



商务俄语专业系列教程

SHANGWU RUYU ZHUANYE XILIE JIAOCHENG



商务俄语专业 国际贸易实务教程

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТОРГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ

姜丽娟 主 编 魏春洁 孟令霞 副主编



黑龙江大学出版社

HEILONGJIANG UNIVERSITY PRESS



商务俄语专业系列教程

SHANGWU RUYU ZHUANYE XILIE JIAOCHENG

商务俄语专业 国际贸易实务教程

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТОРГОВЫЕ ОПЕРАЦИИ



黑龙江大学出版社

HEILONGJIANG UNIVERSITY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

商务俄语专业国际贸易实务教程/姜丽娟主编. - 哈尔滨:黑龙江大学出版社,2009.7

(商务俄语专业系列教程)

ISBN 978-7-81129-122-3

I. 商… II. 姜… III. 国际贸易-俄语-高等学校-教材 IV. H35

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2009)第 134927 号

责任编辑 付天松

封面设计 张 骏

商务俄语专业国际贸易实务教程

Международные торговые операции

姜丽娟 主编 魏春洁 孟令霞 副主编

出版发行 黑龙江大学出版社

社 址 哈尔滨市南岗区学府路 74 号 邮编 150080

电 话 0451-86608666

经 销 新华书店

印 刷 哈尔滨市石桥印务有限公司

版 次 2009 年 10 月 第 1 版

印 次 2009 年 10 月 第 1 次印刷

开 本 787×1092 毫米 1/16

印 张 23.25

字 数 378 千

书 号 ISBN 978-7-81129-122-3

定 价 29.00 元

凡购买黑龙江大学出版社图书,如有质量问题请与本社发行部联系调换

版权所有 侵权必究

商务俄语专业系列教程

编辑委员会

主 任：严 明

副主任：佟敏强 魏春洁 孟 林 林春泽 王 瑞

委 员：（以姓氏笔画为序）

王俊鹏	王 霞	甘海泉	乐 苓	关秀娟
吉绍昱	李 茜	李睿思	刘 博	刘玉霞
严 明	邹洪涛	邹丽娟	杨昌宇	杨 艳
张 静	张 涛	范莉萍	金南石	林春泽
孟繁红	孟令霞	庞冬梅	姜丽娟	姜占民
赵 艳	桂 芳	曹 飞	崔丽莹	魏春洁

序

在 21 世纪国际化、信息化的形势下,随着全球经济一体化步伐的加快,中俄两国间的交流和合作越来越多,其领域也越来越宽,特别是中俄两国的商务交流日益频繁,对俄语人才的需求,特别是对商务俄语人才的需求呈上升趋势。

竞争的国际化对人才的国际竞争力和就业能力提出了更高的要求,因此迫切需要培养一批符合时代需求的,全面、扎实地掌握俄语语言基础和听、说、读、写、译的技能,掌握商务俄语沟通技能,熟悉国际商务和国际贸易的规则和惯例,能够在国际经济贸易部门、外资企业及政府机构中从事商务俄语工作的,具有创新意识和较强实践能力,具备开放性知识结构和可持续性职业发展前景的,适应人才市场竞争,具有时代特色的复合型、应用型俄语人才,如国际商务文秘、国际商务业务员、国际贸易业务员、企事业单位涉外高级文秘和业务员等,以满足经济与社会发展的需要。

黑龙江大学应用外语学院组织了在商务俄语方面具有长期教学经验和实践经历的教师,在引进消化大量俄文原版教材的基础上,参考了国内外商务俄语,商务基本理论、基本知识以及各种应用性技能方面的教材,编著了商务俄语系列教程。在编著过程中,努力平衡相关专业知识的系统性、理论性、实用性和语言上的可读性之间的矛盾,使其适合中国国情,达到专业知识传授和语言技能培养的统一,突出前沿性、新颖性、实用性,紧紧抓住社会需求和时代发展,符合商务俄语专业人才培养目标。

