

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Кафедра «Коммерции и организации экономической деятельности»**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.12.01 Международная торговля**

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Профиль подготовки Коммерция в АПК

Форма обучения очная

Оренбург 2016 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Конспект лекций
1.1 Лекция № 1 Предмет международной торговли
1.2 Лекция № 2 Формы и методы организации международной торговли
1.3 Лекция № 3 Сущность и формы внешнеторговой политики государства
1.4 Лекция № 4 Инструменты внешнеторговой политики государства
1.5 Лекция № 5 Выход предприятия на внешние рынки
1.6 Лекция № 6 Международная торговля услугами
1.7 Лекция № 7 Динамика и структура международной торговли
1.8 Лекция № 8 Роль международных организаций в международной торговле
2. Методические указания по проведению семинарских занятий
2.1 Семинарское занятие № С-1 Предмет международной торговли
2.2 Семинарское занятие № С-2-3 Теории международной торговли
2.3 Семинарское занятие № С-4-5 Формы и методы организации международной торговли
2.4 Семинарское занятие № С-6 Сущность и формы внешнеторговой политики государства
2.5 Семинарское занятие № С-7-8 Инструменты внешнеторговой политики государства
2.6 Семинарское занятие № С-9-10 Выход предприятия на внешние рынки
2.7 Семинарское занятие № С-11-12 Международная торговля услугами
2.8 Семинарское занятие № С-13 Роль международных организаций в международной торговле

1.1 Лекция № 1 (2 часа).

Тема: «Предмет международной торговли»

1.1.1 Вопросы лекции:

1. Основные понятия международной торговли.
2. Роль международной торговли в развитии мировой экономики.
3. Принципы и структура международной торговли.

1.1.2 Краткое содержание вопросов:

1. Основные понятия международной торговли.

Международная торговля как научная дисциплина является, во-первых, составной частью теории международных экономических отношений, во-вторых, ведущей отраслью мировой экономики, оказывающей существенное влияние на ее состояние.

Международная торговля – это древнейшая форма мировой экономики, международных экономических отношений. Она предшествовала ее появлению. Международная торговля, как самостоятельное направление деятельности, начала формироваться несколько тысячелетий назад во времена античного мира, а мировая экономика – в XVI веке в период великих географических открытий.

Международная торговля – это

- часть произведенных национальными экономиками стран товаров и услуг, которая выходит за пределы государств и становится предметом торговли на мировых рынках;
- оплаченный товарооборот между странами, представляющий собой трансграничный обмен товарами и услугами, совокупность внешней торговли всех стран мира.

Состав международной торговли:

- торговля товарами, услугами, интеллектуальной собственностью;
- движение капитала;
- движение рабочей силы и др.

Внешняя торговля – это торговля какой-либо страны с другими странами, состоящая из оплачиваемых ввоза (импорта) и вывоза (экспорта) товаров.

Импорт – это ввоз товаров, услуг, капитала из-за границы с целью их реализации (размещения) на внутреннем рынке страны-импортера.

Экспорт – это вывоз из страны товаров, услуг и капиталов с целью их реализации на внешнем рынке.

Мировой товарооборот – сумма стоимостей экспорта и импорта.

Показатели мировой торговли и внешнеторгового оборота:

1. Внешнеторговый оборот (В) – сумма стоимостей экспорта (Э) и импорта ((И) страны:

$$B = Э + И. \quad (1)$$

2. Баланс внешней торговли (Б):

$$B = Э - И. \quad (2)$$

Отрицательное сальдо торгового баланса – пассивный торговый баланс. Положительное сальдо – активный торговый баланс страны.

3. Темпы роста мирового экспорта ($T_Э$):

$$T_Э = (Э_1 : Э_2) \times 100\%, \quad (3)$$

где $Э_1$ – экспорт текущего периода,

$Э_2$ – экспорт базисного периода.

4. Экспортная квота ($K_Э$):

$$K_Э = (Э : ВВП) \times 100\%, \quad (4)$$

где $Э$ – стоимость экспорта,

ВВП – валовой внутренний продукт страны за год.

5. Импортная квота ($K_И$):

$$K_И = (И : ВВП) \times 100\%, \quad (4)$$

где $И$ – стоимость импорта.

Во внешнеэкономической деятельности каждая страна проводит свою внешнеторговую политику, являющуюся одной из составляющих экономической политики государства.

2. Роль международной торговли в развитии мировой экономики.

Международная торговля развивается высокими темпами, которые более чем в два раза превосходят темпы роста мирового ВВП. Участие различных стран в международной торговле:

- способствует интенсификации производства;
- углублению специализации производства;
- повышению степени загрузки оборудования;
- организации массового производства;
- внедрению новой техники и современных технологий;
- росту производительности труда;
- увеличению экспорта при наличии спроса на рынке.

Международная торговля позволяет мобилизовать и более эффективно использовать потенциал экономики страны, способствует росту доходов.

Международная торговля способствовала становлению валютно-финансовых и кредитно-денежных отношений, производственной кооперации и специализации, научно-техническому сотрудничеству между странами. Международная торговля подготовила предпосылки для экономической интеграции.

3. Принципы и структура международной торговли.

Эффективность международной торговли зависит от соблюдения ее участниками следующих принципов:

- «свободной торговли»;
- «не дискриминации в торговле»;
- «взаимной выгоды»;
- «предоставления национального режима»;
- «наибольшего благоприятствования»;
- «предоставления преференций для развивающихся стран»;
- «свободы транзита».

По уровню развития в мировой экономике выделяют следующие группы стран:

1. Промышленно развитые страны, в том числе:

- в Америке: Канада и США;
- в Европе: Дания, Италия, Португалия, Швеция, Австрия, Бельгия, Ирландия, Люксембург, Великобритания, Исландия, Нидерланды, Финляндия, Германия, Испания, Франция, Греция, Норвегия, Швейцария;

- в Азии: Израиль и Япония;

- в Африке: ЮАР;

- в Океании: Австралия и Новая Зеландия.

2. Развивающиеся страны, в том числе:

- страны верхнего уровня: Аргентина, Уругвай, Чили, Бразилия, Мексика, новые индустриальные страны Азии (Гонконг, Южная Корея, Сингапур, Тайвань), иные страны с относительно высоким уровнем развития (Багамские острова, Кипр, Макао);

- страны среднего уровня: Турция, Таиланд, Египет, Индия, Пакистан, Индонезия;

- страны нижнего уровня – наименее развитые страны.

3. Страны Восточной Европы.

Географическая структура международной торговли рассматривается как распределение торговых потоков между странами и их группами.

Товарная структура международной торговли за последние десятилетия претерпела изменения: еще в середине XX столетия 2/3 занимали сырьевые ресурсы, а в настоящее время на долю готовой продукции приходится более 70% международной торговли товарами.

1.2 Лекция № 2 (2 часа).

Тема: «Формы и методы организации международной торговли»

1.2.1 Вопросы лекции:

1. Формы организации международной торговли.
2. Методы организации международной торговли.

1.2.2 Краткое содержание вопросов:

Формы торговли – способ существования и выражения содержания коммерческих операций. Традиционными формами международной торговли являются

- импорт;
- реимпорт;
- экспорт;
- реэкспорт.

