***Российский Государственный Аграрный заочный Университет***

***Институт Коммерции и управления***

**Контрольная работа**

По дисциплине

«учет, анализ и аудит

Внешнеэкономической

деятельности»

Выполнила: Будянская Галина

Шифр: 02920

***1.Договор международной купли-продажи товаров (работ, услуг) и правовые аспекты его составления.***

Сегодня все большее число местных товаропроизводителей осваивают международный рынок, а это требует знания законов и правил общемирового бизнеса, особенностей оформления контрактов и таможенных документов. Об этом шла речь на консультационном семинаре «Контракты международной купли-продажи товаров: подготовка, подписание, исполнение», организованном Центром делового образования и сотрудничества при ТПП РК

Существенным элементами договора международной купли-продажи товаров являются распределение обязанностей продавца и покупателя по доставке товара и момент перехода с продавца на покупателя риска гибели, повреждения или утраты товара и права собственности. Эти условия получили в науке и практике международной торговли наименование базисных условий поставки (далее – «базис поставки»).

Первоначально базис поставки формулировался путем описания в договоре конкретных прав и обязанностей сторон. С развитием юридической техники при составлении договоров международной купли-продажи стали использовать так называемые торговые термины, которые вкратце описывали сложившиеся веками стандартные «наборы» прав и обязанностей сторон по доставке товара. С их помощью значительно упростилась процедура заключения внешнеэкономических контрактов – они «делают излишними переговоры о содержании отдельных договоров, снимают нелепости и спорные вопросы, неизбежно возникающие в связи с проблемностью, неопределенностью или несоответствием применения диспозитивных правовых норм, и, наконец, облегчают предпринимателю ведение дел и финансовые расчеты».   
В XX веке были предприняты попытки унификации разнообразных торговых терминов. Наиболее распространенным в международной торговой практике сводом правил толкования торговых терминов является разработанные Международной торговой палатой (далее – МТП) Международные правила толкования торговых терминов ИНКОТЕРМС (INCOTERMS – International Rules for the Interpretation of Trade Terms).

Для России, которая за последние десять лет активно включается в мировую экономику, значение ИНКОТЕРМС неуклонно возрастает. Отечественные предприниматели при заключении договоров с иностранными контрагентами все чаще сталкиваются с необходимостью его применения. В силу этого данный документ нуждается в более пристальном рассмотрении. В первую очередь необходимо определить его место среди иных источников права, что позволит решить не только чисто теоретические проблемы.

Начиная с 1920 г. Международная МТП проводила работу по не правовой унификации торговых терминов, применяемых в различных странах. На основе этого исследования и была составлена первая редакция ИНКОТЕРМС 1936 года. С тех пор этот документ выдержал шесть изданий (последняя – 2000 г.). Однако некоторые разногласия в толковании торговых терминов сохраняются и по сей день (например, в ЕТК США базис FOB – *free on the board* трактуется иначе, чем в континентальном праве). Следовательно, вряд ли можно говорить о Международных правилах толкования торговых терминов как о сформировавшемся обычае, скорее речь может идти о стадии формирования такового. Об этом также свидетельствуют многочисленные факты пересмотра данного документа, приспособления его к изменившимся экономическим реалиям.

Обратившись к структуре ИНКОТЕРМС следует отметить, что данный документ регулирует широкий круг юридических и экономических вопросов: распределение обязанностей по перевозке, момент перехода риска случайной гибели или повреждения товара, определение даты поставки и др. Однако необходимо также иметь в виду, что в нем не затрагиваются вопросы реализации сторонами прав по договору, вопросы, возникающие из смежных договоров перевозки и страхования, момент перехода права собственности, последствия невыполнения договора, основания освобождения от ответственности, о чем сделано прямое указание в предисловии к тексту, опубликованному…МТП.  
До последнего времени вопрос применения ИНКОТЕРМС не был законодательно урегулирован в РФ. Однако с вступлением в силу ч. 3 ГК РФ действует следующее правило (п. 6 ст. 1211 ГК РФ): если в договоре использованы принятые в международном обороте торговые термины, при отсутствии в договоре иных указаний считается, что сторонами согласовано применение к их отношениям обычаев делового оборота, обозначаемых соответствующими торговыми терминами.

В заключение хотелось бы подчеркнуть, что правильное применение ИНКОТЕРМС позволяет контрагентам наиболее полно согласовать условия договора, а также избежать различных спорных ситуаций. Распространенность этого документа во многих странах мира говорит о его универсальности.

Использование ИНКОТЕРМС российскими предпринимателями и юридическими лицами способствует все большему включению Российской Федерации в новую мировую экономику.

