СОДЕРЖАнИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. Методы анализа внешней среды бизнеса и сильных и слабых сторон организации

2. Условия, основные формы и инструменты регулирования международного кредита

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

ВВЕДЕНИЕ

Цель первого вопроса – отразить методы анализа внешней среды бизнеса.

Актуальность данной темы для современной компании весьма высока в силу все растущей глобализации и международного разделения труда. Каждая компания, выходя на новые рынки, должна комплексно оценить климат для ведения бизнеса. Так при благоприятной налоговой обстановке в государстве может быть недостаточно устойчивое политическое положение. Таким примером служат страны Африки. Очень многие страны данного региона установили режим наибольшего благоприятствования для иностранных инвесторов, однако риск войны и экстремизма высок в очень многих странах Африки. Поэтому государство, как отмечалось, не может рассматривать страну лишь в одном аспекте: следует рассмотреть страну комплексно

Цель второго вопроса – отразить условия, инструменты регулирования, формы международного кредита.

В условиях дефицита капитала субъекты хозяйствования либо государства могут обращаться за финансированием в другие государства в иностранные банки. Особую группу составляют международные финансовые организации: МВФ, МБРР, ЕБРР и др. Естественно, существуют различные условия предоставления данных кредитов, мониторинг за целевым использованием и т.д. Именно это и будет анализироваться в ходе рассмотрения вопроса.

1. Методы анализа внешней среды бизнеса и сильных и слабых сторон организации

Независимо от того, какой стратегии придерживается международная компания, перед большинством из них стоит фундаментальная цель увеличения доли рынка, роста доходов и прибылей. В большинстве случаев достижение этих целей обеспечивается посредством проникновения компании на новые рынки или посредством вывода новых продуктов на рынки, где компания уже присутствует. Способность компании добиться этого зависит от глубины понимания условий, сложившихся на данном географическом или товарном рынке.2 Чтобы достичь успеха в увеличении доли на рынке, доходов и прибылей, компании должны осуществить следующие три этапа: 1) оценка альтернативных рынков; 2) оценка издержек, выгод и рисков при проникновении на каждый из этих рынков; 3) выбор тех рынков, которые обладают наибольшим потенциалом для начала или расширения деятельности компании.

В процессе оценки альтернативных зарубежных рынков специалисты компании должны проанализировать ряд факторов, в том числе текущий и потенциальный размер рынка, уровень конкуренции, правовую и политическую среду ведения бизнеса, а также социокультурные факторы, которые могут оказать влияние на эффективность работы компании на данном рынке.

Информация о некоторых характеристиках целевых рынков достаточно объективна и доступна. Например, стабильность национальной валюты той или иной страны имеет большое значение, если компания планирует там экспортно-импортные операции или анализирует инвестиционные возможности. Объективную информацию по этому вопросу можно без труда найти в разных печатных источниках, которые издаются в родной стране компании или публикуются в Интернете. Информация по другим факторам, от которых зависит деятельность компании на зарубежном рынке, может оказаться субъективной и труднодоступной. Например, в родной стране компании достаточно трудно получить сведения о честности правительственных чиновников в стране пребывания или| о прозрачности процедуры получения разрешений на предоставление коммунальных услуг. Сбор такой информации во многих случаях влечет за собой необходимость непосредственного посещения той страны, в которой компания планирует вести бизнес, еще на начальном этапе процесса принятия соответствующих решений. Задача такой поездки специалистов компании состоит в том, чтобы обсудить интересующие вопросы с местными экспертами (например, с членами персонала посольства и должностными лицами торговой палаты) или наладить контакты с консультационной фирмой, которая может предоставить необходимые данные.

Потенциал рынка. Первый этап отбора зарубежных рынков — это оценка потенциала рынка. Во многих печатных изданиях приводятся данные о численности населения, ВВП на душу населения, а также об общественной инфраструктуре и о наличии таких товаров, как автомобили и телевизоры, в собственности жителей страны. Такие данные позволяют специалистам компаний провести предварительную, быструю и грубую оценку различных зарубежных рынков.