Импорт – это ввоз товаров, услуг, капитала из-за границы с целью их реализации (размещения) на внутреннем рынке страны-импортера. Признаки импорта:

- наличие контракта между контрагентами;
- пересечение товаром границы страны-импортера.

Реимпорт – ввоз в страну ранее вывезенных в режиме и экспорта товаров, который не подвергался за рубежом переработке, без уплаты таможенных пошлин и налогов.

Экспорт – это вывоз из страны товаров, услуг и капиталов с целью их реализации на внешнем рынке. Признаки экспорта:

- наличие контракта между контрагентами;
- пересечение товаром границы страны-импортера.

Прямой экспорт – экспортные операции, осуществляемые самостоятельно компаниями.

Причины прямого экспорта:

- наличие на внешнем рынке постоянных покупателей сырья, которым, в силу применяемых технологий переработки, важно постоянство состава сырья;
- создание международных стратегических альянсов, требующих прямых поставок сырья, полуфабрикатов, комплектующих изделий для организации производства;
- повышение технического уровня и сложности экспортных товаров, в особенности машин и оборудования, судов, самолетов;
- необходимость установления непосредственных контактов между продавцом и покупателем на стадии проектирования и разработки технико-экономических параметров оборудования с целью учета требований покупателя;
- необходимость обеспечения непрерывного допродажного и послепродажного обслуживания и др.

Преимущества прямого экспорта:

- повышение экономической эффективности экспорта из-за снижения транзакционных издержек;
- снижение рисков и зависимости результатов коммерческой деятельности от возможной недобросовестности отечественных посредников;
- обеспечение постоянного присутствия компании-экспортера на зарубежном рынке, позволяющее своевременно реагировать на изменения конъюнктуры.

Недостатки прямого экспорта:

- значительное отвлечение кадровых и финансовых ресурсов на организацию этой деятельности;
- компания-экспортер принимает на себя все риски, порождаемые экономическими, политическими, правовыми и социальными неблагоприятными изменениями.

Реэкспорт – особая форма экспорта. Это экспорт ранее импортированного товара, который не подвергался значительной переработке.

Виды реэкспорта:

- 1) вынужденный;
- 2) спекулятивный;
- 3) технологический;
- 4) учетный.

2. Методы организации международной торговли.

Методы международной торговли – это способы осуществления торгового обмена между ее участниками.

Основные методы международной торговли:

- прямой;
- косвенный;
- корпоративный.

Другие методы международной торговли:

- встречная торговля, в том числе
 - а) чистый бартер;
 - б) клиринговые соглашения;
 - в) свитч;
 - г) оффсет;
 - д) встречная закупка;
 - е) «бай бек»;
- институционально-конкурсные;
- электронный метод.

1.3 Лекция № 3 (2 часа).

Тема: «Сущность и формы внешнеторговой политики государства»

1.3.1 Вопросы лекции:

1. Понятие и формы внешнеторговой политики государства.
2. Преимущества и недостатки политики либерализации.
3. Преимущества и недостатки политики протекционизма.

1.3.2 Краткое содержание вопросов:

1. Понятие и формы внешнеторговой политики государства.

Внешнеторговая политика государства – деятельность государства и органов его управления, направленная на оптимизацию национального участия в международной торговле товарами и услугами.

Внешнеторговая политика включает таможенное регулирование, которое, в свою очередь, влияет на эффективность управления внешней торговлей хозяйствующих субъектов, региона и народного хозяйства в целом.

Основные формы внешнеторговой политики государства:

1. Политика либерализации (свободная торговля или фритредерство).
2. Политика протекционизма.

Ориентация государства на применение той или иной формы внешнеторговой политики не случайна. Это зависит от ряда факторов:

- а) уровня экономического развития страны;
- б) степени конкурентоспособности товара;
- в) внешнеэкономической стратегии государства.

Как правило, политики фритредерства придерживаются государства-лидеры мирового хозяйства, а, следовательно, государства с высоким экспортным потенциалом. В свою очередь политики протекционизма по преимуществу придерживаются развивающиеся страны.

Инструменты регулирования внешнеэкономической деятельности государства:

- нетарифные;
- тарифные.

2. Преимущества и недостатки политики либерализации.

Политика либерализации – система государственного регулирования международной торговли, предусматривающая снижение таможенных пошлин и других барьеров, препятствующих развитию внешнеэкономических связей. Это политика невмешательства государства в частно-хозяйственную деятельность, связанную с экспортом и импортом.

Торговля осуществляется в соответствии с международным разделением труда и теорией сравнительных преимуществ.

Преимущества политики либерализации:

- стимулирует процессы конкуренции;
- способствует повышению качества и конкурентоспособности национальных товаров;
- расширяет возможности использования международной специализации;
- способствует эффективному распределению ограниченных экономических ресурсов и максимизации мирового дохода;
- способствует расширению границ сферы международной торговли;
- ускоряет формирование рыночной инфраструктуры;
- увеличивает экспортный компонент НД вследствие роста массы вовлекаемых в международный оборот ресурсов и др.

Недостатки политики либерализации:

- снижение занятости из-за уменьшения стимулов к развитию импортозамещающих производств;

- отток квалифицированных кадров и капитала.

3. Преимущества и недостатки политики протекционизма.

Протекционизм – это

- политика ограничения свободы передвижения товаров и услуг через границы государств;
- политика, направленная на ограждение внутреннего рынка от иностранной конкуренции и поддержку своего отечественного производителя.

Протекционизм представляет собой политику, которая устремлена на охрану национальных производителей на внутреннем и внешнем рынках от заграничной конкуренции, их поощрение. Политика протекционизма оказывает противоречивое влияние на состояние национальной экономики.

Необходимость протекционизма объясняется рядом обстоятельств.

Во-первых, протекционизм используется для защиты стратегически важных отраслей народного хозяйства, а, следовательно, для обеспечения экономической и военной безопасности (сельское хозяйство, добывающие отрасли, военно-промышленный комплекс, металлургия).

Во-вторых, протекционизм важен для защиты молодых развивающихся отраслей экономики, чтобы дать им время для налаживания выпуска конкурентоспособной продукции.

В-третьих, протекционизм имеет значение для защиты работников тех или иных отраслей народного хозяйства.

Протекционистские меры выражаются в тарифном и нетарифном регулировании экспорта и импорта.

Преимущества политики протекционизма:

- стимулирует национальное производство и увеличивает занятость в стране;
- обеспечивает защиту развивающихся национальных отраслей;
- увеличивает доходы государственного бюджета;
- обеспечивает экономическую и в целом национальную безопасность страны;
- обеспечивает благоприятные условия торговли для национальных производителей путем введения таможенных пошлин и др.

Недостатки политики протекционизма:

- приводит к обострению межгосударственных противоречий;
- сдерживает развитие национальных рынков в результате ослабления конкуренции;

- способствует разбалансированию торгового баланса страны;
- ограничивает возможности использования в полной мере преимуществ международной специализации.

1.4 Лекция № 4 (2 часа).