***2.Учет экспортных операций.***

**Экспортные сделки оформляются внешнеторговым контрактом,** заключаемым продавцом и покупателем в письменной форме на основе общепризнанных принципов и норм международного права, а также с учетом национального законодательства участников сделки в области торговли, таможенного и валютного регулирования. Контракт, заключенный с иностранным торговым партнером, служит юридическим основанием, определяющим права и обязанности, участвующих в сделке сторон, и является подтверждением законности осуществления торговой сделки. Основное содержание внешнеторгового контракта заключается в определении предмета сделки, требований, предъявляемых к поставке, и валютно-финансовых условий его выполнения. Предмет сделки состоит в четком определении наименования, количества и характеристики товаров или услуг, предоставляемых продавцом покупателю. При необходимости указывается тип, вид, сорт изделий, их состав, предназначение и т.п. Одним из важнейших пунктов контракта являются условия поставки, включающие целый ряд требований при переходе товара от продавца к покупателю. Внешнеторговый контракт обязательно предусматривает вид транспорта, которым должен быть доставлен товар к месту его назначения, - воздушным, железнодорожным, автомобильным и др. Неотъемлемой частью контракта является и определение его стоимости или цены в виде денежной суммы, которую покупатель обязуется перечислить поставщику товара (работ, услуг). Контрактная стоимость устанавливается в свободно-конвертируемой валюте и по взаимному согласию сторон фиксируется в договоре. В контракте обязательно оговариваются условия оплаты товара, включающие порядок и форму расчетов, сроки и валюту платежа. Кроме того, контрактом предусматриваются взаимоотношения сторон в случае непредвиденных форс-мажорных обстоятельств или желания одной из сторон расторгнуть договор, а также предусматриваются штрафные санкции за несоблюдение условий контракта.

Подписанный и оформленный в полном соответствии с действующими международными правилами контракт является основным и наиболее важным юридическим документом в бухгалтерском учете экспортных операций. Процесс выполнения контракта сопровождается оформлением соответствующих товаросопроводительных, расчетных и страховых документов по установленным международным формам.

Заключив с инопокупателем контракт на поставку экспортного товара, экспортер оформляет в двух экземплярах паспорт сделки (ПС), в который заносится информация, необходимая банку для осуществления контроля над поступлениями экспортной выручки. Оба экземпляра ПС с оригиналом или копией контракта передают в уполномоченный банк (где открыт валютный счет). Банк проверяет правильность оформления документов, подписывает оба экземпляра ПС. Контракт и первый экземпляр ПС возвращаются экспортеру, а копии остаются в банке, где открывается досье.

Законом подтверждено что, руководствуясь законодательством о бухгалтерском учете, нормативными актами органов, регулирующих бухгалтерский учет, предприятия самостоятельно формируют свою учетную политику исходя из структуры, отрасли и других особенностей деятельности. Следует отметить, что значение учетной политики недооценивается многими организациями, которые к разработке учетной политики относятся формально, ни изучают последствия применения тех или иных ее элементов. Между тем выбранная организацией учетная политика оказывает существенное влияние на величину показателей себестоимости продукции, прибыли, налогов, показателей финансового состояния организации. Следовательно, учетная политика организации является важным средством формирования величины основных показателей деятельности организации, налогового планирования, ценовой политики.

Для предприятий, занимающихся экспортом продукции, учетная политика приобретает ещё большее значение, так как внешнеэкономическая деятельность - это сфера особых интересов государства и поэтому наиболее тщательно им контролируется. Учетная политика таких организаций должна быть разработана очень грамотно.

При осуществлении внешнеэкономической деятельности неизбежно возникают курсовые разницы, поэтому в учетной политике необходимо четко определить порядок их отражения на счетах бухгалтерского учета. Есть случаи, например, когда ошибки бухгалтерии в области отражения курсовой разницы стоили всего накопленного за несколько лет капитала. Перечень затрат, включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и порядок формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли, определены постановлением Правительства РФ от 05.08.92. N 552 (ред. От 31.05.2000). Согласно постановлению в состав внереализационных доходов включаются положительные курсовые разницы по валютным счетам, а также курсовые разницы по операциям в иностранной валюте, а в состав внереализационных расходов - отрицательные курсовые разницы по валютным счетам, а также курсовые разницы по операциям в иностранной валюте.

Однако по операциям движения валютных ценностей курсовая разница объективно возникнуть не может, что следует из самого определения понятия «курсовая разница». Курсовой признается разница между рублевой оценкой соответствующего актива или обязательства, стоимость которых выражена в иностранной валюте, исчисленной по курсу ЦБ РФ на дату исполнения обязательств по оплате или отчетную дату составления бухгалтерской отчетности за отчетный период, и рублевой оценкой этих актива или обязательства, исчисленной по курсу ЦБ РФ на дату признания их к бухгалтерскому учету в отчетном периоде или на дату составления бухгалтерской отчетности за предыдущий отчетный период.

***3. Задачи и источники информации анализа внешнеэкономической деятельности.***

Ведение предпринимательской деятельности в сегодняшней России сопряжено с сохраняющейся политической и экономической нестабильностью, многочисленными коммерческим рисками, недобросовестностью партнеров по бизнесу. Именно в такой обстановке предприниматели должны принимать ответственные решения, которые затрагивают не только их материальные интересы, но и соответственно интересы партнеров. Так что рассматриваемая проблема является важной практически для всех, кто занимается предпринимательской деятельностью. Особое значение это имеет для российских коммерческих структур при установлении деловых контактов с предпринимателями, фирмами и компаниями. Здесь важно оперативно и достоверно получить информацию о потенциальном партнере. Опыт последних лет формирования рыночных отношений в России содержит богатый материал неудач и материальных потерь российского бизнеса от деловых связей с недобросовестными предпринимателями.

