнеэкономических операций значительно превышают объемы соглашений на внутреннем рынке, что, соответственно, обуславливает более высокие риски. Эти и другие факторы значительно усложняют процесс подготовки и заключения внешнеэкономического контракта, потому требуют повышенного внимания к правилам, подходам, рекомендаций относительно контрактной деятельности на внешних рынках.

Основной целью изучения дисциплины «Внеэкономические контракты» является формирование у студентов комплекса теоретических знаний и практических умений по вопросам подготовки, заключения и выполнения внешнеэкономических контрактов, оценки результатов контрактной деятельности предприятия, анализа нормативно-правового обеспечения внешнеэкономической деятельности в целом и ее отдельных видов.

Одним из важнейших заданий студентов высших учебных заведений является овладение методологией научных исследований, в частности методами решения научно-практических задач, приобретения навыков по эффективному их применению в практической деятельности. Одной из основных форм проведения научных исследований студентов высшего учебного заведения является курсовая работа.

Согласно учебному плану направления подготовки 38.03.01 «Экономика» профиля "Мировая экономика", изучение студентами дисциплины "Внеэкономические контракты" предусматривает выполнение курсовой работы, которая занимает особое место в системе диагностики качества подготовки бакалавра. В процессе выполнения курсовой работы формируется профессиональность будущего специалиста через закрепление и углубление знаний, полученных при изучении дисциплины.

Цель курсовой работы - углубление и расширение теоретических знаний по дисциплине "Внешнеэкономические контракты"; оценка основных тенденций развития процессов на мировом рынке конкретного товара; выяснение способов и форм торговли этим товаром; исследование динамики спроса и предложения на данный товар на мировом рынке; анализ экспортно-импортной деятельности внешнеторгового предприятия; овладение методикой исследования внешнеэкономической деятельности предприятия; приобретение практических навыков по выбору внешнеторгового партнера, установлению с ним контакта; проработка базисных условий поставки; формулировка выводов и разработка обоснованных предложений по совершенствованию внешнеторговой деятельности в части заключения и реализации внешнеэкономических контрактов на исследуемом предприятии.

Выполняя курсовую работу, студент должен решить такие задачи:

- определить цель и задачи исследования;
- систематизировать подбор материалов;
- отобрать и проанализировать теоретический, фактический и статистический материал, который характеризует объект исследования по определенной проблеме или вопросу;
- самостоятельно определить наиболее весомые факторы, которые влияют на объект исследования;
- самостоятельно провести необходимые расчеты;
- сделать самостоятельные выводы по исследуемой проблеме;
- предложить методы решения проблем, исследуемых в курсовой работе;
- продемонстрировать умение использовать научные методы познания экономических явлений вообще и микроэкономических в частности;
- выявить способности к аналитическому мышлению в процессе достижения и решения поставленных цели и задач;
- продемонстрировать навыки практической работы с учебной, научной литературой и фактическим статическим материалом, характеризующим экономическую деятельности предприятия.

1. ПЕРЕЧЕНЬ РЕЗУЛЬТАТОВ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины (модуля):

– сформировать комплекс теоретических знаний и практических умений по вопросам подготовки, заключения и исполнения внешнеэкономических контрактов, оценки результатов контрактной деятельности предприятия, анализа нормативно-правового обеспечения внешнеэкономической деятельности в целом и ее отдельных видов.

Учебные задачи дисциплины (модуля):

– формирование системы знаний основных категорий, понятий и терминов внешнеэкономической контрактной деятельности, развитие навыков работы с международно-правовыми документами экономического характера;

– разъяснение процесса организации контрактной деятельности во внешнеэкономической сфере, особенностей реализации внешнеэкономических контрактов, подходов к составлению текста внешнеэкономического контракта в мировой практике;

– формирование представления об особенностях правового регулирования контрактной деятельности во внешнеэкономической сфере в России и мире;

– формирование навыков составления внешнеэкономического контракта, обоснования его основных условий и параметров, расчета эффекта и эффективности реализации внешнеэкономических контрактов.

Процесс изучения дисциплины Б1.В.13 «Внешеэкономические контракты» направлен на формирование следующих компетенций:

ПК-2 - Способен анализировать, планировать и прогнозировать международную деятельность хозяйствующих субъектов, оценивать ее эффективность, выявлять проблемы и предлагать пути их решения с учетом особенностей зарубежной внешней среды

ПК-4 - Способен анализировать статистическую и финансовую отчетность с целью определения конкурентных форм международного бизнеса и количественного прогнозирования конъюнктуры мировых рынков;

ПК-5 - Способен осуществлять внешнеэкономическую деятельность организации.

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- терминологию внешнеэкономической деятельности, признаки и основные разновидности внешнеэкономических контрактов (ПК-5.2);
- принципы организации управления внешнеэкономической деятельностью на уровне предприятия, основные формы внешнеэкономической деятельности предприятий, методы выхода предприятия на внешний рынок (ПК-5.3);
- теоретические и методологические основы составления и выполнения внешнеэкономических контрактов (ПК-5.2);
- алгоритм документального оформления экспортно-импортной операции (ПК- 5.1);

- сферу ответственности экспортера и импортера при осуществлении внешнеэкономической операции и способы решения споров между ними (ПК- 5.2);
- национальные и международные правовые основы составления и реализации внешнеэкономических контрактов, структуру и содержание внешнеэкономического контракта согласно законодательству РФ, особенности применения и отличия форм международных расчетов по внешнеэкономическим контрактам (ПК-5.2);
- специфику составления и реализации арендных, инжиниринговых инвестиционных, лицензионных и прочих контрактов с участием зарубежного контрагента (ПК-5.2);
- показатели эффекта и эффективности внешнеторговых контрактов (ПК-2.2);
- способы установления цены во внешнеэкономическом контракте (ПК-2.1);
- методы анализа и прогнозирования состояния и конъюнктуры мирового рынка (ПК-4.2).

Уметь:

- составлять перечень документов, необходимых при реализации экспортного и импортного внешнеэкономических контрактов (ПК-5.2);
- использовать типовые формы внешнеторговых контрактов (ПК-5.1);
- выбирать наиболее оптимальный способ транспортировки и базисные условия поставки товара, рассчитывать цены внешнеэкономических контрактов и аргументировать свою точку зрения при выборе основных условий внешнеэкономического контракта (ПК-5.3);
- анализировать необходимую информацию о зарубежных партнерах, вести запись деловых переговоров, использовать различные приемы ведения деловых переговоров (ПК-4.1);
- оценивать преимущества и недостатки привлечения посредников в ВЭД, выбирать предпочтительную форму посредничества (ПК-5.3);
- применять подходы по анализу эффективности внешнеэкономических контрактов для выполнения соответствующих расчетов (ПК-2.2).

Владеть:

- основными приемами сбора и обработки необходимой информации о мировом рынке конкретного товара, умением делать обобщающие выводы и рекомендации (ПК-4.2);
- навыками разработки стратегии выхода на внешние рынки предприятия (ПК- 4.1);
- навыками обоснования контрактной цены экспортируемого товара с учетом ситуации на мировом рынке (ПК-2.1);
- способами организации процесса разработки и принятия управленческого решения по повышению эффективности внешнеэкономической деятельности предприятия (ПК-5.1).

2. РЕКОМЕНДАЦИИ К СТРУКТУРЕ И СОДЕРЖАНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Выполнение курсовой работы осуществляется в такой последовательности:

- 1) выбор темы курсовой работы;
- 2) составление предварительного плана курсовой работы;
- 3) сбор литературных источников и статистического материала;
- 4) корректировка плана курсовой работы (в случае необходимости);
- 5) написание и предоставление на проверку первого раздела;
- 6) написание и предоставление на проверку второго раздела;
- 7) написание и предоставление на проверку введения и выводов;
- 8) оформление курсовой работы согласно требованиям;
- 9) представление курсовой работы к защите и защита;

Каждый вид работы имеет свои временные рамки, которые отмечены в графике (приложение А). График предоставляется каждому студенту и нуждается согласования с руководителем курсовой работы. Невыполнение графика может повлечь за собой снижение оценки за курсовую работу.

Тему курсовой работы студент должен определить самостоятельно исходя из рекомендованной тематики, приведенной в разделе 4 данных методических рекомендаций, или выбрать тему, близкую по своей направленности к определенным выше темам. При выборе тематики курсовой работы целесообразно учитывать научные интересы студента, уровень его теоретической подготовки, возможности получения информации по рынку конкретного товара. Тема курсовой работы обязательно согласуется с руководителем работы.

Курсовая работа по дисциплине «Внешнеэкономические контракты» должна отвечать требованиям стандартов и состоять из таких элементов:

- титульный лист №;
- содержание;
- введение;
- разделы основной части работы согласно плана с выводами к каждому разделу;
- выводы и рекомендации;
- приложения;
- перечень использованной литературы.

Форма титульного листа приведена в приложении Б.

В содержании работы необходимо последовательно указать (с указанием страницы начала) введение, перечень разделов и подразделов, выводы к разделам, выводы и рекомендации, приложения, перечень использованной литературы.

Во введении (1-2 страницы) обосновывается актуальность темы, которая должна содержать во-первых, обоснования выбора мирового рынка именно этого товара как объекта анализа, во-вторых, теоретико-практическое значение заключения внешнеэкономических контрактов при осуществлении экспортно-импортных операций субъектами внешнеэкономической деятельности в

современных экономических условиях. Также во введении определяется степень разработанности темы в зарубежной и отечественной литературе, определяется цель и задачи, которые будут решены в процессе выполнения работы. Нужно указать, что является объектом и предметом исследования, какие методы анализа и обработки информации планируется применить, информационную базу исследования и структуру курсовой работы.

Объектом исследования курсовой работы по дисциплине "Внешнеэкономические контракты" может быть мировой рынок конкретного товара. *Предметом исследования* могут быть теоретико-практические подходы к процессу заключения и выполнения внешнеэкономического контракта на экспорт (импорт) конкретного товара. Правильный выбор объекта и предмета исследования способствует обоснованности результатов исследования. *Целью* может быть общий анализ мирового рынка конкретного товара и заключения внешнеэкономического контракта на его импорт или экспорт. *Задачи* курсовой работы должны совпадать с содержанием подразделов. *Методы исследования* могут включать как общенаучные, так и специфические. В качестве *информационной базы* исследования могут выступать научная и учебная литература, материалы научно-практических конференций, информационных, статистических агентств и периодической прессы по исследуемой проблематике, а также официальные отчеты и статистические базы данных международных организаций, другая информация сети Интернет. Относительно *структуры* курсовой работы следует отметить, что она структурно состоит из введения, двух разделов, выводов и рекомендаций, перечня использованной литературы и приложений. Далее следует очень сжато изложить содержание каждого подраздела.

Основная часть курсовой работы состоит из двух разделов, которые должны раскрыть содержание темы. Примерные планы курсовых работ приведены в Приложении В.

Первый раздел (25-30 страниц) является аналитическим и имеет целью осуществление исследования рынка определенного товара (в соответствии с выбранной темой курсовой работы).

Необходимо проанализировать данные за последние 7-10 лет по таким направлениям:

- качественные характеристики данного товара;
- основные разновидности (сорты, модификации, модели и т.д.) данного товара, представленные на мировом рынке;
- место товара в международных классификаторах основные торговые центры данным товаром;
- способы, методы и формы торговли данным товаром;
- основные страны (компании) - производители данного товара;
- основные потребители данного товара (в географическом, институциональном разрезе);
- емкость мирового рынка товара;

- доли рынка основных производителей;
- особенности ценообразования на товар на мировом рынке;
- основные факторы, которые влияют на цены;
- конъюнктура рынка;
- динамика производства товара;
- нормативное регулирование производства/продажи данного товара;
- регулирующие организации на рынке данного товара.

Во время выполнения данного раздела целесообразно пользоваться статистической и аналитической информацией международных агентств, ассоциации и объединений производителей или торговцев данным товаром, соответствующих бирж и других участников рынка.

Статистическая информация представляется в виде таблиц, графиков, диаграмм и обязательно сопровождается аналитическими комментариями.

Второй раздел (20-25 страниц) является практическим и имеет целью выбор поставщика и обоснование основных условий внешнеэкономического контракта на поставку данного товара. Для выполнения этого раздела студентом составляется и согласовывается с руководителем задание, в котором отмечаются все этапы внешнеторговой операции по импорту или экспорта товара. В курсовой работе задание оформляется в виде первого приложения.

Второй раздел должен содержать такие составные элементы:

- маркетинговое исследование рынка сбыта товара;
- оценка емкости конкретного рынка;
- сравнительный анализ потенциальных поставщиков;
- подготовка запроса на покупку или оферты на продажу товара;
- конкурентный лист;
- выбор наиболее оптимального поставщика;
- обоснование способа транспортировки товара;
- выбор базисных условий поставки Инкотермс;
- обоснование валютно-финансовых условий внешнеторгового контракта;
- составление текста внешнеторгового контракта.

1. Маркетинговое исследование рынка.

Маркетинговое исследование рынка предназначено для выявления и изучения различных факторов, которые могут прямо или косвенно повлиять на деятельность предприятия на внешнем рынке. Совокупность этих факторов носит название *маркетинговой среды*. Различают маркетинговую среду на макроуровне (макросреда) и на микроуровне (микросреда).

Макросреда – это совокупность внешних факторов, которые непосредственно влияют на функционирование предприятия: демографические, экономические, природные, технико-технологические, политические и культурные факторы.

Демографическая среда – это факторы распределения, перемещения, воспроизводства населения, характеризующие его состояние, которое отражается на макроуровне.

Для изучения демографической ситуации целесообразно использовать такие источники информации: статистические справочники изучаемой страны, Интернет-ресурсы, периодические издания. Полученные данные заносят в таблицу 2.1, где анализируют динамику показателей за 5 лет.

Таблица 2.1 - Демографическая среда страны

Показатель / Годы	2020	2021	2022	2023	2024	Изменение в 2024 по отн. к 2020 г., %
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>
1. Общая численность населения, млн. чел.						
В т.ч.						
- городское						
- сельское						
2. Из общей численности населения						
- население в возрасте, млн. человек:						
- моложе трудоспособного						
- трудоспособном						
- старше трудоспособного						
3. Ожидаемая продолжительность жизни при рождении, число лет:						
- все население						
- мужчины						
- женщины						
4. На 1000 чел. населения						
- родившихся						
- умерших						
- естественный прирост, убыль населения						
5. Число браков						
6. Число разводов						

1	2	3	4	5	6	7
7. Миграционный прирост, убыль населения						

Экономическая среда состоит из факторов, влияющих на покупательную способность населения и структуру потребления. Изучение экономической среды предполагает анализ структуры потребителей и их потребностей. В рамках анализа экономической среды выясняют: среднегодовой доход на душу населения, распределение доходов среди отдельных слоев населения, процент дохода, идущий на сбережения, процент дохода, который тратится на продовольственные товары и на товары длительного потребления и т.д.