本系列教程包括:《商务俄语专业口语教程》(上下册)、《商务俄语专业阅读教程》、《商务俄语专业经贸法律选读教程》、《商务俄语专业沟通教程》、《商务俄语专业翻译教程》、《商务俄语专业国际贸易基础教程》、《商务俄语专业国际合同实务教程》、《商务俄语专业国际贸易实务教程》、《商务俄语专业市场营销教程》、《商务俄语专业谈判教程》、《俄罗斯社会与文化》等。本系列教程尚不完备,作者们还将继续努力,不断推出新的教材。

本系列教程可供高等院校、高等职业学校、高等专科学校、成人高等学校及高等教育自学考试俄语专业和商务俄语专业学生使用,也可用作爱好商务俄语的非俄语专业学生的选修课教材。在教学过程中,本系列教程既可作为双语教学教材,亦可作为专业外语教材。同时,还可以用作有志于提高商务俄语综合能力和素质的学生的自学教材。另外,本系列教程对于外贸工作者和涉外商务工作者也大有裨益。

本书在编写过程中参阅了大量相关资料,恕不一一列出。在此,谨向其作者和出版社表示诚挚的谢意!

编著本系列教程是一种全新的尝试,因编写时间仓促,编者的水平和经验有限,难免出现一些错讹和疏漏,欢迎使用者予以批评和指正,以便再版时及时修订。

本系列教程在编著过程中得到了黑龙江大学出版社的大力支持,在此特致诚挚的谢意。

编委会

2008年9月

前 言

近年来,随着中俄战略伙伴关系的确立和中俄贸易往来的快速发展,对既懂俄语又懂国际贸易商务知识、了解国际贸易流程的人才需求呈逐年上升趋势,为此广大涉外经贸工作者亟需一本既能做到理论联系实际,又能反映国际贸易最新形势变化的国际贸易实务读本。本书正是为了满足广大读者的需要而编写的。

本书的正文部分共计九章,详细阐述国际贸易术语的重要作用及应用性,全面介绍国际贸易实务的重要环节,具体包括商品及相关知识,国际货物运输,国际货运保险,海关业务,国际贸易结算,贸易谈判,以及进出口合同的履行。本书反映当前最新形势变化。书中的国际贸易术语以最新版本《2000 通则》(Incoterms2000)为理论依据,对海关业务特点、报关实务加以详尽介绍,弥补了其他读本中对此项业务介绍不足的缺憾。

本书的编者具有多年从事外贸实务和教学的丰富经验。在本书各章节中,尤其是对贸易实践环节,如结算、制单、报关、合同履行等的阐述,不仅做到理论和实践相结合,而且指出外贸业务中易出现问题的环节,使本书既可用于学生外贸业务理论的学习,又可用于外贸业务水平的提高。

本书参考了国外大量的原版资料,采用俄文讲解,并对重点词汇及术语给出了详细的注解,既便于学生加深对相关术语的理解,又有利于语言能力的提高。

全书内容力求深入浅出,既可作为高等院校相关专业的教材,也适宜有关院校的外贸专业教学,也可供外贸业务培训使用。另外对于参加国际商务师、外销员、报关员以及其他相关资格考试的人员,使用本书也大有裨益。

本书为首次编著出版,由于时间仓促,加之收集资料难度较大,书中难免出现错误,恳请广大专家与读者批评指正,以便进一步完善。

编者

2009年9月

Содержание

Глава 1 Торговые термины	1
1.1 Краткое описание международной торговли	1
1.2 Торговые термины и их международные обычаи	14
1.3 Главные торговые термины	20
1.4 Другие торговые термины	35
1.5 Выбор торговых терминов	39
Заключение	43
Глава 2 Товары	46
2.1 Качество товара	46
2.2 Условия качества товара в контракте	51
2.3 Количество товара	52
2.4 Условия количества товара в контракте	55
2.5 Упаковка и маркировка	56
2.6 Условия упаковки и маркировки в контракте	75
2.7 Цена товара	77
2.8 Условия цены в контракте	79
Заключение	83
Глава 3 Международные перевозки грузов	85
3.1 Общие сведения	85
3.2 Способы международных перевозок грузов	90
3.3 Транспортные условия договора купли-продажи	109
3.4 Главные транспортные документы	114
Заключение	128

