Ежеквартальный интернет-журнал

logist dv

№ 4, 2013

ВЭД в логистике

10 Интервью с И.С. Окладниковым (ООО «Сулук»)

20 Ценность нематериальных активов (Новосибирск)

31 Аутсорсинг ВЭД (Хабаровск)

Тема номера:

Инкотермс.....18

События отрасли 2

Городская логистика 3

Краевая логистика 4

Интервью «За границу не может уйти неконкурентоспособный товар» 10

Интервью «Человеческие отношения должны быть выше всех остальных» 13

Интервью «Проблема с отсутствием образования» 16

Исследование Ценность нематериальных активов 20

Зарубежный опыт «Проблемы - это возможности для бизнеса» 23

Мнение эксперта Актуальные проблемы перевозки грузов 25

Мнение эксперта Аутсорсинг ВЭД 28

Логистика в лицах «Занимайся тем, в чем ты лучше других» 31

Интервью «Вера в продукт дает силы его продвигать» 36

Мнение эксперта С нами бизнес сильнее! 39

Мнение эксперта Помощь при сделках ВЭД 41

Литобзор 43

logist dv

РЕДАКЦИЯ

Главный редактор Анна Кочемасова

Выпускающий редактор Мария Логинова

Дизайн-макет Артем Буханец, Ольга Серикова

Верстка Мария Логинова

Корректура Мария Логинова

ДЛЯ СВЯЗИ

Телефон 65-88-65

E-mail redaktor@logistdv.ru

LOGISTDV MAGAZINE

Editor-in-chief Anna Kochemasova

Managing editor Maria Loginova

Designers Artem Buhanec, Olga Serikova

Layout Maria Loginova

Учредитель: ООО ДВМЦЛ
Адрес редакции г. Хабаровск, 680030, ул. Запарина, 51

По вопросам размещения материалов обращаться: redaktor@logistdv.ru, тел.: 65-88-65

За содержание рекламной информации ответственность несет рекламодатель, он также отвечает за достоверность рекламы, соблюдение авторских прав и других прав третьих лиц, за наличие в рекламных материалах ссылок, предусмотренных законодательством.
Перепечатка материалов и использование их в любой форме возможны при наличии ссылки на данное издание. Мнение редакции может не совпадать с мнением авторов.

Выход в свет: 20.12.2013 г.
Журнал выпускается ежеквартально, размещается в свободном доступе.
18+
Издается при поддержке администрации города Хабаровска

От редакции

Здравствуйте, коллеги!

Мы рады приветствовать вас на страницах нашего ежеквартального журнала Logistdv. Вы читаете уже четвертый номер. Этот номер посвящен логистике во внешнеэкономической деятельности (ВЭД).

Так получилось, что тема номера созрела на одном из важных, на наш взгляд, мероприятий, завершавших лето 2013 года. Я имею в виду круглый стол на тему: «Проблемы экспорта продукции и услуг на рынки стран АТР», проведенный Фондом поддержки предпринимательства Хабаровского края и Центром поддержки и развития экспорта (краткую заметку о мероприятии читайте в номере). Так или иначе, проблемы логистики во внешнеэкономической деятельности затронули все выступающие круглого стола. Было очевидно, что проблемное поле вопроса гораздо шире. Мало захотеть начать поставки за рубеж, более того, не достаточно даже найти партнера за границей (именно это представляется самой большой проблемой начинающим экспортерам, например). Нет, коллеги, проблемы начинаются потом. Их немало, и большая часть их связана именно с вопросами товародвижения, которые усугубляются тем, что товар перемещается через таможенную границу.

В нынешнем номере мы поговорили на эту злободневную тему с представителями разных предприятий и получили экспертные мнения наших коллег, разместили статьи новых, пока неизвестных вам авторов.

Накануне самых замечательных зимних праздников, мы поздравляем вас, желаем здоровья, благополучия, новых, интересных проектов!
Успехов вам!

Искренне ваша,
главный редактор,
генеральный директор
ООО «Дальневосточный международный
центр логистики» (портал Logistdv),
Анна Кочемасова
anna@logistdv.ru, тел.: 8-924-220-75-64

События отрасли в сентябре–декабре 2013 года

СЕНТЯБРЬ

Новый полпред в ДФО Юрий Трутнев приступил к своей работе.

В Японии протестировали самый быстрый в мире поезд. Он разгоняется до 500 км/ч.
Источник: www.rzd-partner.ru

В Росавтодоре считают, что стоимость ремонта автомобильных дорог в пострадавших от наводнения регионах Дальнего Востока обойдется в 7,1 миллиарда рублей.
http://news.mail.ru

Новую систему предупреждения о цунами в Тихом океане планируется ввести 1 октября 2014 года.
http://portnews.ru/

ОКТЯБРЬ

Объем инвестиционного бюджета в границах Дальневосточной железной дороги за 2013 год составляет 29,5 млрд. рублей.
Источник: http://www.27region.ru

По данным ИПЕМ, в России в 2005-2012 годах средние расходы грузоотправителей при перевозке грузов железнодорожным транспортом выросли более чем в два раза, а разница с соответствующими расходами грузоотправителей в США сократилась до 18,6%.
Источник: http://loglink.ru

На ремонт дорог Приамурья перечислено 703 млн рублей.
Источник: http://www.27region.ru

Российский союз автостраховщиков (РСА) планирует использовать данные со спутников при оформлении ДТП.
Источник: http://www.27region.r

В Хабаровске ограничено транзитное движение грузовых автомобилей с массой более 25 тонн.
Источник: http://www.27region.ru

НОЯБРЬ

На Дальневосточной железной дороге сдан в эксплуатацию новый Облученсикй тоннель.
Источник: http://www.27region.ru

«Балтийский завод» начал строительство самого мощного и большого ледокола в мире. Ледокол проекта 22220 войдет в состав флота в декабре 2017 года.
Источник: http://www.27region.ru

В Приморье открыли участок автомобильной дороги М-60 «Уссури» после реконструкции.
Источник: http://www.27region.ru

Общий объем инвестиций в дорожную отрасль Еврейской автономной области (ЕАО) в 2013 году составил 1,74 млрд рублей.
Источник: http://www.27region.ru

Число поддельных документов, предоставляемых таможне, увеличилось в четыре раза.
Источник: http://proved-partner.ru

ДЕКАБРЬ

Сбои в работе паромной переправы Ванино-Холмск в очередной раз затруднили отправку грузовых вагонов на Сахалин, к 9 декабря на ДВЖД скопилось в адрес региона около 600 вагонов.
Источник: http://www.27region.ru

17 декабря Двухмиллионного пассажира принял хабаровский аэропорт «Новый».
http://amurmedia.ru/

Городская логистика

В Хабаровске построят современнейшую магистраль

Самую современную магистраль планируют открыть уже в 2014 году. 2 октября 2013 года мэр Хабаровска Александр Соколов проверил, как идут работы на строительстве двух городских магистралей.

Он побывал на улице Дикопольцева, где возводится сквозная дорога через центр города, а также осмотрел участок Матвеевского шоссе, реконструкция которого началась весной.

Общая протяженность строящейся дороги на улице Дикопольцева – около 2 километров 200 метров. Уже построено без малого 1800 метров полотна. На следующий год строители планируют закончить оставшиеся 450 метров, но это будет самый сложный участок.

Тут сосредоточены городские коммуникации, которые придется переносить и обходить. Около 40 квартир понадобится, чтобы расселить жителей домов, которые сейчас находятся на территории, по которой пройдет трасса.

Ремонт участка Матвеевского шоссе уже закончен. Во время реконструкции этот отрезок трассы был расширен, отремонтирован мост через речку Полежаевку.
Источник: MoiGorod.ru

Улицу Волочаевскую расширят до шести полос

Схема транспортного движения по улице Волочаевской в районе остановки «19-ая школа» изменится. Шестиполосную трассу начнут строить в краевой столице в ближайшее время.

«В первую очередь расширят автотрассу между улицами Слободская и Юности, — комментирует начальник управления дорог и внешнего благоустройства администрации Хабаровска Олег Гроо. — Одна из главных автомобильных трасс станет шестиполосной, у общественного транспорта появится собственный ряд. Левый поворот на переулок Молдавский во время движения в центр запретят, как, впрочем, такой же маневр из Молдавского на Волочаевскую. Правый поворот останется в силе».