Принятие компанией решений на основании этой информации во многих случаях зависит от позиционирования ее продукции на рынке относительно продукции конкурирующих фирм. Для компании, выпускающей дорогие высококачественные товары, могут представлять интерес богатые рынки, но у такой компании могут возникнуть трудности с проникновением на рынки более бедных стран. Напротив, для компании, специализирующейся на выпуске дешевых товаров низкого качества, бедный рынок может оказаться более прибыльным, чем богатый. Рассмотрим различия между рынком Китайской Народной Республики и рынком Республики Китай (так называют Тайвань). Численность населения Тайваня кажется ничтожной по сравнению с населением Китая, однако в Тайване, в отличие от Китая, доход на душу населения достаточно высок; кроме того, жители страны имеют в своем распоряжении большое количество различных товаров длительного пользования. Совершенно очевидно, что в компании, которая намеревается продавать свою продукцию на обоих рынках, должны быть разработаны разные стратегии проникновения на каждый из них. [1, с. 144]

На следующем этапе специалисты компании должны собрать и проанализировать данные, имеющие отношение к рассматриваемому семейству товаров. Например, если компания Pirelli планирует продавать шины в Таиланде, менеджеры по стратегическому планированию этой компании должны собрать информацию о инфраструктуре этой страны, об альтернативных транспортных системах, о ценах на бензин, а также о динамике увеличения количества транспортных средств, имеющихся в собственности жителей страны. Кроме того, специалистам компании Pirelli необходимо собрать информацию о среднем возрасте автомобилей, а также о производстве автомобилей в Таиланде, для того чтобы определить, на какой рынок компании следует ориентировать свою деятельность — рынок заменяемых изделий или рынок комплектующих для автомобилестроительных компаний. В некоторых ситуациях у компании может возникнуть необходимость в том, чтобы прибегнуть к использованию косвенных данных. Например, при принятии решения о продаже посудомоечных машин на рынке Южной Кореи в компании Whirlpool были проанализированы Данные о продажах других электробытовых приборов, о потреблении электроэнергии на душу населения, а также о количестве семей с двумя работающими членами семьи.

Таблица 1.1 Критерии инвестирования

|  |  |
| --- | --- |
| Предмет оценки | Вопросы, подлежащие рассмотрению |
| Размеры товарного рынка | Каков размер товарного рынка в натуральном выражении и по стоимости продаж? |
| Основные отличия товарного рынка | Каковы основные отличия данного товарного рынка от других рынков, где компания имеет опыт продаж, по таким параметрам, как профиль потребителей, уровень цен, особенности закупочной деятельности в стране и конструктивные особенности продукции?  Как эти отличия могут повлиять на перенос возможностей компании в новую деловую среду, а также на экономическую эффективность их использования? |
| Структурные характеристики национального товарного  рынка | Какие связи и взаимоотношения существуют между потенциальными потребителями и конкурирующими компаниями, которые в текущий момент занимают в стране лидирующие позиции и удовлетворяют нужды этих потребителей?  Каковы основные каналы сбыта товаров (система скидок, связи между действующими производителями, уровни распределения товаров, разделяющие производителей и конечных потребителей, взаимосвязи между предприятиями оптовой торговли, взаимосвязи между предприятиями оптовой и розничной торговли, система финансирования, роль правительства)? Какие взаимосвязи существуют между действующими производителями и их поставщиками?  Имеет ли место концентрация промышленных предприятий той или иной отрасли промышленности, а также практикуется ли заключение соглашений, в основе которых лежит тайный сговор? |
| Анализ деятельности конкурентов | Каковы основные характеристики конкурирующих фирм (размер, коэффициент использования производственных мощностей, сильные и слабые стороны, технологии, источники поставок, наличие льгот на рынке, отношения с правительством)?  Какова эффективность работы конкурентов в плане увеличения доли на рынке, объема продаж и размеров прибыли? |
| Потенциальные целевые рынки | Каковы характеристики основных сегментов товарного рынка?  На каких сегментах рынка компании целесообразно осуществлять сбыт  своей продукции? |
| Релевантные тенденции (ретроспективные и прогнозируемые) | Какие изменения (краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные) общих размеров данного рынка имели место?  Какие изменения эффективности работы конкурирующей компании имели место (изменения по таким параметрам, как доля на рынке, объем продаж и прибыль)?  Каков характер конкурентной борьбы (другими словами, ведется ли конкурентная борьба только на внутреннем или и на международном рынке)? Как изменилась структура рынка? |
| Объяснение перемен, происходящих на рынке | Почему одни компании получают прибыли, а другие — несут убытки? Получают ли иностранные компании, действующие на данном рынке, прибыли или они терпят убытки?  Существует ли какое-либо общее объяснение зафиксированных перемен, например, жизненный цикл продукта, изменение общего направления бизнеса или изменение характера спроса?  Каковы перспективы деятельности компании на данном рынке в будущем? |
| Факторы успеха | Какие ключевые факторы лежат в основе успеха в данной среде ведения бизнеса, а также какие "болевые точки" могут привести к переходу доли на рынке от одной компании к другой?  Чем эти факторы отличаются от факторов, с которыми компания сталкивалась на других рынках?  Какое отношение эти факторы успеха имеют к работе компании? |
| Альтернативные варианты стратегий | Какие элементы стратегии проникновения в данную страну вытекают из выполненного анализа?  Какая дополнительная информация требуется, чтобы более точно определить альтернативные варианты проникновения? |