Глава 4 Страхование международных перевозок грузов	132
4.1 Общие сведения	132
4.2 Сфера страхования морской перевозки грузов	137
4.3 Виды страхования морских перевозок грузов в нашей стране	141
4.4 Оговорка института лондонских страховщиков — оговорка, соответствующая условиям страхования морских перевозок грузов	145
4.5 Риски сухопутных, воздушных перевозок грузов и отправления грузов посылкой	150
4.6 Условия и правила договора страхования в контракте купли-продажи	152
4.7 Договоры в полисе страхования	156
Заключение	157
 Глава 5 Формы расчетов, применяемые в международной торговле	161
5.1 Средства платежей	161
5.2 Форма платежей	174
5.3 Условия платежа	208
Заключение	210
 Глава 6 Инспекция товаров и таможенное оформление	215
6.1 Инспекция товаров	215
6.2 Таможенное оформление	235
Заключение	253
 Глава 7 Переговоры, заключение и исполнение экспортно-импортного контракта	258
7.1 Внешнеторговая сделка	258
7.2 Переговоры	261
7.3 Заключение контракта в письменной форме	268
7.4 Исполнение контрактов	272

Заключение	276
Глава 8 Арбитраж, рекламация и форс-мажор	278
8.1 Арбитраж	278
8.2 Рекламация	283
8.3 Форс-мажор (непреодолимая сила)	293
Заклучение	303
Глава 9 Формы торговли	306
9.1 Реализация и посредническая операция	306
9.2 Торг и аукцион	316
9.3 Комиссионная продажа, выставка-продажа	321
9.4 Встречная торговля	323
9.5 Толлинговая торговля	330
9.6 Толлинговая торговля за рубежом	334
9.7 Бартерная операция (сделка)	342
Заклучение	346
Литература	349
Приложение 1	352
Приложение 2	353
Приложение 3	356
Приложение 4	358
Приложение 5	359
Приложение 6	361

Глава 1

Торговые термины

Цели:

Целью этой главы является ознакомление с основными знаниями по международной торговле: понятием международной торговли, классификацией объектов международной торговли и методами осуществления международной торговли.

Студенты должны узнать международные термины, международные обычаи и овладеть главными торговыми терминами и правильно применить их в международной торговой практике.

1.1 Краткое описание международной торговли

1.1.1 Понятие международной торговли

Международная торговля — это обмен товарами и услугами между людьми и фирмами разных стран мира. Другими словами, международная торговля представляет собой процесс купли и продажи, осуществляемый между покупателями, продавцами и посредниками в разных странах, она является главной формой взаимосвязи между странами мира, возникающей на основе международного разделения труда, и выражает их взаимную экономическую зависимость. Международная торговля включает экспорт и импорт товаров, соотношение между которыми называют торговым балансом.

Международной торговлей называется оплачиваемый совокупный то-

варооборот между всеми странами мира. Однако понятие «международная торговля» употребляется и в более узком значении, например, совокупный товарооборот промышленно развитых стран, совокупный товарооборот развивающихся стран, совокупный товарооборот стран какого-либо континента, региона, например, стран Восточной Европы и т. п.

Международная торговля является формой связи между товаропроизводителями разных стран, возникающей на основе международного разделения труда, и выражает их взаимную экономическую зависимость.

Структурные сдвиги, происходящие в экономике стран под влиянием НТР, специализация и кооперирование промышленного производства усиливают взаимодействие национальных хозяйств. Это способствует активизации международной торговли. Международная торговля опосредующая движение всех межстрановых товарных потоков, растет быстрее производства. Согласно исследованиям внешнеторгового оборота, на каждые 10% роста мирового производства приходится 16% увеличения объема мировой торговли. Тем самым создаются более благоприятные условия для его развития. Когда же в торговле происходят сбои, замедляется и развитие производства.

Под термином «внешняя торговля» понимается торговля какой-либо страны с другими странами, состоящая из оплачиваемого ввоза (импорта) и оплачиваемого вывоза (экспорта) товаров.

Многообразная внешнеторговая деятельность подразделяется по товарной специализации на торговлю готовой продукцией, торговлю машинами и оборудованием, торговлю сырьем и торговлю услугами.