Тема: «Инструменты внешнеторговой политики государства»

1.4.1 Вопросы лекции:

1. Нетарифные меры регулирования внешней торговли.
2. Тарифные меры регулирования внешней торговли.

1.4.2 Краткое содержание вопросов:

1. Нетарифные меры регулирования внешней торговли.

В последние годы важное место во внешнеторговой политике государств занимают меры нетарифного регулирования.

Меры нетарифного регулирования – механизм государственного регулирования внешнеторговой политики, включающий экономические (кроме таможенного тарифа), неэкономические, административные и технические условия, ограничивающие или затрудняющие свободную торговлю между государствами.

Экономические меры нетарифного регулирования:

- контроль таможенной стоимости;
- валютный контроль;
- финансовые меры (субсидии, санкции);
- защитные меры (особые пошлины, дополнительные таможенные обложения).

Экспортные субсидии – это одна из мер финансового поощрения экспорта. Используя экспортные субсидии, правительство поддерживает свои отечественные фирмы – экспортёры, ставя их в привилегированные условия по сравнению с конкурентами на мировом рынке. Поэтому ВТО рассматривает экспортные субсидии как форму нечестной конкуренции и требует от государств, которые являются её членами, их отмены и разрешает стране – импортёру вводить компенсационные пошлины.

Неэкономические меры нетарифного регулирования:

- правовые режимы;
- торговые договоры.

Административные меры нетарифного регулирования:

- запреты;
- лицензирование;
- квотирование;
- экспортный контроль.

Экспортные и импортные квоты – это количественные ограничения на экспорт и импорт тех или иных товаров. В рамках этих квот выдаются лицензии на осуществление экспортно-импортных операций. Импортная квота ограничивает ввоз товара и, следовательно, является защитной мерой для аналогичного товара отечественного производства. Экспортная квота может преследовать несколько целей:

во-первых, ограничение экспорта может проводиться для защиты природных ресурсов от чрезмерного хищнического их использования и вывоза за границу;

во-вторых, квотирование экспорта может использоваться для приоритетного снабжения ресурсами и товарами собственных отечественных производителей и населения;

в-третьих, если экспортёр является стратегическим поставщиком данных товаров на мировом рынке, то экспортная квота может существенно повлиять на уровень мировых цен (повышение экспортной квоты является фактором понижения мировой цены и наоборот).

Технические меры нетарифного регулирования – меры нетарифных ограничений, основанные на соблюдении национальных требований к техническим характеристикам товаров, специальных требований к качеству товаров, их соответствие санитарным, фитосанитарным и ветеринарным требованиям, системам сертификации и др.

Дополнительные стандарты. В каждой стране функционируют свои национальные стандарты, либо государство придерживается международных стандартов. В ряде случаев правительства тех или иных стран вводят дополнительные стандарты по качеству, по экологической чистоте продукта, предъявляют дополнительные требования к маркировке импортируемого товара, что служит средством ограничения импорта, а, следовательно, и защиты отечественного производителя.

2. Тарифные меры регулирования внешней торговли.

Тарифное регулирование предполагает использование таможенных тарифов как систематизированного перечня экспортируемых и импортируемых товаров с указанием ставок таможенных пошлин на них.

Таможенный тариф – инструмент торговой политики и государственного регулирования внутреннего рынка страны при его взаимодействии с мировым рынком;

ставка таможенной пошлины, подлежащая уплате при вывозе или ввозе определенного товара на таможенную территорию страны.

Функции таможенного тарифа:

- защита отечественных производителей от иностранной конкуренции на внутреннем рынке;
- источник поступления финансовых средств в государственный бюджет;
- инструмент сбалансированного торгового и платежного баланса страны;
- инструмент государственного контроля за прохождением грузов через границу.

Формы таможенного тарифа:

- таможенный тариф на импорт (- плата, взимаемая в связи с ввозом товаров в страну);
- таможенный тариф на экспорт;
- таможенный союз (- координация таможенной политики между странами путем создания зон свободной торговли, ликвидации таможенных пошлин между членами союза и установление единого внешнеторгового тарифа по отношению к третьим странам).

Виды таможенного тарифа на импорт:

- специфические (- в форме фиксированных сумм с единицы измерения);
- адвалорные (- в форме % от таможенной стоимости товара).

Последствия введения таможенного тарифа на импорт:

- приводит к росту цен и на импортируемую продукцию и на импортозамещающую;
- растут доходы государственного бюджета;
- негативно отражается на национальных потребителях;
- выигрывают национальные производители, так как получают возможность
 - a) расширять свое производство,
 - b) увеличивать цены на свою продукцию и, следовательно, увеличивать прибыль.

Последствия введения таможенного тарифа на экспорт:

- предотвращение избыточного экспорта, сохранение присутствия продукции на внутреннем рынке;
- способствует росту благосостояния потребителей, росту бюджетных доходов государства.

Тарифные меры направлены на регулирование внешнеторговых отношений при помощи таможенных пошлин.

Таможенные пошлины – это вид косвенного налога на провозимые через границу товары, который прямо поступает в доход государства.

1.5 Лекция № 5 (2 часа).

Тема: «Выход предприятия на внешние рынки»

1.5.1 Вопросы лекции:

1. Методы выхода предприятий на международный рынок.
2. Базисные условия поставки товаров.

1.5.2 Краткое содержание вопросов:

1. Методы выхода предприятий на международный рынок.

Выход предприятия на международный рынок обязательно должен осуществляться после проведения исследования конкретного рынка на котором будут сосредоточены его маркетинговые усилия. Необходимо изучить три параметра:

- потенциал рынка, его емкость, доступность для иностранного предприятия, перспективы развития;
- уровень развития конкуренции;
- возможности предприятия, то есть его фактическое положение на внешнем рынке, выявление слабых и сильных сторон его деятельности, определение резервов предприятия.

Выходу предприятия на международный рынок должен предшествовать анализ внешней (потенциал рынка, уровень конкуренции) и внутренней среды.

Основные методы выхода предприятий на международный рынок:

1. Экспорт товаров и услуг.
2. Создание международных консорциумов.
3. Совместное предпринимательство.
4. Прямое инвестирование.
5. Лицензирование, франчайзинг.

2. Базисные условия поставки товаров.

Базисные условия поставок – совокупность основных обязанностей контрагентов по транспортировке и страхованию товаров на пути движения их от экспортёра до импортера.

В целях избежания противоречий между торговыми партнерами Международная торговая палата разработала и опубликовала в 1936 г. Инкотермс – сборник толкований наиболее часто встречающихся торговых обычаев. В последующие годы этот сборник неоднократно корректировался.

Материалы, изложенные в Инкотермс, носят нормативный характер в том случае, если на них сделана прямая ссылка в контракте. В базисных условиях определены обязанности продавца за установленную в контракте цену:

- обеспечить доставку груза в определенную географическую точку;
- погрузить товар на транспортные средства;
- передать товар транспортной организации.

Базисные условия определяют и другие обязанности продавцов и покупателей, а именно:

- кто и за чей счет обеспечивает транспортировку товаров по территориям стран продавца, покупателя, транзитных стран, морем и воздухом;
- обязанности продавцов в части упаковки и маркировки товаров;
- обязанности сторон по страхованию грузов;
- обязанности сторон по оформлению коммерческой документации;
- место и время перехода с продавца на покупателя рисков случайного повреждения или утраты товаров.