Далее начнется реконструкция участка дороги улицы Краснореченской до Индустриальной. После его расширения исчезнут сложности на перекрестке улица Кубяка — переулок 3-й Путевой.
Источник: MoiGorod.ru

Проект дамбы на протоке Амурская вдоль Хабаровска обсудили в правительстве края

Более чем пятикилометровая дамба защитит южную часть города от возможного наводнения. Окончательно проект, стоимостью более трех миллиардов рублей, планируется доработать в декабре этого года. В этом же месяце его направят на государственную экспертизу.
Защитные сооружения закроют от большой воды территорию вдоль улицы Пионерская от Дендрария до улицы Совхозная. От основания до вершины дамба будет покрыта бетонным каркасом. Предусматриваются пешеходные зоны и выходы к воде. Для прохода судов в прибрежную территорию установят судопропускные сооружения шириной 70 метров. Такое расстояние обеспечит безопасное движение судов в обоих направлениях. На период паводка в этом месте будет выставлен механический заслон. Каким он будет — проектировщики до конца не определились. Оптимальное техническое решение будет прописано в окончательном варианте проекта.
Источник: Amurmedia.ru

Транспортная развязка и новый виадук скоро появятся в Хабаровске

Новой транспортной развязкой и еще одним надземным пешеходным переходом обзаведется Хабаровск в скором будущем. Это будет сделано для увеличения пропускной способности проспекта 60-летия Октября. Об этом рассказал мэр Хабаровска Александр Соколов:

- Мы хотим в перспективе сделать проспект 60-летия Октября полноценной транзитной трассой, идущей через город с юга на север. Для увеличения пропускной способности со временем планируем убрать оттуда все светофоры, заменив их надземными и подземными пешеходными переходами. Мы уже построили виадук на остановке Южнопортовая, сейчас вовсю идет строительство такого же виадука на остановке Юбилейная. Следующий подобный надземный переход в ближайшем будущем появится на остановке Швейная фабрика. Кроме этого, в некоторых районах Хабаровска давно назрела проблема строительства новых развязок. Всего в городе нужно построить еще семь таких объектов. Самая необходимая – на перекрестке улиц Большая – Воронежская – Шелеста. Именно она должна появиться в Хабаровске в первую очередь.
Источник: Amurmedia.ru

Краевая логистика

В Хабаровском крае открылись два участка автомобильной дороги «Хабаровск – Лидога – Ванино»

На 164 км трассы «Хабаровск – Лидога – Ванино», на мосту через реку Гобилли состоялась церемония открытия построенных Спецстроем России двух участков автомобильной дороги (155-163 км и 163-171 км) с подъездом к городу Комсомольску-на-Амуре.

На участках общей протяженностью 15,944 км уложено в общей сложности 181 тыс. м2 асфальтобетонного покрытия, выполнено 775 тыс. м3 земляных работ, произведен монтаж 12 870 п.м. барьерных ограждений построено 15 водопропускных труб и 6 мостов.

Автомобильная дорога «Хабаровск - Лидога – Ванино» является частью евроазиатского транспортного коридора «Транссиб» – она должна обеспечить выход с федеральных автомагистралей к расположенным на Тихоокеанском побережье морским международным портам Ванино и Советская Гавань, а также связать юг и восток Хабаровского края с дорогами «Чита – Хабаровск» и «Хабаровск – Владивосток».

Являясь частью масштабного проекта, имеющего важное стратегическое и экономическое значение, трасса «Хабаровск – Лидога – Ванино» будет способствовать развитию отдаленных территорий, позволит значительно увеличить грузопоток, ограниченный на данный момент недостающими мощностями железной дороги.

Общая протяженность трассы составляет 323 километров, из них около 230 уже в асфальтобетонном покрытии. Работы растянуты по времени из-за сложнейшего горного рельефа. Высота некоторых гористых склонов достигает 2 километров над уровнем моря. Это обуславливает высокую стоимость работ – около 1,5 млрд. рублей. Полностью одеть в асфальтобетон последние 90 км трассы планируется к 2018 году. Работы ведутся вахтовым методом в сложных климатических условиях в удалении от баз технического и материального снабжения. До 1999 года дорога представляла собой автозимник протяженностью около 350 км. И сегодня работы выполняются с «нулевого цикла».

В настоящее время продолжается строительство еще одного участка автомобильной трассы (193-204 км), который планируется открыть в 2014 году.
Источник: sdelanounas.ru

Дальний Восток будет развиваться по новой федерально-целевой программе

С 1 января 2014 года начнет действовать новая федерально-целевая программа, в основу которой заложено экономическое развитие региона. ФЦП «Экономическое и социальное развитие Дальнего Востока и Забайкалья», получила продолжение. Новый срок реализации запланирован до 2018 года. Кроме того, с расширением географии изменилось и название программы. Соответствующее постановление принято на заседании правительства России.

Программой предусматривается реализация в 2014–2017 годах мероприятий по развитию транспортной и энергетической инфраструктуры на территории Дальнего Востока и Байкальского региона.

Мероприятия транспортной инфраструктуры предусматривают строительство (реконструкцию) 40 объектов воздушного транспорта, 17 объектов водного хозяйства, автодорожной инфраструктуры (682 км автомобильных дорог регионального и местного значения), модернизацию железнодорожной инфраструктуры Байкало-Амурской и Транссибирской железнодорожных магистралей (далее – БАМ и Транссиб).

В рамках программы предусмотрено продолжение реализации мероприятия энергетической инфраструктуры «Строительство ВЛ-220 кВ Оротукан – Палатка – Центральная» (Магаданская область).
Объем финансирования программы за счет средств всех источников в 2014–2017 годах составит 696931,71 млн рублей, из них за счет средств федерального бюджета – 212872,96 млн рублей, средств консолидированных бюджетов субъектов Федерации – 10795,7 млн рублей, за счет внебюджетных средств – 473263,05 млн рублей.

Объем финансирования программы за счет средств федерального бюджета соответствует федеральному закону «О федеральном бюджете на 2014 год и на плановый период 2015 и 2016 годов».

Реализация программы позволит обеспечить транспортную доступность и повышение внутренней связанности территорий макрорегиона за счет развития объектов региональной авиации и аэропортовой инфраструктуры, увеличения пропускной и провозной способности БАМ и Транссиба, развития морской и автодорожной инфраструктур.

Постановление вступает в силу с 1 января 2014 года.
Источник:news.mail.ru

Александр Левинталь: «В Хабаровском крае будут созданы экономические зоны опережающего развития»

Первый заместитель председателя правительства края по экономическим вопросам Александр Левинталь прокомментировал ряд положений послания Президента РФ в части развития Дальнего Востока.

В частности, Александр Левинталь подчеркнул значимость президентского тезиса о создании производственных парков в регионах. В Хабаровском крае сейчас идет активная работа по подбору площадок, где можно создать такие центры. Александр Левинталь вместе с группой специалистов накануне вернулся из Комсомольска-на-Амуре, где прошли консультации с руководством холдинга «Сухой».

«Загрузка нашего авиационного предприятия увеличивается, производство растет на 20-30% в год, трудовых ресурсов не хватает. Поэтому мы сейчас рассматриваем возможность создания производственных парков на свободных площадях других заводов в городе. Туда можно было бы перенести выпуск некоторых комплектующих, разместить механосборочное производство», — отметил Александр Левинталь.

Президент в Послании заявил о поддержке таких начинаний. Предлагается компенсировать региональным бюджетам затраты на инфраструктуру таких парков.

Немаловажной, по словам Александра Левинталя, является и задача по созданию экспортоориентированных зон опережающего развития на Дальнем Востоке. Правительство Хабаровского края уже готовит предложения от региона в Минвостокразвития по созданию таких площадок.

«Это территории, где должен действовать особый налоговый режим, особенно в части налога на прибыль и на имущество. Необходимые правовые акты для этого, как заявил Президент, должны быть готовы уже в первом полугодии 2014 года. Мы хотели бы, чтобы на этих площадках велась переработка древесины, работало нефтегазохимическое, аграрное производство. Сейчас вместе с главами районов готовим перечень таких зон», — отметил Александр Левинталь.

Ряд производств, по словам Александра Левинталя, можно разместить и в ПОЭЗ в Советской Гавани. Зона должна получить новый импульс развития. В ближайшее время выйдет постановление Правительства РФ о расширении границ зоны. Также сейчас создается компания, которая будет управлять ПОЭЗ.

Терминал по перевалке угля построят в порту Хабаровского края
Терминал по перевалке угля из Якутии построят в порту Ванино Хабаровского края к 2016 году, он будет звеном в транспортировке якутского угля в страны АТР, сообщается на сайте краевого правительства.