Изучение *природно-климатической среды* предполагает выяснение запасов природных ресурсов, экологической нагрузки и геолого-климатических условий, которые непосредственно влияют на производственные процессы или являются результатами деятельности предприятия.

Технологическая среда – совокупность условий, способствующих созданию и внедрению новых технологий для предприятий

Социально-политическая среда зависит от деятельности государственных учреждений страны, которые разрабатывают и внедряют нормативно-правовые акты, влияющие на деятельность предприятия.

Культурная среда – совокупность факторов, которые отражают ценностную ориентацию в процессе производства и являются непосредственным объектом маркетинга.

Микросреда - это совокупность факторов, которые тесно связаны с влиянием на способность предприятия удовлетворять требования потребителей: совокупность поставщиков, посредников, конкурентов, целевых групп потребителей и прочих заинтересованных лиц.

Анализ конкурентов является одной из важнейших составляющих анализа маркетинговой микросреды. Недооценка конкурентов может привести к несению серьезных убытков от внешнеторговых операций. Основные анализируемые параметры: ценовая политика, ассортимент, доля рынка, объем продаж, сбытовая сеть, инновационная деятельность, затраты на рекламу и т.д.

Для *анализа посредников* на новом рынке вначале собирают максимальное количество информации, которую заносят в таблицу 2.2.

Различают такие типы посредников: торговые агенты, дилеры, комиссионеры, дистрибьюторы, брокеры. Если проведенный анализ посредников выявил, что ни один из них не удовлетворяет требованиям предприятия, то рассматривается вариант самостоятельного выхода на данный рынок. Особое внимание предприятием-экспортером уделяется потребителям своей продукции, постоянно изучая их потребности.

Таблица 2.2 - Анализ посредников

Показатели	Наименование фирмы				Требования к посреднику
	Фирма А	Фирма Б	...	Фирма Я	
1. Товарооборот в месяц, млн. долл.	0,75	0,2		5,0	10,0
2. Кол-во лет на рынке	3	2		6	7
3. Процент вознаграждения, %	4,5	7,0		10,0	5,0
4. Деловая репутация	хорошая	удовлетворительная		отличная	Отличная
5. Кол-во торговых точек, шт.	175	110		358	200
6. Тип посредничества	Торговый агент	Комиссионер		Дистрибьютор	Комиссионер

2. Поиск, выбор и установление контакта с зарубежным партнером

На основе полученных результатов маркетингового исследования рынка фирма осуществляет поиск и выбор зарубежного контрагента, а затем устанавливает контакт с одним или несколькими из них.

В зависимости от того, какой вид внешнеторговых операций предполагается осуществлять (экспорт или импорт), используют различные способы установления контакта с зарубежным партнером. От того, насколько грамотно и дипломатично компания предлагает сотрудничество, зависит его успех в будущем.

Экспортеры могут использовать такие способы установления контактов с зарубежными контрагентами:

- направление оферты одному или нескольким потенциальным партнерам;
- направление коммерческого письма с информацией о намерениях вступить в переговоры по поводу заключения конкретного договора;
- принятие предложение на участие в тендере путем подачи тендерного предложения;
- принятие и подтверждение заказа покупателя;
- принятие участия в торгово-промышленных выставках и ярмарках;
- направление проформы контракта уже известному покупателю в качестве подтверждения согласованных условий договора;
- размещение рекламных объявлений в СМИ;
- создание и поддержка интернет-сайта компании с подробным описанием продукции;
- рассылка потенциальным покупателям каталогов, проспектов, буклетов;

- организация рекламной кампании на рынке импортера.

Оферта - письменное предложение продавца или покупателя о заключении договора. Оферта содержит все основные условия предстоящей сделки: наименование товара, количество, качество, цену, условия поставки, срок поставки, условия платежа, характер тары и упаковки. Различают два вида оферты: твердая и свободная.

Твердая оферта - оферта, которая подается только одному партнеру, который должен акцептовать оферту в течение определенного времени, после чего сделка считается заключенной. Первая твердая оферта - твердая оферта для покупателя, который обладает преимущественным правом закупки или сбыта предлагаемого товара на определенном рынке.

Свободная оферта - оферта, которая может быть выдана на одну и ту же партию товара нескольким возможным покупателям. Свободная оферта не связывает продавца своим предложением и не устанавливает срок для ответа. Свободная оферта, по существу, предложение вступить в переговоры.

Публичная оферта - реклама товара в средствах массовой информации и других свободно доступных источниках информации.

Подтверждение заказа - согласие принять все условия полученного предложения без каких-либо изменений (оговорок). В торговле подтверждение предложения действительно только в письменном виде, включая сообщения по телеграфу и телетайпу.

Тендер - конкурсная форма проведения подрядных торгов; соревнование представленных претендентами оферт с точки зрения их соответствия критериям, содержащимся в тендерной документации.

Трактация - предварительное предложение о продаже или закупке товара, имеющее целью выяснение возможных покупателей или продавцов, заинтересованных в заключении соответствующей сделки.

Способы установления контакта с зарубежными контрагентами **импортерами:**

- направление потенциальному или уже известному продавцу заказа;
- направление запроса производителю интересующих покупателя (импортера) товаров;
- направление экспортеру безусловного акцепта его предложения;
- направление коммерческого письма о намерении вступить в переговоры в ответ на его рекламу или информацию;
- организация торгов на закупку товаров (в основном машин и оборудования);
- рассмотрение предложений экспортеров на товары, представленные на ярмарках и выставках;
- размещения объявлений о закупке в СМИ интересующих стран или на интернет-сайте.

Заказ - это коммерческий документ, в котором покупатель подробно указывает все необходимые условия для изготовления или подготовки

заказываемого товара, а также все существенные элементы, необходимые для заключения внешнеэкономической сделки. Практикуется выдача заказов постоянным контрагентам, с которыми уже существуют торговые отношения в условиях постоянства цен, спокойной конъюнктуры рынка. Покупатель может в качестве приложения к заказу направить экспортеру спецификацию с уточнением условий поставки: инструкциями по упаковке и маркировке, информации по поставке и распределению документов. Заказчик может указать количество и размеры частичных поставок. В случае, если поставка товара будет поручена фирме-экспедитору, то следует указать: наименование фирмы-экспедитора, адрес, номер телефона и телекс, средство транспорта, если известно, то и наименование перевозчика.

Запрос - это документ, выдаваемый стороной, заинтересованной в покупке указанных в нем товаров, уточняющий некоторые желательные условия, касающиеся поставки, адресуемый будущему поставщику с целью получения предложения. В запросе обычно указывается точное наименование нужного товара, его качество, сорт, количество и запрашивается как можно более подробная информация о товаре, условия доставки и платежа. Запрос рассылается нескольким фирмам с целью получения конкурентных предложений.

Не рекомендуется рассылать много запросов, чтобы не создать впечатления о готовности закупить большое количество товара. В запросе указывается меньшее, чем необходимо, количество интересующего товара, чтобы иметь возможность в переговорах уторговать названную продавцом цену. Не следует в запросе указывать о срочности поставки.

Письмо о намерениях - документ, при помощи которого покупатель информирует продавца о принятии в принципе его предложения и намерении начать переговоры по заключению контракта. Это приглашение к переговорам.

Тендерная документация - определяет требование заказчика в отношении содержания ожидаемых предложений на торгах и включает тендерные условия, форму тендера, условия проведения торгов, технико-экономическую документацию, перечисление видов и объемов работ.

Тендерные условия содержат конкретные требования заказчика к участнику торгов: наименование и количество товара, его технико-экономические характеристики, основные коммерческие и технические условия, включая срок поставки, условия платежа, цены условия арбитража, штрафов, гарантий.

Проформа тендера - формуляр, подлежащий заполнению и подписанию поставщиком, когда он согласен взять на себя все обязательства по выполнению работы в соответствии с общими, специальными условиями тендерной документации.

Контроферта - контрпредложение, заявление о принятии предложения заключить договор, но на иных условиях, чем те, которые значились в первоначальном предложении.

Твердая контроферта - согласие (акцепт) покупателя с условиями оферты.

Деловая переписка может вестись как на языке одного из контрагентов, так и на третьем языке (чаще всего английском), если он хорошо известен обоим

сторонам. Образцы некоторых документов по установлению контакта с зарубежным партнером на русском языке приведены в Приложении Г. При составлении англоязычной документации нужно обязательно учитывать особенности деловой переписки на английском языке¹.

3. Составление конкурентного листа

После установления предварительных контактов с потенциальными покупателями (продавцами) переходят к следующей стадии первого этапа: анализ полученных запросов (предложений).

Такой анализ осуществляют с *целями*:

- определение лучшего партнера для заключения договора;
- расчет оптимальной экспортной (импортной) цены товара.

Основным способом определения экспортных/импортных цен на готовую продукцию массового потребления является *анализ конкурентных материалов*, в качестве которых, как правило, выступают:

- прейскуранты ведущих фирм-производителей (поставщиков) аналогичной продукции;
- коммерческие предложения на аналогичную продукцию;
- ранее заключенные внешнеторговые контракты.

Анализ усложняется тем, что цены, указанные в конкурентных материалах, часто не сопоставимы, т.к. могут не совпадать такие параметры, как срок действия цены, валюта цены (платежа), базисные условия поставки, условия и форма платежа и т.д. Кроме того, товары, цены на которые анализируются, могут иметь различные технические характеристики, комплектацию, гарантийные сроки. Поэтому цены конкурентных материалов приводят к одной базе, которая при экспорте представляет собой характеристики и запланированные условия поставок реализуемого товара, а при импорте – характеристики и условия поставок, содержащиеся в наиболее привлекательной коммерческом предложении продавцов.

Сведение цен – это внесение поправок в цены конкурентных материалов, которые учитывают их отличие от базы. Вносить поправки к ценам удобно в виде конкурентного листа.

Конкурентный лист – это внутренний документ предприятия, содержащий коммерческие и технические сведения о товаре, полученные из различных конкурентных материалов; служит для сравнения основных показателей конкурентных материалов и определения ориентировочного уровня экспортной (импортной) цены. Пример составления конкурентного листа приведен в Приложении Д.

¹ <http://www.mctpp.chat.ru/>

Заполнение конкурентного листа. Все результаты расчетов заносят в конкурентный лист (табл. Д.3), который затем утверждается подписью генерального или коммерческого директора и печатью предприятия.

4. Проработка базисных условий контракта

Для выбора оптимальных условий поставки необходимо определить вид транспорта (или комбинацию видов), которым будет осуществляться доставка товара от грузоотправителя грузополучателю. Транспорт является основным связующим звеном экспортера и импортера, важным элементом при выполнении контрактных обязательств по поставке товаров.

При планировании отправки груза и выборе вида транспорта следует тщательно анализировать следующие факторы:

1. *Вид груза.* В некоторых случаях нет возможности выбора: скоропортящиеся грузы подлежат перевозке авиатранспортом или в вагонах-рефрижераторах, и, наоборот, авиаперевозка недопустима для легковоспламеняющихся, взрывоопасных грузов. Основную часть международных морских перевозок составляют массовые наливные и навалочные грузы - сырая нефть и нефтепродукты, железная руда, каменный уголь, зерно. Из других грузов морской торговли выделяются так называемые генеральные грузы, то есть готовая промышленная продукция, полуфабрикаты, продовольствие.

2. *Расстояние и маршрут перевозки.* Определяющими для выбора вида транспорта являются также место отправки груза и конечный пункт назначения. Во внутриконтинентальных перевозках используют железнодорожный, автомобильный и авиатранспорт.

3. *Фактор времени.* Авиатранспорт, естественно, является самым быстрым способом доставки грузов, но он весьма дорогостоящ, применять его нужно только в экстренных случаях при главной задаче доставки груза в минимальный срок. В других случаях очень важно разрабатывать хорошо спланированные программы поставок.

4. *Стоимость перевозки.* Выбирая вид транспорта, надо учитывать, что каждый из них обладает своей спецификой и особенностями.

Для **морских перевозок** характерно:

- низкая по сравнению с большинством других видов транспорта себестоимость перевозок;
- мобильность, т. к. в зависимости от спроса и предложения на тоннаж суда могут легко переключаться с одного маршрута на другой;
- большая грузоподъемность морских судов позволяет перевозить значительные партии груза;
- неограниченная пропускная способность морских путей; ограничена только пропускная способность портов и каналов;
- применение морского транспорта ограничено географическим положением продавца и покупателя.

Железнодорожные перевозки отличаются:

- наибольшая эффективность в использовании достигается при перевозках на расстояние более 200 км;
- относительная дешевизна по отношению к автомобильным перевозкам доставки;
- возможность доставки "до двери" за счет строительства подъездных путей к предприятиям;
- способность перевозить самую широкую гамму различных грузов;
- независимость от климатических условий.

Особенности автомобильных перевозок:

- возможность доставки грузов от грузоотправителя до получателя без перегрузки;
- обеспечение высокой сохранности груза;
- большая мобильность и скорость перевозки;
- экономичность при перевозке товарно-штучных грузов на небольшие расстояния (до 200 км);
- ритмичность перевозки грузов, нет необходимости накопления грузов;
- ограниченность использования на большие расстояния при перевозке значительных партий грузов;
- зависимость от дорожной сети;
- дорогой вид транспорта при перевозках на большие расстояния.

Воздушные перевозки характеризуют:

- высокая скорость доставки;
- сокращение (спрямление) пути, т. к. самолет летит фактически по прямой;
- высокая сохранность груза в пути;
- возможность перевозки в отдельные районы, где невозможно использовать другие виды транспорта;
- дороговизна доставки;
- количественная ограниченность.

Преимущества транспортировки трубопроводом:

- низкая себестоимость транспортировки;
- герметичность труб, что фактически исключает потери грузов;
- высокий уровень автоматизации операций залива, перекачки и слива;
- независимость от окружающей среды и отсутствие ее воздействия на процесс транспортировки;
- обеспечение непрерывности подачи и транспортировки грузов.

