

УДК 658:339.9(075.8)  
ББК 65.298я73  
В60

Р е ц е н з е н т ы:

*кафедра организационно-экономических систем Уральского  
государственного университета им. М. Горького;*  
доктор экономических наук, профессор *Е.С. Сапиро*

Главный редактор издательства *Н.Д. Эриашвили*,  
кандидат юридических наук, доктор экономических наук, профессор,  
лауреат премии Правительства РФ в области науки и техники

**В60** **Внешнеэкономическая** деятельность предприятия: учеб-  
ник для студентов вузов, обучающихся по экономическим  
специальностям / [Л.Е. Стровский и др.]; под ред. Л.Е. Стров-  
ского. — 5-е изд., перераб. и доп. — М.: ЮНИТИ-  
ДАНА, 2015. — 503 с. — (Серия «Золотой фонд российских  
учебников»).

ISBN 978-5-238-01772-3

Агентство СІР РГБ

Рассмотрены вопросы экспортно-импортной деятельности: изучение  
мирового рынка, выбор партнера, анализ деятельности фирм, формы  
реализации товара и послепродажного обслуживания, международный  
контракт.

Включены главы, посвященные биржевой торговле, охране интеллек-  
туальной собственности, транспортной логистике.

Для студентов и преподавателей вузов, слушателей системы пере-  
подготовки, а также для менеджеров, специалистов внешнеэкономиче-  
ских и маркетинговых служб предприятий.

**ББК 65.298я73**

ISBN 978-5-238-01772-3

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА, 1996, 1999, 2001, 2007, 2010

Принадлежит исключительное право на использование и распространение  
издания (ФЗ № 94-ФЗ от 21 июля 2005 г.).

Воспроизведение всей книги или любой ее части любыми средствами или в  
какой-либо форме, в том числе в интернет-сети, запрещается без письменного  
разрешения издательства.

© Оформление «ЮНИТИ-ДАНА», 2010

# Оглавление

---

Предисловие	3
Раздел I. Управление внешнеэкономической деятельностью предприятия в условиях развития рыночной экономики в России	7
Глава 1. Проблемы интеграции России в систему мирохозяйственных связей	8
1.1. Россия в современном мире. Оценка конкурентоспособности российской экономики	8
1.2. Взаимозависимость социально-экономического состояния страны и ее внешнеэкономических связей	21
1.3. Взаимодействие России и российских регионов с Европейским Союзом	27
1.4. Внешнеэкономические связи России и стран СНГ	34
1.5. Экспортная специализация России	46
Глава 2. Регулирование внешнеэкономической деятельности в России	52
2.1. Регулирование внешнеэкономической деятельности на уровне государства	52
2.2. Регулирование внешнеэкономической деятельности на уровне региона	79
Глава 3. Организация управления внешнеэкономической деятельностью на уровне предприятия	90
3.1. Работа предприятия по выходу на внешний рынок	90
3.2. Формы организации внешнеэкономической службы на уровне предприятия	100
Раздел II. Организационно-правовые и экономические условия выбора иностранного партнера	109
Глава 4. Выбор иностранного партнера	110
4.1. Классификация фирм, действующих на мировом рынке	110
4.2. Правовое положение и ответственность фирм	112
Глава 5. Основные показатели деятельности зарубежных фирм	127
5.1. Отчетность фирм	127
5.2. Показатели, характеризующие фирму	135

Глава 6. Информационное обеспечение внешнеэкономической деятельности	151
6.1. Источники коммерческой информации	151
6.2. Интернет и внешнеэкономическая деятельность	159
6.3. Внешнеэкономическая деятельность организации и Международная торговая палата	162
Раздел III. Договор международной купли-продажи товаров. Экономическое обоснование решений	169
Глава 7. Международный коммерческий договор (контракт)	170
7.1. Международный коммерческий договор (контракт): понятие и юридические признаки	170
7.2. Источники правового регулирования договорных отношений в сфере международного коммерческого оборота	174
7.3. Договор (контракт) международной купли-продажи товаров: понятие и признаки	177
7.4. Правовой режим заключения договора (контракта) международной купли-продажи товаров	180
7.5. Формирование содержания договора международной купли-продажи товаров	184
Глава 8. Экономический анализ внешнеэкономической деятельности предприятия	196
8.1. Анализ внешнеторговой деятельности предприятия	196
8.2. Дисконтирование при расчете эффективности внешнеторговых операций	212
8.3. Влияние валютного курса на экономические результаты деятельности хозяйствующих субъектов	219
Раздел IV. Финансовые аспекты организации внешнеэкономической деятельности	227
Глава 9. Валютно-финансовые отношения предприятий с зарубежными партнерами	228
9.1. Основы валютного законодательства РФ	228
9.2. Основы организации международных расчетов	231
9.3. Формы международных расчетов	233
9.4. Банковская гарантия в практике международных расчетов	247
9.5. Валютно-финансовые условия контрактов	251
9.6. Кредитование внешней торговли	254