Проект реализуется в рамках соглашения о сотрудничестве между правительством Хабаровского края и ООО «Саха (Якутская) транспортная компания» («Сахатранс»), подписанного накануне в Москве. Строительство терминала включено в федеральную целевую программу «Развитие транспортной системы России (2010-2020 годы)».

«Мощность перегрузочного комплекса к 2020 году составит до 27 миллионов тонн в год. В настоящее время ведутся проектные работы по терминалу и строительству железнодорожной инфраструктуры. Строительство терминала планируется завершить в 2016 году. Объем инвестиций в проект составит более 25 миллиардов рублей», — сообщается на сайте.

Отмечается, что правительство края одобрило инициативу ООО «Сахатранс» о включении терминала в границы портовой особой экономической зоны, которая формируется в Ванино.

«Это очень крупный межрегиональный проект, который увязывает интересы Хабаровского края и Республики Саха. Реализация этих планов положительно повлияет и на экономику Ванинского района. Немаловажно, и то, что проект обеспечит создание более 700 рабочих мест», — цитируются в информации слова губернатора Вячеслава Шпорта.
Источник: Amurmedia.ru

Транспортно-перегрузочный комплекс может появиться в бухте Мучке Ванинского района края

Вячеслав Шпорт подписал соглашение с компанией «Сахатранс».
В Москве состоялась церемония подписания соглашения о сотрудничестве между правительством Хабаровского края и ООО «Саха (Якутская) транспортная компания» («Сахатранс»). Подписи под документом поставили губернатор Вячеслав Шпорт и генеральный директор ООО «Сахатранс» Юрий Тямушкин.

Стороны договорились о развитии транспортной системы и портовой инфраструктуры в Хабаровском крае. В частности, соглашением предусматривается реализация инвестиционного проекта по созданию транспортно-перегрузочного комплекса в бухте Мучке Ванинского района.

Реализация этого проекта была начата ООО «Сахатранс» в 2005 году. Строительство терминала включено в федеральную целевую программу «Развитие транспортной системы России (2010–2020 годы)».

Мощность перегрузочного комплекса оценивается в 12 миллионов тонн (с возможностью расширения до 24 миллионов тонн). В настоящее время ведутся проектные работы по терминалу и строительству железнодорожной инфраструктуры. Строительство терминала планируется завершить в 2016 году. Объем инвестиций в проект составит более 25 млрд рублей.

В целях поддержки проекта правительство края одобрило инициативу ООО «Сахатранс» о включении терминала в границы портовой особой экономической зоны.

«Это очень крупный межрегиональный проект, который увязывает интересы Хабаровского края и Республики Саха. Реализация этих планов положительно повлияет и на экономику Ванинского района. Компания в рамках соглашения будет оказывать поддержку району, увеличатся поступления в местный бюджет. Немаловажно, и то, что проект обеспечит создание более 700 рабочих мест», — отметил губернатор Вячеслав Шпорт.

Соглашением также предусмотрена разработка и реализация комплексных природоохранных мероприятий по предотвращению загрязнения окружающей среды при транспортировке, складировании и перевалке угля. Согласно проекту, на терминале будет предусмотрена современная система пылеулавливания и пылеподавления.
Источник: Amurmedia.ru

Поезда Тында – Комсомольск-на-Амуре продолжат движение по железной дороге

Продлевается курсирование пассажирских поездов № 363/364 Тында – Комсомольск-на-Амуре. При этом расписание и схема движения поездов останутся без изменений.
Согласно оперативному приказу ОАО «РЖД», для обеспечения перевозки пассажиров, в действующем графике движения поездов 2013-2014 г.г. продлевается курсирование пассажирских поездов № 363/364 сообщением Комсомольск-на-Амуре – Тында – Комсомольск-на-Амуре формирования Дальневосточного филиала ОАО «Федеральная пассажирская компания», отправлением со станций Комсомольск-на-Амуре и Тында с 1 января 2014 года и до ввода нового графика. Расписание и схема движения поездов не меняется.

Напомним, маршрут Тында — Комсомольск несколько раз пытались отменить из-за нерентабельности. Однако по просьбам пассажиров и влиянию властей, поезд продолжает курсировать.
Источник: news.mail.ru

ООО «Мечел» оказался не готов к работе в зимних условиях в Хабаровском крае

ООО «Мечел» оказался технически не готов к работе в зимних условиях в Хабаровском крае. Вагоны, груженные углем, простаивают на полигоне ДВЖД для отправки в порт Ванино из-за технической неготовности.

Наибольшее количество поездов, в основном груженных углем, отставлено от движения в направлении станций Посьет (39 составов), получатель порт Посьет, ООО «Мечел»; Ванино (25 составов), получатель ООО «Мечел»; Находка-Восточная (8 составов), получатель порт Восточный; мыс Астафьева (девять составов) для Находкинского морского торгового порта «Евраз». Также есть сложности по разгрузке угля во Владивостокском рыбном порту на станции мыс Чуркин.

По мнению первого заместителя начальника Дальневосточной дирекции управления движением Дмитрия Бородинского, поскольку официальных обращений со стороны грузополучателей о прибытии составов с перемерзшим углем не поступало, главной причиной сложившейся ситуации считается техническая неготовность портов к работе в зимних условиях. На снижении выгрузки угля сказывается систематический выход из строя погрузо-разгрузочных механизмов. Так, на станции Ванино вместо 30 устройств, фактически ежесуточно работают 7-9. На станции Посьет – 6 вместо 15. Причем половина из них отвлекается на погрузку судов.

Не справляется с запланированными объемами выгрузки Находкинский морской торговый порт, по этой причине на станции Находка скопилось более полутысячи вагонов с экспортным углем.

По станции Находка-Восточная заполняемость складов составляет 98% из-за несвоевременного подхода судов.
Источник: Amurmedia.ru

Круизные лайнеры будут заходить в залив Советской Гавани

Морской и речной туризм будет развиваться в Хабаровском крае. Прорабатывается возможность захода в залив Советской Гавани круизных морских пассажирских судов из Санкт-Петербурга, речных путешествий к Большому Уссурийскому и Тарабарову острову, островам Шантарского архипелага. Проект развития отрасли был представлен сегодня в ходе правительственного часа, посвященного обсуждению перспектив развития внутреннего и въездного туризма в Хабаровском крае, региональным замминистра культуры Виталием Селюковым.

С 2014 года, возможно, откроется новый нерегулярный пункт пропуска порта в районе туркомплекса «Заимка» для оформления в навигацию пассажирских спортивных и круизных судов яхтенного типа.

Наряду с этим, прорабатывается возможность захода в залив Советской Гавани круизных морских пассажирских судов из Санкт-Петербурга. Имеющаяся акватория отвечает всем требованиям безопасности мореплавания для этого типа судов. Уже создана рабочая группа по реализации проекта.

Председатель законодательной думы края Виктор Чудов высказал предложение о продлении круизного маршрута из порта Владивосток в порт Советская Гавань.

Заместитель министра культуры Хабаровского края Виталий Селюков ответил, что крупные перевозчики не нацелены на Хабаровский край.

— Проблема состоит в том, что Владивосток не склонен идти навстречу в переделывании круизных маршрутов, поведал Виталий Селюков. Линии, действующие сейчас, складывались годами и ориентированы на крупные судоходные компании. Для

них Хабаровский край не знаком. И «первой ласточкой» в этом смысле становится Советская Гавань, — ответил Виталий Селюков. – В свою очередь суда, следующие из Санкт-Петербурга, в дальнейшем пойдут в Советскую Гавань, заходя в порты Японии, доставляя туристов из Страны восходящего солнца.

Кроме того, в крае также созданы центры рекреации на базе термо-минеральных источников и лечебных грязей на территории Хабаровского края.
Источник: news.mail.ru

Строительство современной скоростной автомагистрали началось под Хабаровском

Современную скоростную автомагистраль начали возводить в пригороде Хабаровска. Строительные работы коснулись нового участка федеральной трассы М-60 «Уссури», который будет идти в обход сразу четырех поселков Хабаровского муниципального района.

Новый участок трассы пройдет от существующей развязки на 14-м км Владивостокского шоссе до 38-го км старой автотрассы. Новая дорога пойдет в обход всех четырех населенных пунктов Хабаровского муниципального района, расположенных на трассе М-60 «Уссури» – поселков Сосновка, 24-ый км, Корфовский и Чирки. Всего длина нового участка составит 24 км. Соединится новый участок трассы с одной стороны с существующей автомагистралью, а с другой – с автодорогой в объезд города Хабаровска, строительство которой планируется начать в скором времени. Место стыковки этих двух трасс уже выбрано.

