

Выбор партнеров по импортной сделке в международной торговле

Галина Александровна ОРЛОВА,
кандидат экономических наук, доцент,
Всероссийская академия внешней торговли
(119285, Москва, Воробьевское шоссе, 6А),
кафедра мировой и национальной экономики,
профессор, E-mail: Galina_Orlova@vavt.ru;

УДК:339.5(100); ББК:65.428(0); O664
DOI: 10.24412/2072-8042-2023-5-86-92

Анна Васильевна СКУРОВА,
кандидат экономических наук,
МГИМО МИД России (119454 Москва,
Вернадского просп., 76), старший преподаватель,
E-mail: askurova@gambler.ru;

Анатолий Сергеевич ИЩУК,
Всероссийская академия внешней торговли
(119285, Москва, Воробьевское шоссе, 6А),
кафедра международной торговли
и внешней торговли Российской Федерации –
аспирант; АО Атлас Копко - ассистент менеджера
по коммуникациям, E-mail: tolik.ishuk@yandex.ru

Аннотация

Выбор партнеров по контракту международной купли необходимых товаров представляет одну из наиболее сложных задач, решаемых компанией-импортером. Она учитывает комплекс необходимых факторов, проводит сравнение цен поставщиков с ценами мирового рынка и выявляет наименьшую цену. Кроме того, существенное влияние оказывает и стоимость доставки в современных непростых условиях, уровень послегарантийного обслуживания, способность компании-поставщика предоставлять необходимые услуги. Оцениваются также способы, валюта и условия платежа, возможности компании-поставщика предоставить фирменный кредит по разумным ставкам.

Ключевые слова: новые поставщики, цены импортного контракта, стоимость кредита, обучение поставщиком специалистов фирмы-покупателя.

Selection of Import Transaction Partners in International Trade

Galina Aleksandrovna ORLOVA,

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Russian Foreign Trade Academy
(119285, Moscow, Vorob'evskoe shosse, 6A), Department of World
and National Economy - Professor, E-mail: Galina_Orlova@vavt.ru;*

Anna Vasilyevna SKUROVA,

*Candidate of Economic Sciences, MGIMO-University
(Vernadskogo prospekt, 76, Moscow, 119454),
Senior Lecturer, E-mail: askurova@rambler.ru;*

Anatoly Sergeevich ISHUK,

*Russian Foreign Trade Academy (119285, Moscow, Vorob'evskoe shosse, 6A),
Department of International Trade and Foreign Trade of RF - Postgraduate student; Atlas Copco
JSC - Competence and Communications Manager's assistant, E-mail: tolik.ishuk@yandex.ru*

Abstract

Choosing a contract party for the purchase of required foreign goods is one of the most difficult tasks to be solved by an import company. A set of necessary factors is taken into account, suppliers' prices are compared with global market prices and the lowest price is identified. In addition, the delivery costs in today's challenging environment, the quality of post-warranty support, and the supplier's ability to provide necessary services also play a significant role. Methods, currency and terms of payment are also evaluated, as well as the ability of the seller to provide a trade credit at a reasonable rate of interest.

Keywords: new suppliers, import contract prices, borrowing costs, supplier's ability to train the buyer's specialists.

При выборе новых поставщиков в международной торговле зарубежные фирмы делают акцент на оценке их финансового положения и организации управления, а также на технической, инженерной и производственной мощности поставщиков. Это тем более важно в российских условиях, где политическая и экономическая нестабильность требует определенной осторожности. В коммерческой практике используются некоторые критерии, на которых рекомендуется строить систему выбора поставщиков.¹

1. В качестве основного критерия выбора следует выдвигать качество продукции. Качество относится к способности поставщика обеспечить товары и услуги в соответствии со спецификациями. Качество может относиться также и к тому, удовлетворяет ли продукция требованиям потребителя, независимо от того, соответствует ли она спецификации. Если с данными поставщиками уже были установлены отношения, то желательно проанализировать статистику поставки бракованных материалов.