Глава 10. Международный рынок ценных бумаг. Операции на международных биржах, торгах, аукционах	258
10.1. Международный рынок ценных бумаг	258
10.2. Операции на международных биржах	273
10.3. Коммерческие операции на международных торгах и аукционах	284
Глава 11. Страхование и внешнеэкономическая деятельность	293
11.1. Общие вопросы управления рисками во внешнеэкономической деятельности	293
11.2. Страхование внешнеторговых грузов	296
11.3. Страхование экспортных кредитов	300
11.4. Страхование рисков, связанных с инвестициями	304
11.5. Страхование ответственности	306
11.6. Страхование строительных рисков	311
11.7. Перестрахование	314
Раздел V. Проведения внешнеэкономических операций: организация и техника	317
Глава 12. Таможенное регулирование внешнеэкономической деятельности	318
12.1. Таможенные органы Российской Федерации на современном этапе	318
12.2. Правовые основы регулирования таможенной деятельности	323
12.3. Таможенный контроль внешнеэкономической деятельности	326
12.4. Временное хранение товаров и транспортных средств при производстве таможенного оформления и таможенного контроля	328
12.5. Таможенное оформление товаров и транспортных средств	333
12.6. Таможенные пошлины и таможенные сборы	340
Глава 13. Система корпоративных ценностей предприятия во внешнеэкономической среде	345
13.1. Трансформация системы корпоративных ценностей предприятия во внешнеэкономической среде	345
13.2. Элементы системы корпоративных ценностей во внешнеэкономической среде	346

Глава 14. Арендные операции во внешнеэкономической деятельности	365
14.1. Аренда: понятие и виды	365
14.2. Условия арендного договора	366
14.3. Лизинг	368
Глава 15. Посредническая деятельность на рынке	376
15.1. Целесообразность использования посредников	376
15.2. Виды посреднической деятельности	377
15.3. Договоры консигнации	383
15.4. Торговые агенты. Агентские соглашения	384
15.5. Дистрибьюторские услуги	386
15.6. Права посредников на рынках	387
15.7. Риски в международной торговле	389
15.8. Вознаграждение посредников	391
15.9. Посредничество на российском рынке	391
15.10. Организация сбыта	395
Глава 16. Транспортная логистика во внешнеэкономической деятельности предприятия	397
16.1. Задачи транспортной службы предприятия во внешнеэкономической деятельности	397
16.2. Логистический выбор	399
16.3. Алгоритм доставки груза	406
16.4. Перспективы развития транспортной логистики	408
Глава 17. Выставки и конференции как способ интеграции в мировую экономическую систему	410
17.1. Современное содержание международной выставочной и конгрессной деятельности	410
17.2. Международная выставка в системе управления внешнеэкономической деятельностью предприятия	418
17.3. Особенности участия предприятия в международных конгрессах	425
Раздел VI. Формирование образа фирмы во внешней среде и на международном рынке	431
Глава 18. Качество во внешнеэкономической деятельности предприятия	432
18.1. Качество как понятие	432
18.2. Показатели качества	438
18.3. Приоритетные направления повышения качества	447
18.4. Сертификация	450

Глава 19. Инвестиционная привлекательность предприятия	456
19.1. Оценка стоимости предприятия	456
19.2. Корпоративное управление	460
19.3. Управление инвестиционной привлекательностью предприятия	463
Глава 20. Инновационные аспекты внешнеэкономической деятельности предприятий	467
20.1. Инновации и инновационное развитие	467
20.2. Инновационная основа внешнеэкономической деятельности предприятий	473
Глава 21. Паблик рилейшнз	477
21.1. Формирование позитивного имиджа	477
21.2. Составляющие деятельности PR	484
21.3. Практика рекламы в области PR	487
21.4. Методы PR	493
21.5. Оценка результатов	496
Библиографический список	497