В ходе возведения данного участка трассы будут построены свыше 40 искусственных сооружений – мосты, трубопроводы и даже одна транспортная развязка. Именно со строительства развязки и началось две недели назад возведение нового участка трассы. Располагаться развязка будет на 20-ом км автодороги, недалеко от стеллы «Хабаровск». Построена она будет в виде листа клевера, по подобию недавно сооруженной под Уссурийском.

Сама дорога будет построена по всем современным международным стандартам. Она станет четырехполосной, на ней можно будет развивать скорость до 120 км/ч. Кроме того, при строительстве трассы впервые на Дальнем Востоке будут применять цементно-бетонное покрытие с гарантией на 25 лет, а также новые технологии и современные материалы.

При строительстве развязки и трассы будет вырублено большое количество деревьев. Массовые вырубки уже начались. Соответствующее разрешение у строителей уже получено. При этом, вырубленные деревья не просто уничтожают, а отбирают. Неликвидные деревья сожгут, а представляющие ценность выставят на аукцион и продадут. Вырученные от продажи деньги пойдут в федеральный бюджет. На торги будут выставлены лучшие образцы березы, осины и сосны, всего 9 тысяч кубометров.
Строительство этого участка трассы займет два года и завершится в конце 2016 года. Источником финансирования проекта выступил федеральный бюджет. Всего на возведение новой дороги за два года из госказны будет выделено около 10 млрд рублей. Заказчиком проекта выступило ФГУ «Межрегиональная дирекция по дорожному строительству в ДФО».

При этом, существующий участок трассы данное строительство никак не затронет, поэтому никаких неудобств для автомобилистов, дачников, посетителей горнолыжной базы «Спартак» и жителей расположенных на трассе поселков оно не создаст. Сам же старый участок трассы после введения в эксплуатацию нового останется открытым для всех, избавившись от основного транспортного потока, который уйдет на новую построенную дорогу.
Источник: news.mail.ru

Амбулифт начнет работать в аэропорту Хабаровска со следующего года

Амбулифт начнет работать в аэропорту Хабаровска уже в первом квартале 2014 года. Кабина автомобиля будет рассчитана на семь человек: троих пассажиров в колясках, одного человека на носилках, а также троих сопровождающих лиц.

Заказанный летом 2013 года ОАО «Хабаровский аэропорт» амбулифт, предназначенный для перевозки и посадки в воздушные суда пассажиров с ограниченными возможностями, в скором времени будет введен в эксплуатацию в аэропорту Хабаровск.

В июне 2013 года между ОАО «Хабаровский аэропорт» и турецкой компанией-производителем DENGE был подписан договор об изготовлении медицинского амбулифта. Производство амбулифта занимает около шести месяцев и осуществляется с учетом требований заказчика к эксплуатации спецтехники в сложных климатических условиях российского Дальнего Востока. 16 декабря специалисты ОАО «Хабаровский аэропорт» отправятся в Стамбул для приемки произведенного амбулифта. В течение 4-5 недель после приемки будет осуществлена доставка амбулифта из Стамбула в Хабаровск, и уже в первом квартале 2014 года амбулаторный лифт поступит в ОАО «Хабаровский аэропорт».
Источник: Amurmedia.ru

Объявлен тендер на строительство нового терминала в аэропорту Хабаровска

Стоимость строительно-монтажных работ составит 8 млрд рублей, — сообщили РИАП «Хабаровск онлайн» в пресс-службе компании «Ростендер».

Администрация гражданских аэропортов объявила тендер на строительство нового терминала в аэропорту города Хабаровска. Стоимость строительно-монтажных работ составит 8 млрд рублей.

Окончание работ запланировано на октябрь 2019 года. Подавать заявки участники смогут до 27 января. Победитель будет известен уже в начале февраля 2014 года.

Исходя из конкурсной документации площадь нового терминала должна составить 45 тыс кв метров. После окончания строительства ежегодно аэропорт сможет обслуживать до 4 миллионов пассажиров.
Источник: Amurmedia.ru

Компания «Аврора» начнет летать из Хабаровска за рубеж с 9 декабря

Компания «Аврора» начнет осуществлять международные перевозки из Хабаровска в Токио с 9 декабря.

Авиакомпания «Аврора» в данный момент выполняет рейсы из Южно-Сахалинска, Владивостока и Хабаровска. Международные рейсы из Хабаровска компания начнет выполнять с 9 декабря. Из Владивостока рейсы уже выполняются — вылеты в Сеул начались с 26 ноября.
Источник: news.mail.ru.

Круглый стол: «Проблемы экспорта продукции и услуг на рынки стран АТР»

Одно из интереснейших, на наш взгляд, событий состоялось в Хабаровске на исходе лета, 28 августа 2013 года.

Организаторами мероприятия выступили Фонд поддержки малого предпринимательства Хабаровского края и Центр поддержки и развития экспорта Хабаровского края.

Предлагаем ознакомиться со списком выступающих и тем докладов.

Александров, Н.А. – начальник отдела международной и межрегиональной кооперации управления внешнеэкономического сотрудничества и инвестиций, Министерство экономического развития и внешних связей Хабаровского края – «Структура и тренды экспорта на рынки стран АТР»

Окладников, И.С. – заместитель генерального директора по ВЭД ООО «Сулук» – «Проблемы экспорта продукции в страны АТР: рынок леса»

Амирханов, И.И. – директор ООО «Прод-Лидер ДВ» – «Проблемы экспорта продукции в страны АТР: рынки продуктов питания».

Тимофеев, А.Н. – генеральный директор ООО «Биотекс-Агро» – «Проблемы экспорта продукции на рынки стран АТР: рынок удобрений»

Ящук, А.А. – заместитель генерального директора по сбыту и продвижению ЗАО «Фоксэль» – «Проблемы экспорта продукции на рынки стран АТР: рынок бутилированной воды»

Кузнецова, Е.Б. – заместитель руководителя Центра развития бизнеса Дальневосточного банка ОАО «Сбербанк России» – «Поддержка экспортно-ориентированных предприятий Сбербанком России»

Суханов, И.А. – директор Центра поддержки и развития экспорта Хабаровского края – «Государственные программы поддержки экспортеров»

Курилова, О.С. – руководитель представительства АНО «Агентство стратегических инициатив по продвижению новых проектов» в ДФО – «Дорожные карты: «Совершенствование таможенного администрирования» и «Поддержка доступа рынки зарубежных стран и поддержка экспорта»

Отметим, что проблемы логистики, были затронуты буквально в каждом докладе. Именно потому журнал, который вы теперь читаете, посвящен именно вопросам логистики и ВЭД, а мнения участников круглого стола были развернуты нами в статьи.

Дальневосточный логистической форум состоялся во Владивостоке

22-29 октября во Владивостоке состоялся ряд мероприятий, составивших программу Дальневосточного Логистического Форума.

Наши коллеги из Владивостока, также как и мы, продолжают ежегодную работу по дальнейшему объединению логистического сообщества. Традиционно участниками форума стали представители логистических компаний и ученого сообщества. В рамках форума прошли семинары известных экспертов из Москвы: Натальи Уразовой, Ырысбека Ташбаева и Андрея Голубчика.

В этом году мы не принимали участие во Владивостокском мероприятии. Но информацию с удовольствием выслушали мнения тех наших коллег, кто смог вырваться во Владивосток в октябре в качестве докладчиков. Так, например, на Владивостокском форуме выступил с докладом наш коллега и единомышленник в наших логистических начинаниях, Артем Владиславович Гаврилов, начальник отдела логистики Дальневосточного мостостроительного открытого акционерного общества (ОАО «Дальмостострой»).

«В целом, все понравилось. Порадовал масштаб мероприятия и по продолжительности и по охвату вопросов. Нравится, что организаторы ищут новые форматы проведения форума» – поделился впечатлениями А.В.Гаврилов. – «Были представлены интересные доклады, новые разработки в области перевозок. Мероприятия такого рода, в принципе, считаю нужными».

С Андреем Голубчиком мы не только обменялись мнениями о мероприятии во Владивостоке, но и устроили два семинара с участием нашего уважаемого эксперта в Хабаровске.

Так держать коллеги!