Однако такие данные отображают прошлое, а не будущее. В то же время компании должны проанализировать потенциальные возможности развития экономики страны с использованием как объективных, так и субъективных критериев. К числу объективных критериев относятся изменения уровня доходов на душу населения, потребления электроэнергии, ВВП, а также количества потребительских товаров длительного пользования (таких как автомобили) в собственности жителей страны. В процессе оценки потенциала роста экономики необходимо также учитывать и субъективные выводы. Например, после краха коммунистической системы хозяйствования в странах Центральной и Восточной Европы многие западные компании проигнорировали данные о негативных экономических показателях в этих странах. Вместо этого они сосредоточили внимание на перспективах будущего экономического развития этих стран, возникающих но мере ведения новой экономической политики и реализации новых экономических программ. В результате, по мере выхода этих стран из кризиса, связанного с переходом к капитализму, Procter & Gamble и Unilever, разместившие производственные мощности, организовавшие каналы распределения продукции, а также популяризировавшие свои бренды, имели преимущества первого шага на этих рынках. В разделе "Мир в фокусе" рассматривается потенциал рынка и связанные с ним условия ведения бизнеса в Бразилии.

Еще один фактор, который подлежит внимательному анализу в процессе отбора зарубежного рынка, — это уровень конкуренции На этом рынке (как в настоящем, так и в будущем). Чтобы осуществить оценку конкурентной среды, специалисты компании должны определить количество и размер компаний, которые уже конкурируют на целевом рынке, их долю на рынке, стратегии ценообразования и распределения товаров, их сильные и слабые стороны. При этом необходимо проанализировать конкурентоспособность каждой из этих компаний в отдельности, а также их совокупную конкурентоспособность. На следующем этапе необходимо сопоставить все эти факторы с реальными условиями, сложившимися на рынке, а также определить конкурентные позиции самой компании на этом рынке. [4, с. 327]

Правовая и политическая среда. Специалисты компании, которая планирует проникновение на тот или иной зарубежный рынок, должны быть хорошо осведомлены о торговой политике соответствующей страны, а также о правовой и политической среде бизнеса в этой стране. Компания может отказаться от экспорта товаров в страну, где действуют высокие тарифы и другие торговые ограничения, в пользу страны, в которой меньше таких ограничений или они незначительны. Напротив, торговая политика и/или торговые ограничения могут стать стимулом к выходу компании на тот или иной рынок с помощью прямых зарубежных инвестиций. Например, компании Ford, Audi и Mercedes-Benz построили собственные сборочные предприятия в Бразилии, чтобы избежать высоких тарифных ставок, действующих в этой стране, а также чтобы использовать Бразилию в качестве производственной базы, обеспечивающей доступ к рынкам других стран — членов Mercosur.5 Правительства некоторых стран требуют, чтобы иностранные компании, желающие развернуть свою деятельность на их территории, создавали совместные предприятия с местными партнерами.

