

经贸俄语系列丛书

俄语

经贸

阅读

ХРЕСТОМАТИЯ ПО
ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ

(上册)

孙淑芳 主编



黑龙江大学出版社
HEILONGJIANG UNIVERSITY PRESS



俄语

经贸

阅读

ХРЕСТОМАТИЯ ПО
ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ
ПЕРВАЯ ЧАСТЬ

(上册)

孙淑芳 主编

图书在版编目(CIP)数据

俄语经贸阅读:全2册/孙淑芳主编.--哈尔滨:
黑龙江大学出版社,2015.6

ISBN 978-7-81129-894-9

I. ①俄… II. ①孙… III. ①国际贸易-俄语-阅读
教学-教材 IV. ①H359.4

中国版本图书馆CIP数据核字(2015)第088493号

俄语经贸阅读(上册)

EYU JINGMAO YUEDU(SHANG CE)

孙淑芳 主编

责任编辑 魏翕然 杨琳琳
出版发行 黑龙江大学出版社
地 址 哈尔滨市南岗区学府路74号
印 刷 哈尔滨市石桥印务有限公司
开 本 720×1000 1/16
印 张 19
字 数 291千
版 次 2015年6月第1版
印 次 2015年6月第1次印刷
书 号 ISBN 978-7-81129-894-9
定 价 68.00元(全2册)

本书如有印装错误请与本社联系更换。

版权所有 侵权必究



教育部人文社会科学重点研究基地
黑龙江大学俄罗斯语言文学与文化研究中心

黑龙江省高校哲学社会科学学术创新团队建设计划资助
(项目编号: TD201201)

经贸俄语系列丛书

总主编 孙淑芳

俄语经贸阅读

ХРЕСТОМАТИЯ ПО ДЕЛОВОЙ ДОКУМЕНТАЦИИ
ПЕРВАЯ ЧАСТЬ

上 册

主 编 孙淑芳

副主编 王 钢

编 者 刘 俏 杨 松

前 言

近年来,俄罗斯在经贸领域取得了长足的发展,一些政策、法规也有了一定的调整。随着中国和俄罗斯之间贸易往来与经济合作的日益紧密,俄语工作者急需通过阅读大量经贸文献了解俄罗斯在经贸领域的发展和变化,把握新的经贸信息。国内现有的俄语阅读文献中,对相关领域介绍得还不多,由此构成编写《俄语经贸阅读》的初衷。

本书各专题的材料选自俄罗斯 2010—2013 年出版的经贸书籍,以及俄罗斯网站的相关内容,涉及对外贸易活动、国际货物运输、海关业务、广告业务等经贸活动中最具代表性的领域。

本书分上下两册,上册共 4 个专题,每个专题 7 课,共 28 课,其中包括对外贸易活动(第 1—7 课)、国际货物运输(第 8—14 课)、海关业务(第 15—21 课)、广告业务(第 22—28 课)。每课附有词语表,对一些经贸知识做了必要的注释,配有检查阅读理解的练习,便于复习和巩固。

本书是根据教学要求编写的经贸俄语阅读教材,从选材到编排均体现了教材编写的各项要求,具有科学性、系统性、知识性、可读性强和内容新等特点,它适用于高等院校俄语专业、成人俄语自考、各类俄语培训班,也可供广大俄语爱好者以及经贸人员自学使用。

本书由黑龙江大学俄罗斯语言文学与文化研究中心孙淑芳教授担任主编,东北石油大学王钢老师担任副主编,东北石油大学刘俏老师参加了编写工作。东北石油大学张晶老师、上海外国语大学研究生孙名蕊同学及黑龙江大学俄罗斯语言文学与文化研究中心研究生杨松同学参加了部分校订工作。在此向所有参加本书编写工作的老师和同学表示诚挚的感谢!

《俄语经贸阅读》(上册)得到了黑龙江大学出版社的大力支持,以及黑龙

江省高校哲学社会科学学术创新团队建设计划的资助(项目编号:TD201201),
在此一并致谢!