Важным исходным моментом в исполнении базисных условий Инкотермс является четкость в определении момента поставки товара. Поставка перевозчику считается законченной при достижении следующих обстоятельств:

а) при перевозке по железной дороге – если количество товара является достаточным для полной загрузки вагона или контейнера, то продавец обязан загрузить вагон или контейнер. Поставка считается завершенной, когда загруженный вагон или контейнер принимается железной дорогой. Если вагон или контейнер загружен частично, то поставка считается завершенной, когда продавец передал товар на железнодорожном приемном пункте;

б) при перевозке автотранспортом – если погрузка происходит на предприятии продавца, поставка считается завершенной, когда товар погружен на транспортное средство, предоставленное покупателем. Если товар доставляется на предприятие перевозчика, то поставка считается завершенной после передачи товара перевозчику;

в) при перевозке по внутреннему водному пути – когда погрузка осуществляется на предприятии продавца, поставка считается завершенной после передачи товара перевозчику;

г) при перевозке морским транспортом – если товара достаточно для полной контейнерной загрузки, поставка считается завершенной, когда загруженный контейнер принят морским перевозчиком. Если товара недостаточно для полной загрузки контейнера или его не нужно в нем перевозить, то продавец должен поставить товар на транспортный терминал. Поставка считается завершенной после передачи товара морскому перевозчику;

д) при перевозке воздушным транспортом поставка считается завершенной, когда товар передан воздушному перевозчику;

е) если вид транспорта не указан, поставка считается завершенной, когда товар передан перевозчику;

ж) при комбинированной перевозке поставка считается завершенной, когда товар передан как указано в пунктах от а) до е), в зависимости от обстоятельств.

Обязательным действием при исполнении условий поставки является своевременное уведомление продавцом покупателя о поставке товара перевозчику, вдоль борта, на борт судна или отправке в указанное место.

По классификации Инкотермс-2000 все базисные условия были разбиты на четыре группы. В основу классификации было положено различие в объеме обязательств контрагентов по доставке товара.

Первая группа ("Е") имеет одно условие – "франко- завод", которое содержит минимум обязанностей для продавца и заключается лишь в предоставлении товара для покупателя в месте нахождения продавца (табл. 1).

Во вторую группу ("F") включены условия, требующие от продавца обязанность передать товар перевозчику, указанному покупателем (ФОБ, ФАС, "франко-перевозчик").

В третьей группе ("С") объединены условия, по которым продавец должен обеспечить перевозку продукции, но не обязан принимать на себя риск случайной гибели или повреждения товара или нести какие-нибудь дополнительные расходы, которые могли бы возникнуть после отгрузки товара ("Стоимость и фрахт", "Стоимость, страхование и фрахт", "Фрахт/перевозка оплачена до", "Фрахт/перевозка и страхование оплачены до").

Четвертая группа ("D") включает условия поставки, предусматривающие обязанность продавца нести все расходы и риски, которые могут возникнуть при доставке товара в страну назначения – "Поставка до границы", "Поставка с судна", "Поставка с пристани", "Поставка без оплаты пошлины", "Поставка с оплатой пошлины".

Новая редакция Инкотермс была принята в 2010 г. и вступила в силу с 01 января 2011 г.

1.6 Лекция № 6 (2 часа).

Тема: «Международная торговля услугами»

1.6.1 Вопросы лекции:

1. Международная торговля услугами: сущность и специфика.
2. Структура международной торговли услугами.
3. Проблемы регулирования мирового рынка услуг.

1.6.2 Краткое содержание вопросов:

1. Международная торговля услугами: сущность и специфика.

Понятие «услуга» в теории определяется как вид деятельности, не имеющей материальной формы в явном виде.

Долгое время услуги согласно международной стандартной классификации, принятой ООН, относились к «неторгуемым» товарам, то есть к товарам, которые потребляются в той же стране, что и производятся.

Отличия услуг от товаров, в натурально-вещественной форме, состоит в том, что:

- они не осязаемы и невидимы;
- не поддаются хранению;
- производство и потребление услуг, как правило, совпадает по времени и месту.

Этим различиями обуславливаются *особенности* международной торговли услугами, по сравнению с международной торговлей товарами:

- экспорт (импорт) услуг часто требует непосредственной встречи продавца и покупателя;
- в экспорт услуг включается оказание услуг иностранным гражданам, находящимся на таможенной территории страны продавца;
- ассортимент услуг, предлагаемых на мировых рынках меньше их ассортимента на внутреннем рынке и меньше номенклатуры товаров, включаемых в международный оборот;
- специфическая нормативно-правовая база собственного регулирования, как на национальном, так и международном уровнях.

Способы международной торговли услугами:

1. Трансграничная торговля (cross-border trade), то есть ситуация, когда продавец и покупатель услуги не перемещаются через границу, ее пересекает только услуга. Такой способ продажи услуг значительно приближен к продаже товаров в международной торговле, например, предоставление консультаций из-за границы по телефону.

2. Потребление за границей (consumption abroad), то есть ситуация, когда потребитель из одной страны приобретает и потребляет услугу на территории другой страны. В этом случае различие по сравнению с торговлей товарами состоит в том, что услуга и продавец услуги не перемещаются через границу, ее пересекает потребитель услуги, например выезд за границу на учебу.

3. Торговое присутствие в стране предоставления услуги (commercial presence, либо – right of establishment), то есть ситуация, когда фирма-производитель услуги, пересекает границу и, находясь на территории данной страны, открывает представительство или дочернюю фирму, через которые осуществляет предоставление услуги. Потребитель в данном случае через границу не перемещается.

4. Присутствие физических лиц, предоставляющих услуги (presence of natural persons providing services), то есть ситуация, когда услуга заключена непосредственно в деятельности людей, которые приезжают из-за границы в страну, где находится ее потребитель, например, приезд из-за границы иностранного персонала заграничного банка, открывающего свое представительство в данной стране.

Услуги очень разнообразны, а сфера их применения расширяется с каждым годом.

2. Структура международной торговли услугами.

В соответствии с положениями ВТО все услуги подразделяют на 12 секторов:

- услуги для бизнеса;
- строительные услуги;
- услуги связи (почтовые, курьерские и телекоммуникационные);
- дистрибуционные услуги (услуги торговых агентов, розничная и оптовая торговля, франчайзинг);
- транспортные услуги;
- финансовые услуги;
- образовательные услуги;
- услуги здравоохранения;
- туристические услуги;
- рекреационные услуги;
- услуги по охране окружающей среды;
- услуги, в другом месте не классифицированные.

Сектор услуг для бизнеса включает следующие услуги: профессиональные, компьютерные, в сфере исследований и разработок, в сфере оборота недвижимостью, по аренде оборудования без обслуживающего персонала и др.

К профессиональным услугам относятся: правовые, бухгалтерские, по налоговому консультированию, аудиторские, архитектурные, инженерные, по градостроительному и ландшафтному планированию, услуги медперсонала, стоматологов и ветеринаров, по научно-техническому консультированию.