2. Надежность поставщика – достаточно ёмкий критерий, включающий следующие параметры: честность, отзывчивость, обязанность, заинтересованность в ведении бизнеса с вашей фирмой, финансовая стабильность, репутация в своей сфере, соблюдение ранее установленных объёмов поставки материальных ресурсов/готовой продукции. Оценка своевременности доставки упрощается, если ведется четкий учет запланированных и реально выполненных доставок.

3. Цена. В цене должны учитываться все затраты на закупку конкретного ресурса или готовой продукции, которые включают транспортировку, административные расходы, риск изменения курсов валют, таможенные пошлины и т.д. В аналитическом поле логистического менеджера всегда должен находиться комплекс затрат.

4. Качество обслуживания. Оценка по данному критерию требует сбора информации у достаточно широкого круга лиц из различных подразделений компании и сторонних источников. Необходимо собирать мнения о качестве технической помощи, об отношении поставщика к скорости реакции на изменяющиеся требования и условия поставок, к просьбам о технической помощи, о квалификации обслуживающего персонала и т.п. Желательно наличие у поставщика сертификата ISO9000 на систему управления качеством его продукции/услуг.

5. Как для промышленной, так и для торговой фирмы обычно основными критериями выбора являются: цена, качество товара и надежность поставки. Установление системы критериев для первоначального отбора поставщиков зависит от маркетинговой (производственной) и логистической стратегии конкретной фирмы.² В ряде случаев (в зависимости от корпоративной стратегии) на первое место могут выходить такие, например, параметры, как время доставки, надежность поставщика, предоставление поставщиком кредита, поставка товаров на основании взаимозачета, и другие. Необходимо также иметь в виду, что система критериев выбора поставщиков является динамичной (особенно в условиях нестабильной экономической ситуации). Для выбора поставщиков в большинстве случаев применяется рейтинговая оценка их соответствия критериям/факторам. Один из возможных наборов таких факторов приведен ниже: надежность доставки, гарантии качества, производственные мощности, цены, местоположение, технический потенциал, финансовое положение, возможность компромиссов, наличие информационной системы связи и отработки заказов, послепродажный сервис, репутации и роль в своей отрасли, деловая инициативность, управление и организация, контроль процессов, отношение к покупателю, имидж, оформление товара (упаковка), трудовые отношения, деловой опыт и история взаимоотношений, вспомогательная литература и инструкции, взаимность выгод и интересов.

Системе установленных критериев может отвечать несколько поставщиков. В этом случае необходимо их ранжировать, опираясь на влияние непосредственных

контактов с представителями поставщиков. Окончательный выбор поставщика производится лицом, принимающим решение в отделе логистики (закупок), и, как правило, не может быть полностью формализован.

Одной из важнейших задач при выборе поставщика является проверка его на соответствие необходимым критериям. Импортный отдел предприятия при выборе контрагентов использует совокупность экономических, организационных и технологических критериев.

Импортный отдел выделяет несколько ключевых экономических и организационных критерия для выбора поставщиков по импортным контрактам: степень солидности потенциального партнера; деловое реноме партнера; наличие большого опыта успешных прошлых сделок; положение контрагента на рынке насосной продукции; популярность бренда контрагента на российском рынке.

Первый критерий, степень авторитетности потенциального партнера³, позволяет отобрать для партнерства только тех поставщиков, которые обладают масштабными экономическими возможностями, включая финансовые и производственные ресурсы, обладают высоким уровнем платежеспособности и кредитоспособности. Степень авторитетности потенциального партнера определяется исходя из следующих критериев: высокие финансовые и операционные результаты деятельности: выручка, торговый оборот, операционная прибыль, чистая прибыль, объем выпуска, величина активов предприятия, занимаемая предприятием доля рынка, высокое число потребителей продукции компании; высокий уровень платежеспособности предприятия, определяемый по ряду признаков (величина активов превышает величину пассивов компании, уровень долговой нагрузки на предприятие, достаточность собственных средств предприятия и высокий уровень финансовой устойчивости, низкая доля просроченных оплат по обязательствам, отсутствие судебных и арбитражных разбирательств, просроченных задолженностей, штрафов, пени, высокий уровень кредитоспособности предприятия).