Во внешнеторговом контракте *базис поставки определяет такие ключевые вопросы:*

а) *распределение между покупателем и продавцом затрат на транспортировку товара* (т.е. определяется до какого географического пункта эти затраты ложатся на продавца, и после – на покупателя);

б) *момент перехода с продавца на покупателя:*

- рисков порчи, утраты или гибели груза;

- права собственности на товар.

в) *дата поставки товара* (определение момента фактической передачи продавцом в распоряжение покупателя или его представителя, например, транспортной организации, товара и, соответственно, выполнение или невыполнение первым своих обязательств по срокам поставки).

Базисные условия поставки носят такое название потому, что, во-первых, затраты на доставку товара (транспортные затраты), которые, согласно, базисным условиям, несет продавец, входят в цену товара, образуя ее основу – базис; во-вторых, потому что они регулируют перечень наиболее важных, принципиальных, базовых вопросов, связанных с организацией доставки товара к месту назначения.

Для упрощения заключения внешнеторговых договоров Международной торговой палатой были разработаны Инкотермс (Incoterms) - сборники «Международных правил толкований торговых терминов» (редакции 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000, 2010 гг.), содержащие базисные условия поставок.

Основные параметры условий поставок Инкотермс-2010 приведены в Приложении Е.

При заключении внешнеторгового договора продавец и покупатель стремятся минимизировать для себя расходы и риски, выбирая наиболее оптимальные для них условия поставок.

Так, при импорте товаров и их перевозке морским транспортом наилучшим является поставка на условиях CIF (стоимость, страхование и фрахт). В этом случае покупатель полностью избавляется от трудностей по доставке груза в чужой стране и должен только оплатить товар. При доставке железнодорожным транспортом импортеру целесообразно использовать условие DAF (поставка до границы), имея в виду границу своей страны.

При экспорте продукции для продавца наименее затратным является условие EXW-склад продавца, однако для внешнеторговых сделок она редко используется, поскольку создает определенные трудности для покупателя. Поэтому экспортерам целесообразно использовать условия FOB (франко борт судна) для морской транспортировки или FCA (франко-перевозчик) для других видов транспорта, поскольку он снимает с себя риск гибели или порчи товара в пути. Кроме того, товар считается поставленным в соответствии с контрактом в момент отгрузки экспортером, следовательно, он получает оплату задолго до получения покупателем груза.

При перевозке товара железнодорожным транспортом экспортеру также выгодно осуществлять поставку на условиях DAF (поставка до границы страны продавца).

Однако часто из-за жесткой конкуренции экспортерам приходится идти на уступки и поставлять товар покупателю на условиях DDP (поставлено, пошлина оплачена), что предполагает минимальные обязанности покупателя и максимальные – продавца.

Распределение затрат по отдельным статьям между продавцом и покупателем для различных базисных условий поставок приведены в Приложении Ж.

5. Проработка валютно-финансовых условий контракта

Данный этап внешнеторговой операции предусматривает выбор оптимальных условий платежа, которые затем заносят во внешнеторговый договор.

Валютные условия включают в себя такие составляющие:

- валюта цены товара;
- валюта платежа;
- курс пересчета валюты цены в валюту платежа при несовпадении;
- способы хеджирования валютного риска.

В состав финансовых условий входят:

- условия платежа;
- форма расчетов;
- средство платежа;
- гарантии платежа;
- наименование и реквизиты банков, через которые будут осуществляться расчеты.

Различают два основных **условия платежа**: расчеты наличными (немедленный платеж) и расчеты в кредит; и два дополнительных: комбинированный платеж, кредит с опционом немедленного платежа.

Формы расчетов – это сформированные в международной коммерческой и банковской практике и урегулированные законодательством страны-участницы расчетов способы оформления, передачи и оплаты товарораспорядительных и платежных документов, которые осуществляются через банк.

Практика международной торговли и банковской практики выделяет пять основных форм расчетов:

- авансовый платеж;
- банковский перевод;
- аккредитив;
- инкассо;
- открытый счет.

Формы расчетов перечисляются в порядке увеличения риска для экспортера и, соответственно, уменьшения риска для импортера при их использовании.

Основные **средства платежа**, используемые в международной практике: вексель (простой и переводной) и чек.

Гарантии платежа в большинстве случаев обеспечивает банк, т.е. используется банковская гарантия.

Банковская гарантия – это письменное обязательство банка (реже страховой компании или другого юридического или физического лица) выплатить указанную в нем денежную сумму в указанный срок или при наступлении

определенного события (в случае невыполнения или нарушения контрагентом условий контракта) против выдачи лицу, которое его выдала, письменного платежного требования держателя гарантии установленной в ней формы с приложением перечисленных в нем документов.

Категории банковских гарантий:

- по требованию/ по первому требованию;
- условные (с документарным доказательством);
- условные (без доказательства) гарантии невыполнения.

Основные типы международных банковских гарантий:

- тендерная гарантия;
- гарантия выполнения обязательств;
- авансовая гарантия;
- платежная гарантия.

Дополнительные типы гарантий:

- гарантия коносамент;а;
- таможенная гарантия;
- кредитная гарантия;
- гарантия компенсации юридических затрат;
- гарантия удержания денежных средств;
- эксплуатационная гарантия.

6. Подготовка проекта контракта

В международной торговой практике широко распространено применение тщательно отработанных типовых форм контрактов, содержащих наиболее общие условия и предостережения. Такие типовые внешнеторговые контракты или проформы обычно составляются так, чтобы их мог заполнить работник, не имеющий юридического образования.

Выделяют два основных направления в развитии типовых контрактов и проформ:

1. Использование в обычных внешнеторговых контрактах стандартных условий и предостережений – например, базисных условий поставки, определенных в Инкотермс.

2. Использование формуляров, проформ и бланков. Контракты в виде формуляров или бланков могут заменять текст контракта. Если содержат необходимый минимальный набор атрибутов. Проформы контрактов могут быть текстовыми и бланковыми. Бланковые проформы имеют четкие и упрощенные формы, сведенные в таблицы, существенные условия в виде текстовых статей вынесены на оборот документа. Примером использования бланковых проформ могут служить: коносамент, страховой полис, туристический ваучер.

Типовой контракт – это заранее подготовленный текст контракта или ряд унифицированных условий, изложенных в письменной форме с учетом обычаев и традиций, характерных для данной сферы деятельности или торговли, и принятых

сторонами после того, как они были согласованы с требованиями конкретного соглашения.

Типовой контракт или проформа получает силу контракта только в том случае, если партнеры по сделке заполнят статьи и графы, априори требующие согласования (например, количество, качество, цена товара, срок и место поставки и прочие) и подпишут его.

Типовой контракт или проформа может использоваться двумя способами:

- безусловным согласием (присоединением) одной из сторон с условиями и положениями формы типового контракта, предложенными другой стороной;

- использованием типового или образцового контракта в качестве образца, который может быть незначительно (для типового) или существенно (для образцового) изменен сторонами согласно условиям конкретной сделки.

Для осуществления внешнеторговых сделок обычно используют контракты, составленные на двух языках – языке продавца и покупателя. Пример типового контракта с идентичным текстом на русском и английском языках приведен в Приложении 3.

Завершаться курсовая работа должна обобщенными выводами, которые коротко, ясно и четко формулируют по результатам проведенного исследования, и обоснованными предложениями и рекомендациями относительно решения проблем во внешнеэкономической деятельности предприятия. Выводы должны иллюстрировать достижение цели, поставленной в курсовой работе, подтвердить или отбрасывать гипотезу исследования.

3.ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Курсовую работу печатают с одной стороны листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм) текстового редактора Word шрифтом - Times New Roman, размер 14 с полуторным межстрочным интервалом. Шрифт печати должен быть четким с одинаковой плотностью текста, лента черного цвета средней жирности.

Объем курсовой работы 45-60 страниц. Текст курсовой работы печатают, оставляя поля таких размеров: левое - не менее 20 мм, правое - не менее 10 мм, верхнее - не менее 20 мм, нижнее - не менее 20 мм. Абзацный отступ -1,25.

Курсовая работа должна обязательно содержать титульный лист, пример оформления которого приведен в приложении Б.

Текст основной части курсовой работы разделяют на разделы, подразделы. Каждую структурную часть курсовой работы начинают с новой страницы. Нумерацию страниц, разделов, подразделений, пунктов, подпунктов, рисунков, таблиц, формул, подают арабскими цифрами без знака №.

Первой страницей курсовой работы является титульный лист, который включают в общую нумерацию страниц, не проставляя его номера. Следующие страницы нумеруют в правом верхнем углу страницы без точки в конце.

Заглавия структурных частей "СОДЕРЖАНИЕ", "ВВЕДЕНИЕ", "РАЗДЕЛ", "ВЫВОДЫ", "ПРИЛОЖЕНИЯ", "СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ" печатают большими буквами симметрично к тексту.

Заглавия подразделов печатают маленькими буквами (кроме первой большой) с абзацного отступа. Точку в конце заглавия не ставят. Если заглавие состоит из двух или больше предложений, их разделяют точкой. Расстояние между заглавием (за исключением заглавия пункта) и текстом должно равняться 3-4 машинописным, или – 1,5-2 интервалам текстового редактора Word.

Подразделы нумеруют в пределах каждого раздела. Номер подраздела состоит из номера раздела и порядкового номера подраздела, между которыми ставят точку. В конце номера подраздела должна стоять точка, например: "2.3." (третий подраздел второго раздела). Затем в той же строке идет заглавие подраздела.

Допускается выделение отдельных слов в тексте курсивом или полужирным шрифтом с целью обозначения отдельных смысловых частей.

Перечни по тексту оформляют с использованием арабских цифр (1, 2, 3 и т.д.) и знаков: точка «.» или скобка «)». Первый вариант предназначен для предложений, которые несут завершающую смысловую нагрузку, поэтому в конце ставится точка. Второй вариант предназначен для фраз, поэтому после них ставится точка с запятой. При втором варианте допускается нумерация с использованием маркеров (знак тире: «-»).

Пример:

РАЗДЕЛ 1

ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТИ

1.1. Анализ особенностей и динамики добычи нефти в мире

Нефть - это горючее полезное ископаемое, сложная смесь углеводородов разных классов с небольшим количеством органических кислородных, сернистых и азотных соединений, которое является собой густую маслянистую жидкость, от темно-бурого к черному цвету. Нефть имеет характерный запах, легче воды, в воде нерастворимая. По химическому составу и происхождению нефть близка к природным горючим газам и озокериту. Эти ископаемые объединяют под общим названием петролитов. Петролиты относят к ещё более обширной группе так называемых каустобиолитов — горючих минералов биогенного происхождения, которые включают также другие ископаемые топлива (торф, бурые и каменный уголь, антрацит, сланцы).

Иллюстрации (фотографии, чертежи, схемы, графики, карты) и таблицы следует подавать в курсовой работе непосредственно после текста, где они упомянуты впервые, или на следующей странице.

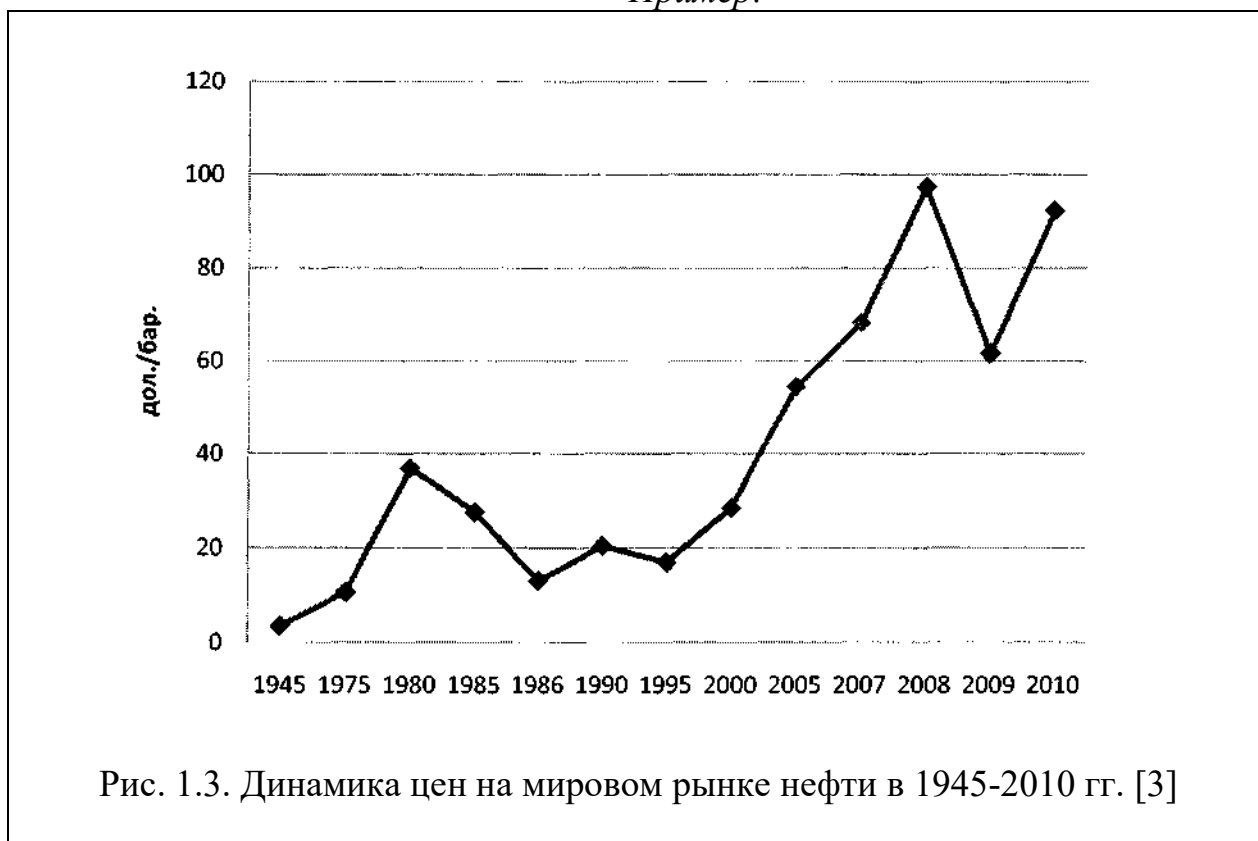
Иллюстрации и таблицы, размещенные на отдельных страницах курсовой работы, включают в общую нумерацию страниц. Таблицу, рисунок или чертеж, размеры которого больше формата А4, учитывают как одну страницу и размещают в соответствующих местах после упоминания в тексте или приложениях.