Услуги по аренде оборудования без обслуживающего персонала в зависимости от предмета аренды подразделяются на четыре группы, связанные: с судами, с самолетами, с иным транспортным оборудованием, с иными машинами и оборудованием.

К прочим услугами для бизнеса относятся услуги: по аренде оборудования с обслуживающим персоналом, рекламные, по изучению рынка и общественного мнения, по консультированию в сфере управления, по консультированию в сфере сельского хозяйства, охоты, лесничества, рыболовства, по консультированию в сфере добычи полезных ископаемых, посредничество в трудоустройстве, охранные, по ремонту оборудования, изательские, полиграфические, переводческие, упаковочные, по уборке зданий, фотоуслуги, по организации съездов и конференций, по проектированию интерьеров.

В наши дни важным фактором производства является *информация*.

Важным аспектом функционирования рынка информационных услуг является деятельность компаний – владельцев банков данных и посредников. Владельцами информации являются изательские и исследовательские организации, обладающие мощной финансовой и технической базой, имеющие филиалы и обширную сеть клиентов. Владельцы информации получают от своих филиалов, клиентов и из других источников данные, которые обрабатывают, хранят и на коммерческой основе передают посредникам.

В информационный рынок входят деловая, правовая, экологическая, медицинская и другая информация, информация для специалистов и массовая потребительская информация. Мировой рынок информационных услуг подчиняется общим законам конкурентной борьбы между сотнями тысяч взаимодействующих на этом рынке субъектов.

Рынок информационных услуг обычно подразделяется:

- на глобальный (общепланетарный);
- на международный (охватывающий группы стран);
- на национальный (телевидение, радиовещание и другие средства массовой информации);
- на региональный (теле- и радиопередачи по определенному региону);
- на локальный (местное радиовещание, местные газеты и журналы);

- на точечный (информационные сети в учебных заведениях, научных учреждениях, библиотеках, музеях и т.п.).

Примерно 3/4 современного мирового рынка информационных услуг приходится на операции пяти экономически наиболее развитых стран. При этом доля США на мировом рынке информационных услуг составляет свыше 50%, что значительно больше доли этой страны, например, в мировой торговле (12%). Наиболее динамичной частью мирового информационного рынка является сектор деловой информации, включающий информацию об отдельных товарных рынках и рынках конкретных стран.

Еще одним видом услуг на мировом рынке является *реклама*. Реклама играет значительную роль в международной торговле, поскольку на мировых товарных рынках сейчас существует большое количество различных фирм, которым необходимо рекламировать свою продукцию.

Рекламу можно определить, как вид деятельности либо произведенную в ее результате продукцию, целью которых является оказание целенаправленного воздействия на выбранную потребительскую аудиторию.

3. Проблемы регулирования мирового рынка услуг.

Сложность и многочисленность инструментов государственного регулирования международной торговли услугами объясняется тем, что торговля услугами, как правило, сопровождает или торговлю товарами или движение капитала.

Любая внешнеторговая сделка по купле-продаже товаров не может быть осуществлена без международной купли-продажи услуг, прежде всего транспортных, финансовых, страховых (в частности транспортно-экспедиторские операции, обслуживание судов в иностранных портах, осуществление международных расчетов, международное кредитование и т.д.). Кроме того, традиционные внешнеторговые операции могут осуществляться без международного обмена услугами в сфере связи, деловых поездок, рекламы, юридических услуг, консалтинга, налогообложения, аудита и других видов услуг. Таким образом, эта сфера международных экономических отношений регулируется инструментами внешнеторговой политики, которые используются в сфере международной торговли товарами и международного движения капитала.

Сфера услуг обычно в большей степени защищена государством от иностранной конкуренции, чем сфера материального производства. Урегулирование основных принципов международной торговли услугами было одним из дискуссионных вопросов Уругвайского раунда переговоров в рамках ГАТТ. Было оформлено соглашение – Генеральное соглашение по торговле услугами, ГАТС (General Agreement on Trade in

Services, GATS). ГАТС после создания ВТО оно стало одним из элементов этой организации, обязательным для выполнения всеми странами-членами.

В соответствии с положениями ГАТС члены ВТО должны придерживаться следующих *принципов*:

- обеспечение прозрачности системы регулирования сферы услуг на своей территории;
- гарантия доступа к национальным процедурам разрешения споров, в особенности к кассационным процедурам в отношении административных решений;
- не увеличение ограничений в доступе на рынок и следование принципу национального режима, если такое обязательство было внесено в национальный список обязательств;
- соблюдение процедур разрешения споров во всех областях, регулируемых ВТО, что, среди прочего, означает, что данная страна должна быть готова к возможности ответных действий в ином секторе, чем тот, в котором был нанесен ущерб (cross-retaliation);
- участие в будущих переговорах о новых аспектах обмена в сфере услуг, а также о содержании национальных списков обязательств.

В то же время каждая страна имеет *право*:

- сохранять национальную монополию на предоставление некоторых услуг либо выделять одного или несколько услугодателей, которым предоставляются исключительные или специальные права;
- ужесточать регулирование сферы услуг в отношении всех услугодателей при соблюдении принципа не дискриминации;
- сохранять исключения в определенных ситуациях, включая отступления от принципа наибольшего благоприятствования;
- применять ограничения в целях защиты платежного баланса;
- использовать различное трактование отечественных и заграничных субъектов, если это продиктовано интересами защиты потребителей, акционеров и т.п., т.е. применять так называемые правила предусмотрительности (prudentials);
- участвовать в интеграционном объединении с более высоким уровнем либерализации в сфере торговли услугами.

1.7 Лекция № 7 (2 часа).

Тема: «Динамика и структура международной торговли»

1.7.1 Вопросы лекции:

1. Тенденции развития международной торговли.
2. Место России в мировой торговле.

1.7.2 Краткое содержание вопросов:

1. Тенденции развития международной торговли.

Результаты влияния международной торговли на развитие национальной экономики. Она:

- стимулирует повышение конкурентоспособности национальной продукции,
- способствует снижению внутренних цен на товары,
- обеспечивает рост эффективности национального производства за счет предложения новых технологий, передовых методов организации производства, маркетинга и менеджмента,
- оказывает мощное стабилизирующее воздействие на состояние мировой экономики и ее общий рост.

В то же время международная торговля зачастую закрепляет традиционно сложившуюся ориентацию страны на мировом рынке, например, сырьевую направленность экспорта.

Развитие мировой торговли происходит неравномерно. Доказательством тому служат тенденции последних лет: снижение мирового экспорта в 2009 г. на 30%, последующее восстановление утраченных позиций в 2010 г. (прирост на 21,5%) и замедление темпов в 2011 г. –до 19,2%, в 2012 – 15, в 2013 г.– до 4,5%.

Глобальные факторы, влияющие на неустойчивость динамики международной торговли:

1. Мировой финансовый кризис.
2. Беспрецедентный рост мировых цен на минеральное сырье, топливо и продовольствие.
3. Удешевление доллара по отношению к другим валютам в среднем на 3,5%.

Географические, отраслевые и структурные изменения, происходящие в современной международной торговле, связаны:

- с усилением торгово-экономической взаимозависимости стран и регионов и их непрерывном вовлечении в международный торговый обмен,

- движением мировых цен на глобальных рынках товаров.