由于编者水平有限,书中难免有不妥之处,敬请广大读者批评指正。

孙淑芳
2014年3月

目 录

专题 1 对外贸易活动

第 1 课	外贸合同(1)	1
第 2 课	外贸合同(2)	12
第 3 课	外贸业务	21
第 4 课	租赁业务	34
第 5 课	中介业务	44
第 6 课	外汇业务	54
第 7 课	国际贸易供货要件	66

专题 2 国际货物运输

第 8 课	国际运输组织	81
第 9 课	铁路运输	92
第 10 课	航空运输	101
第 11 课	海上运输	110
第 12 课	公路运输	120
第 13 课	管道运输(1)	128
第 14 课	管道运输(2)	140

专题 3 海关业务

第 15 课	俄罗斯联邦海关业务	152
--------	-----------	-----

第 16 课	确定货物的海关价格	164
第 17 课	货物报关程序	172
第 18 课	支付海关关税(1)	180
第 19 课	支付海关关税(2)	189
第 20 课	海关检查	198
第 21 课	海关制度	210

专题 4 广告业务

第 22 课	广告概念和意义	222
第 23 课	广告分类	231
第 24 课	营销实践中的广告	241
第 25 课	商业广告组成部分	251
第 26 课	广告在企业营销中的作用	260
第 27 课	网络广告	271
第 28 课	户外广告	280

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕМА 1 ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

УРОК 1	Внешнеторговые контракты (1)	1
УРОК 2	Внешнеторговые контракты (2)	12
УРОК 3	Внешнеторговые операции	21
УРОК 4	Операции аренды и лизинга	34
УРОК 5	Торгово-посреднические операции	44
УРОК 6	Валютные операции	54
УРОК 7	Базисные условия поставки товаров в международной торговле	66

ТЕМА 2 МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ ГРУЗОВ

УРОК 8	Организации международных перевозок	81
УРОК 9	Железнодорожные перевозки	92
УРОК 10	Воздушные перевозки	101
УРОК 11	Морской транспорт	110
УРОК 12	Автомобильный транспорт	120
УРОК 13	Трубопроводный транспорт (1)	128
УРОК 14	Трубопроводный транспорт (2)	140

ТЕМА 3 ТАМОЖЕННОЕ ДЕЛО

УРОК 15	Организация таможенного дела в Российской	
---------	---	--

	Федерации	152
УРОК 16	Определение таможенной стоимости товаров	164
УРОК 17	Порядок заполнения грузовой таможенной декларации ...	172
УРОК 18	Уплата таможенной пошлины (1)	180
УРОК 19	Уплата таможенной пошлины (2)	189
УРОК 20	Таможенный контроль	198
УРОК 21	Таможенные режимы	210

ТЕМА 4 РЕКЛАМНОЕ ДЕЛО

УРОК 22	Понятие и значение рекламы	222
УРОК 23	Классификация видов рекламы	231
УРОК 24	Реклама в маркетинговой практике	241
УРОК 25	Компоненты коммерческой рекламы	251
УРОК 26	Роль рекламы в маркетинговой деятельности предприятия	260
УРОК 27	Интернет-реклама	271
УРОК 28	Наружная реклама	280



第1课 外贸合同(1)

УРОК 1 Внешнеторговые контракты (1)

Контракт купли-продажи — это основной коммерческий документ, определяющий права и обязанности участников внешнеторговой операции. В основу механизма действия контракта заложена его структура, объем взаимных обязательств сторон, условия платежей, базисные условия поставок, условия страхования, технические условия, санкции за нарушения позиций контракта.

Контракты могут быть: 1) разовые с коротким сроком поставки; 2) на срок — предусматривают поставку товара к строго определенному сроку, и при нарушении срока покупатель вправе расторгнуть контракт; 3) долгосрочные — заключаются сроком на 3—5 лет и более; 4) специальные — на проектирование, монтажные работы, техническое обслуживание, проведение испытаний и т. п.; 5) рамочные — содержат лишь основные условия, которые подлежат последующему уточнению; 6) намерения — устанавливают намерение покупателя приобрести товар без твердых обязательств.