Иллюстрации должны соответствовать тексту, а текст - иллюстрации. Следует избегать иллюстраций случайных, связанных со второстепенными деталями текста. Не стоит оформлять ссылку на иллюстрацию как самостоятельные фразы, в которых лишь повторяется то, которое содержится в подписи.

Иллюстрации помечают словами "Рис." и нумеруют последовательно в пределах раздела, за исключением иллюстраций, представленных в приложениях.

Номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, между которыми ставится точка. После номера идет название иллюстрации.

Пример:



Таблицу размещают после первого упоминания о ней в тексте. Обычно таблица состоит из таких элементов: порядкового номера и тематического заглавия, боковика, заглавий вертикальных граф (головки), горизонтальных и вертикальных граф основной части, то есть прографки. Все таблицы должны быть пронумерованы, и на каждую необходима ссылка в тексте. Слово «таблица» в этом случае приводят в сокращенном виде, знак «№» не ставят, например: «На основе табл. 1.3 рассчитывается реальный потенциал системы управления предприятиями и определяется разница в потенциале(табл. 1.4)». В случае повторных ссылок в тексте необходимо к ссылке добавлять общепринятое сокращение от слова «смотри» - «см.», например: «Повторный анализ (см. табл. 1.5) свидетельствует, что...».

Таблицы нумеруют последовательно (за исключением таблиц, представленных в приложениях) в пределах раздела. По центру над таблицей размещают надпись "Таблица" с указанием ее номера. Номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, между которыми ставится точка, например: "Таблица 1.2" (вторая таблица первого раздела). Затем ставится тире, название таблицы печатают обычным шрифтом с большой буквы.

При перенесенные части таблицы на другой лист (страницу) слово "Таблица"

и номер ее указывают один раз справа над первой частью таблицы, над другими частями пишут слова "Продолжение табл.". И указывают номер таблицы, например: "Продолжение табл.1.2".

Пример:

Таблица 1.3 - Производство нефти в мире в 2005-2009 гг., тыс. бар. на сутки [3]							
Страна	Годы					Изменение за 2009 г %	Часть стран в 2009г. %
	2005	2006	2007	2008	2009		
США	6895	6841	6847	6734	7196	7,0	8,5
Канада	3041	3208	3320	3268	3212	-1,0	4,1
Мексика	3760	3683	3471	3167	2979	-6,2	3,9
Бразилия	1716	1809	1833	1899	2029	7,1	2,6
Венесуэла	2937	2808	2613	2558	2437	-4,9	3,3
Казахстан	1356	1426	1484	1554	1682	8,5	2,0
Норвегия	2969	2779	2550	2451	2342	-4,8	2,8
РФ	9552	9769	9978	9888	10032	1,5	12,9
Иран	4234	4286	4322	4327	4216	-3,3	5,3
Ирак	1833	1999	2143	2423	2482	2,4	3,2
Кувейт	2618	2690	2636	2782	2481	-11,3	3,2
Катар	1028	1110	1197	1378	1345	-4,6	1,5

Формула - это комбинация математических знаков, которые выражают какое-либо предложение. Формулы в курсовой работе (если их больше одной) нумеруют в пределах раздела. Номер формулы состоит из номера раздела и порядкового номера формулы в разделе, между которыми ставят точку. Номера пишут у правого берега листа в одной строке с соответствующей формулой в круглых скобках, например: (3.1) (первая формула третьего раздела). При ссылках на какую-либо формулу ее номер ставят точно в той же графической форме, что и после формулы, то есть арабскими цифрами в круглых скобках. Например: в формуле (3.1); из уравнения (3.4) следует...

Формулы обычно имеют в своем распоряжении отдельные строки посредине листа. Наиболее важные формулы, а также длинные и громоздкие формулы, которые содержат знаки подытоживания, произведения, дифференцирования, интегрирования, располагают на отдельных строках. Небольшие и несложные формулы, которые не имеют самостоятельного значения, размещают внутри строк текста.

Ссылки на источники приводятся в квадратных скобках непосредственной после текста, который был заимствован из данного источника. При ссылке на периодическое издание наводят лишь его порядковый номер в списке использованных источников, пр. ссылка на книгу - указывают также номер страницы.

Пример: «Сначала маркерным (эталонным) сортом в международной торговле была американская(теперь Западно-техасская) нефть, поскольку США были основным экспортером, на рынке работали в основном американские компании и формула ценообразования была привязана к ценам в районе Мексиканского залива [10, С. 43]».

4. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ КУРСОВОЙ РАБОТЫ

Оценивание курсовой работы осуществляется с помощью по 100-бальной шкале в разбивке по отдельным объектам согласно структуре работы (табл. 4.1). Критерии оценивания курсовой работы приведены в таблице 4.2.

Таблица 4.1 - Порядок оценивания курсовой работы

Объект оценивания	Количество баллов	
	мини-мальное	макси-мальное
1. Методология исследования (цель, объект, предмет исследования, актуальность, методы и информационная база)	3	5
2. Теоретическая часть	21	35
3. Практическая часть	21	35
4. Выводы	3	5
5. Защита курсовой работы (изложение основного материала, ответы на вопросы, презентация материалов)	12	20
Общая сумма баллов	60	100

Таблица 4.2 – Критерии оценивания курсовой работы

№ пп	Объект оценивания	Критерии	Баллы
1	Методология исследования	Полностью соблюдена методология исследования, требования к оформлению. Курсовая работа выполнялась согласно графика.	5
		Есть незначительные замечания к методологии исследования, несущественные недостатки в оформлении. Курсовая работа выполнялась с небольшим отклонением от графика.	4
		Методология исследования соблюдена частично, оформление не полностью соответствует требованиям. Курсовая работа выполнялась с отклонением от графика.	3
		Методология исследования не соблюдена, оформление не соответствует требованиям. Работе присущи стилистические и грамматические ошибки. Курсовая работа выполнялась со значительным отклонением от графика.	0-2

Продолжение табл. 4.2

№ пп	Объект оценивания	Критерии	Баллы
2	Теоретическая часть	Полно и последовательно раскрыто содержание темы, творчески, самостоятельно исследованы проблемы, проанализирован широкий круг фактических данных и материалов за последние годы. Сделаны исчерпывающие выводы к разделу.	32-35
		В работе содержание раскрыто на достаточно высоком творческом уровне, достаточно содержательно рассмотрены отдельные вопросы плана, собран и проанализирован фактический материал за последние годы. Выводы к разделу недостаточно полные.	26-31
		В работе в основном правильно, но недостаточно полно раскрыто содержание основных вопросов, отсутствует надлежащая глубина анализа теоретического и фактического материала. Выводы к разделу неполные.	21-25
		Содержание основных вопросов не раскрыто, отсутствует надлежащая глубина анализа теоретического и фактического материала. Использован устаревший статистический материал. Выводы к разделу отсутствуют.	0-20
3	Практическая часть	Индивидуальное задание составлено корректно. Выполнены все практические задания согласно методических указаний. Сделаны исчерпывающие выводы к разделу.	32-35
		Индивидуальное задание составлено не совсем корректно. Практические задания выполнены с небольшими неточностями. В работе имеют место незначительные ошибки. Выводы к разделу недостаточно полные.	26-31
		Индивидуальное задание составлено не достаточно корректно. Практические задания выполнены со значительными неточностями. В работе есть ошибки. Выводы к разделу неполные.	21-25
		Индивидуальное задание отсутствует или составлено некорректно. Практические задания согласно методических указаний не выполнены. Выводы к разделу отсутствуют.	0-20

Продолжение табл. 4.2

№ пп	Объект оценивания	Критерии	Баллы
4	Выводы	Выводы полные и обоснованные.	5
		Выводы достаточно полные и обоснованные.	4
		Выводы не достаточно полные и обоснованные.	3
		Выводы неполные или отсутствуют.	0-2
5	Защита курсовой работы	Во время защиты давались правильные, четкие и конкретные ответы на более, чем 90% вопросов.	18-20
		Студент ответил на 75-80% вопросов, был не во всем последовательным.	15-17
		Студент ответил на 60-74% вопросов, продемонстрировал недостаточно глубокое владение предметом исследования.	12-14
		Студент ответил менее, чем на 60% вопросов, продемонстрировал поверхностное владение предметом.	0-11

5. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

1. Особенности торговли автомобильными шинами на мировом рынке
2. Особенности торговли алебастром на мировом рынке
3. Особенности торговли алюминием на мировом рынке
4. Особенности торговли бананами на мировом рынке
5. Особенности торговли безалкогольными напитками на мировом рынке
6. Особенности торговли бензином на мировом рынке
7. Особенности торговли бумагой на мировом рынке
8. Особенности торговли бытовыми котлами на мировом рынке
9. Особенности торговли видео- и аудиопродукцией на мировом рынке
10. Особенности торговли видеоаппаратурой на мировом рынке
11. Особенности торговли газом на мировом рынке
12. Особенности торговли грузовыми автомобилями на мировом рынке
13. Особенности торговли дизельными двигателями на мировом рынке
14. Особенности торговли драгоценными камнями на мировом рынке
15. Особенности торговли драгоценными металлами на мировом рынке
16. Особенности торговли древесиной на мировом рынке
17. Особенности торговли железнодорожными вагонами на мировом рынке
18. Особенности торговли зерновыми культурами на мировом рынке
19. Особенности торговли золотом на мировом рынке
20. Особенности торговли информационными услугами на мировом рынке
21. Особенности торговли какао-бобами на мировом рынке
22. Особенности торговли каучуком на мировом рынке
23. Особенности торговли кожей на мировом рынке
24. Особенности торговли компьютерной техникой на мировом рынке
25. Особенности торговли кондитерской продукцией на мировом рынке
26. Особенности торговли кондиционерами на мировом рынке
27. Особенности торговли косметическими товарами на мировом рынке
28. Особенности торговли кофе на мировом рынке
29. Особенности торговли кранами на мировом рынке
30. Особенности торговли лакокрасочными изделиями на мировом рынке
31. Особенности торговли легковыми автомобилями на мировом рынке
32. Особенности торговли мебелью на мировом рынке
33. Особенности торговли медицинской техникой на мировом рынке
34. Особенности торговли медью на мировом рынке
35. Особенности торговли мелкой бытовой техникой на мировом рынке
36. Особенности торговли металлическими конструкциями на мировом рынке
37. Особенности торговли мехом на мировом рынке
38. Особенности торговли минеральными удобрениями на мировом рынке
39. Особенности торговли мобильными телефонами на мировом рынке
40. Особенности торговли молочной продукцией на мировом рынке
41. Особенности торговли на мировом рынке машин и оборудования
42. Особенности торговли нефтью на мировом рынке

43. Особенности торговли обувью на мировом рынке
44. Особенности торговли общественными транспортными средствами на мировом рынке
45. Особенности торговли овощами на мировом рынке
46. Особенности торговли одеждой на мировом рынке
47. Особенности торговли орехами на мировом рынке
48. Особенности торговли пассажирскими автобусами на мировом рынке
49. Особенности торговли пластмассами и изделиями из них на мировом рынке
50. Особенности торговли посудой на мировом рынке
51. Особенности торговли программным обеспечением на мировом рынке
52. Особенности торговли пшеницей на мировом рынке
53. Особенности торговли рыбой и морепродуктами на мировом рынке
54. Особенности торговли самолетами на мировом рынке
55. Особенности торговли сахаром на мировом рынке
56. Особенности торговли серебром на мировом рынке
57. Особенности торговли специями на мировом рынке
58. Особенности торговли спортивным инвентарем на мировом рынке
59. Особенности торговли сталью на мировом рынке
60. Особенности торговли станками на мировом рынке
61. Особенности торговли стеклом для автомобилей на мировом рынке
62. Особенности торговли строительными материалами на мировом рынке
63. Особенности торговли судами на мировом рынке
64. Особенности торговли табаком на мировом рынке
65. Особенности торговли текстильными изделиями на мировом рынке
66. Особенности торговли технологиями на мировом рынке
67. Особенности торговли товарами противопожарного назначения на мировом рынке
68. Особенности торговли трубами на мировом рынке
69. Особенности торговли углем на мировом рынке
70. Особенности торговли фармацевтической продукцией на мировом рынке
71. Особенности торговли фототехникой на мировом рынке
72. Особенности торговли фруктами на мировом рынке
73. Особенности торговли химической продукцией на мировом рынке
74. Особенности торговли хлопком на мировом рынке
75. Особенности торговли холодильными камерами на мировом рынке
76. Особенности торговли цветами на мировом рынке
77. Особенности торговли цветными металлами на мировом рынке
78. Особенности торговли цементом на мировом рынке
79. Особенности торговли чаем на мировом рынке
80. Особенности торговли черными металлами на мировом рынке
81. Особенности торговли шоколадом на мировом рынке

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Внешнеэкономическая деятельность (продвинутый курс): учебное пособие / Л. С. Шаховская, И. А. Морозова, В. А. Кабанов [и др.] ; под редакцией Л. С. Шаховской. — Волгоград: ВолгГТУ, 2019. — 276 с. — ISBN 978-5-9948-3595-1.
2. Гильяно, А. К. Контракты в международной торговле. Внешнеторговая документация : учебное пособие / А. К. Гильяно. - Санкт-Петербург : Интермедия, 2017. - 312 с.
3. Кочергина, Т. Е. Контракты в международной торговле : учебное пособие / Т. Е. Кочергина. - Санкт-Петербург : Интермедия, 2017. - 204 с.
4. Крылов, В. Е. Контракты и внешнеторговая документация : учебное пособие / В. Е. Крылов, Л. В. Крылова, А. Ю. Андрианов. - Санкт-Петербург : Интермедия, 2017. - 148 с.
5. Лихачева, Т. П. Внешнеэкономическая деятельность: учебное пособие / Т. П. Лихачева. — Красноярск: СФУ, 2019. — 216 с. — ISBN 978-5-7638-3970-8.
6. Элова, Г. В. Практикум по контролю и обоснованию контрактных цен : учебное пособие / Г. В. Элова. - Санкт-Петербург : Интермедия, 2018. - 96 с.