Темпы развития торговли у ведущих стран –экспортеров и импортеров сырья и продовольствия за 2005–2012 гг. также заметно различались:

1. Наибольшее увеличение стоимостных показателей экспорта был отмечен у крупных поставщиков нефти и нефтепродуктов: России (+12%), стран Ближнего Востока (+13%) и африканских стран – экспортеров нефти (+11%); других минеральных товаров: у Бразилии (+ 11%) и Индии (+17%).

2. В 2012 г. отмечалось общее снижение темпов развития мирового экспорта, что во многом было связано с продолжающейся рецессией в центрах мировой торговли, в первую очередь в Европе, где обострились внутрирегиональные диспропорции.

3. В США в конце 2012 г. начался медленный подъем, рост стоимостных объемов экспорта составил 4,5%.

4. Заметно ослабление спроса и со стороны развивающихся стран и стран с переходной экономикой.

За весь сравнительно долгий период развития мирового хозяйства под воздействием различных причин товарная структура международной торговли менялась неоднократно. Однако наиболее серьезные изменения начали активно проявляться в последние десятилетия XX в. и продолжаются по настоящее время.

Содействие развитию глобальной торговой системы оказали:

- значительное снижение стоимости перевозок и связи;
- международное политическое и экономическое сотрудничество, направленное на уменьшение торговых барьеров.

В будущем структура мировой торговли подвергнется влиянию следующих факторов:

- появление международных логистических цепочек,
- подъем экономических субъектов с нарождающимся рынком,
- рост и нестабильность цен на товары массового потребления,
- несбалансированность доходов,
- безработица,
- другие социальные проблемы и проблемы окружающей среды.

В современной торговле основной удельный вес приходится на готовые изделия, в том числе машины, оборудование и транспортные средства. Главным экспортёром этой группы товаров в настоящее время выступают Китай и некоторые развитые страны, хотя и развивающиеся страны, прежде всего Азии, в последние годы демонстрируют на этом направлении достаточно высокие показатели.

Изменения географической составляющей в структуре международной торговли:

Значительная часть мирового оборота сосредоточена в рамках "триады": ЕС, США, Японии. Так, в 2012 г. на долю ЕС пришлось 14,7% мирового экспорта и 15,4% импорта, на долю США – соответственно 10,5 и 15,6%, Японии – 5,4 и 5,9%. Вместе с тем доля Китая в экспорте увеличилась до 13,9% и в импорте – до 12,2%, Республики Корея – до 3,7 и 3,5% соответственно, России – до 3,6 и 2,2%, Сингапура – до 2,8 и 2,5%, Индии – до 2,0 и 3,3%.

Таким образом, происходит смена лидеров. До недавнего времени США занимали первое место по размерам экспорта и импорта. С 2010 г. на первое место по экспорту вышел Китай. Во многом это обусловлено тем, что развивающиеся страны оказались более устойчивыми к рецессии, а их значение в мировой торговле растет вместе с поступательной интеграцией в глобальные технологические цепочки.

ЕС, выступая согласно статистике ВТО как единый участник мировой торговли, лидирует во всех областях.

Более половины мирового экспорта (63,7%) и импорта (67,8%) приходится всего на 10 участников мировой торговли, и менее половины этого объема – на оставшиеся государства. Состав десятки лидеров (без учета ЕС как единого целого) за прошедшее десятилетие изменился. По размерам экспорта Китай сместил на вторую позицию США, так что Германия утратила второе место, а Япония – третье. В рейтинге мировых импортеров за 2012 г., как и в 2000 г., лидировали США; на второе место вышел Китай; Япония, Великобритания, Франция свои рейтинги снизили, а Канада в десятку уже не вошла.

Быстрорастущим торгово-экономическим потенциалом обладают Индия, страны Латинской Америки (Бразилия, Аргентина, Мексика, Чили), Таиланд, Малайзия, Турция, Вьетнам и др.

Риски, влияющие на развитие международной торговли товарами:

- неустойчивость финансовой системы;
- кредитный и валютный риски;
- тенденции протекционизма, проявившиеся в связи с глобальным кризисом;
- волатильность цен мировых сырьевых рынков.

В последние 15–20 лет все большее значение в определении места страны в мировой системе приобретает степень ее включенности в такие процессы, как мировая торговля товарами и услугами, глобальные финансовые потоки ПИИ, сбор и обработка экономической информации, генерирование научного знания.

Таким образом, в географической структуре международной торговли

преобладание доли развитых стран сохраняется, но увеличение роли Китая, Индии, Мексики, Сингапура, Бразилии и др. в международных экономических отношениях постепенно меняет соотношение развитых и развивающихся стран.

К общим тенденциям развития современной международной торговли можно отнести также следующие:

- замедление темпов роста в мировой торговле, что вызвано последствиями глобального кризиса;
- изменения в товарной структуре международной торговли под воздействием НТР в сторону увеличения обмена готовыми изделиями, наукоемкой продукции и услугами;
- появление новых отраслей и расширение международных производственно-сбытовых комплексов;
- изменения в географической структуре мировой торговли: увеличение доли развивающихся стран в мировой торговле с 25% в 1980 г. до 47% в 2010 г.;
- вытеснение былых лидеров из числа развитых стран некоторыми быстроразвивающимися экономиками (Республика Корея, Сингапур, Китай, Индия, Бразилия, Россия и др.);
- растущее влияние на развитие мировой торговли региональных интеграционных объединений. Сегодня около 2/3 международной торговли осуществляется на преференциальной основе в рамках региональных торговых соглашений. Основная часть этих соглашений действует в форме зон свободной торговли;
- «обслуживание» нужд «глобального производства» в рамках ТНК;
- усиление тенденции переплетения экспорта товаров и услуг с экспортом капитала. Инвестиции стран-экспортеров все больше используются для продвижения на иностранные рынки товаров и услуг, в частности, для создания производств, сбытовых и торговых сетей или коммерческого присутствия сервисных компаний;
- обострение конкуренции, следствием чего стало ужесточение требований к качеству поставляемой на экспорт продукции. Производство все больше ориентируется на более полное удовлетворение потребностей потребителя. Понятие «качество» охватывает теперь не только потребительские свойства товара и требования к их безопасности и экологичности, но и методы организации всей системы производства, сервисного обслуживания и сбыта. Международные стандарты качества (серии ИСО 9000) дополняются стандартами экологического менеджмента (НСк 14000), внедрение которых рассматривается международным бизнесом, их организациями, как важнейшего элемента социальной ответственности бизнеса перед обществом.

2. Место России в мировой торговле.