Мы, безусловно, рады, что Владивосток включился в тренд и вслед за нашими весенними Ежегодными Дальневосточными

Конференциями по логистике, которые мы организуем в Хабаровске с мая 2011 года, они завершают год не менее интересным мероприятием во Владивостоке.

Ну а мы уже приступили к формированию программы Четвертой ежегодной конференции по логистике, которая традиционно пройдет в рамках Дней логистики в Хабаровске с 22 по 25 апреля 2014 года.

Программа формируется! Подключайтесь, мы открыты к общению (info@logistdv.ru).

Семинары Андрея Голубчика прошли в Хабаровске

24 и 25 октября 2013 года Андрей Голубчик (к.э.н., руководитель транспортной и внешнеторговой практики юридической фирмы Marsh&Wilts, доцент кафедры Технологии внешнеторговых сделок Всероссийской академии внешней торговли Министерства экономического развития РФ, доцент кафедры Нефтегазотрейдинга и Логистики РГУ нефти и газа им. И.М. Губкина, г.Москва) провел в Хабаровске два семинара: «Перевозки грузов железнодорожным транспортом, или Некоторые советы по выживанию в условиях реформирования ж/д отрасли» и «Технология осуществления международных перевозок».

«За границу не может уйти неконкурентоспособный товар»

Готовя данный номер Logistdv, мы не могли обойти вниманием лесозаготовительные компании. Ведь лес – это, возможно, первое, что приходит на ум при словосочетании «экспорт на Дальнем Востоке». Опытом экспорта такой организации с нами поделился Иван Сергеевич Окладников, заместитель генерального директора по внешнеэкономической деятельности ООО «Сулук».

Беседовала: Мария Логинова

– Иван Сергеевич, расскажите о вашей компании и как вы попали в ООО «Сулук»?

И.О.: В компании я официально работаю с 2005 года, а с 2001 я трудился в дочерней компании этой же структуры. Основной профиль работы компании – это лесозаготовительная деятельность и экспорт древесины, а также лесопереработка, изготовление пиломатериалов. Экспортная деятельность компании ориентирована в основном на Китай, но определенная доля экспорта идет также в Японию и Корею. Основное производство находится в Верхнебуреинском районе, поселок Сулук, отсюда и название, хотя по большому счету это градообразующее предприятие. С этого поселка мы перевозим лес либо на железнодорожную границу с Китаем, либо в порты Приморья или Ванино. Также у нас есть небольшой завод в Хабаровске, который занимается непосредственно пиломатериалами. Объем производства пример 50000 кубометров в год.

– А когда была образована компания? Сколько сотрудников в штате?

И.О.: Компания образована в 1988 году, недавно отпраздновали юбилей – 25 лет. В штате сейчас сотрудников не очень много, порядка 60-ти человек, но есть еще и дополнительные работники, которые трудятся по договору подряда – итого вместе получается около ста человек.

– Велико ли значение логистики в деятельности вашей компании?

И.О.: Конечно, сейчас затраты на логистику по перевозке продукции от наших пунктов лесозаготовок до конечного потребителя в коммерческих затратах составляют не менее 50 %. Ведь мы платим не только железнодорожный тариф, но и агентское вознаграждение собственникам подвижного состава, то есть получается двойная цена. Поэтому на данный момент это очень существенная статья затрат для нас. Мы постоянно пытаемся ее каким-то образом снизить, ежемесячно ведем переговоры с операторами подвижного состава, поэтому каждая сэкономленная тысяча рублей для нас уже показатель.

– Когда началась внешнеэкономическая деятельность компании?

И.О.: Изначально ООО «Сулук» – это компания-лесозаготовитель. Да, сначала тоже были собственные экспортные отправки, но удобнее было работать с экспортом в Хабаровске: здесь находятся все карантинные, таможенные службы и т.д. Для этой цели в 1997 была создана компания «Аксель», которая до 2004 года проработала как дочерняя от ООО «Сулук». Компания «Аксель» за комиссионное вознаграждение продавала лес, который заготавливала материнская организация, а также консолидировала грузы других поставщиков. Но с точки зрения оптимизации расходов, это было достаточно дорого, поэтому был создан отдел в Хабаровске, в который я и перешел и занимался тем же самым, только уже в структуре ООО «Сулук». По большому счету, активная экспортная деятельность компании началась примерно с 2003 года.

– Когда начали активно вести экспорт, были ли какие-то проблемы, сложности?

И.О.: С точки зрения продаж проблемы были самые обычные, рядовые, те, которые возникают в повседневной трудовой деятельности. То есть это была обычная продажная рутина. С точки зрения организации самого процесса экспорта – по большому счету, тоже не было из ряда вон выходящих сложностей. Есть определенные требования таможни, органов контроля подкарантинной продукции – мы их выполняем и отправляем груз.

Есть, конечно, вещи для нас абсурдные. Например, использование коэффициентов плотности древесины. Они используются при расчете железнодорожного тарифа (плата за вес груза) и таможенных пошлин (пересчет веса груза в кубические метры). До недавнего времени коэффициенты у таможни и железной дороги были разными. В итоге, вес груза и его фактический объем не совпадали. Приходилось «подгонять» результаты под требования. Либо мы несли дополнительные расходы по оплате железнодорожного тарифа, либо платили дополнительную таможенную пошлину, так как по фактическому весу груза, используя таможенные коэффициенты, мы получали завышенный объем товара. Спорить и судиться – бесполезно, если не выполнять требования железной дороги – штрафы и дополнительные платежи за сверхнормативную нагрузку на ось, а если не выполнять требования таможни – сложности в оформлении таможенных документов, проверки и дополнительный контроль, требующий финансовых и временных затрат. Сейчас более менее вопрос решился, но некоторое время назад эта проблема стояла очень остро.

А еще в древесине есть такая часть, как кора, за которую таможня до сих пор берет пошлину как за обычный круглый лес. Хотя на самом деле это даже не то чтобы разное назначение товара – это отходы, как крошки, которые сыпятся при резке хлеба. Кора на бревнах не является товаром. Хотя может, китайцы для чего-то ее и используют, заваривают чай, например (смеется). Тем не менее, это тоже составляет существенную часть наших коммерческих затрат.

Конечно, на протяжении десяти лет много подобной практики накопилось с различными службами, например, в 2004 году в Чегдомыне был пост фитосанитарного контроля, потом его убрали. То есть нам для того, чтобы осуществлять контроль за подкарантинной продукцией, нужно было бы ежедневно выписывать специалиста их Хабаровска, чтобы тот ездил в Сулук с проверкой.

– Скажите, после прохождения всех таможенных выплат наши товары конкурентоспособны за границей? Насколько приемлема их цена?
И.О.: Скажем так: за границу не может уйти неконкурентоспособный товар, его там никто не купит. Если говорить о нашей продукции, то тут сам принцип продаж отличается, скажем, от товаров народного потребления. У нас сырьевой товар, для которого формируется отдельный рынок, и мы его не продаем на месте за границей, а сначала договариваемся о продаже, и потом отправляем груз. У нас есть небольшой опыт самостоятельных продаж в Китае. Мы создавали там небольшую фирму, с помощью которой могли контролировать развитие рынка, текущие цены, таким образом, быть более независимыми от мнения наших партнеров.

Что касается товаров народного потребления – я часто бываю в Китае и не могу сказать, что наши продукты производят какой-то ажиотаж среди китайцев, скорее среди экспатов – русских, которые радуются колбасе или черному хлебу, но это чаще в приграничных зонах.

Спросом в Китае пользуется наше сырье, а не готовая продукция, потому что китайцам проще задействовать собственные мощности на ее изготовление.

– Скажите, а легко ли было найти партнеров за рубежом?
И.О.: Здесь опять определенную роль сыграла специфика нашей деятельности: у нас весьма простой заход на иностранный рынок. Особенно простым он был лет 10-15 назад, когда спрос на круглый лес был ажиотажным. Тогда каждый день у нас выстраивалась очередь по три-четыре новых клиента. Информация о нас в Китае распространялась посредством «сарафанного радио». Хотя, конечно, в итоге мы пришли к тому, что работаем с одними и теми же партнерами.

Сейчас такого ажиотажа нет, но для того, чтобы выйти на рынок, много проблем решать не нужно. Если есть продукт – определенный объем леса, готового к транспортировке – найти на него покупателя в Китае будет не сложно. Вопрос в том, насколько профессионально будет проведена продажа, насколько правильно будет зафиксирована цена и т.д.