Стабильность государства представляет собой еще один важный фактор оценки зарубежных рынков. Для некоторых развивающихся стран характерна склонность к военным переворотам, которые приводят к развалу экономики. В процессе анализа зарубежных рынков необходимо также внимательно изучить государственное регулирование ценообразования и продвижения товаров на рынок. Например, во многих странах запрещена реклама табачных изделий и алкогольных напитков. Следовательно, зарубежным производителям таких товаров необходимо проанализировать, каким образом подобные ограничения могут повлиять на их способность наладить сбыт своей продукции на рынках этих стран. Помимо всего прочего специалистам иностранных компаний необходимо проявить особую заботу о том, чтобы не затронуть политическую чувствительность народа принимающей страны. Руководство Китайской Народной Республики (КНР) отказывается признать Республику Китай как независимое государство, рассматривая Тайвань как отколовшуюся провинцию.

Влияние социокультурных факторов. Менеджеры, выполняющие оценку зарубежных рынков, должны также проанализировать социокультурные факторы, субъективный характер которых затрудняет их количественное описание. Чтобы снизить уровень неопределенности, обусловленный этими факторами, компании во многих случаях сосредоточивают свою международную деятельность в странах, в которых культурная среда напоминает культуру ведения бизнеса, сложившуюся на отечественных рынках.и для кого не секрет, что пиво пользуется огромной популярностью. Мировое потребление пива на душу населения составляет 22 литра (62 банки) в год, что делает пиво четвертым напитком по объему продаж после чая, молока и безалкогольных напитков. Первое место по продажам пива занимают Европа и Соединенные Штаты Америки, однако в настоящее время в Азии и Южной Америке также формируются новые рынки сбыта пива, которые находятся на пороге стремительного роста. "В мире существуют только три быстрорастущих рынка сбыта пива — Бразилия, Мексика и Китай", — говорит Марко Вера (Marco Vera) — аналитик, занимающийся проблемами этой отрасли промышленности. В 2002 г. объем продаж пива в Бразилии увеличился на 2,5%, тогда как мировой объем продаж этого напитка возрос всего на 0,8%. Неудивительно, что пивоваренные компании предпринимательского типа играют важнейшую роль в этой быстро развивающейся отрасли.

Таким образом, существует огромное количество факторов, влияющих на принятие решений об инвестировании средств в развитие производства в иностранном государстве, и только подходя комплексно к данному вопросу можно принять правильное решение.

# 2. Условия, основные формы и инструменты регулирования международного кредита

Кредитные отношения в экономике базируются на определенной методологической основе, одним из элементов которой выступают принципы, строго соблюдаемые при практической организации любой операции на рынке ссудных капиталов. Эти принципы стихийно складывались еще на первом этапе развития кредита, а в дальнейшем нашли прямое отражение в общегосударственном и международном кредитном законодательствах.

В условия международного кредита входят следующие понятия: валюта кредита и валюта платежа, сумма, срок, условия использования и погашения, стоимость, вид обеспечения, методы страхования рисков.

*Валюта кредита и валюта платежа.* Валюта кредита – это валюта, установленная при предоставлении кредита участниками кредитного соглашения. На её выбор влияет ряд факторов, таких как степень её стабильности, уровень процентной ставки, практика международных расчетов, степень инфляции и т. д. Валютой международных кредитов могут являться национальные единицы, евровалюты, международные счетные валютные единицы. Валюта платежа – валюта, в которой происходит погашение кредита, она может не совпадать с валютой кредита. В таких случаях могут иметь место "мягкие займы" - займы, предоставленные в валюте кредитора, погашаются национальной валютой заемщика.

*Сумма кредита –* часть ссудного капитала, предоставленная в товарной или денежной форме заемщику. Обязательно фиксируется в коммерческом контракте. Сумма банковского кредита (кредитная линия) определяется кредитным соглашением или путем обмена телексами. Обычно кредит предоставляется в виде долей (траншей), которые различаются по своим условиям. [3, с. 64]

*Срок международного кредита –* важное средство конкурентной борьбы на мировых рынках. Он зависит от ряда факторов: целевого назначения кредита, соотношения спроса и предложения аналогичных кредитов, размера контракта, национального законодательства, традиционной практики кредитования, межгосударственных соглашений. Для определения эффективности кредита различают полный и средний сроки.