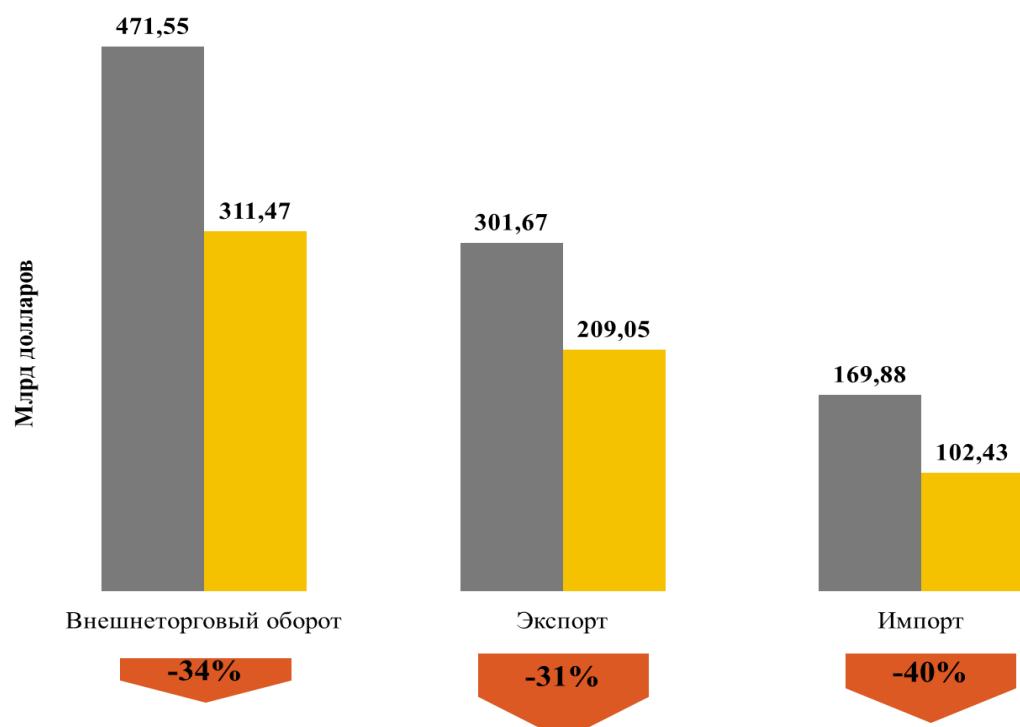
Современное положение России в международной торговле явно диссонирует с сложившимся направлениям и тенденциям участия в международном разделении труда подавляющего большинства стран. Обладая уникальными природными ресурсами, крупным производственным, научным и кадровым потенциалом, Россия до сих пор довольствуется положением страны топливно-сырьевой специализации. До 90% ее экспорта составляют энергоносители, сырье и полуфабрикаты, а доля в мировой торговле не превышает 1,5%.

По итогам 2015 года Россия входит в число ключевых участников международной торговли, занимая 15 место по экспорту товаров, и обладая большим внутренним рынком.

Участие России в международной торговой системе характеризуется такими показателями как динамика экспорта и импорта, товарная структура внешней торговли, доля России в импорте торговых партнеров.

Внешняя торговля России в январе - июле 2015 года по-прежнему демонстрирует снижение, с каждым месяцем негативная тенденция все усиливается. По данным Федеральной таможенной службы, внешнеторговый оборот России упал на 34% и составил 311,47 млрд долл., экспорт снизился на 31% до 209,05 млрд долл., а импорт на 40% до 102,43 млрд долл. При этом снижение наблюдается в течение всех семи месяцев года.

**Внешняя торговля России в январе-июле 2014/2015 гг.
(млрд долларов)**



Ключевыми факторами, которые за это время повлияли на такие низкие показатели стали:

- зарубежные санкции;
- падение цен на нефть;
- низкий курс рубля относительно доллара и евро;
- замедление роста российской экономики после 2012 года (большинство экономических показателей, в том числе внешняя торговля, демонстрировали рост или снижение всего на несколько пунктов);
- нерешенность внутренних экономических проблем в сфере федерального бюджета, поддержки отраслей промышленности, в стимулировании самих предприятий для выхода на внешние рынки и многих других областях.

Снижение мировых цен на нефть напрямую повлияло, прежде всего, на спад отечественного экспорта, поскольку на неё приходится более 60% объемов поставок. За январь-июль 2015 года цены на нефть Urals упали по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 46,9% до 56,8 долларов США за баррель на фоне низкого спроса, роста товарных запасов нефти и договоренностей США с Ираном. Кроме того, снижение экспорта напрямую связано и с сокращением объемов производства, в январе-июле производство упало на 3% по сравнению с прошлым годом, и основной спад приходится на обрабатывающие производства.

К лету 2015 года заметно упали цены на такие крупные статьи российского экспорта: природный газ (-28,9%), алюминий (-15,8%), никель (-40,2%), медь (-23,2%). Основными причинами этого стало сокращение спроса со стороны Китая и рост запасов этих товаров на сырьевых биржах.

В результате уже в течение более чем полугода экспорт продолжает снижаться. Санкции играют здесь, скорее, второстепенную роль, нежели ситуация на мировых рынках.

Импорт товаров в Россию в физическом выражении также существенно ниже показателей прошлого года. Это происходит преимущественно из-за низкого курса рубля к доллару и евро. Свою роль сыграли и действующие против России санкции, согласно которым многие страны ограничили поставки ряда товаров. Наиболее сильное снижение наблюдалось в отношении импорта легковых и грузовых автомобилей, а также различного оборудования. Заметно сократились и статьи импорта, связанные с поставками товаров, оказавшихся под действием российского ответного продовольственного эмбарго. Ввоз

многих потребительских товаров сократился и в связи с падением реальных доходов населения.

В структуре торговли по группам стран повсеместно наблюдается снижение, внешнеторговый товарооборот со странами дальнего зарубежья сократился на 34% до 273 млрд долл, а объем торговли со странами СНГ упал ещё значительнее, на 37%.

1.8 Лекция №8 (2 часа).

Тема: «Роль международных организаций в международной торговле»

1.8.1 Вопросы лекции:

1. Классификация международных организаций.
2. Регулирование международной торговли в системе ООН.
3. Международная торговая палата и ее роль в обеспечении международной торговли.

1.8.2 Краткое содержание вопросов:

1. Классификация международных организаций.

Международная экономическая организация – организация, созданная на основе международных соглашений, с целью унификации, регулирования, выработки совместных решений в сфере международных экономических отношений.

В зависимости от направлений международные экономические организации делятся на:

- I. Универсальные;
- II. Специализированные.

К универсальным международным экономическим организациям относятся:

1. Экономический и социальный совет (ЭКОСОС).
2. Всемирная торговая организация (ВТО).
3. Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР).
4. Азиатско-тихоокеанское экономическое сотрудничество (АТЭС).
5. Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН).
6. Международная торговая палата и другие.

К специализированным международным экономическим организациям относятся организации, в сферу деятельности которых входит определенный более узкий круг экономических отношений. К числу таких организаций относятся:

1. Комиссия ООН по праву международной торговли (ЮНСИТРАЛ).

2. Всемирная таможенная организация.
3. Всемирная туристская организация.
4. Международная морская организация.
5. Организация стран-экспортеров нефти.
6. Продовольственная и сельскохозяйственная организация (ФАО) и другие.

2. Регулирование международной торговли в системе ООН.

Организация объединенных наций (ООН) – международная организация,

В рамках ООН международное регулирование мировой торговли осуществляется Конференцией ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД).