По форме изложения контракты купли-продажи должны быть составлены в письменном виде. Но в международной практике часто сделки заключаются в устной форме: по телефону, на аукционах, на биржах. Однако устная договоренность затем обязательно подтверждается



письменным контрактом, подписываемым обеими сторонами. С этого момента и возникают обязательства сторон.

Чаще всего в международной торговле встречаются двусторонние контракты. Текст контракта начинается с вводной части или преамбулы, в которой дается полное юридическое наименование сторон, участвующих в его заключении. Вводная часть контракта предшествует тексту договора и имеет обычно такое содержание: номер контракта, место и дату заключения контракта, определение сторон, совершающих сделку.

При определении сторон указываются их полные наименования, под которыми контрагенты зарегистрированы в торговом регистре своей страны, их местонахождение (название страны или города), наименование сторон в контракте (продавец и покупатель или поставщик и заказчик). Иногда во вводной части делается ссылка на предшествовавшие контракту переговоры с указанием места и срока их проведения или на предложение продавца с указанием его номера и даты ссылки. Необходимо давать точное название товара, а если наименований много, то составляется их список и заносится в приложение 1 к контракту.

Для описания товара со сложными техническими характеристиками включаются специальные разделы: «Технические условия» или «Технические спецификации», с помощью которых затем осуществляется проверка фактически поставленного товара. При указании количества товара необходим учет различий в системах мер и весов. И для избежания недоразумений следует использовать метрическую систему мер или давать эквивалент в метрических единицах.

В контракте купли-продажи обязательно оговаривается, включается ли тара и упаковка в количество поставляемого товара. В зависимости от этого различают вес-брутто, вес-нетто.

В контрактах купли-продажи часто предусматривается право опциона, представляющее собой право выбора из определенных вариантов,



предоставленное какому-либо участнику сделки. Во внешнеторговых контрактах может быть предусмотрен опцион продавца в отношении количества поставляемого товара, размеров партий, сроков поставки, портов отгрузки, а также опцион покупателя в отношении способов платежа, портов выгрузки и т. п.

Под сроком поставки товара понимается момент, когда продавец обязан передать товар в собственность покупателю или по его поручению лицу, действующему от его имени.

В контрактах обычно указываются календарные сроки поставок, но это не означает, что указывается только одна дата. Обычно главным образом указывается месяц, квартал, год, а вместо конкретного числа указывается интервал.

Особо оговаривается право досрочной поставки, так как оно связано и с досрочной оплатой, а денег может и не оказаться. Немедленная поставка — это поставка в течение 14 суток со дня подписания контракта. В отличие от срока поставки датой поставки товара следует считать дату передачи товара в распоряжение покупателя.

В базисных условиях определены обязанности продавца за установленную в контракте цену обеспечить доставку груза в определенную географическую точку, или погрузить товар на транспортные средства, или передать его транспортной организации.

Базисные условия определяют и другие обязанности продавцов и покупателей, а именно: 1) кто и за чей счет обеспечивает транспортировку товаров по территориям стран продавца, покупателя, транзитных стран, морем и воздухом; 2) обязанности продавцов в части упаковки и маркировки товаров; 3) обязанности сторон по страхованию грузов; 4) место и время перехода с продавца на покупателя рисков случайного повреждения или утраты товара.

Во внешнеторговой деятельности имеется ряд особенностей в



определении контрактных цен по сравнению с расчетом внутренних цен на товары предприятий и организаций. Имеется также и специфика в классификации цен и использовании специальной терминологии, применяемой при расчете цен на экспортные или импортные товары.

Цена товара — это количество денежных единиц определенной валютной системы, которое должен заплатить покупатель продавцу в указанной в контракте валюте за согласованную единицу измерения товара и принятые базисные условия поставок.

Для установления цены товара в контракте купли-продажи определяются: единица измерения, за которую устанавливается цена, базис цены, валюта цены, способ фиксации цен и их уровень. На выбор единицы измерения товара для установления цены влияет характер товара и сложившаяся практика торговли им. Цена на машины и оборудование может быть установлена за одну штуку или за определенное число единиц.