Полный срок исчисляется от момента начала использования кредита до его окончательного погашения. Включает период использования предоставленного кредита, льготный (грационный) период, т. е. отсрочку погашения использованного кредита, и период погашения, когда осуществляется выплата основного долга и процентов.

По *условиям погашения* различают кредиты:

С равномерным погашением равными долями в течение согласованного срока;

С неравномерным погашением в зависимости от зафиксированного в соглашении принципа и графика;

С единовременным погашением всей суммы сразу;

Аннуитетные (равные годовые взносы основной суммы займа и процентов).

*Стоимость кредита.* Элементы стоимости кредита делятся на договорные и скрытые. В договорные, т. е. обусловленные соглашением условия, включаются основные и дополнительные. Основные элементы стоимости кредита – это суммы, которые должник непосредственно выплачивает кредитору, включая проценты, расходы по оформлению залога комиссии. Дополнительные элементы включают суммы, выплачиваемые заемщиком третьим лицам. Сверх основного процента банк взимает специальную (в зависимости от суммы и срока кредита) и единовременную (независимо от срока и размера ссуды) комиссию. По средне- и долгосрочным кредитам берутся комиссии за обязательство предоставить ссуду и за резервирование средств (0,2 – 0,75% годовых). При проведении кредитных операций банковским консорциумом заемщик выплачивает единовременную комиссию за управление банку-менеджеру (до 0,5% суммы кредита), за переговоры, а также другим банкам за участие.

Хотя процентные ставки по международному кредиту не формируются на базе процентов по внутреннему кредиту, в конечном счете цена международного кредита базируется на процентных ставках стран-ведущих кредиторов (США, Японии, Германии). В силу огромного количества факторов, влияющих на ссудный процент, образуется разрыв между национальными уровнями ставок.

Периодический беспрецедентный рост процента и амплитуды его колебаний бывает вызван нестабильностью экономики, усилением инфляции, колебаниями валютного курса, "войной процентных ставок", отражающей конкурентную борьбу на мировом рынке

*Реальной процентной ставкой* называется номинальная ставка за вычетом темпа инфляции за определенный период. Если темп обесценения денег превышает величину номинальной ставки, то реальная процентная ставка превращается в отрицательную. Выравнивание национальных процентных ставок происходит не только в результате движения между странами краткосрочных капиталов, но и в зависимости от динамики валютных курсов. Обычно, чем выше курс валюты, тем ниже процент по вкладам в этой евровалюте.

По еврокредитам практикуются международные процентные ставки. ЛИБОР (Лондонская межбанковская ставка предложения) обычно на 1/8 пункта выше ставки по вкладам и на ½ пункта ниже процента по кредитам конечному заемщику.

Скрытые элементы стоимости кредита включают прочие расходы, связанные с получением и использованием кредита и не упомянутые в соглашении. Сюда входят: завышенные цены товаров по фирменным кредитам; принудительные депозиты в установленном размере от ссуды; требование страхования кредита в определенной страховой компании, связанной с банком; завышение банком комиссии по инкассации товарных документов и т. д. Льготные условия некоторых международных кредитов сочетаются с кабальными скрытыми издержками, которые дорого обходятся заемщику.

Важной характеристикой международного кредита является также его *обеспечение.*

Существуют следующие виды финансово-товарного обеспечения кредитов:

* выставление платежной контргарантии учредителя (вышестоящей организации) заемщика
* обязательство предоставлять определенные договором товары при наступлении гарантийного срока
* залог товарно-материальных ценностей, средств на счетах и др. настоящих и будущих активов клиента, в том числе оплаченных за счет кредита банка
* долгосрочные и гарантированные поставки сырья по фиксированным ценам
* залог прав по договорам аренды с инофирмами – арендаторами недвижимости (инвестиционных товаров)
* гибкая структура платежей в погашение кредита
* дополнительные кредиты (кредитные линии) типа "стэнд-бай", "континдженси"
* кредитование поставок в составе консорциума с "рамбурсом" на главного контактора
* получение рефинансирования за счет кредитов банка-поставщика в размере 100% кредита, предоставленного банком клиенту
* предоставление клиентом банку права осуществления платежей по выставленной им контргарантии с блокированного счета с отражением по валютным поступлениям учредителей (вышестоящих организаций) в уменьшение экспортной выручки
* солидарные контргарантии предприятий – изготовителей экспортной продукции
* контргарантии (совместные гарантии) первоклассных банков и фирм-участников инвестиционных проектов
* платежная гарантия правительства или уполномоченного правительством органа
* увеличение в стоимости контракта доли авансовых и др. наличных платежей
* система специальных резервных и др. счетов
* независимая оценка проекта, заключение о положении на рынках сбыта, налоговая экспертиза
* право кредитора на долгосрочное принудительное погашение кредита, его переуступка и др. [3, с. 78]