Цели ЮНКТАД:

- содействие развитию международной торговли в целях ускорения экономического роста и развития, прежде всего развивающихся стран;
- установление принципов и политики, касающихся международной торговли и связанных с ней проблем экономического развития (финансов, инвестиций, передачи технологий);
- рассмотрение и содействие организации деятельности других учреждений в рамках системы ООН в области международной торговли и соответствующих проблем экономического развития;
- принятие в случае необходимости мер для ведения переговоров и утверждения многосторонних правовых актов в области торговли;
- согласование политики правительств и региональных экономических группировок в области торговли и связанного с ней развития, выступая в качестве центра такого согласования.

Основные направления деятельности ЮНКТАД:

- регулирование торговых и экономических отношений между государствами, разработка концепций и принципов развития мировой торговли;
- разработка мер по регулированию международной торговли сырьевыми товарами, разработка мер и средств торговой политики и экономического сотрудничества, содействие развитию экономического сотрудничества между развивающимися странами;
- проведение совещаний экспертов, представителей правительств, дипломатических переговорных конференций с целью согласования политики правительств и региональных экономических группировок по вопросам развития мировой торговли и др. проблем;
- регулирование ограничительной деловой практики;

- ведение аналитической работы по широкому кругу проблем.

3. Международная торговая палата и ее роль в обеспечении международной торговли.

Международная торговая палата (МТП) – независимая некоммерческая международная организация, способствующая решению наиболее актуальных проблем, стоящих перед бизнесом.

Дата создания: 1919 г.

Объединяет предприятия, ассоциации и компании из 140 стран мира.

Штаб-квартира находится в Париже.

МТП взаимодействует с ООН, ВТО, Всемирным банком и др. Выполняет роль консультативного органа.

Цель МТП – развитие уважительного отношения к высоким стандартам этики ведения международного бизнеса. МТП решает актуальные вопросы, в числе которых: разработка унифицированных правил и стандартов ведения бизнеса и решения задач, связанных с либерализацией международной торговли.

При МТП работают:

1. Международный арбитражный суд.
2. Международное морское бюро.
3. Банковская комиссия.
4. Комиссия по конкуренции.
5. Комиссия по социальной ответственности бизнеса и противодействию коррупции.
6. Комиссия по таможенному и торговому регулированию.
7. Комиссия по интеллектуальной собственности.
8. Комиссия по вопросам налогообложения и другие.

2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРОВЕДЕНИЮ СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

2.1 Семинарское занятие № 1 (2 часа).

Тема: «Предмет международной торговли»

2.1.1 Вопросы к занятию:

1. Основные этапы развития международной торговли.
2. Географическая структура международной торговли.
3. Товарная структура международной торговли.

2.1.2 Краткое описание проводимого занятия:

В процессе занятия студенты выясняют, какое влияние на структуру (географическую и товарную) международной торговли оказали интернационализация и глобализация.

2.2 Семинарское занятие № 2-3 (4 часа).

Тема: «Теории международной торговли»

2.2.1 Вопросы к занятию:

1. Теория меркантилизма.
2. Теория абсолютных преимуществ А. Смита.
3. Теория относительных преимуществ Д. Рикардо.
4. Теория международной торговли Хекшера-Олина.
5. Теория конкурентных преимуществ М. Портера.
6. Теория жизненного цикла товаров.

2.2.2 Краткое описание проводимого занятия:

В ходе обсуждения вопросов занятия акцентируется внимание на следующих вопросах:

1. Этапы развития меркантилизма.
2. Принципиальное отличие теории Хекшера-Олина от классических теорий международной торговли.

2.3 Семинарское занятие № 4-5 (4 часа).

Тема: «Формы и методы организации международной торговли»

2.3.1 Вопросы к занятию:

1. Организационные формы международной торговли.
2. Встречная торговля: признаки и формы.

3. Бартерные операции.
4. Институционально-конкурсные методы международной торговли.
5. Электронные методы международной торговли.

2.3.2 Краткое описание проводимого занятия:

В процессе занятия студенты выясняют отличительные признаки разных форм и методов организации международной торговли. В конце занятия работа с тестами, ситуационными заданиями.

2.4 Семинарское занятие № 6 (2 часа).

Тема: «Сущность и формы внешнеторговой политики государства»

2.4.1 Вопросы к занятию:

1. Цели и принципы внешнеторговой политики государства.
2. Система управления внешнеэкономической деятельностью в Российской Федерации.
3. Организация негосударственного регулирования внешнеэкономической деятельностью.

2.4.2 Краткое описание проводимого занятия:

В ходе обсуждения вопросов занятия акцентируется внимание на следующих вопросах:

1. Выигрыш от внешней торговли.
2. Распределение выигрыша от внешней торговли между странами-участницами.

2.5 Семинарское занятие № 7-8 (4 часа).

Тема: «Инструменты внешнеторговой политики государства»

2.5.1 Вопросы к занятию:

1. Нетарифные меры регулирования внешней торговли.
2. Таможенный тариф: понятие, функции и виды.
3. Последствия введения таможенного тарифа.

2.5.2 Краткое описание проводимого занятия:

В процессе занятия студенты выясняют содержание и последствия применения нетарифных и тарифных мер регулирования внешнеторговой политики государства. Учитывая сложившуюся ситуацию – попытки изолировать Россию от внешнего мира –

следует акцентировать внимание на экономических санкциях, выяснить последствия их введения.

2.6 Семинарское занятие № 9-10 (4 часа).

Тема: «Выход предприятия на внешние рынки»

2.6.1 Вопросы к занятию:

1. Основные методы выхода предприятий на международный рынок.
2. Коммерческие условия реализации внешнеторговой сделки.
3. Экспортная сделка: процедура и техника подготовки.
4. Импортная сделка: процедура и техника подготовки.

2.6.2 Краткое описание проводимого занятия:

В ходе обсуждения вопросов занятия акцентируется внимание на следующих вопросах:

1. Состязательные методы международной торговли.
2. Условия реализации внешнеторговой сделки.

В конце занятия работа с тестами, ситуационными заданиями.

2.7 Семинарское занятие № 11-12 (4 часа).

Тема: «Международная торговля услугами»

2.7.1 Вопросы к занятию:

1. Современные тенденции развития международной торговли услугами.
2. Проблемы регулирования мирового рынка услуг.

2.7.2 Краткое описание проводимого занятия:

В ходе обсуждения вопросов занятия акцентируется внимание на следующих вопросах:

1. Структура международной торговли услугами.
2. Россия на международном рынке услуг.

2.8 Семинарское занятие № 13 (2 часа).

Тема: «Роль международных организаций в международной торговле»

2.8.1 Вопросы к занятию:

1. Классификация международных организаций.

2. Регулирование международной торговли в системе ООН.
3. Международная торговая палата и ее роль в обеспечении международной торговли.

2.8.2 Краткое описание проводимого занятия:

В ходе обсуждения вопросов занятия акцентируется внимание на следующих вопросах:

1. Международные межправительственные организации. Межправительственные Советы.
2. Комиссия ООН по международному торговому праву (ЮНСИТРАЛ).
3. Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД).
4. Цели Международной торговой палаты.

В конце занятия работа с тестами по всему курсу.