На протяжении нескольких тысячелетий, со времени зарождения цивилизаций, вывоз товаров в зарубежные страны в обмен на иноземные товары являлся неотъемлемой чертой мирового хозяйства. В 19 в. стремительный рост производства и развитие средств транспорта и связи привели к огромному расширению сферы внешней торговли и увеличению ее объема. Тем не менее на протяжении большей части 20 в. действовала тенденция к снижению доли пересекающих границы товаров и услуг в совокупном мировом объеме производства.

Объектами международных торговых операций как управленческой

деятельности выступают материальные процессы, проявляющие себя в осуществлении обмена товарами, услугами и результатами, производственного и научно-технического сотрудничества.

Следовательно, в понятие «международная торговля» включается не только осуществление коммерческих операций с материальными ценностями, но и другие виды торгово-экономической деятельности, реализуемой через каналы международной торговли.

1.1.2 Классификация объектов международной торговли

В международной торговой деятельности, как правило, выделяется четыре крупные группы объектов торговли: товары, услуги, информация и интеллектуальная собственность.

1) **Международная торговля товарами** — импорт и/или экспорт товаров в материальной форме, так называемых «видимых товаров». Все их можно подразделить на несколько групп:

- минеральное сырье и топливо (к этой товарной группе можно отнести также электроэнергию и другие виды энергии);
- сельскохозяйственные, продовольственные и лесные товары (включая рыбные и морские продукты);
- непродовольственные потребительские товары (ткани, одежда, обувь, мебель, посуда и другие предметы домашнего обихода, лекарственные средства, парфюмерно-косметические изделия и т. д.);
- машины и оборудование (разрозненное и комплектное, причем в этой группе нередко обособляются транспортные средства, электронное оборудование, бытовая техника и некоторые другие виды машинно-технических изделий);
- другие готовые изделия и полуфабрикаты.

2) **Международная торговля услугами** — оказание технических услуг (в том числе выполнение работ), включающее в себя производство, распределение, маркетинг и доставку услуг (работ).

Из этого определения вытекает четыре основных способа оказания ус-

луг:

- трансграничные поставки услуг с территории одной страны на территорию другой страны;
- предоставление услуг (медицинских, туристских и др.) потребителям из других стран;
- предоставление услуг (консультационных, банковских, транспортных и др.) иностранным клиентам;
- предоставление технических услуг (строительный инжиниринг и др.) иностранным организациям или лицам.

Таким образом, в международной торговле могут перемещаться из страны в страну не только сами услуги, но также производители и потребители услуг. Отсюда экспортом услуг считается не только оказание услуг производителем в другой стране (стране потребления), но и потребление услуг иностранными лицами в той стране, где они производятся.

3) Международная торговля информацией — может осуществляться двояким образом: информация выступает либо в качестве самостоятельного объекта международной торговой деятельности, либо как неотъемлемое дополнение к другим объектам международной торговой деятельности. Отождествление международной торговли информацией с другими объектами международной торговой деятельности обозначено в следующих случаях:

- если информация является составной частью реализуемых товаров, это считается внешней торговлей товарами;
- если передача информации осуществляется как передача прав на объекты интеллектуальной собственности, это относится к внешней торговле интеллектуальной собственностью;
- в других случаях расценивается как внешняя торговля услугами.

Информация, необходимая для использования поставляемого товара, обычно называется сопутствующей информацией.

4) Международная торговая интеллектуальной собственностью — передача исключительных прав на объекты интеллектуальной собственности

ти или предоставление права на использование объектов интеллектуальной собственности отечественным лицом иностранному лицу либо иностранным лицом отечественному лицу.

В понятие «интеллектуальная собственность» заложено исключительное право собственника распоряжаться результатами своей интеллектуальной деятельности. Объекты торговли результатами интеллектуальной деятельности иначе называются товарами духовного производства. К ним относятся научно-технические изобретения и открытия, новые технологии, «ноу-хау», программные продукты, произведения литературы и искусства, реализуемые в виде лицензий, патентов, авторских прав.

Купля-продажа указанных объектов интеллектуальной собственности может осуществляться на условиях простого соглашения (без предоставления покупателю исключительного права на использование объекта интеллектуальной собственности) или путем предоставления покупателю исключительного права использовать такой объект на договорной территории.

