**Прямой импорт в Республике Беларусь**

**Введение**

Внешнеэкономическая деятельность предприятий – это сфера хозяйственной деятельности, связанная с международной производственной и научно-технической кооперацией, экспортом и импортом продукции, выходом предприятия на внешний рынок.

Международный обмен товарами экономически целесообразен для страны, если она затрачивает на производство экспортных товаров меньше общественного труда, чем должна затратить на производство товаров взамен импортируемых (на средства, вырученные от экспорта).

Следовательно, товарообмен может быть выгоден всем странам при условии правильного формирования структуры импорта и экспорта, поэтому необходимо увеличивать масштабы внешнеторгового обмена.

Для достижения наибольшего экономического эффекта следует импортировать те товары, собственное производство которых потребовало бы наибольших затрат общественного труда на единицу затрачиваемых валютных средств.

*Прямой импорт* – ввоз товара в страну его потребления (в т.ч. и для производственного потребления) непосредственно из страны происхождения товара.

*Импортная операция* – покупка у иностранного контрагента товара и ввоз его в страну покупателя.

Прямой импорт – это путь к развитию экономики и росту ВВП. Именно таким образом организована торговля во всех развитых странах мира. Прямой импорт защищает производителя, потребителя и интересы государства. Это эффективный путь к успешному функционированию предприятия.

**1. Понятие прямого импорта**

Сущность международного менеджмента проявляется в его функциях, то есть в совокупности задач, которые он призван решать. Главной функцией международного менеджмента является планирование, потребность в котором вытекает из огромных масштабов обобществления производства. По своей сути, процесс планирования является основой функционирования всех управленческих функций, так как обеспечивает четкий способ оценки цели компании и основу для управления членами организации. Его задача – обеспечить нововведения и изменения в компании, используя четыре основных вида управленческой деятельности: распределение ресурсов, адаптацию к внешней среде, внутреннюю координацию и организационное стратегическое предвидение.

При планировании импортной деятельности предприятия учитывают следующее:

* Отсутствие или недостаточный объем данного товара на внутреннем рынке;
* Качество импортного товара. Оно должно быть намного выше качества аналогичной отечественной продукции;
* Цены на аналогичный товар на внутреннем рынке. Они должны быть выше цен импортного товара;
* Затраты, связанные с транспортировкой товара, уплату таможенных платежей, прочие затраты.

Постоянное насыщение рынка импортным товаром высокого качества и с низкой ценой должно изменить внутренний рынок – привести к выпуску аналогичной отечественной продукции более высокого качества и с низкой ценой с тем, чтобы снизить импорт продукции иностранных товаропроизводителей, обеспечить конкурентоспособность отечественной продукции.

Возможностью создания и усиления конкурентных преимуществ компаний является создание бизнес-плана. Бизнес-план составляется в целях эффективного управления и планирования бизнеса и является одним из основных инструментов управления предприятием, определяющих эффективность его деятельности. В условиях рынка и жестокой конкурентной борьбы предприятие должно уметь быстро и адекватно реагировать на изменения, происходящие во внешней среде и внутри самого предприятия. Таким образом, составив бизнес-план, предприятие станет более эффективным и управляемым, появится возможность с более высокой точностью прогнозировать ситуацию на будущее.

В условиях международной компании функции расширились, усложнились и дифференцировались в связи с ростом масштабов хозяйственной деятельности, диверсификацией и интернационализацией производства. Управленческие функции выполняются в международных компаниях специальным аппаратом, состоящим из взаимодействующих между собой подразделений. За каждым из них закрепляются свои специфические функции. Их выполнение связано с решением конкретных задач и поставленных целей, входящих в сферу деятельности соответствующего органа управления.

Функция организации является одной из важнейших функций управления. Заключается она в установлении постоянных и временных взаимоотношений между всеми подразделениями фирмы, в определении порядка и условий ее функционирования.

Организовать – значит создать некоторую структуру. Существует много элементов, которые необходимо структурировать для того, чтобы организация могла успешно действовать и достигать поставленных целей.

Проведение импортной операции осуществляется в 4 этапа:

1. Предконтрактный период подготовки внешнеторговой сделки.
2. Согласование внешнеторгового контракта.
3. Исполнение конкретных условий.
4. Реализация целевой программы.

Рассмотрев данные 4 этапа проведения импортной операции, хотелось бы охарактеризовать каждый из них в отдельности.

1. «Предконтрактный период подготовки внешнеторговой сделки» представляет собой комплекс мер, направленных на глубокое и тщательное исследование процессов и факторов, связанных с осуществлением внешнеторговой сделки.