Соответствие второму критерию, или безупречной деловой репутации контрагента, также является необходимым условием для выбора определенного поставщика. Этот фактор крайне важен по той причине, что от него зависит стабильность, безопасность и надежность поставок, а также качество импортируемой насосной продукции. С целью снижения вероятности нарушения контрагентами сроков и неисполнения ими своих обязательств, компания импортер производит предварительную проверку деловой репутации контрагентов по ряду критериев (полное отсутствие судебных и несудебных претензий к поставщику от других импортеров и прочих контрагентов; предприятие имеет позитивные рекомендации от контрагентов с высокой репутацией, а также имеет давние деловые связи с компаниями, обладающими известным и уважаемым брендом; длительный срок осуществления деятельности на рынке – обычно, фирмы, дольше находящиеся на



рынке, в большей степени стремятся поддерживать положительную деловую репутацию; наличие истории, подтверждающей пунктуальное и полное исполнение компанией своих обязательств перед контрагентами в прошлом; компания проявляет готовность к конструктивному диалогу и идет навстречу контрагентам при возникновении кризисных или спорных ситуаций; наличие у фирмы высоких позиций в отраслевых и прочих деловых рейтингах, а также наличие премий и других наград.

Соответствие контрагента третьему критерию, наличие большого опыта успешных прошлых сделок⁴, также является дополнительным признаком, наличие которого может способствовать выбору фирмой определенной компании в качестве контрагента. С целью минимизации собственных рисков российская компания отдает предпочтение работе с теми контрагентами, которые уже имеют успешный прошлый опыт осуществления импортных сделок, желательно – в Российскую Федерацию. Работа с такими предприятиями позволяет компании минимизировать риски, связанные с тем, что предприятие могло бы первый раз осуществлять подобные операции, а также использовать накопленную им экспертизу при составлении импортного контракта, планировании и осуществлении мульти-модальных перевозок, составлении сопроводительных документов, прохождения таможенного оформления и прочих процедурах. Как следствие, сотрудничество с имеющими успешный прошлый опыт осуществления аналогичных внешнеэкономических сделок предприятиями позволяет минимизировать издержки и потери, связанные с описанными выше рисками.

Четвертый ключевой критерий, который импортный отдел компании применяет при выборе поставщика положение компании на рынке конкретной продукции. Сотрудничество с такими компаниями дает определенные гарантии качества и надежности продукции контрагентов, а также позволяет добиться более высокого спроса на импортируемую продукцию на внутреннем российском рынке.

Пятый критерий, который также применяется импортным отделом компании при подборе контрагента – высокая популярность бренда компании на российском внутреннем рынке.

В дополнение к описанным выше экономическим и операционным критериям, для подбора поставщика импортный отдел компании анализирует технические аспекты деятельности и продукции контрагентов. Среди изучаемых технических аспектов специалисты компании анализируют: действующие и потенциальные производственные возможности производителя насосной продукции; уровень совершенства технологической базы производителя фармацевтической продукции; экспертиза и компетентность производителя в данной сфере; спецификация, характеристики и иные свойства производимой насосными компаниями продукции; наличие сертификатов, лицензий и других разрешительных документов на насосную продукцию.

После проведения анализа по вышеописанным критериям, импортный отдел компании осуществляет окончательный выбор контрагентов, с которыми в дальнейшем она хотела бы наладить сотрудничество и организовать поставки необходимой продукции. Применение данного комплекса экономических, организационных и технических критериев позволяет компании минимизировать связанные с контрагентом риски, повысить предсказуемость, стабильность и качество поставок.

После осуществления предварительного анализа, и окончательного выбора контрагента, импортеру необходимо согласовать с компанией-поставщиком множество условий, которые будут регулировать отношения между двумя сторонами, определять их взаимные права и обязанности. В силу того, что как импортер, так и поставщик имеют большое количество взаимных требований, согласование условий импортного контракта представляет собой длительный и сложный процесс, состоящий из множества этапов.