Раньше также активно мы работали с Японией. У них было около десяти крупных компаний, которые осуществляли импорт круглого леса из России. Но сейчас спрос в Японии далеко не такой активный. С 2008 году была введена пошлина, после чего мы практически потеряли Японию как страну-потребителя нашего леса.

– То есть сейчас вы работаете только с Китаем?
И.О.: На 90 % – да. Хотя с удовольствием бы работали с Японией. Это цивилизованный, интересный рынок, совершенно разнящийся с рынком Китая, где только последние год или два появляется какая-то цивилизованная система в переговорах, соблюдаются договоренности, появилось понятие контракта (раньше это была просто бумага с печатями, которая в принципе ничего не значила), стало возможно договариваться на фиксированные цены.

С Японией у нас была договоренность по ежемесячному заказу, мы всегда знали, что и сегодня, и через месяц, и через три месяца у нас будет стопроцентная продажа. Мы смело могли хранить лес в порту, фиксировали цены, знали, что если сделка заключена, то она состоится. С Китаем раньше в этом отношении возникали сложности, например, мы могли накопить лес в порту, после чего клиент вдруг начинал пытаться нами манипулировать – говорить, что упал рынок или цены снижаются.

Поэтому, честно говоря, мы очень скучаем по Японии в плане хороших деловых отношений, классической цивилизованной работы.

– Какие инструменты инфраструктуры ВЭД есть в самой компании, а какие привлекаются из вне?
И.О.: Подвижной состав мы, естественно, привлекаем со стороны, потому что содержать собственный парк мы не можем себе позволить. В порту мы используем всю портовскую инфраструктуру – перевалка груза, фрахт судов. В компании есть автомобильный транспорт, с помощью которого мы вывозим продукцию на склад для последующей сортировки и погрузки.

– Дайте свою экспертную оценку инфраструктуре внешнеэкономической деятельности края – на достаточно ли хорошем уровне она находится?

И.О.: Здесь проблемы, конечно, есть. Те, с которыми сталкиваемся мы, это, во-первых, недостаточная оборачиваемость арендованного состава. Например, у нас есть договоренность с оператором о предоставлении нам 40 платформ для погрузки. Стоимость аренды платформы рассчитывается исходя из оборота одной единицы. Существует договоренный норматив: одна «рогатка» должна два раза в месяц сделать оборот между нами и другой конечной станцией. Отсюда и складывается стоимость.

Летом, когда наступает пора ремонта дороги или когда ключевые лица, контролирующие распределение грузопотоков на железной дороге, уходят в отпуск – начинаются заторы на ключевых станциях. И этот месячный коэффициент вместо двух становится 1,5, 1,3, 1, а бывали и случаи, что он опускался ниже единицы, то есть платформа целый месяц где-то «гуляла», причем гулять она может даже с грузом. Хотя по нормативу она должна доехать до станции за 3-4 дня. В связи с этим, наша компания-логистический оператор начинает повышать тарифы, что приводит к увеличению себестоимости товара, а нам это абсолютно не интересно.

Пытаться привлечь железную дорогу к ответственности – бесполезно. Потому что они не несут перед нами никаких обязательств по срокам. Они несут обязательства только перед операторами подвижного состава, собственниками вагонов. Но насколько я знаю, выиграть какие-то дела в суде по ненормативным срокам доставки практически невозможно, по крайней мере, я положительных случаев не знаю, хотя живо интересуюсь этим вопросом. Маневровые локомотивы могут приходить раз в три дня, могут пообещать и не приехать – и все это наши простои. Клиент ждет груз, а мы ждем подвижной состав, хотя он может стоять в двухстах метрах от нас. Все потому, что недостаточно маневровых локомотивов на этом участке железной дороги. Бывает даже, что товар уже погружен, но нет маневрового. Тогда нам приходится платить сверхнормативный простой погруженных вагонов. И выставить эти затраты мы никому не можем, заставить железную дорогу выплатить нам эту неустойку практически нереально.

Но, кончено, не все так плохо: в основном мы дружим с нашими станциями, умеем договариваться с ними, стараемся поддерживать хорошие отношения.

Этой осенью был случай, когда мы три недели не могли погрузиться – станция Красная Речка нам отказывала в приеме груза, мол, не можем подать вагоны из-за наводнения. Хотя мы ходили по территории, и у нас воды не было, в отличие от соседней станции. Но ссылались на запрет по Хабаровскому краю из Москвы, хотя этот запрет сняли еще в конце августа – начале сентября, а станцию предупредить забыли. Вот из-за таких мелочей приходится страдать. Вроде бы у нас век Интернета, мгновенной связи, а дорожники до сих пор пользуются старыми телеграммами в которых, во-первых, не понятно, что написано, а во-вторых, они еще и не всегда доходят.

– Поделитесь интересным кейсом в работе с вашими зарубежными партнерами.

И.О.: Основная проблема, которая может возникнуть – это работа с претензиями по качеству. Есть российский ГОСТ, в соответствии с которым мы подготавливаем наш товар к экспорту. А есть такое понятие, как требование рынка. И в Китае это одно требование, а в Японии – другое. То есть один и тот же лес в Китае и Японии выглядит по-разному. И эта работа с претензиями достаточно наглядно характеризует сотрудничество с этими странами.

Например, был такой случай: из Китая пришла претензия, что качество нашего товара ниже заявленного. Естественно, мы отправляем туда специалиста – человека, который все ГОСТы знает назубок. Я также выехал на осмотр продукции. Однако когда мы проверили партию, оказалось, что все в порядке, отклонений от нормы по качеству нет. Сообщили об этом клиенту, даже предложили привлечь третью организацию, которая могла бы дать независимую оценку. На что клиент ответил: «Нет, вы же сказали, все в порядке, значит так и есть, мы вам верим». То есть мы потратили четыре рабочих дня, привезли целую делегацию работников, оторвав их от производства, остановили погрузку на этот адрес. Спрашиваем их: «Зачем?!». Как оказалось, клиент хотел наладить коммуникацию!

Потом подобная ситуация повторялась и с другими клиентами, мы поняли, что это норма для Китая. Конечно, мы общались, ходили в рестораны и т.п., но надо понимать, что это не просто дружеские контакты, а некая попытка «продавить» компанию. То есть китайский клиент понимает, что не каждая компания будет выезжать на место, проверять партию – многие просто сделают скидку. В итоге, кончено, мы решили эту проблему. Сначала стали фотографировать лес с торца так, что было видно, что качество соответствует заявленному нами. А потом сделали следующим образом: если мы выезжаем на место, и оказывается, что товар соответствует качеству, весь комплекс командировочных затрат оплачивает клиент. И тут же подобное «общение» прекратилось.

В работе с Японией в этом плане все гораздо проще. Если претензия приходит из Японии, мы можем быть на 99 % уверены, что мы действительно где-то допустили ошибку. Там другое отношение к работе, часовая оплата выше, поэтому отправить специалиста в порт – это достаточно большие затраты, плюс встреча представителей нашей компании, привлечение сторонней контролирующей организации – в итоге часто стоимость этой претензионной работы получается выше, чем та сумма, которую можно отстоять в претензии. Учитывая такие моменты, мы могли японцам доверять и соглашаться с претензией, не выезжая на место.

Вот такая совершенно разная работа с этими странами.

– А с Кореей сотрудничайте?

И.О.: Есть такой опыт, раньше мы работали активно – примерно девять лет назад. Но в Корее не типично потребление леса, в отличие от Китая или Японии. В Корее оно носит сезонный характер, то есть лес покупался в феврале и марте, а в остальные десять месяцев его надо было активно продвигать. К тому же, потребляются там только определенные породы древесины. Вообще, исторически так сложилось, что Корея в основном импортирует лес из Китая или Японии, и только потом из России. Хотя в этом году спрос на наш лес в Корее вырос, и они даже стали опережать Японию в этом отношении.

«Человеческие отношения с партнерами должны быть выше всех остальных»

Раскрывая тему номера, мы познакомились с разными хабаровскими организациями, занимающимися внешнеэкономической деятельностью. Сегодня мы рассказываем вам о самых интересных. Одна из таких компаний – «Биотекс-Агро». Историей успеха своей компании поделился генеральный директор Александр Николаевич Тимофеев.

Беседовала: Мария Логинова

– Александр Николаевич, расскажите, как давно существует ваша компания, в чем суть ее деятельности?
А.Т.: Компания «Биотекс-Агро» зарегистрирована в октябре 2009 года. Сфера деятельности – добыча и переработка торфа. Производство находится в Комсомольске-на-Амуре, в процессе регистрация производственного обособленного подразделения в поселке Хор района им. Лазо Хабаровского края.