На этом этапе выполняются следующие основные работы:

* Формулируется целевая программа (увеличение объема прибыли предприятия, создание конкурентоспособной продукции, выход на рынки индустриально развитых стран, повышение престижа фирмы и т.д.);
* Определяется характер внешнеторговой операции (производство нового продукта, торгово-посредническая деятельность, освоение новых видов товара, услуг);
* Маркетинговые исследования рынка (сбор и обработка данных импортной продукции: цена товара, возможности рынка, качество товара, условия поставки и т.д.);
* Организационно-техническое обеспечение внешнеторговой операции (подготовка предприятия: правовое обеспечение предстоящей сделки, проработка нормативных документов, регламентирующих внешнеэкономическую деятельность);
* Технико-экономические обоснования сделки: разработка бизнес-плана (экспресс-оценка) с расчетами предполагаемых затрат, налогов, пошлин, показателей экономической эффективности;

2. «Согласование внешнеторгового контракта» включает:

* Поиск иностранного партнера (рассылка деловых писем, рекламная кампания, заключение договора с Торгово-промышленной палатой на информационное обслуживание и т.д.);
* Подготовка товара к принятию;
* Деловые переговоры и согласование внешнеторгового контракта;

3. «Исполнение контрактных условий». На этом этапе проводятся следующие работы:

* Подготовка документации (коммерческой, договорной, транспортной, таможенной, страховой и т.д.);
* Подготовка товара к принятию;
* Транспортно-экспедиционное, таможенное, страховое, финансовое, информационное обеспечение внешнеторговой сделки;

4. «Реализация целевой программы»:

* На завершающем этапе осуществления импортной операции проводится анализ фактических показателей экономической эффективности (рентабельность сделки, изменение основных технико-экономических показателей предприятия);
* В конечном итоге сопоставляются плановые прогнозные показатели, рассчитанные на первом этапе, с фактическими результатами и делаются соответствующие выводы об экономической целесообразности внешнеторговой операции.

Импортные сделки, связанные с покупкой и ввозом иностранных товаров в страну для реализации их на внутреннем рынке, имеют следующие признаки:

* заключение контракта с экспортёром
* пересечение товаром границы страны-импортёра
* оплата импортёром товара

Непременным условием импортной операции является платёжеспособность импортёра. Фирма, осуществляющая импортную сделку должна:

* изучить цены на интересующие её товары
* выбрать возможных поставщиков (продавцов) необходимых товаров
* определить целесообразный способ закупки товара
* провести переговоры и подписать контракт с экспортёром
* обеспечить соблюдение контрактных обязательств.

Основным инструментом регулирования импорта является таможенный тариф. Это систематизированный перечень ставок, определяющих размер платы при ввозе товаров, т.е. таможенных пошлин.

В настоящее время в таможенном тарифе применяется несколько видов пошлин, которые связаны со способом их установления. В первую очередь это адвалорные пошлины, где плата устанавливается в процентном отношении к стоимости товара. Вместе с этим используются и специфические ставки пошлин, размер которых выражается в виде определенной стоимостной величины, взимаемой с объема или количества товара. Применяются также комбинированные ставки, когда одновременно устанавливаются и адвалорная, и специфическая пошлины по отношению к одному товару.

При установлении ставок таможенных пошлин ведущим является режим наиболее благоприятствуемой нации, т.е. наличие в двусторонних договорах и соглашениях статьи, где говорится, что каждая из сторон предоставляет другой такой же режим в отношении тарифов и льгот, как и предоставляемый нации наибольшего благоприятствования, с которой торгует каждая из стран.

Импортный тариф преследует в первую очередь следующие цели:

• рационализация товарной структуры импорта;

•формирование условий для прогрессивных изменений структуры национального производства и потребления;

• защита рынка от недобросовестной иностранной конкуренции;

• создание условий для эффективной интеграции, в мировую экономику, включая присоединение к международным организациям;

• улучшение структуры платежного баланса.

Источники финансирования импорта схожи с источниками финансирования экспорта. Это обусловлено тем, что предоставление кредита экспортеру позволяет ему расширить торговый кредит импортеру (например, когда банк готов предоставить экспортеру аванс под инкассо, экспортер имеет возможность согласиться на оплату товара посредством срочной тратты), а также тем, что предоставление кредита импортеру позволяет экспортеру получать оплату немедленно (используя, например, лизинговые или форфейтинговые операции).

Способы финансирования импортеров включают:

1) банковский овердрафт в национальной или иностранной валюте;

2) ссуду в национальной или иностранной валюте;

3) торговлю по открытому счету;

4) финансирование посредством комиссионной фирмы;

5) расчеты при помощи акцептного аккредитива и аккредитива с рассрочкой платежа;

6) лизинг;

7) форфейтинг;

8) финансирование покупателю;

9) встречную торговлю;

10) банковский акцепт;

11) ссуду под продукцию.