Дополнительная

1. Бурденко Е.В. Внешнеэкономическая деятельность. Налогообложение, учет, анализ и аудит: учебник для студ. вузов, обуч. по направ. подготовки 38.04.01 "Экономика" (квалификация (степень) магистр) / Е. В. Бурденко. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 250 с.
2. Международная информационная безопасность: Теория и практика: Уч. компл. в 3-х томах: учебник / под редакцией А. В. Крутских. — 2-е изд., доп. — Москва: Аспект Пресс, 2021. — 384 с. — ISBN 978-5-7567-1098-4.
3. Пузикова, Е. А. Внешнеэкономическая деятельность предприятия : учебное пособие / Е. А. Пузикова, В. В. Свечникова, Н. И. Тришкина. - 3-е изд. - Москва : ФЛИНТА, 2018. - 131 с.
4. Пузина, Н. В. Внешнеэкономическая деятельность организации : учебное пособие / Н. В. Пузина. - Омск : ОмГУ, 2018. - 112 с.
5. Федорова, И. Ю. Контрактная система: развитие финансового механизма государственных и муниципальных закупок : монография / И. Ю. Федорова, А. В. Фрыгин, М. В. Седов. - 2-е изд. - Москва : Дашков и К, 2018. - 226 с.

Нормативно-правовые акты

1. Соглашение стран СНГ от 23.12.1993 г. «Об общих условиях и механизме поддержки развития производственной кооперации предприятий и отраслей государств-участников Содружества Независимых Государств»

2. Соглашение от 20.11.2009 г. «О правилах определения страны происхождения товаров в Содружестве Независимых Государств»
3. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 16.07.2012 N 54 «Об утверждении единой Товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и Единого таможенного тарифа Евразийского экономического союза»
4. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза
5. Налоговый кодекс Российской Федерации
6. Трудовой кодекс Российской Федерации
7. Гражданский кодекс Российской Федерации
8. Закон Российской Федерации № 5003-1 от 21.05.1993 г. «О таможенном тарифе»
9. Закон Российской Федерации № 5338-1 от 7.07.1993 г. «О международном коммерческом арбитраже»
10. Федеральный закон № 4-ФЗ от 4.01.1999 г. «О координации международных и внешнеэкономических связей субъектов Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями)
11. Федеральный закон № 63-ФЗ от 14.04.1998 г. (ред. от 08.12.2003 г.) «О мерах по защите экономических интересов Российской Федерации при осуществлении внешней торговли товарами»
12. Федеральный закон № 164-ФЗ от 08.12.2003 г. (ред. от 13.07.2015 г.) «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности»
13. Федеральный закон № 173 от 10.12.2003 г. «О валютном регулировании и валютном контроле»
14. Федеральный закон № 183-ФЗ от 18.07.1999 г. «Об экспортном контроле»
15. Федеральный закон № 209-ФЗ от 24.07.2007 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»
16. Федеральный закон № 311-ФЗ от 27.10.2010 г. «О таможенном регулировании в Российской Федерации»
17. Постановление Правительства Российской Федерации № 330 от 15.04.2014 г. «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие внешнеэкономической деятельности»
18. Приказ Министерства экономического развития РФ от 18 февраля 2021 г. N 77 «Об утверждении требований к реализации мероприятия по созданию и (или) развитию центров поддержки экспорта, осуществляемого субъектами Российской Федерации, бюджетам которых предоставляются субсидии на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, а также физических лиц, применяющих специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход», в субъектах Российской Федерации в целях достижения целей, показателей и результатов региональных проектов, обеспечивающих достижение целей, показателей и результатов федерального проекта «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства», входящего в состав национального проекта «Малое и среднее

- предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», и требований к центрам поддержки экспорта»
19. Стратегия социально-экономического развития Орловской области до 2035 года, утвержденная постановлением Орловского областного Совета народных депутатов от 21 декабря 2018 года № 31/823-ОС
 20. Инструкция Центрального Банка России № 111-И от 30.03.2004 г. «Об обязательной продаже части валютной выручки на внутреннем валютном рынке Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями)
 21. Инструкция Банка России № 138-И от 4.06.2012 г. «О порядке представления резидентами и нерезидентами уполномоченным банкам документов и информации, связанных с проведением валютных операций, порядке оформления паспортов сделок, а также порядке учета уполномоченными банками валютных операций и контроля за их проведением» (с изменениями и дополнениями)
 22. Инструкция Банка России от 16.08.2017 N 181-И «О порядке представления резидентами и нерезидентами уполномоченным банкам подтверждающих документов и информации при осуществлении валютных операций, о единых формах учета и отчетности по валютным операциям, порядке и сроках их представления»

**Перечень ресурсов информационно-аналитической сети Интернет,
необходимых для освоения дисциплины**

1. Поисковые системы: <http://www.rambler.ru>, <http://yandex.ru>,
<http://www.google.com>
2. Федеральный образовательный портал www.edu.ru.
3. Российская государственная библиотека <http://www.rsl.ru/ru>
4. Государственная публичная научно-техническая библиотека России URL:
<http://gpntb.ru>.
5. Государственное бюджетное учреждение культуры Республики Крым
«Крымская республиканская универсальная научная библиотека»
<http://franco.crimea-lib.ru/>
6. Педагогическая библиотека <http://www.pedlib.ru/>
7. Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU (РИНЦ)

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А - График выполнения курсовой работы

ГРАФИК ВЫПОЛНЕНИЯ курсовой работы по дисциплине «Внешнеэкономические контракты» студента(-ки) группы _____ IV курса _____ (группа) (ФИО)

№ пп	Вид работ	Сроки выполнения	Отметка о выполнении	Подпись руководителя
1	Выбор темы курсовой работы	1-я неделя		
2	Составление предварительного плана курсовой работы	2-я неделя		
3	Сбор литературных источников и статистического материала	3-я неделя		
4	Корректирование плана курсовой работы (в случае необходимости)	4-я неделя		
5	Написание и предоставление на проверку первого раздела	5, 6, 7-я недели		
6	Написание и предоставление на проверку второго раздела	8, 9, 10-я недели		
8	Написание и подача на проверку введения и выводов	11-я неделя		
9	Оформление курсовой работы согласно требованиям	12-я неделя		
10	Представление курсовой работы к защите	13-я неделя		
11	Защита курсовой работы	15, 16-я недели		

Руководитель курсовой работы :
к.э.н., доцент

_____ (подпись)

_____ (ФИО)

Студент(-ка) гр. _____

_____ (подпись)

_____ (ФИО)

Приложение Б - Титульный лист



МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И МОЛОДЕЖИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
Республики Крым
«Крымский инженерно-педагогический университет имени Февзи Якубова»
(ГБОУВО РК КИПУ имени Февзи Якубова)

Кафедра мировой экономики и экономической теории

КУРСОВАЯ РАБОТА

по дисциплине "Внешнеэкономические контракты"

на тему: _____

(тема курсовой работы)

Выполнил(а) студент(ка) 4 курса
очной формы обучения
направления подготовки 38.03.01 «Экономика»
профиля «Мировая экономика»
группы _____

(ФИО студента)

Проверила:

к.э.н., доцент Иваненко И.А.

Работа сдана на кафедру:

«__» _____ 202__ г.

Работа допущена к защите:

«__» _____ 202__ г.

Работа защищена:

«__» _____ 2022 г.

Оценка: _____

Члены комиссии:

Симферополь 2022

Приложение В - Примерные планы курсовых работ

ТЕМА: ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ ПШЕНИЦЕЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

РАЗДЕЛ I. ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА ПШЕНИЦЫ

- 1.1. Общий анализ мирового рынка пшеницы
- 1.2. Особенности и факторы осуществления экспорта и импорта пшеницы
- 1.3. Регулирование мирового рынка пшеницы

РАЗДЕЛ II. ЗАКЛЮЧЕНИЕ ВНЕШНЕТОРГОВОГО КОНТРАКТА НА ЭКСПОРТ ПШЕНИЦЫ

- 2.1. Маркетинговое исследование рынка пшеницы РФ
- 2.2. Характеристика российских экспортеров пшеницы
- 2.3. Выбор зарубежного рынка и предприятия для экспорта пшеницы
- 2.4. Составление конкурентного листа
- 2.5. Проработка базисных условий и заключение внешнеэкономического контракта

ТЕМА: ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ НЕФТЬЮ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

РАЗДЕЛ I. ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА НЕФТИ

- 1.1. Анализ особенностей и динамики добычи нефти в мире
- 1.2. Особенности ценообразования на мировом рынке нефти
- 1.3. Особенности торговли нефтью и регулирования мирового рынка нефти

РАЗДЕЛ II. ЗАКЛЮЧЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО КОНТРАКТА НА ИМПОРТ НЕФТИ

- 2.1. Маркетинговое исследование рынка нефти и нефтепродуктов страны-импортера
- 2.2. Характеристика предприятия-импортера
- 2.3. Оценка емкости рынка нефти страны-импортера
- 2.4. Выбор и установление контакта с поставщиками нефти
- 2.5. Составление конкурентного листа и определение цены
- 2.6. Обоснование базисных условий поставки и валютно-финансовых условий внешнеэкономического контракта
- 2.7. Заключение внешнеэкономического контракта на импорт сырой нефти

ТЕМА: ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ АВТОМОБИЛЯМИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

РАЗДЕЛ I. ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА АВТОМОБИЛЕЙ

- 1.1. Общая характеристика мирового рынка автомобилей, факторы, проблемы и тенденции его развития
- 1.2. Анализ роли отдельных стран-производителей на мировом рынке автомобилей
- 1.3. Исследование динамики и современных тенденций развития мирового рынка автомобилей
- 1.4. Влияние инноваций на развитие мирового рынка автомобилей

РАЗДЕЛ II. ЗАКЛЮЧЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО КОНТРАКТА КУПЛИ-ПРОДАЖИ АВТОМОБИЛЕЙ

- 2.1. Маркетинговое исследование рынка автомобилей страны-импортера
- 2.2. Определение средней емкости рынка автомобилей элит-класса
- 2.3. Определение потенциального поставщика автомобилей
- 2.4. Анализ конкурентных преимуществ поставщиков
- 2.5. Проработка условий и заключение внешнеэкономического контракта

ТЕМА: ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИЕЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

РАЗДЕЛ I. ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА ХИМИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

- 1.1. Общая характеристика химической продукции и химической промышленности
- 1.2. Исследование общего состояния мирового рынка химической продукции
- 1.3. Анализ основных производителей химической продукции

РАЗДЕЛ II. ЗАКЛЮЧЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО КОНТРАКТА НА ПОСТАВКУ ХИМИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

- 2.1. Анализ рынка химической продукции страны-импортера
- 2.2. Исследование особенностей деятельности предприятия на внешнем рынке
- 2.3. Составление конкурентного листа
- 2.4. Обоснование основных условий внешнеэкономического контракта и его заключение

ТЕМА: ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ ПАССАЖИРСКИМИ АВТОБУСАМИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

РАЗДЕЛ I. ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА ПАССАЖИРСКИХ АВТОБУСОВ

- 1.1. Общая характеристика товара
- 1.2. Анализ развития мирового рынка пассажирских автобусов
- 1.3. Регулирование мирового рынка автотранспортных средств

РАЗДЕЛ II. ЗАКЛЮЧЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО КОНТРАКТА НА ПОСТАВКУ ПАССАЖИРСКИХ АВТОБУСОВ

- 2.1. Общая характеристика предприятия
- 2.2. Исследование рынка пассажирских автобусов страны-экспортера
- 2.3. Маркетинговые исследования потенциального рынка сбыта
- 2.4. Составление конкурентного листа
- 2.5. Обоснование условий внешнеэкономического контракта

ТЕМА: ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ ФРУКТАМИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

РАЗДЕЛ I. ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА ФРУКТОВ

- 1.1. Общая характеристика продовольственных товаров и фруктов
- 1.2. Исследование состояния мирового рынка фруктов

1.3. Регулирование рынка фруктов

РАЗДЕЛ II. ЗАКЛЮЧЕНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО КОНТРАКТА НА ПОСТАВКУ ФРУКТОВ

2.1. Маркетинговое исследование рынка фруктов страны-импортера

2.2. Исследование среды деятельности предприятия

2.3. Составление конкурентного листа

2.4. Обоснование основных условий внешнеэкономического контракта и его составление

ТЕМА: ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ АЛЮМИНИЕМ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

РАЗДЕЛ 1. ИССЛЕДОВАНИЕ МИРОВОГО РЫНКА АЛЮМИНИЯ

1.1. Характеристика особенностей мирового рынка алюминия

1.2. Анализ основных показателей состояния и динамики торговли, тенденций ценовых изменений на мировом рынке алюминия

1.3. Характеристика наиболее активных участников мирового рынка алюминия, специфических требований рынка и конъюнктурообразующих факторов

1.4. Анализ факторов, которые влияют на мировую торговлю алюминием

РАЗДЕЛ 2. ОСОБЕННОСТИ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО КОНТРАКТА С КОНТРАГЕНТАМИ МЕЖДУНАРОДНОГО РЫНКА АЛЮМИНИЯ

2.1. Характеристика факторов выбора контрагента мирового рынка алюминия

2.2. Характеристика субъектов контрактов внешнеэкономической деятельности

2.3. Основные составляющие внешнеэкономического контракта с контрагентом международного рынка алюминия

ТЕМА: ОСОБЕННОСТИ ТОРГОВЛИ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ НА МИРОВОМ РЫНКЕ

РАЗДЕЛ 1. КОНЪЮНКТУРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ МИРОВОГО РЫНКА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

1.1. Характеристика молока и молочной продукции как продуктов питания

1.2. Анализ мирового рынка молочной продукции

1.3. Исследование регулирования и ценообразование на мировом рынке молочной продукции

Раздел 2. ОСОБЕННОСТИ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО КОНТРАКТА НА ПОСТАВКУ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

2.1. Маркетинговое исследование рынка молочной продукции России

2.2. Выбор контрагента и установление контакта с ним для осуществления экспортно-импортной операции

2.3. Обоснование основных условий внешнеэкономического контракта

2.3 Составление и заключение внешнеэкономического контракта

Приложение Г - Оформление корреспонденции

ООО «СВИТТ»
б. Победы, 6
г. Краснодар
294017



Swett LTD
Povedy Blvd, 6
Krasnodar
294017

Tel. 333-4444, 333-5444 Fax. 333-4440 e - mail: mail@e-swett.com

«5» августа в 2017 г.

Господину Питеру Харнетту
Фуд компани Инк.,
Вена, Австрия

Твердая оферта

Предлагаем твердой офертой в течение десяти дней 50 тон кондитерской продукции, gjnjhfvz упакована в картонные ящики (перечень добавляется) общей суммой 97 тыс. дол. на условиях DAF-Липецк, включая упаковку, платеж - наличными по отзывному подтвержденному аккредитиву, который открывается в течение 12 дней по получении факса о готовности товара к отгрузке, со сроком поставки в течение сентября в 2017 г. Другие условия согласно контракта № 3156-А.