Вместе с тем следует отметить, что и открытая информация при соответствующем применении методов экономического анализа может дать предпринимателю (аналитику) возможность сделать довольно точные выводы о состоянии производственной, сбытовой и финансовой программы фирмы, которая выступает в роли партнера для российского бизнесмена. Сами по себе сведения о фирме – потенциальном партнере можно получить из нескольких *открытых источников*. Главными из них являются *фирменные справочники, публикации, годовые отчеты, проспекты, рекламные материалы, каталоги.* Использование указанных материалов в комплексе дает достаточно полное представление об интересующей фирме. Среди перечисленных источников фирменные справочники занимают особое место. Сообщаемая ими информация собирается справочно-информационными агентствами из собственных отчетов и публикаций самих фирм, материалов торгово-промышленных палат, а также различных публикаций многочисленных союзов и ассоциации промышленников и торговцев.

Фирменные справочники содержат неполную информацию и это обусловлено их предназначением: дать предпринимателям ориентиры в первичной рыночной информации (кто есть кто, кто и что производит и продает, кто, где находится).

Более *обширную картину деятельности фирмы* можно подучить из *публикуемых годовых отчетов, балансов и прочих публикаций*, которые осуществляют сами фирмы. Следует иметь в виду, что такие публикации, как уже подчеркивалось выше, осуществляют регулярно только компании, действующие в форме акционерных обществ и обществ с ограниченной ответственностью.

Годовые отчеты предназначены для подведения итогов производственной, сбытовой и финансовой деятельности компании, отчета перед акционерами, которые получают из совокупных доходов фирмы дивиденды, а также в рекламных целях. Следует только сделать несколько оговорок: годовые отчеты содержат хотя и обширную хозяйственную информацию, но далеко не полную. Многие показатели экономической деятельности фирмы скрываются под флагом коммерческой тайны; упор в годовых отчетах делается на наиболее результативные показатели, не выпячивая недостатков и проблем фирмы; сами по себе отчеты являются документами ограниченного пользования (только для акционеров). Все это требует от аналитика использовать дополнительные источники, а возможно и установления доверительных отношений с персоналом данной фирмы в целях получения конфиденциальной информации.

Годовые отчеты при этом все же дают полную картину деятельности фирмы за определенный период времени, подучить в систематизированном виде сведения о капиталовложениях, планах и перспективах модернизации производства, о научно-техническом потенциале, о загрузке производственных мощностей, а некоторых случаях о портфеле заказов фирмы. Ценными сведениями годовых отчетов являются приводимые так обзоры по рынкам, потребителями и их запросам, о новых тенденциях в развитии производства и сбыта. Важными разделами годовых отчетов являются финансовые разделы, к которым относятся: баланс фирмы, счет прибылей и убытков, счет поступления и расходования средств.

Весьма ценным источником хозяйственной информации являются каталоги по номенклатуре выпускаемой и реализуемой продукции. Правда эта информация в большей степени носит технологический характер, однако дает хорошую возможность получить сведения о производимых фирмой изделиях и их технических характеристиках. Последнее необходимо при экспертной оценке технологического уровня товаров и услуг фирмы и даже при технико-экономических сопоставлениях.

В мировой хозяйственной практике широко используются услуги специализированных фирм-организаций, которые занимаются сбором, обобщением экономической информации о фирмах, рынках, товарах. Они за соответствующую плату предоставляют информацию в различных видах: paзoвaя стандартная справка по запросу клиента, подписка на абонемент (обслуживание) сроком на 1 год или более длительный срок. выдача определенной информации по выбору клиента, составление специальных обзоров по рынкам, товарным группам или возможным контрагентам.

Практически любую внешнеэкономическую информацию предоставляет Всероссийский научно-исследовательский конъюнктурный институт, а также отдел консультирования по вопросам внешнеэкономической деятельности при Торгово-промышленной палате России. Наиболее доступным для российских бизнесменов является журнал «Деловые связи». В нем публикуются рубрики «Контакты», в которых перечисляются иностранные фирмы, желающие установить партнерские связи с российскими предпринимателями. Возможно также обращение в московское отделение американской фирмы «Дан энд Брэдстрит».

Таким образом, изучение фирм – потенциальных партнеров на первом этапе, без вступления с ними в прямой контакт, позволяет установить общие сведения о фирме, ее реквизитах, адресе и организационно-правовой форме ее функционирования. При этом хотелось бы обратить внимание читателей на то, что на этом этапе можно установить некоторые. Таким образом, изучение фирм – потенциальных партнеров российского бизнеса необходимо и возможно. Оно требует определенных навыков, системы и познаний. Открытая финансово-экономическая документация фирм позволяет выявить как сильные, так и слабые стороны в производственных, сбытовых и финансовых программах партнеров. Такая работа позволяет определить истинное положение фирмы на рынке, ее возможные цели на российском рынке, решить основной вопрос – стоит ли с партнером иметь дело и в каких формах: закупка товаров, совместное производство, ведение научных исследований или иное.