**2. Преимущества и недостатки прямого импорта**

Преимущества:

* **Прямой импорт** – это возможность закупать товар напрямую у любого зарубежного производителя, минуя каких-либо посредников (оптовых компаний, дистрибьюторов).
* Импортируя продукцию напрямую, существует возможность:

– **Начать закупать продукцию любого завода-производителя из любой страны мира**.

– **Сократить свои издержки и снизить себестоимость продукции**, т. к. страна-импортер будет покупать товар по цене и напрямую у завода-производителя, минуя посредников в лице дистрибьюторов.

– **Сформировать уникальный ассортимент**: не будет ограничений предложением оптовых компаний, предприятия страны-импортера сможет закупать именно то, что востребовано на рынке и что не предлагают конкуренты.

* При прямом сбыте происходит непосредственное воздействие на потребителя, поэтому можно контролировать качество товара и быстро реагировать на требования рынка.
* Маркетинговая политика в области сбыта существенно отличается, когда продавцом является производитель и когда посредник (табл. 1).

Таблица 1. Различие политики сбыта производителя и посредника

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Политика сбыта** | **производителя** | **посредника** |
| Ценовая политика | Единая отпускная цена, стремление к единой розничной цене.  Умеренная торговая наценка | Дифференциация цен с ориентацией на спрос, регион, потребителя  Высокие торговые наценки розницы |
| Продуктовая политика | Удержание своего товара на рынке, как правило, консервативная торговая политика, т. к. товарная инновация требует инвестиций | Выбор такого товара, который пользуется спросом.  Посредник требует от производителя модификаций или нового товара |
| Распределительная политика | Крупные заказы, крупные постоянные посредники или потребители.  Навязывание всего ассортимента | Малые количества заказа.  Востребование ассортимента, пользующегося спросом |
| Рекламно-имиджевая политика | Продвижение своей торговой марки.  Формирование имиджа производителя | Формирование имиджа посредника за счет торговой марки и имиджа производителя |

Недостатки:

– Организация прямого импорта – это дополнительная ответственность, лишняя нагрузка на людей, работающих в представительстве.

**3. Особенности прямого импорта Беларуси**

При помещении импортируемых в Республику Беларусь товаров под таможенный режим свободного обращения подлежат уплате следующие таможенные платежи:

– таможенные сборы за таможенное оформление. Их ставка установлена Указом Президента РБ от 13.07.2006 №443 «О таможенных сборах»;

– ввозная таможенная пошлина. Ставки ввозных таможенных пошлин определены Указом Президента РБ от 31.12.2007 №699 «Об установлении ставок ввозных таможенных пошлин» (далее – Указ №699);

– налог на добавленную стоимость. Ставка данного налога установлена Законом РБ «О налоге на добавленную стоимость» в размере 18% (исключение – товары для детей (в т.ч. текстильные изделия), перечень которых определен Указом Президента РБ от 21.06.2007 г. №287 «О налогообложении продовольственных товаров и товаров для детей»).

Вместе с тем необходимо обратить внимание, что Указом Президента РБ от 08.02.2008 №68 «Об установлении ставок таможенных пошлин на ввозимые на таможенную территорию Республики Беларусь текстильные изделия» (далее – Указ №68) на 2008 г. установлены пониженные по сравнению с Таможенным тарифом (см. Указ №699) ставки ввозных таможенных пошлин на некоторые товары, происходящие из стран Европейского союза, Турецкой Республики, Швейцарской Конфедерации или Княжества Лихтенштейн.

Предусмотренные Указом №68 ставки не новы: они неоднократно устанавливалась ранее различными нормативными правовыми актами РБ (постановлениями Правительства РБ и указами Президента РБ). Изменялся только перечень стран, в т.ч. с учетом расширения Европейского союза, на товары, происходящие из которых, устанавливалось применение таких ставок ввозных таможенных пошлин.

Кроме того, в отношении отдельных товаров, происходящих из развивающихся стран, в соответствии с Декретом Президента РБ от 18.04.2003 №14 «Об установлении тарифных преференций» (далее – Декрет №14) установлено применение тарифных преференций в виде снижения ставок ввозных таможенных пошлин на 25%.

Также следует упомянуть, что согласно Декрету №14 для целей предоставления предусмотренных им тарифных преференций должны быть одновременно соблюдены:

***1) правило непосредственной закупки.***

Товар рассматривается как непосредственно закупленный, если импортер приобрел его у лица, зарегистрированного в установленном порядке в качестве субъекта предпринимательской деятельности в развивающейся стране, на которую распространяется тарифный преференциальный режим;

***2) правило прямой отгрузки.***

Прямой отгрузкой (поставкой) считается поставка товаров, транспортируемых из развивающейся страны, на которую распространяется тарифный преференциальный режим, в страну, предоставившую тарифные преференции без провоза через территорию другого государства.