1.1.3 Методы осуществления международной торговли

Метод торговли — это способ осуществления торгового обмена (торговой операции, или коммерческой операции). В современной международной торговле используются разнообразные организационные формы экспорта и импорта товаров, а также различные методы исполнения внешнеторговых операций. На практике используются два основных метода осуществления коммерческих операций:

прямой и косвенный.

Оба метода имеют свои преимущества и недостатки. Выбор того или иного метода зависит от специфики товара, рынка, спроса, каналов распространения товаров. Методы имеют примерно одинаковое распространение.

1) Прямой метод (direct)

Прямой метод предполагает установление прямых связей между производителем и потребителем товара, услуг, минуя какие-либо посред-

нические звенья. Продавец выходит на потребителя, так как число покупателей небольшое. Такой метод продаж (закупок) используется, главным образом, в торговле машинами, оборудованием, приборами и другими товарами, спрос на которые не носит массового характера. Например, предприятие, производящее оборудование для ремонта ж/д. полотна, не нуждается в посреднике, поскольку число потенциальных покупателей крайне ограничено. Так же, данный метод используется в осуществлении производственной кооперации между несколькими предприятиями. Широко используется данный метод при продаже сырья крупными партиями на основе долгосрочных контрактов (поставка нефти, газа, сырья для химической промышленности), при продаже стандартного крупносерийного оборудования через сбытовую сеть (филиалы, дочерние компании).

При прямом методе торговли возникает определенная финансовая выгода, поскольку сокращаются расходы на сумму комиссионного вознаграждения посреднику, снижаются риск и зависимость результатов коммерческой деятельности от возможной недобросовестности или недостаточной компетенции посреднической организации. Торговля на прямую имеет целенаправленный характер, долгостройность, устойчивость. Этот метод также разрешает постоянно находиться на рынке, учитывать его изменения и своевременно на них реагировать. В то же время использование прямого метода торговли имеет на внимании наличие коммерческой квалификации и торгового опыта. В другом случае финансовые расходы не только не сократятся, но могут значительно срастить.

- а) Преимущества прямого метода. Прямой метод дает возможность:
- установить прямой контакт производителя с конечным потребителем;
 - обеспечить фирму стабильными договорами как на сбыт своей продукции так и на обеспечение себя сырьем;
 - принять более активное участие в производственно-сбытовой кооперации;
 - осуществлять бартерные сделки.
- б) К числу недостатков можно отнести следующее:

- необходимость создания собственных коммерческих служб (привлечения коммерсантов) финансистов;
- принятие на себя дополнительных рисков (связанных с зарубежной деятельностью).

2) Косвенный метод (indirect)

Косвенный метод предполагает осуществление коммерческих операций через посредника. Посредник принимает на себя функции распространителя товаров, взимая за это плату с заказчика. Применяется данный метод, в основном, при торговле товарами массового спроса.

Кроме того, международная торговля в сравнении с внутренней есть более рискованной, что обусловлено экономическими, политическими, правовыми и социальными условиями в разных странах, их традициями и обычаями, а также большими расстояниями между торговыми партнерами. В результате часто бывает целесообразно, использовать посредников.

В современных условиях торговые посредники, продолжая сохранять свою юридическую независимость, все более подпадают под влияние крупных фирм, которые во многом предопределяют сферу и характер их деятельности. В связи с этим значительно усилилась специализация торговых посредников на операциях с определенной группой товаров. В особенности это касается оптовых фирм, осуществляющих торговлю определенными видами сырья, а также различных фирм. В торговле технически сложной продукцией, требующей послепродажного обслуживания.

Больше за половину международного товарного обмена осуществляется при содействии торговых посредников. Использование торговых фирм дает определенные преимущества:

- Фирма-Экспортер в таком случае не вкладывает значительных средств в организацию сбытовой сети на территории страны-импортера.
- Они освобождают экспортера от многих забот, связанных с реализацией товара приспособляясь к требованиям рынка.
- Существенным есть использование капитала торгово-посреднических фирм на основе коротко и долгосрочного кредитования.
- акинец, рынки некоторых товаров полностью монополизированы