– Расскажите немного о продуктах, которые выпускает компания.
А.Т.: В данный момент мы работаем над двумя новыми продуктами, которые будем запускать в промышленное производство. Это топливные паллеты и улучшитель (или как он у нас запатентован – раскислитель) для почвы. Это очень актуальная тема. Мы проводили комплекс исследований вместе с Государственным Научным Учреждением «Дальневосточный НИИ Сельского Хозяйства и ГНУ «Биолого почвенный институт» ДВО РАН, и получили результат, который позволяет проводить нейтрализацию почвенной кислотности гораздо более эффективно и менее затратно. Есть перспективы использования этого продукта в программе мелиорации залежных земель, которая утверждена правительством Хабаровского края.

– Как вы попали в эту сферу деятельности?
А.Т.: Я занимаюсь этим направлением уже около 15 лет и сейчас уже ясно, что за таким способом улучшения почвенного плодородия – будущее. Например, 14 лет назад в своем первом бизнес-плане я писал о том, что перспектива развития компании, расширения производства может быть обращена на район имени Лазо, Вяземский район. Сегодня эта идея имеет реальное практическое воплощение.

– Почему вообще выбрали такую направленность – переработка торфа? У вас специальное образование в этой сфере или роль сыграли другие факторы?
А.Т.: Я по образованию инженер-механик по самолетостроению и когда-то работал на авиационном заводе. А тот период, когда занялся развитием этого направления в бизнесе, понял, что нужно уходить от торговли и заниматься производством. Но в силу того, что опыта не было никакого (ведь я по образованию не химик и к горнодобывающей отрасли вообще не имел никакого отношения) было очень сложно.

Однако за период в 15 лет было накоплено много знаний, которые были систематизированы, причем настолько, что это позволило мне заняться написанием диссертации. Неожиданно для себя мы открыли, что из торфа можно выпускать до 50-ти наименований продуктов, причем для совершенно разных отраслей: медицина, сельское хозяйство, химия, экология, добыча нефти и другие. Мы сейчас выпускам порядка 16-ти наименований для сельского хозяйства и недавно разработали кормовую добавку для животноводства.

– А почему выбрали именно сельское хозяйство?
А.Т.: Новые продукты проще продвинуть именно в сельском хозяйстве. Еще в 40-х годах советскими учеными был проведен большой комплекс исследований органо-минеральных удобрений, то есть знаний в этой области более чем достаточно, они обобщены и доступны для изучения. А в других областях промышленности торф начали использовать гораздо позже – на рубеже 90-х годов, мы просто не стали лезть туда, где мало производственной практики и практики применения.

– Вы распространяете свои продукты в России?
А.Т.: Да, это в основном Хабаровский край, немного ЕАО и Приморье. Но в первую очередь мы производим нашу продукцию на экспорт.

- А почему больше на экспорт?
А.Т. Все очень просто – там больше обрабатывается земли, соответственно, больше потребителей.

– А когда начали заниматься экспортом?
А.Т.: С самого начала регистрации компании (фактически с 2010 года) мы начали грузить продукцию на экспорт. Вообще, у нас есть еще одна компания, в рамках которой мы провели весь комплекс НИОКР, получали гранты от правит-

ельства края на эту компанию. И после завершения всех исследований зарегистрировали компанию «Биотекс-Агро», которая занимается непосредственно производством.

– В какие страны экспортируете свою продукцию?
А.Т.: Республика Корея, Япония и Китай.

– Каков объем экспорта в год?
А.Т.: Говорить о каких-то ошеломляющих объемах пока рано – лучше говорить не об объемах, а о самом факте и перспективах. Самое главное, что наш продукт востребован на рынке.

– Оцените наши российские продукты на внешних рынках: насколько они востребованы и насколько их цена приемлема, после прохождения всех таможенных выплат?
А.Т.: По-разному, зависит от страны, от уровня цен в этой стране. Например, в Японии достаточно высокие цены и для нас они очень комфортны. В Корее цены чуть ниже, а в Китае – низкие, и там действительно тяжело продвинуть продукт на рынок. Но есть много способов вписаться в ценовой сегмент на территории Китая.

Например, сейчас мы планируем поставку в эту страну полуфабриката, то есть только частично обрабатываем торф, а все остальное делают сами китайцы по нашей технологии. В этой ситуации мы имеем определенные преференции на таможне, потому что мы грузим продукцию: во-первых, для оздоровления почвы, во-вторых, для совместного производства. И по законодательству Китая, в этом случае у нас есть определенные преимущества как по пошлине, так и по НДС.

И еще один пример: компоненты нашего продукта мы можем использовать в России, а можем – в Китае. Если мы будем использовать их здесь, то они будут дороже, чем в Китае. Это связано со следующим: когда мы закупаем компоненты в России – 300-500 тонн – это одна цена. В Китай эти компоненты из России поступаю в сотнях тысячах тонн. Соответственно, стоят они дешевле даже с учетом маржи посредников.

– Какие-то элементы инфраструктуры ВЭД есть в самой компании?
А.Т.: Вы знаете, нет, мы их не создаем. Сейчас достаточно компаний на рынке, которые профессионально занимаются тем или иным видом услуг. Например, во Владивостоке и Находке у нас есть партнеры, которые оказывают нам услуги по обработке груза в портах. Они представляют наши интересы в таможне и других организациях, получают наш груз в РЖД. Также, мы сами не занимаемся декларированием – у нас подписан договор с компанией, специализирующейся на этой задаче. И тем более сами не перевозим – у нас нет собственных вагонов.

– И это удобно для вашей компании?
А.Т.: Да, вполне. Наше законодательство меняется очень динамично, часто просто не успеваешь отслеживать какие-то моменты, поэтому тут лучше довериться профессионалам. И потом, не нужно держать штат сотрудников для этих целей: нанять специалистов в лице того или юридического лица или предпринимателя для нас сегодня получается дешевле.

– Дайте экспертную оценку инфраструктуры ВЭД на Дальнем Востоке. Насколько хорошо, отлажено работает система?
А.Т.: Давайте по порядку. Автомобильный транспорт в нашем регионе развит не так здорово, как хотелось бы.

– Именно транспорт или проблема в дорогах?
А.Т.: Понимаете, здесь все взаимосвязано. Не будет хороших дорог – не будет и хорошего транспорта. Ведь качественную технику никто не пустит по плохой дороге, иначе она начнет ломаться, а обслуживание стоит дорого, идти такая машина по плохой дороге будет медленнее, соответственно, все это приводит к удорожанию перевозок.

Пропускная способность дорог маленькая, большегрузный транспорт по ним проехать не может. Получается, я не могу перевезти нужное количество тонн продукта, соответственно, растет его себестоимость.

Если говорить о железнодорожном транспорте, то здесь ситуация стала понемногу налаживаться. Появились фирмы, которые предоставляют вагоны и это достаточно удобно.

Если говорить о перевалке груза в портах, то тут тоже наметилась положительная тенденция, цены стали ниже. Но остается очень большой вопрос по транспортировке груза, например, от Владивостокского порта до Кореи или Японии. Дело в том, что линейных судов, которые перевозят груз навалом, мало или практически нет, а меня интересует именно эта категория. Как правило, на рынке предлагаются услуги по контейнерным перевозкам. То есть я свой груз должен поместить в контейнер, а это значит, что мне нужно изменить технологию производства.

Также и мой покупатель должен наладить инфраструктуру так, чтобы он мог потом этот груз в контейнере принять, погрузить в

машину и довести до нужного места. Таким образом, всего одно звено – перевозчик – очень серьезно влияет на организацию производства и на распространение продукта.
Мне гораздо проще укладывать продукция в МКР (так называемые биг-бэги, мягкие контейнеры), но если я упаковываю товар в МКР, он не входит в контейнер. А если я все-таки перевожу груз в контейнере, упаковав его в МКР меньшего размера, то опять-таки, себестоимость возрастает как минимум за счет упаковки. Да и такая перевозка стоит дороже на 30%.

90% линейных судов перевозят груз в контейнерах. А груз, перевозимый навалом в трюме, забирают по мере накопления. Сейчас говорят, что за морскими контейнерными перевозками будущее. Но я считаю, что оно возможно только в случае снижение цен на эту услугу.

– Можете обозначить еще какие-нибудь проблемы экспорта?
А.Т.: Проблемы могут быть пока ты только выходишь на внешний рынок, когда ты уже разобрался, процесс идет что называется «по накатанной».