При определении валютно-финансовых условий международного кредита кредитор исходит из кредитоспособности (способности заемщика получить кредит), и платежеспособности (способности заемщика своевременно и полностью рассчитываться по своим обязательствам. Исходя из этого, одним из условий международного кредита является защита от кредитных, валютных и др. рисков.

Страхование и гарантирование международных кредитов осуществляют специальные организации (государственные или полугосударственные, а также частные). Государственное страхование распространено на наиболее рискованные операции, что в максимальной степени освобождает частных предпринимателей от рисков.

Степень государственного вмешательства в международные кредитные отношения может быть различной. Однако формы такого вмешательства являются практически одинаковыми в разных странах. Регулируя международные кредитные отношения, государство может использовать следующие методы:

* правовые, устанавливающие предельный размер внешних заимствований и предоставляемых средств иностранным заемщикам в текущем финансовом году;
* нормативные, определяющие порядок получения и предоставления иностранных кредитов;
* бюджетно-финансовые, включающие субсидирование, осуществляемое за счет государственного бюджета;
* предоставление гарантий иностранным кредиторам; а также бонификацию, то есть выплату разницы между рыночными и льготными процентными ставками по экспортным кредитам.

Используя такие методы, государство может стимулировать активные кредитные операции на внешнем рынке. Содержание этого блока, как и всего механизма международных кредитных отношений, во многом зависит от специфики хозяйственной системы, в рамках которой происходит его реализация.

Формы международного кредита можно классифицировать по следующим основным признакам.

1. По источникам:

* внутренние;
* иностранные;
* смешанные;
* кредитование внешней торговли.

Все эти формы тесно взаимосвязаны и обслуживают все стадии движения товара от экспортера к импортеру. Чем ближе товар к реализации, тем благоприятнее для должника условия международного кредита.

2. По назначению (в зависимости от того, какая внешнеэкономическая сделка покрывается за счет заемных средств):

* коммерческие кредиты — непосредственно связанные с внешней торговлей и услугами;
* финансовые кредиты (включая прямые капиталовложения) — строительство, инвестиционные проекты, приобретение ценных бумаг, погашение внешней задолженности;
* "промежуточные кредиты" — предназначенные для обслуживания смешанных форм вывоза капиталов, товаров, услуг (например, в виде выполнения подрядных работ).

3. По валюте займа:

* предоставляемые в валюте страны-должника или страны кредитора;
* предоставляемые в валюте третьей страны (СДР, ЭКЮ).

4. По срокам:

* сверхкраткосрочные — предоставляемые на срок до трех месяцев (суточные, недельные);
* краткосрочные — до 1 года;
* среднесрочные — от 1 года до 5 лет;
* долгосрочные — свыше 5 лет.

5. С точки зрения обеспечения:

* обеспеченные;
* бланковские.

Обеспечением обычно служат товары, товарораспределительные и другие коммерческие документы, ценные бумаги, векселя, недвижимость и другие ценности. Залог товара для получения кредита осуществляется в трех формах:

* твердый залог (определенная товарная масса закладывается в пользу банка);
* залог товара в обороте (учитывается остаток товара соответствующего ассортимента на определенную сумму);
* залог товара в переработке (из заложенного товара можно изготавливать изделия, но передавая их в залог банку).

Бланковский кредит выдается под обязательство должника погасить его в определенный срок (соло-вексель).

6. С точки зрения техники предоставления:

* финансовые (наличные) — зачисляемые на счет должника в его распоряжение;
* акцептные — в форме акцепта тратты импортером или банком;
* депозитные сертификаты;
* облигационные займы;
* консорционные кредиты и т.д.