Коммерческий директор

м.п.

М.С. Антонов

ООО «СВИТТ»
б. Победы, 6
г. Краснодар
294017



Swett LTD
Povedy Blvd, 6
Krasnodar
294017

Tel. 333-4444, 333-5444 Fax. 333-4440 e - mail: mail@e-swett.com

«5» августа 2017 г.

Господину Джону Митчелу
Караван продактс
Лондон, Великобритания

Свободная оферта

Предлагаем без обязательств 50 тонн кондитерской продукции, которая упакована в картонные ящики (перечень прилагается) на общую сумму 97 тыс. дол. на условиях CIF-Лондон, включая упаковку, платеж по инкассо, со сроком поставки в течение октября 2017 г. Прочие условия согласно контракта № 3271-В.

Коммерческий директор

м.п.

М.С. Антонов

Приложение Г - продолжение

ООО «СВИТТ»
б. Победы, 6
г. Краснодар
294017



Swett LTD
Povedy Blvd, 6
Krasnodar
294017

Tel. 333-4444, 333-5444 Fax. 333-4440 e - mail: mail@e-swett.com

«11» августа 2017 г.

Г-ну Роберту Шмидту
Крамер эн Крамер, Гамбург

Подтверждение заказа

Подтверждаем получение Вашего заказа за № 347 от «10» августа 2017 г. на поставку 50 тонн кондитерских изделий согласно перечня. Ваш заказ будет выполнен нами со всей тщательностью и в согласованный срок.

Коммерческий директор

м.п.

М.С. Антонов

ООО «СВИТТ»
б. Победы, 6
г. Краснодар
294017



Swett LTD
Povedy Blvd, 6
Krasnodar
294017

Tel. 333-4444, 333-5444 Fax. 333-4440 e - mail: mail@e-swett.com

«11» июля в 2017 г.

Господину М. Сванидзе
Грузтрансторг ЛТД
Тбилиси, Грузия

Коммерческое письмо

Уважаемый господин Сванидзе!

ООО «СВИТТ» уже больше 10 лет известно на рынке кондитерской продукции России, Беларуси, Молдовы, Казахстана, Азербайджана и других стран. Предлагаем Вам провести переговоры относительно заключения договора на поставку кондитерских изделий, а также высылаем прайс-лист, каталог продукции и проформу контракта.

С уважением

Коммерческий директор

м.п.

М.С. Антонов

Приложение Д - Составление конкурентного листа

А) Исходная информация

Предприятие планирует в 2015 г. полностью обновить парк электропогрузчиков на своих фабриках. Для этого предполагается закупить за границей 100 шт. электропогрузчиков «PP-15-C» на условиях FOB-порт Новоросийск (DAF - ст. Липецк), оплата наличными, валюта цены – USD.

Для определения оптимальной цены закупки требуется проанализировать цены на аналогичное оборудование и составить конкурентный лист.

В качестве базы сравнения специалистами по снабжению отобраны такие конкурентные материалы (источники информации):

1. Внешнеторговый контракт, заключенный 15.07.2015 г. (со сроком поставки в 2016 г.) английской фирмой-экспортером «Индастриал машинз энд техникз» и итальянской фирмой-импортером «Наста груп» на продажу 10 электропогрузчиков EFT-15-R на условиях FOB - порт Дувр. Цена единицы товара - 3800 GBR, условия оплаты - наличные, инкассо (платеж в 2016 г.).

2. Коммерческое предложение немецкой компании «Гербер компани», направленное белорусской компании «Белпромснаб» 03.10.2013 г. на продажу 100 электропогрузчиков DR-810 на условиях DAF - граница Германии с поставкой в 2017г. Цена единицы товара - 4500 EUR. Условия оплаты: а)аванс 10% в 2017 г.; б)инкассо 50% в 2018 г.; в)отсрочка на 5 лет с 2018 г. при 5% стоимости кредита.

3. Прейскурант японской фирмы «Ямакаси Инк.» от 05.01.2017 г. на продажу партии электропогрузчика SR-212-5C (1 шт.). Условия поставки - EXW - склад Токио; цена единицы товара 2480000 JPY; условия оплаты - наличные, аккредитив; поставка – на протяжении 2017 г.

Б) Расчет оптимальной цены с учетом поправок

Поправки на коммерческие условия

а) *Приведение цен к единой валюте (C_i):* все цены конкурентных материалов пересчитываются в валюту цены будущего контракта (например, USD) по курсу каждой конкретной валюты к USD на дату конкурентного или справочного материала. Для коммерческого предложения такой датой может быть дата предложения, продленной на определенный в ней срок поставки товара; для контракта – дата поставки (если не предусматриваются переменные цены) или дата подписания (если такие цены предусмотрены); для прейскуранта – конечная дата его действия, указанная на самом прейскуранте или на сопроводительном листе. Если известны курсы валют конкурентных материалов по отношению к гривне, то можно рассчитать кросс-курсы.

Например, известно, что:

$$1 \text{ USD} = 5,05 \text{ RUB}$$

$$1 \text{ JPY} = 0,0439 \text{ RUB}$$

$$1 \text{ GBR} = 8,8342 \text{ RUB}$$

$$1 \text{ EUR} = 6,1327 \text{ RUB}$$

Отсюда, $1 \text{ USD} = 8,8342 \text{ RUB} / 5,05 \text{ RUB} = 1,75 \text{ GBR}$;

$1 \text{ USD} = 0,0433 \text{ RUB} / 5,05 \text{ RUB} = 0,009 \text{ JPY}$;

$1 \text{ USD} = 6,1327 \text{ RUB} / 5,05 \text{ RUB} = 1,21 \text{ EUR}$.

- б) *Сведение цен с учетом сроков договоров (C_{nl}):* цены конкурентных и справочных материалов, пересчитанные в валюту цены будущего договора, сводятся к сроку предполагаемого договора с учетом возможных изменений цен (под влиянием удорожания товаров, мировых инфляционных процессов) в период от даты конкурентного или справочного материала о запланированной дате подписания будущего договора. Для этой цели используют индексные ряды цен на соответствующий вид товара, которые официально публикуются в национальных справочниках стран конкурентных материалов или справочниках ООН.

Сведение цен с учетом сроков договоров осуществляется по формуле:

$$C_{nl} = C_t \cdot \frac{J_{nl}}{J_t}$$

где $C_{пл}$ - цена на плановый год заключения договора;

C_t – цена конкурентного материала в году t в единой валюте;

$J_{пл}$ – индекс цены года заключения договора;

J_t – индекс цены года конкурентного материала.

Например, в Великобритании индексы составляют: $J_{2015}=107$ и $J_{2013}=100$; в Германии: $J_{2015}=108$ и $J_{2014}=103$; индексы в Японии не учитываются, поскольку дата прейскуранта и заключения договора мало отличаются.

- в) *Сведение цен с учетом базисных условий поставок (K_1):* сведение к базису поставки осуществляется с учетом разницы затрат на фрахт и страхование груза по планируемому договору и конкурентным материалам. Стоимость фрахта и страхования при поставках машин и оборудования между портами Европы и Северной Америки в среднем составляют 5-10%, между Европой и Южной Америкой – 8-15%. Эту разницу обычно подсчитывает транспортный отдел на базе текущих фрахтовых ставок с учетом специфики груза. Стоимость фрахта и страхования такого товара, как электропогрузчики, составляет:

- между портами РФ и Западной Европы, Ближнего Востока, Северной Африки – 3-5%;
- между портами РФ и Америки, Японии, Индии, Южно-Восточной Азии – 6-8%;
- на территории РФ – 2%.

Хотя цены на условиях FOB и DAF могут не совпадать, для упрощения расчета примем их одинаковыми. Цена EXW увеличивается на 5% - на стоимость упаковки, маркировки и транспортировки до границы (порта) страны продавца (в примере – Японии).

г) *Сведение цен с учетом кредитных условий (K_2):* в случае, если необходимо привести конкурентные цены и цены справочных материалов к условиям платежа наличными, то цену конкурентного материала уменьшают на стоимость предоставленного кредита. В данном примере поправка на условиях платежа за DR-810: (аванс 10% в 2014 г., инкассо 50% в 2015 г., отсрочка на 5 лет с 2015 г. при 5% стоимости кредита) рассчитывается по формуле определения коэффициента кредитного влияния ($K_{кр}$):

$$K_2 = K_{кр} = \sum_{i=1}^n d_i \cdot (1+b)^{n_i} + R \cdot (1+b)^{n_k} \cdot \left[\frac{r}{b} + \left(1 - \frac{r}{b} \cdot c \right) \right]$$

где d_i – отдельные i -тые некредитные платежи за товар;

$d_{ab}=0,1$ – доля аванса; d_{in} – доля инкассо;

n_i – разница в годах между годом приведения цены и годом очередного i -го платежа;

$n_{ab}=1$ – разница в годах между годом платежа аванса (2014 г.) и годом приведения (2015 г.);

$n_{in}=0$ – разница в годах между годом платежа инкассо (2015 г.) и годом приведения (2015 г.);

$R=0,4$ – доля части платежа, выплачиваемой в кредит;

n_k – льготный период отсрочки начала погашения кредита от даты завершения поставки, лет;

$b=0,1$ – банковский процент, спрогнозированный на период кредита по будущему договору;

$r=0,05$ – стоимость кредита (годовая процентная ставка за предоставленный товарный кредит);

$c = 0,758$ – из таблицы 2.7, в которой показатель c рассчитан для разных сочетаний значений банковского процента ($b=10\%$) и сроков предоставления кредита ($t_{кр}=5$ лет).

$$K_2 = d_{ab} \cdot (1+0,1)^{n_{ab}} + d_{in} \cdot (1+0,1)^{n_{in}} + 0,4 \cdot (1+0,1)^{n_k} \times \left[\frac{0,05}{0,1} + \left(1 - \frac{0,05}{0,1} \cdot 0,758 \right) \right] =$$

$$0,1 \cdot 1,1^1 + 0,5 \cdot 1,1^0 + 0,4 \cdot 1,1^0 \times [0,5 + (1 - 0,5 \cdot 0,758)] = 1,058$$

д) *Сведение цен с учетом количества (K_3).*

Принимается во внимание действие двух факторов:

- Учитывается снижение или повышение затрат производства со стороны продавца при увеличении или уменьшении количества поставляемого товара (эффект масштаба). При торговле продукцией, которая выпускается серийно, разница в производственных затратах незначительна и ее можно не учитывать, а скидка на большом объеме заказа зависит от вида товара и может достичь 10%. При торговле продукцией индивидуального производства разница в производственных затратах на единицу продукции будет значительной и скидка может составить 20-30%.

- Коммерческая заинтересованность продавца в увеличении объема продажи, которая проявляется в его готовности предоставить скидку с цены. Размер скидки устанавливается в зависимости от вида товара и обычно имеет вид «вилки скидок». Например, в прейскуранте на SR-212-5C указана скидка в размере 5% в случае приобретения продукции от 10 до 49 единиц, 10% - при приобретении 50-99 ед., 15% - на покупку 100 ед. и выше.

Таблица К.1 - Коэффициенты, учитывающие стоимость и срок кредитования

Банков- ский процент (b), %	<i>Срок кредита ($t_{кр}$), лет</i>							
	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>	<i>10</i>
6	0,891	0,860	0,842	0,818	0,797	0,776	0,754	0,736
7	0,875	0,847	0,820	0,791	0,770	0,746	0,724	0,702
8	0,859	0,828	0,799	0,770	0,744	0,718	0,694	0,671
9	0,844	0,810	0,778	0,748	0,719	0,692	0,666	0,642
10	0,829	0,792	0,758	0,726	0,695	0,667	0,640	0,614
11	0,817	0,778	0,741	0,705	0,674	0,645	0,616	0,591
12	0,801	0,759	0,721	0,685	0,652	0,621	0,592	0,565
13	0,788	0,744	0,702	0,665	0,631	0,599	0,569	0,542
14	0,774	0,728	0,682	0,647	0,610	0,578	0,547	0,520
15	0,761	0,714	0,670	0,631	0,594	0,561	0,530	0,502

Т. о. цены на электропогрузчики будут корректироваться из-за ограниченного объема заказа по первому и второму фактору:

1) с цены на EFT-15-R снимается 1% и 5% соответственно, $K_3=(100\%-1\%-5\%)/100\% = 0,94$;

2) цена на DR-810 не корректируется, т.к. количество продукции в немецком коммерческом предложении совпадает с количеством, которое планируется закупить, ($K_3=1$);

3) с цены на SR-212-5C снимается 2% и 15% соответственно, $K_3=(100\%-2\%-15\%)/100\% = 0,83$.

е) *Сведение цен с учетом возможных уступок в цене (K_4)*: как правило, продавец закладывает в цену уступку, которую выторгует покупатель, в среднем цена завышается на 10-15%. Если известно, что продукция продавалась через посредника, то цена также уменьшается на вознаграждение посредника - обычно 3-5%. Если источником информации является контракт, то уступка в цене уже произошла, и данную поправку не делают. Скидка от цены, указанной в прейскуранте может составлять от 3 до 50 % и даже больше.

В примере уступка в цене на EFT-15-R равна нулю, поскольку источником информации является контракт ($K_4=1$); уступка на DR-810, исходя из практики внешней торговли данным видом продукции, принята в размере 15% ($K_4=0,85$);

цена на SR-212-5С, согласно информации, полученной от продавца, может быть снижена на 40% ($K_4=0,60$).

ж) *Сведение цены с учетом технических гарантий (K_5):*

В международной практике на машины, оборудование и бытовые товары длительного пользования предоставляется гарантия 12-15 месяцев с даты поставки или 6 месяцев с момента начала эксплуатации. Какое-либо увеличение срока гарантии – это дополнительные затраты для поставщика, размер которых определяется в зависимости от вида товара. Для электропогрузчиков коэффициенты поправки цены в зависимости от срока гарантии приведены в табл. К.2.