Правилу прямой отгрузки отвечают также:

– товары, транспортируемые через территорию одной или нескольких стран вследствие географических, транспортных, технических или экономических причин, при условии, что товары в странах транзита, в т.ч. при их временном складировании на территории этих стран, находятся под таможенным контролем;

– товары, закупленные импортером на выставках или ярмарках, при выполнении следующих условий:

– товары были поставлены с территории развивающейся или наименее развитой страны (территории), на которую распространяется тарифный преференциальный режим, на территорию страны проведения выставки или ярмарки и оставались под таможенным контролем при их проведении;

– товары с момента их отправки на выставку или ярмарку не использовались в каких-либо иных целях, кроме демонстрационных;

– товары ввозятся в страну, предоставившую тарифные преференции, в том же состоянии, в котором они были поставлены на выставку или ярмарку, без учета изменений состояния товаров вследствие естественного износа либо убыли при нормальных условиях транспортировки и хранения.

В современных условиях роль и значение рыночных исследований в работе по повышению эффективности внешнеэкономических связей быстро возрастают. Под влиянием процессов межрегионального развития, расширения и углубления международного разделения труда, а также в результате воздействия других факторов на мировых рынках все чаще происходят серьезные изменения. Быстро обновляется и расширяется товарная номенклатура, вместе с изменением технико-экономических параметров меняются и стоимостные показатели. Инфляционные процессы и валютные интервенции и ограничения приводят к резким колебаниям цен, меняются методы и формы международной торговли, структура фирм и т.д. Изучение всех этих вопросов в комплексе дает представление о рыночной конъюнктуре и является необходимой предпосылкой заключения любой внешнеторговой сделки с международными организациями.

Вместе с тем знание конъюнктуры необходимо не только при выходе на рынки промышленно развитых или развивающихся стран. Умение анализировать и прогнозировать развитие мировых товарных рынков требуется и при заключении контрактов.

Изучение основных тенденций развития товарных рынков как на данный момент, так и на перспективу дает возможность своевременно выявить те изменения, которые происходят в процессе производства и международной торговли экспортируемым или импортируемым товаром (либо товарной группой).

**Заключение**

Таким образом, прямой импорт – ввоз товара в страну его потребления непосредственно из страны происхождения товара.

При планировании импортной деятельности предприятия учитывают следующее:

* Отсутствие или недостаточный объем данного товара на внутреннем рынке;
* Качество импортного товара. Оно должно быть намного выше качества аналогичной отечественной продукции;
* Цены на аналогичный товар на внутреннем рынке. Они должны быть выше цен импортного товара;
* Затраты, связанные с транспортировкой товара, уплату таможенных платежей, прочие затраты.

Проведение импортной операции осуществляется в 4 этапа:

* 1. Предконтрактный период подготовки внешнеторговой сделки
  2. Согласование внешнеторгового контракта
  3. Исполнение конкретных условий
  4. Реализация целевой программы

**Одним из главных преимуществ прямого импорта является возможность** закупать товар напрямую у любого зарубежного производителя, минуя посредников. К прямому импорту прибегает все большее количество промышленных предприятий. Это обусловлено тем, что закупки сырья, комплектующих и полуфабрикатов за границей без посредников обходятся дешевле. Прямой импорт – успешный путь к эффективному функционированию предприятия.

**Список используемых источников**

1. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью: Методические указания по проведению деловой игры «Импорт»/А.В. Алехнович. – Мн.: Институт управления и предпринимательства, 2003. – 28 с.
2. Международный менеджмент: Краткий учебно-методический комплекс/В.Я. Стариков, С.Г. Щербакова; Минский институт управления. – Мн.: Издательство МИУ, 2003. – 63 с.
3. Международный менеджмент: Курс лекций/ Д.Ф. Рутко. – Мн.: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2008. – 109 с.
4. Международный менеджмент: Учебник для вузов/ С.Э. Пивоваров, Л.С. Тарасевич. 4-е издание – СПб: Издательство «Питер», 2008 – 720 с.
5. Менеджмент, маркетинг фирмы: Учебное пособие для студентов экономических факультетов/ И.И. Кулик, В.Л. Клюня, В.И. Кулик, А.И. Кулик. – Мн.: БГУ, 2006. – 407 с.
6. Международный менеджмент: Учебник для вузов/ Под редакцией С.Э. Пивоварова. – СПб: Издательство «Питер», 2000. – 624 с.
7. http://www.pcweek.ru/themes/detail.php? ID=108903
8. http://enbv.narod.ru/text/Econom/marketing/sale\_marketing/str/04.html