Обсуждение условий и параметров импортного контракта предприятия-импортера с поставщиками включает в себя согласование следующих его компонентов: механизма ценообразования и цены фармацевтических товаров в контракте; валюты цены и валюты платежа по поставкам; списка сопроводительных лицензионных и других разрешительных документов; порядка и условий совершения платежей; порядка страхования товара; целевых сроков поставок закупленной импортной продукции; условий предварительной приемки товара по количеству и качеству; условий подписания окончательного акта о сдаче-приёмке товара; взаимной ответственности сторон в том случае, если определенные условия соглашения будут нарушены; способа и порядка решения споров между контрагентами в случае их возникновения; списка форс-мажорных обстоятельств и порядка действий в случае, если данные обстоятельства наступают.

Все описанные выше коммерческие условия импортного контракта согласуются сторонами путем переговоров.⁵ В процессе организации переговоров по составлению, согласованию и подписанию сделки, компанией в целях упрощения взаимодействия с контрагентами и избегания возможных неверных трактовок, применяется единая терминология «Инкотермс» (Incoterms).

Процесс переговоров, осуществляемый сторонами, состоит из нескольких основных шагов:

1. Предварительная коммуникация предложения импортера поставщику в письменной форме, осуществляемая через электронную почту или факс.
2. Обсуждение сторонами всех пунктов и коммерческих условий импортного контракта, при необходимости – урегулирование возникающих взаимных требований. Для коммуникации в рамках данного обсуждения используются такие ключевые каналы связи как: переписка по электронной почте; телефонные переговоры или переговоры по конференц-связи.



3. Окончательное утверждение всех коммерческих условий импортного контракта, осуществляемого в письменной официальной форме.

4. Подписание контракта, осуществляемое либо лично путем организации визита делегации в страну экспорта и личного подписания договора представителями сторон, либо удаленно, с применением технологии цифровой электронной подписи.

ПРИМЕЧАНИЯ:

¹ Erick Brent Francisco Supplier Selection: Find and Keep the Right Supplier - <https://safetyculture.com/topics/supplier-selection/>

² Supplier Selection: Choose the Right Supplier | SafetyCulture / Safetyculture.com › topics › supplier-selection - <https://safetyculture.com/topics/supplier-selection/>

³ Managing Partner: Definition, Duties and Importance - Indeed - <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/what-is-managing-partner>

⁴ 5 Better Words For “Extensive Experience” On Your CV - Grammarhow - <https://grammarhow.com/extensive-experience-synonyms-meaning/>

⁵ Top 10 Tips in Drafting and Negotiating International Contracts / Legal.thomsonreuters.com › en › insights - <https://legal.thomsonreuters.com/en/insights/articles/top-10-tips-in-drafting-and-negotiating-international-contracts>

ИСТОЧНИКИ:

5 Better Words For “Extensive Experience” On Your CV - Grammarhow - <https://grammarhow.com/extensive-experience-synonyms-meaning/>

Erick Brent Francisco Supplier Selection: Find and Keep the Right Supplier - <https://safetyculture.com/topics/supplier-selection/>

James Chen, David Kindness, Melody Kazel After-Sales Service Support: Examples and Best Practices - <https://www.investopedia.com/terms/a/aftersales-support.asp>

How to Build a Relationship Based on Interdependence - <https://www.verywellmind.com/how-to-build-a-relationship-based-on-interdependence-4161249>

Top 10 Tips in Drafting and Negotiating International Contracts / Legal.thomsonreuters.com › en › insights - <https://legal.thomsonreuters.com/en/insights/articles/top-10-tips-in-drafting-and-negotiating-international-contracts>

Supplier Selection: Choose the Right Supplier | SafetyCulture / Safetyculture.com › topics › supplier-selection - <https://safetyculture.com/topics/supplier-selection/>

What Is Just In Time Inventory (JIT)? - Forbes - <https://www.forbes.com/advisor/business/just-in-time-inventory/>