7. В зависимости от того, кто выступает в качестве кредитора:

* частные;
* правительственные;
* смешанные;
* межгосударственные.

В настоящее время наиболее широкое распространение нашли следующие виды международных кредитов:

Ролловерные (roll-over credit) — средне- или долгосрочный кредит, предоставляемый по плавающей ставке, фиксируемой через равные промежутки времени (3..6 месяцев).

Фирменный (коммерческий кредит) — ссуда, предоставляемая фирмой (обычно — экспортером) одной страны импортеру другой страны в виде отсрочки платежа. Коммерческий кредит во внешней торговле сочетается с расчетами по товарным операциям. Фирменный кредит обычно оформляется векселем или предоставляется по открытому счету. [5, c. 162]

Вексельный кредит предусматривает, что экспортер, заключив соглашение о продаже товара, выставляет переводной вексель (тратту) на импортера, который, получив коммерческие документы, акцептирует его, т. е. дает согласие на оплату в указанные на нем сроки.

Кредит по открытому счету предоставляется путем соглашения, по которому поставщик записывает на счет покупателя в качестве его долга стоимость проданных и отгруженных товаров, а импортер обязуется погасить кредит в установленные сроки.

Разновидностью фирменных кредитов является авансовый платеж импортера (покупательский аванс), который при подписании контракта осуществляется импортером в пользу иностранного поставщика обычно в размере 10..15% стоимости заказа.

Банковские кредиты экспорта и импорта выступают в форме ссуд под залог товаров, товарных документов, векселей, а также учета тратт. Иногда банки предоставляют крупным фирмам-экспортерам бланковый кредит, т.е. без формального обеспечения.

Кредит покупателю — особенностью его является то, что банк экспортера непосредственно кредитует не национального экспортера, а иностранного покупателя, т.е. фирмы страны-импортера и их банки. Тем самым импортер приобретает необходимые товары с оплатой счетов поставщика за счет средств кредитора с отнесением задолженности на покупателя или его банк.

Акцептно-рамбурсный кредит — основан на сочетании акцепта векселей экспортера банком третьей страны в переводе (рамбурсировании) суммы векселя импортером банку-акцептанту. Условия этого вида кредита — лимит, сроки, процентная ставка, порядок оформления, использования и погашения, определяются на основе предварительной межбанковской договоренности. Обеспеченность кредита обусловливается реализацией товара.

Брокерский кредит — промежуточная форма между фирменным и банковским кредитами. Брокерская комиссия составляет от 1/50 до 1/32 суммы сделки.

Экспортный кредит — кредит, выдаваемый банком страны-импортера для кредитования поставок машин, оборудования и т. д.

Проектное кредитование (финансирование) — долгосрочное международное кредитование проектов на определенный срок.

Особой формой кредитных отношений является лизинг — предоставление лизинговыми компаниями оборудования, судов, самолетов и т.д. в аренду фирмам на срок от 3 до 15 лет и более без перехода права собственности.

Лизинг включает организацию и кредитование транспортировки; монтаж, техническое обслуживание и страхование объектов лизинга; обеспечение запасными частями; консультационные, организационные и информационные услуги.

Под периодом лизинга понимают срок, в течение которого сданные в лизинг средства производства находятся на балансе лизингодателя, а лизингополучатель использует их в своей хозяйственной деятельности, выплачивая лизинговой компании установленные платежи.

Формой международного кредита являются также факторинговые операции — покупка специализированной финансовой компанией денежных требований экспортера к импортеру и их инкассация.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Авдокушин Е.Ф. Международные экономические отношения. М.: Маркетинг, 2004.
2. Киреев А. Международная экономика: В 2-х т. М.: Международные отношения, 2005.
3. Курьеров В. Г., Внешнеторговая политика, иностранные инвестиции и внешний долг России. // ЭКО, 2006г., №9, с 16-31.
4. Пивоваров Г.Н. Стратегический менеджмент. // Москва, 2003, 733 с.
5. Современная экономика. /Под ред. О.Ю.Мамедова, Р-н-Д.:Феникс, 2007. 606с.