Таблица К.2 - Коэффициенты поправки цены в зависимости от срока гарантии

<i>Срок гарантии, месяцев</i>	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Поправка, K_5	1,180	1,162	1,145	1,128	1,111	1,096	1,081	1,066	1,052	1,039	1,026	1,014	1,000
<i>Срок гарантии, месяцев</i>	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Поправка, K_5	0,992	0,981	0,972	0,963	0,954	0,946	0,939	0,932	0,926	0,921	0,916	0,911	

з) *Суммарные поправки на коммерческие условия (K_k):* состоят из поправок на базисные условия поставок, кредитные условия, количество, уступки в цене и технические гарантии. Определяются по формуле:

$$K_k = K_1 \times K_2 \times K_3 \times K_4 \times K_5$$

и) *Цены, сведенные с учетом коммерческих условий (C_k):* определяются путем перемножения цен, сведенных с учетом срока поставки $C_{пл}$ и суммарных поправок на коммерческие условия:

$$C_k = C_{пл} \times K_k$$

Поправки на технические условия

Поправки на технические условия: а) уменьшают цену товара по конкурентному или справочному материалу, сведенную с учетом коммерческих условий, на оценочную величину его технических преимуществ по сравнению с характеристиками товара. Который планируется закупить; б) увеличивают эту цену – если технические преимущества имеет товар, который планируется закупить. Размер поправок на технические условия рассчитывается коммерсантами, техническими специалистами, товароведом с учетом разницы в мощности, надежности, производительности, экологичности, энергопотреблении,

дизайне, эргономичности и прочих показателей для машин и оборудования. В расчетах применяется разница в содержании полезных и вредных компонентов, степени очищения, калорийности, фракции для сырьевых товаров.

а) *Сведение цены с учетом комплектации (C_{KK})*: отдельные производители могут комплектовать машины и оборудование по-разному, поэтому в цене необходимо учитывать наличие или отсутствие и стоимость комплектных материалов. Предприятие планирует закупить электропогрузчики ПР-15-С, которые поставляются без зарядного устройства и аккумуляторной батареи, поэтому цены конкурентных и справочных материалов должны быть уменьшены на стоимость этих комплектующих. Известно, что стоимость зарядного устройства и аккумуляторной батареи составляют соответственно 9,5% и 6,5% стоимости электропогрузчика DR-810, на основе этих данных и будут производиться расчеты.

б) *Сведение цены на комплекс технических показателей ($K_6 \div K_{11}$)*: состав поправок на технические характеристики зависит от вида товара: для сырьевых товаров используют поправки на содержание полезных компонентов, степень очистки и т.д.; для машин и оборудования - на мощность, энергопотребление и др.

В приведенном примере в качестве технических показателей используются: грузоподъемность, высота подъема, тип, максимальная скорость подъема, тип управления, радиус поворота. Поправки на данные технические показатели определены по информационным материалам ведущих фирм-производителей электропогрузчиков. Параметры электропогрузчиков, представленных в конкурентных и справочных материалах, сравниваются с параметрами электропогрузчика, являющегося образцом, путем расчета частичной разницы (P) по формуле:

$$P = (n_{обр} - n_{ср}) / n_{обр}$$

где $n_{обр}$ – параметр электропогрузчика, являющегося образцом;

$n_{ср}$ – соответствующий параметр электропогрузчика, подлежащего сравнению.

Величина поправки на данный технический параметр (K) рассчитывается по формуле:

$$K = 1 + P$$

Суммарные поправки на технические характеристики (K_T) определяются как произведение всех поправок:

$$K_T = K_6 \times K_7 \times K_8 \times K_9 \times K_{10} \times K_{11}$$

Сведение цен по коммерческим условиям и техническим показателям ($C_{св}$). Для окончательного сведения цен на товары каждого конкурента, цены, учитывающие коммерческие условия и комплектацию $C_{кк}$ умножают на размер суммарных поправок на технические характеристики K_t .

Определение оптимальной цены. Цены будущих экспортных и импортных сделок формируются на основе окончательных сведенных цен конкурентов. Для экспортных операций оптимальным уровнем цены на рынках с относительно небольшой конкуренцией принято считать среднее значение из сведенных цен конкурентов. При подготовке предложения на международные торги следует ориентироваться на минимальную цену конкурентов и дополнительно уменьшать ее на 3-5%, что является необходимым, но недостаточным условием для получения заказа. Экспортная цена при выходе на рынок с товаром, который еще не имеет репутации, не отличается по качеству и относительно которого не всегда соблюдаются сроки поставок, на практике часто устанавливается на основе минимальной цены среди конкурентных материалов путем ее понижения. Для рынков с относительно высокой конкуренцией используют минимальную сведенную цену конкурентов.

При определении цены на импортируемые товары оптимальной считается минимальная сведенная цена из предложенных конкурентами.

Определенная в конкурентном листе сведенная цена (в данном примере она составляет 4440 долл. США) носит оценочный характер. Окончательная цена устанавливается в процессе переговоров с внешнеторговым партнером методом торга, который состоит в том, что контрагенты взаимно учитывают аргументы относительно уровня цены и вносят в него соответствующие изменения. Поскольку в процессе переговоров редко удается избежать торга, экспортеры обычно заранее указывают в своих офертах (коммерческих предложениях) завышенные цены, а импортеры в запросах – наоборот, заниженные. Когда взаимные объективные аргументы торга исчерпаны, оставшуюся разницу контрагенты делят пополам.

Таблица Д.3-Конкурентный лист

УТВЕРЖДАЮ:

Цена на условиях FOB - порт Новороссийск
(или DAF - ст. Липецк)

при расчетах наличными
составляет 4440 долл. США

генеральный директор ООО "СВИТТ"

Холод П.П.

(подпись, должность, ФИО)

М.П.

(дата)

Расчет импортной **цены** 2,0-тонных электропогрузчиков "ПР-15-С"
(импортной или экспортной) (краткая характеристика товара)

№ п/п	Этапы сведения цен и вносимых поправок	Условно е обозначение	Способы сведения	Условия будущего ВТК	Конкурентные материалы					
					"EFT-15-R", контракт 2015 г.		"DR-810", коммерческое предложение 2016 г.		"SR-212-5C", преysкурaнт 2017 г.	
					исходные данные	поправок и	исходные данные	поправок и	исходные данные	поправок и
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
0	Цены в валюте	C_0			3800 GBR	-	4500 EUR	-	2480000 JPY	-
1	Цены в единой валюте	C_t	$C_0 \times q_0$	USD (долл. США)	$q_0=1,75$	6 650	$q_0=1,21$	5 445	$q_0=0,009$	22 320
2	Цены с учетом сроков договоров	$C_{пл}$	$C_t \times J_{пл} / J_t$	2017 г.	$J_{2015}=107$ $J_{2013}=100$	7 116	$J_{2015}=108$ $J_{2014}=103$	5 709	-	22 320
3	Поправки на базисные условия	K_1	± транспортировка и страхование	FOB - порт Новороссийск или DAF - ст. Липецк	FOB - порт Дувр	$K_1=1$	DAF граница Германии	$K_1=1$	EXW - склад Токио	$K_1=1,08$

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
4	Поправки на кредитные условия (условия платежа)	K_2	стоимость кредита	наличные, платеж в 2015 г.	наличные, инкассо, платеж в 2013 г.	$K_2=1$	а)аванс 10% в 2014 г.; б)инкассо 50% в 2015 г.; в)отсрочка на 5 лет с 2015 г., ставка - 5%.	$K_2=1,058$	наличные, аккредитив - в 2015 г.	$K_2=1$
5	Поправки на количество	K_3	Учет затрат производителя / учет коммерческих интересов	100 шт.	10	$K_3=0,94$	100	$K_3=1$	1	$K_3=0,83$
6	Поправки на уступку в цене	K_4	$\pm n\%$ от цены конкурентного материала	Контракт	Контракт	$K_4=1$	Комм. предложени е	Скидка 15%, $K_4=0,85$	Прейскурант	Скидка 40%, $K_4=0,60$
7	Поправки на технические гарантии	K_5	Подсчет затрат	12 месяцев	12 месяцев	$K_5=1$	6 месяцев	$K_5=1,081$	18 месяцев	$K_5=0,946$
8	Суммарные поправки на коммерческие условия	K_k	$K_k=K_1 \times K_2 \times K_3 \times K_4 \times K_5$	-	-	$K_k=0,94$	-	$K_k=0,972$	-	$K_k=0,466$
9	Цены, сведенные по коммерческим условиям	C_k	$C_{пл} \times K_k$	-	-	6 689	-	5 549	-	10 401
10	Поправки на комплектацию:		Доля стоимости в цене							
10.1	Зарядное устройство	$C_{з.у.}$	$0,095 \times C_k$	отсутствует	есть	635	есть	527	есть	988
10.2	Аккумуляторная батарея	$C_{а.б.}$	$0,065 \times C_k$	отсутствует	есть	435	есть	361	есть	676

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
11	Цена с учетом комплектации	$C_{\text{кк}}$	$C_{\text{к}} - C_{\text{з.у.}} - C_{\text{а.б.}}$			5 618		4 662		8 737
12	Поправки по комплексу технических показателей:									
12.1	Поправки на грузоподъемность	K_6	$1 + (n_{\text{обр}} - n_{\text{ср}}) / n_{\text{обр}}$	2000 кг	1800 кг	$K_6 = 1,1$	2100 кг	$K_6 = 0,95$	2000 кг	$K_6 = 1$
12.2	Поправки на высоту подъема	K_7	$1 + (n_{\text{обр}} - n_{\text{ср}}) / n_{\text{обр}}$	2700 мм	2700 мм	$K_7 = 1$	2600 мм	$K_7 = 1,037$	3200 мм	$K_7 = 0,8148$
12.3	Поправки на тип	K_8	Экспертные оценки	Дуплекс	Триплекс	$K_8 = 0,87$	Дуплекс	$K_8 = 1$	Дуплекс	$K_8 = 1$
12.4	Поправки на максимальную скорость подъема	K_9	$1 + (n_{\text{обр}} - n_{\text{ср}}) / n_{\text{обр}}$	0,25 м/с	0,25 м/с	$K_9 = 1$	0,20 м/с	$K_9 = 1,2$	0,25 м/с	$K_9 = 1$
12.5	Поправки на тип управления	K_{10}	Экспертные оценки	Контактное (релейное)	бесконтактное (электр.)	$K_{10} = 0,85$	Бесконтактное (электр.)	$K_{10} = 0,85$	Бесконтактное (электр.)	$K_{10} = 0,85$
12.6	Поправки на радиус поворота	K_{11}	$1 + (n_{\text{обр}} - n_{\text{ср}}) / n_{\text{обр}}$	1750 мм	1800 мм	$K_{11} = 0,9714$	1700 мм	$K_{11} = 1,0286$	1900 мм	$K_{11} = 0,9143$
13	Суммарные поправки на технические характеристики	$K_{\text{т}}$	$K_{\text{т}} = K_6 \times K_7 \times K_8 \times K_9 \times K_{10} \times K_{11}$			$K_{\text{т}} = 0,7902$		$K_{\text{т}} = 1,0336$		$K_{\text{т}} = 0,5103$
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
14	Сведенные цены по коммерческим условиям и техническим показателям	$C_{\text{св}}$	$C_{\text{кк}} \times K_{\text{т}}$			4 440		4 818		4 458
15	Средняя цена	$C_{\text{ср}}$	4 572							
16	Минимальная цена	$C_{\text{мин}}$	4 440							
17	Утвержденная цена	$C_{\text{утв}}$	4 440							

Приложение Е - Структура Инкотермс-2010

Группа	Термин	Вид транспорта	расшифровка
<i>Группа E</i> - обязательства продавца минимальны и ограничиваются предоставлением товара в распоряжение покупателя	EXW	любые виды транспорта	EX Works (... named place) Франко завод (...название места)
<i>Группа F</i> - обязательства продавца ограничиваются отправкой товара, основная перевозка им не оплачена	FCA	любые виды транспорта	Free Carrier (...named place) Франко перевозчик (...название места)
	FAS	морской и внутренний водный транспорт	Free Alongside Ship (... named port of shipment) Франко вдоль борта судна (... название порта отгрузки)
	FOB	морской и внутренний водный транспорт	Free On Board (... named port of shipment) Франко борт (... название порта отгрузки)
<i>Группа C</i> - продавец организует и оплачивает перевозку без принятия на себя связанных с ней рисков	CFR	морской и внутренний водный транспорт	Cost and Freight (... named port of destination) Стоимость и фрахт (... название порта назначения)
	CIF	морской и внутренний водный транспорт	Cost, Insurance and Freight (... named port of destination) Стоимость, страхование и фрахт (...название порта назначения)
	CIP	любые виды транспорта	Carriage and Insurance Paid To (... named place of destination) Фрахт/перевозка и страхование оплачены до (...название места назначения)

Продолжение прил. Е

Группа	Термин	Вид транспорта	расшифровка
	CPT	любые виды транспорта	Carriage Paid To (... named place of destination) Фрахт/перевозка оплачены до (...название места назначения)
<i>Группа D</i> - расходы и риски продавца максимальны, так как он обязан предоставить товары в распоряжение покупателя в оговоренном месте назначения (обеспечить прибытие)	DAT	любые виды транспорта	Delivered At Terminal (... named terminal of destination) Поставка на терминале (... название терминала)
	DAP	любые виды транспорта	Delivered At Point (... named point of destination) Поставка в пункте (... название пункта)
	DDP	любые виды транспорта	Delivered Duty Paid (... named place of destination) Поставка с оплатой пошлины (... название места назначения)
Термины, исключенные из Инкотермс 2010	DDU	любые виды транспорта	Delivered Duty Unpaid (... named place of destination) Поставка без оплаты пошлины (... название места назначения)
	DAF	любые виды транспорта	Delivered At Frontier (... named place) Поставка до границы (... название места поставки)
	DEQ	любые виды транспорта	Delivered Ex Quay (... named port of destination) Поставка с пристани (... название порта назначения)
	DES	любые виды транспорта	Delivered Ex Ship (... named port of destination) Поставка с судна (... название порта назначения)

Приложение Ж - Распределение затрат между продавцом и покупателем для различных базисных условий поставок

Условия поставки	Проверка, упаковка и маркировка	Погрузка со склада на трансп. средство	Доставка основному перевозчику	Экспортная пошлина	Страхование перевозки	Погрузка на основной транспорт	Оплата осн. транспорта	Разгрузка с основного транспорта	Импортная пошлина
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>8</i>	<i>9</i>
EXW	S	B	B	B	-	B	B	B	B
FCA	S	S	S	B	-	B	B	B	B
FAS	S	S	S	S	-	B	B	B	B
FOB	S	S	S	S	-	S	B	B	B
CFR	S	S	S	S	-	S	S	S	B
CIF	S	S	S	S	S	S	S	S	B
CPT	S	S	S	S	-	S	S	S	B
CIP	S	S	S	S	S	S	S	S	B
DAP	S	S	S	S	-	S	S	B	B
DAT	S	S	S	S	-	S	S	S	B
DDP	S	S	S	S	-	S	S	S	S

S – Seller (продавец), B – Buyer (покупатель)

Приложение 3 - Образец внешнеторгового контракта

Контракт №

Contract

Москва «_____» _____ 200_ г.