При поставках товара с разным качеством цена устанавливается за единицу товара каждого вида, сорта, типа, марки индивидуально, для чего зачастую используются спецификации. Если в основу цены положена весовая единица, необходимо уточнить характер веса (брутто, нетто) или договориться о включении в цену стоимости тары и упаковки.

Цена, определяемая в контракте, может быть выражена в валюте страны экспортера, импортера или в валюте третьей страны. При этом для экспортера привлекательна устойчивая валюта, а для импортера представляет интерес обесценивающаяся валюта. В зависимости от способа фиксации выделяются такие виды цен: твердая, подвижная, с последующей фиксацией, скользящая. Твердые цены применяются в сделках с различными сроками поставки, но чаще всего при поставках в течение короткого времени. При этом цены после согласования не изменяются в ходе исполнения контракта. Для установления подвижной цены в контракт следует внести оговорку, предусматривающую учет повышения или



понижения цены на рынке к моменту исполнения контракта. Соответственно происходит и изменение контрактной цены.

Цены с последующей фиксацией устанавливаются в назначенные договором сроки на основании согласованных источников: биржевых котировок, публикации в специальных справочниках и журналах, а также цены, реально складывающиеся на мировом рынке и вычисленные по достоверным конкурентным материалам.

Скользящая цена применяется в контрактах с длительными сроками поставок, в течение которых экономические условия производства существенно меняются. Скользящая цена состоит из двух частей: базовой, устанавливаемой на дату предложения и подписания контракта, и переменной, определяемой на период изготовления или поставки товаров.

Ориентиром при определении уровня цены служат публикуемые и расчетные цены. К публикуемым ценам относятся, как правило, справочные цены, иногда — цены фактических сделок, цены предложений крупных фирм.

Справочные цены публикуются в газетах, журналах, специальных бюллетенях, фирменных каталогах, прейскурантах. Справочные цены представляют собой базисные цены, то есть цены товара определенного качества и количества, спецификации в том или ином экономическом регионе. Наиболее убедительным критерием для определения уровня цены в контракте являются цены фактических сделок. Но такие цены регулярно в печати не публикуются, поэтому их легче учитывать только тем предприятиям, которые их имеют.

Расчетные цены поставщика используются в контрактах на нестандартное специальное оборудование при изготовлении его по индивидуальному заказу. В связи с тем, что по целому ряду свойств, характеру исполнения, конструктивным особенностям такое оборудование не имеет аналогов, цены на него рассчитываются поставщиком для каждого



конкретного заказа в разовом порядке.

Большое значение при определении конкретной цены имеют различного рода скидки с цены, которых в практике международной торговли насчитывается не менее двадцати. Наибольшее применение имеют изложенные ниже виды скидок.

Общая (простая) скидка предоставляется с прејскурантной или со справочной цены товара. Она может находиться в интервале от 20% до 40%. Эти скидки часто применяются при заключении сделок на машины и оборудование.

Поставщики-экспортеры предоставляют своим постоянным посредникам дилерские скидки при продаже автомобилей, тракторов, оборудования в среднем в объеме 15% - 20% розничной цены.

Экспортеры могут предоставлять специальные скидки привилегированным импортерам, в заказах которых они испытывают большую заинтересованность и которые являются их постоянными клиентами. Поставщик может предоставить также экспортные скидки для повышения конкурентоспособности своей продукции на внешнем рынке.

Возможно также предоставление скрытых скидок импортеру при снижении процентов за кредит, оказание бесплатных услуг и предоставление бесплатных образцов.

Для уточнения условия платежа в контракте определяются: валюта, срок, способ платежа и форма расчетов. Возможно использование валюты страны экспортера, страны импортера или валюты третьей страны. Может быть в контракте предусмотрено право импортера произвести оплату по своему усмотрению в любой валюте. Валюта может не совпадать с валютой цены товара. В этом случае в контракте указывается, курс какого денежного рынка (экспортера или импортера) будет использован для оплаты.