Moscow «_____» _____ 200_

Компания «_____», зарегистрированная по адресу _____ в дальнейшем именуемое "Продавец" в лице _____, _____, действующего на основании устава, и ООО "_____", именуемое в дальнейшем "Покупатель" в лице _____ – генерального директора, действующего на основании устава, подписали настоящий контракт о нижеследующем:

Company «_____» registered _____ (hereinafter referred to as the "SELLER"), represented by _____, _____, due to the power of the statement on the one hand, and ООО "_____" (hereinafter referred to as the "BUYER"), represented by _____, General Director, due to the statement on the other hand, have concluded the Present Contract on the following:

1. Предмет контракта

Продавец обязуется отгрузить, а Покупатель – купить на условиях (базисные условия поставки) согласно Инкотермс-2000 товары, номенклатура которых приведена в Приложении 1 к настоящему Контракту, являющемся неотъемлемой частью контракта, на общую сумму _____ (_____) долларов США в срок до _____.

1. Subject of the contract

The SELLER is to ship and the BUYER is to buy products (hereinafter referred to as the "GOODS") on terms delivery basis (Incoterms-2000) in accordance with the specification given in SUPPLEMENT #1 attached to the Present Contract and constitute an integral part thereof, for the whole amount _____ (_____) USD up to _____.

2. Цены по Контракту и общая стоимость Контракта

2.1. Все цены на товары оговариваются в предложениях Продавца и обозначаются в долларах США. Продавец имеет право изменять цены при условии оповещения Покупателя о предстоящем изменении не менее чем за две недели.

2.2. Общая стоимость настоящего Контракта _____ (_____) долларов США и остается неизменной, даже если Продавец изменяет цены в течение срока действия Контракта.

2.3. Все расходы, включая таможенные, после подписания и исполнения Контракта уплачиваются сторонами на территориях своих стран.

2. Price and total amount of the contract.

2.1. All the prices are specified in the SELLER's proposals and fixed in US dollars. The SELLER has a right to change prices in case of informing the BUYER two weeks before these changes.

2.2. The total amount of the Present Contract is _____ (_____) USD and is to be firm and not subject to any alterations even if the SELLER changes prices for the duration of the Present Contract.

2.3. After signing and fulfillment of the Present Contract all the expenses, including custom dues, are paid by the parties on their own territories.

3. Условия поставки

3.1. Условия поставки: базисные условия поставки.

3. Terms of delivery

3.1. Delivery terms: delivery basis.

3.2. Поставка Товара осуществляется партиями, сформированными на основании заказов Покупателя и наличия Товара на складе Продавца.

3.3. Заказ считается принятым к исполнению, если Продавец выставил Покупателю предварительный инвойс.

3.4. Инвойс вступает в силу с момента подтверждения Покупателем согласия на оплату по этому инвойсу.

3.5. Продавец обязуется в течение 5 дней с момента подтверждения Покупателем согласия на оплату по выставленному инвойсу отгрузить Товар со склада Изготовителя.

Продавец обязан известить Покупателя о факте отгрузки Товара в кратчайшие сроки, сообщив следующие данные: дату отгрузки, номер Контракта, наименование средства доставки, номер товаросопроводительного документа, описание, количество и вес отгруженного Товара.

В случае если Продавец не произвел отгрузку товара в течение 5 дней с момента подтверждения Покупателем согласия на оплату по выставленному инвойсу, он обязан уплатить покупателю 0,1% от стоимости заказа за каждый день задержки.

В случае если Продавец не произвел отгрузку товара в течение 30 дней с момента подтверждения Покупателем согласия на оплату по выставленному инвойсу, Покупатель вправе отказаться от заказанного товара.

3.6. Право собственности на Товар переходит к Покупателю в момент _____ (согласно базису поставки).

4. Условия оплаты

4.1. Покупатель оплачивает 100% суммы, указанной в инвойсе, в течение 90 календарных дней по завершению оформления документов по таможенной очистке груза.

В случае просрочки платежа, Покупатель должен уплатить Продавцу пени в размере 0,1% от просроченной суммы за каждый день просрочки.

Авансовые платежи возможны по согласованию сторон. В случае непоставки товара Продавец возвращает сумму

3.2. GOODS are delivered in lots formed in the assortment, based on BUYER's orders and availability of GOODS in the SELLER's stock.

3.3. The order considered to be implemented if the SELLER makes out a pro forma invoice to the BUYER.

3.4. Invoice comes into power after the BUYER confirms its payment.

3.5. The SELLER shall ship the GOODS from manufacturer warehouse within 5 days after BUYER's confirmation of the invoice.

The SELLER shall inform the BUYER of the fact of shipment as soon as possible and shall provide following information: Date of shipment; Contract No.; Name of Vessel, No. of Document of Title, Description, Number and Weight of the GOODS.

In case the GOODS are not shipped within 5 days after BUYER's confirmation of the Invoice, the SELLER is to pay the BUYER the fine 0,1% of the cost of non-shipped GOODS.

In case the GOODS are not shipped within 30 days after BUYER's confirmation of the Invoice, the BUYER has a right to refuse these GOODS.

3.6. The right of ownership for the GOODS shall pass to the BUYER at the moment of _____ (according to the delivery basis).

4. Terms of payment

4.1. The BUYER shall pay 100% of the Invoice within 90 calendar days after executing records on customs clearance is completed.

If failing to pay on time, the BUYER is to pay the SELLER the fine 0,1% of the Invoice, which was not paid on time.

Payments in advance are available if both parties have agreed. In case of non-delivery SELLER is to reimburse the amount of the payment in advance not later than 90 days from the day BUYER made the payment.

авансового платежа не позднее 90 дней со дня аванса.

4.2. Все платежи по настоящему контракту осуществляются в долларах США банковским переводом.

5. Упаковка и маркировка

5.1. Товары должны быть упакованы в соответствии с требованиями к каждому виду Товара.

Внешняя и внутренняя упаковка должны обеспечивать защиту от порчи, повреждений и атмосферных воздействий.

Ящики, в которые упакован товар, должны быть отмаркированы с трех сторон: верхней и двух противоположных друг другу боковых сторон. Все сопроводительные документы (упаковочные листы, спецификации) так же, как маркировка и техническая документация, должны быть составлены на английском языке.

6. Приемка

6.1. Товар считается доставленным Продавцом и принятым Покупателем:

- по количеству - в соответствии с сопроводительными документами;
- по качеству – в соответствии с сертификатом качества Продавца.

6.2. Окончательная приемка выполняется в стране Покупателя. Товары принимаются:

- по количеству мест - на момент получения Товара от Экспедитора (Перевозчика);
- по количеству содержимого в упаковке - не позднее двух недель после получения Товара, а также на момент вскрытия упаковки;
- по качеству – не позже месяца после вскрытия упаковки.

6.3. Приемка выполняется уполномоченным представителем Покупателя с приглашением при необходимости представителя Торговой палаты (по выбору Покупателя) с оформлением акта приемки.

7. Качество и гарантии

7.1. Качество Товара должно находиться в полном соответствии с Сертификатом качества производителя.

4.2. All payments under this Contract are made in US dollars by bank remittance to the SELLER's account.

5. Packing and Marking

5.1. The GOODS shall be packed and marked in accordance with the demands of each kind of the GOODS.

Internal and external packing shall secure full safety of the GOODS and protect them against any breakage and damage as well as atmospheric effects.

Each carton used for packing the GOODS shall be marked three sides: top one and two opposite to each other side sides. All the covering documents such as Packing and Specification Lists as well as Marking and Technical Documentation shall be written down in English.

6. Acceptance of the GOODS

6.1. The GOODS are considered as delivered by the SELLER and accepted by the BUYER:

- as to number of packages - according to shipment documents;
- as to quality - according to the Quality Certificate issued by the SELLER.

6.2. Final acceptance is to be made in the territory of the BUYER.

The GOODS are being accepted:

- as to number of packages_ - on receipt of the GOODS from a Forwarder (Carrier);
- per quality of items_ - not later than two weeks after receiving the GOODS and the moment of opening the package;
- as to quality_ - not later than one month after opening the package.

6.3. Acceptance of the GOODS shall be made by the official representative of the BUYER in the presence of, if necessary, the official representative of the Chamber of Commerce (at BUYER's discretion) with the execution of the report of acceptance.

7. Quality and Warranty

7.1. The quality of the GOODS shall conform to the Quality Certificate issued by the supplier.

7.2. Для Товара, качества которого требуются специальных гарантий, устанавливается гарантийный срок 12 месяцев со дня поставки.

7.3. Если в течение гарантийного срока Товар, поставленный Продавцом, проявит дефекты или несоответствие условиям Контракта, Продавец обязан устранить дефект или заменить дефектные компоненты за свой счет. Доставка дефектных товаров при возврате выполняется за счет Покупателя.

8. Претензии

8.1. Покупатель может выдвинуть Продавцу претензии по количеству и качеству Товара в течение двух недель со дня приемки.

Для Товара, обеспеченного гарантийным периодом, претензии по качеству могут быть выдвинуты и в течение месяца после истечения гарантийного срока при условии, что Покупатель обнаружил дефекты в течение гарантийного срока.

8.2. Претензии подтверждаются Сертификатом нейтральной компетентной экспертной организации.

8.3. Продавец должен удовлетворить возникшую претензию в течение 20 дней с момента ее получения.

9. Форс-мажор

В случае обстоятельств, делающих невозможным частичное или полное выполнение Контрактных обязательств любой из сторон, а именно: пожар, стихийные бедствия, война или боевые действия, эмбарго дата исполнения Контрактных обязательств изменяется в соответствии с продолжительностью воздействия таких обстоятельств.

Если такие обстоятельства продолжаются более трех месяцев, каждая из сторон имеет право отказаться от дальнейшего исполнения Контрактных обязательств, и в этом случае ни одна из сторон не имеет права требовать возмещения понесенных убытков. Сторона, находящаяся под воздействием обстоятельств, делающих невозможным исполнение Контрактных обязательств, должна информировать другую сторону о наступлении или окончании таких

7.2. For the GOODS being in need of special warranty, the warranty period is fixed within 12 months from the date of delivery.

7.3. Should the GOODS within the guarantee period prove to be defective or not corresponding to the Terms and Conditions of the Present Contract, the SELLER shall eliminate defects or replace defective parts. The costs on the delivery of defective parts back to the SELLER are covered by the BUYER.

8. Claims

8.1. The BUYER can claim the SELLER for quantity as well as for quality within two weeks from the date of acceptance.

For the GOODS ensured by a warranty period claims can be made 30 days after warranty period expires in case if the BUYER has found defects within this warranty period.

8.2. The claims must be proved by the Certificate drawn up by a competent independent expert Organization.

8.3. The SELLER is to examine and fulfill the claim within 20 days on receipt of the claim.

9. Force-majeur

If in the case of the Force-majeur circumstances, namely fire, natural calamity, blockade, embargo on exports or Imports, or some other ones not dependent on the Parties, the full or partial execution of this Contract becomes impossible by any of the participants, the period of the obligations execution is extended in correlation with the time frame of the Force-majeur circumstances.

If such circumstances and their consequences should continue for more than three months each of the Parties in this Contract shall have the right to reject all future obligations stipulated in the Contract. Neither Party shall have the right to claim compensation for damages related to these circumstances from the other Party.

Either Party who finds it impossible due to such circumstances to accomplish their obligations according to this Contract shall immediately

обстоятельств в течение пяти дней. Документы из Торговой палаты стран Продавца и Покупателя, соответственно, будет подтверждать очевидность вышеупомянутых обстоятельств, их наличие и продолжительность.

10. Прочие условия

10.1. Продавец имеет право передачи Контрактных обязательств третьей стороне и должен уведомить об этом Покупателя сообщением по факсу.

10.2. Настоящий Контракт может быть изменен или расторгнут только с оформлением письменного соглашения сторон.

Любые изменения и дополнения к настоящему Контракту являются его неотъемлемой частью и действительны только в случае, если они письменно оформлены и заверены подписями уполномоченных представителей обеих сторон.

10.3. После подписания Контракта все предыдущие переговоры и относящаяся к ним переписка аннулируются и становятся недействительными. Настоящий Контракт составлен в 2 экземплярах, русский и английский вариант имеют одинаковую юридическую силу.

10.4. Срок действия контракта: контракт вступает в силу с момента его подписания сторонами и действует до _____.

11. Аннотация

С целью высокой эффективности в решении текущих проблем, связанных с этим Контрактом, стороны заявляют, что посланные факсом документы действительны до момента получения оригиналов, но не более 180 календарных дней, по истечении которых подлинники документов должны быть предоставлены другой стороне. Продление срока действия документов извещением по факсу не допускается.

inform the other Party by both electronic means and registered mail of the Force-majeur circumstances. A certificate issued by the Chamber of Commerce of an appropriate geographical entity, related to either the SELLER's or BUYERS' countries, shall serve as proper proof of the existence of a Force-majeur and its duration.

10. Other terms

10.1. The SELLER is entitled to transfer its Contract obligations to a third party after the BUYER is to be informed about it by fax.

10.2. The present Contract can be changed or annulled only after both parties' written consent. All amendments and additions to the Present Contract are its inherent parts and valid only if they are made in writing and signed by both parties.

10.3. After signing the Present Contract all previous negotiations and correspondence between the parties in connection with it shall be considered null and void. The present contract exists in two copies. All of them (Russian and English) have equal juridical validity.

10.4. The Duration of the Present Contract: The Present Contract comes to power from the moment of being signed and is valid until _____.

11. Annotation

In order to make this Present Contract work more effectively, both parties announce that documents sent by fax are valid till the original documents arrival, but not longer than 180 calendar days, after 180 days being over, the original documents are to be presented to the other party. Extension in validity by fax is not allowed.

12. Legal address and Bank Requisites of the Parties

12. Юридические адреса и банковские реквизиты сторон

В случае изменений банковских реквизитов любой из сторон другая сторона должна быть поставлена об этом в известность в письменном виде, и в течение 10 дней надлежит составить подписанное обеими сторонами Дополнение к настоящему Контракту с вновь установленными банковскими реквизитами.

Покупатель (BUYER):

In case of bank requisites being changed by any of the parties, the other party shall be informed about it in writing and within 10 days an ADDENDUM to the Present Contract with new Bank requisites is to be made and signed by both parties.

SELLER (Продавец):