– Тогда поделитесь интересным кейсом.
А.Т.: Например, совершенно недавно была такая ситуация: мы отправляли груз на экспорт. Раньше мы декларировались в Находке и Владивостоке, но теперь делаем это в Комсомольске, потому что таким образом мы освобождаемся от НДС. Для перевозки мы железной дороге предоставляем пакет документов: таможенную декларацию, фитосанитарный сертификат и т.д. Груз пришел во Владивосток, мы начали его оформлять, но тут «Карантин растений» сделал нам замечание о том, что наши документы оформлены неправильно. И даже вызвали на административную комиссию за нарушение законодательства. Начали разбираться.

Есть 36-й приказ, регламентирующий порядок транспортировки подкарантинных грузов по железной дороге. И этот порядок требует оформления карантинного сертификата, на основании которого в порту отправки груза уже оформляется фитосанитарный сертификат. Вообще, этот приказ был выпущен для транспортировки леса, потому что лес идет большими партиями и отправляется из порта более мелкими частями. А срок действия карантинного сертификата всего 30 дней. Естественно, когда партия большая, в такие короткие сроки не укладывались, и решили, что оформляться этот сертификат будет уже на месте в порту. Мысль здравая, но и применяться она должна к месту.

Мы нашли комментарии к приказу, в которых говориться, что приказ должен быть применим именно к лесу. Но в порту Владивостока приказ прочитали иначе: там его применяют для всех подкарантинных продуктов. Но ведь у нас не лес, который может испортиться, пока лежит – у нас продукт, упакованный в полиэтиленовые мешки! А значит, нет доступной среды для развития каких-то бактерий. Тогда я попытался объяснить, что всего лишь выполнял требования железной дороги, запросившей фитосанитарный сертификат, я ведь не могу выписать два документа на один и тот же груз. Пришлось написать письмо в РЖД, мне перезвонили, признали свою неправоту и обещали разобраться. Вот так ошибка одного человека, сидящего в кассе и неправильно прочитавшего документ, повлекла за собой столько проблем.

– Что нужно знать, прежде чем вывозить товар за границу?
А.Т.: Всего знать невозможно, но обязательно нужно знать все, что требуется для оформления твоего товара на территории РФ и на территории страны экспорта, причем, абсолютно не надеясь на партнеров. Сейчас расскажу, почему.

У меня был интересный случай, когда мы вывозили экспериментальную партию товара в Китай. Наша продукция требует прохождения карантинного контроля, испытаний, государственной регистрации и обязательного карантинного разрешения в стране импортера на фиксированную партию. Наши партнеры в Китае, не спросив нас, решили оформить полученную продукцию как формовочный грунт для литейного производства. Мы подписали контракт, отправили груз. Когда я через три недели поинтересовался, растаможили ли они продукцию, оказалось, что таможня товар не пропустила и 25 тонн удобрения были просто уничтожены. Так что пришлось делать новую партию, а китайская сторона была вынуждена получить карантинное разрешение, и дело затянулось еще на полгода.

Так что нужно не только обладать необходимыми знаниями, но и своевременно контролировать свой товар на внешнем рынке.

Если хочешь, чтобы товар успешно поступал на рынок и покупался, нужно работать не только у себя, но и «пахать» на заграничной территории. Так, например, мы сотрудничаем с Кореей: не смотря на то, что в контракте и рекомендациях подробно расписано, как пользоваться продуктом, сколько вносить удобрений, под какие культуры и т.д., в первый раз мы прилетели и участвовали в высадке овощей вместе с корейскими фермерами. Через четыре месяца приняли участие в учете урожая, так же работу выстраиваем и в Китае.

Вывод отсюда такой: если ты хочешь, чтобы твой товар успешно продавался, необходимо знать о своем товаре все, знать всю необходимую документацию и научить пользоваться продуктом не только дистрибьюторов, но и покупателей.

– А тяжело найти партнеров за рубежом?
А.Т.: Конечно, тяжело. Это дело случая. И что такое партнерство? Это, прежде всего, человеческие отношения, и эти человеческие отношения должны быть выше юридических и всех остальных. Например, при задержке оплаты или других сложностях, надо относиться с пониманием ситуации.

Снова поделюсь опытом: когда мы отправляли пробную партию товара в Корею, был брак упаковки, который усугубился сначала сильными морозами в Хабаровске, а потом дождем в Находке. При выгрузке в порту упаковку порвали практически всю. Конечно, корейские партнеры были в шоке, получив груз в таком состоянии. Эту партию мы заменили, отношения с партнерами наладили, хотя убеждать пришлось долго. Тем не менее, никаких штрафов нам не выставили, отнеслись с пониманием.

«С образованием все в порядке, проблема с его отсутствием»

В октябре 2013 года Дальневосточный международный центр логистики организовал семинары Андрея Голубчика, в том числе, на данных мероприятиях была раскрыта тема осуществления международных перевозок. Мы не могли упустить шанс задать Андрею Моисеевичу несколько вопросов об актуальном состоянии отрасли и особенностях внешнеэкономической деятельности в стране и на Дальнем Востоке в частности.

Беседовала: Мария Логинова

– Андрей Моисеевич, вы много ездите по городам страны, консультируете разные компании. Обобщая этот опыт, какие особенности внешнеэкономической деятельности в логистике на Дальнем Востоке вы бы выделили?

А.Г.: Я недавно был в Киеве и Минске, а еще очень хорошо знаю Россию. Так вот есть одна общая трагедия: участники ВЭД в подавляющем большинстве думают, что они все знают. Так вот в последнее время я пытаюсь на своих семинарах и на конференциях ненавязчиво показать им, что это в высшей степени иллюзия, причем очень опасная. На Конференции по логистике в Хабаровске я говорил о том что, есть вещи, которые люди считают азбучными, но даже в таких вещах, есть очень сложные моменты.

– Например?

А.Г.: Такая штука, как Инкотермс, все считают, что ее знают. Я специально посмотрел программы разных вузов, специализирующихся на международных отношениях, ВЭД, логистике и т.д. И всюду преподают Инкотермс, но рассказывают азбучные истины, причем рассказывают теоретики по плохим книжкам, потому что хороших нет. Вернее есть, но они очень дороги и не все знают, где их купить.

А что касается региональной специфики, я не стал бы в нее углубляться. Да, европейская часть страны ориентирована на торговлю с Европой и иногда с Америкой, здесь – это Китай и Корея. Менталитет жителей этих стран плюс наша недограмотность и наш локальный менталитет тоже вносят свои поправки.

Я довольно много общаюсь с людьми разных национальностей. Выстраивание бизнес-отношений с китайцами, корейцами или японцами принципиально отличается от отношений с людьми европейской ментальности. И если я живу в азиатской части страны, естественно, я должен подстроиться под менталитет, скажем, китайцев. А если взять тот же Инкотермс, о котором мы заговорили, то китайцы его трактуют абсолютно по-своему. Им совершенно плевать на те нормы и правила, которые прописаны международной торговой палатой. В этих условиях, конечно, очень тяжело играть, но выбора нет, приходится подстраиваться.

Также сказывается очень низкая правовая грамотность. Это повальная проблема! На весь советский союз было два института, где учили международной торговле, причем учили хорошо. Кадров было мало, но они были стоящими. Сейчас международными отношениями занимаются все, кому не лень, и получается, что мы учимся у самоучек. И если во времена Советского союза советские международные организации проигрывали в международных судах максимум 5% транспортных или торговых исков, то сегодня эта цифра завалила за 30%. Проигрывается два иска из пяти. А ведь это только те иски, что дошли до арбитража. А ведь сколько людей, получив проблему, просто закрыли на нее глаза.

– То есть получается, что наша основная проблема – это образование?

А.Г.: Нет, с образованием все в порядке, вот с его отсутствием проблема.

– Если сравнивать, как дела обстоят на Дальнем Востоке и на западе страны, есть ли какая-то разница?

А.Г.: Все примерно одинаково, просто плотность выше, сделок больше. Я не стал бы выделять региональный аспект, с одной лишь оговоркой: Российским международным коммерческим арбитражным судом в год фиксируется 1-2 иска с китайцами. Почему так мало? А потому что судиться сними бессмысленно. С ними стараются не судиться. Если это какая-то серьезная государственная корпорация – это один вопрос. А если частная фирма – добиться какого-то результата просто невозможно. На самом деле у нас с китайцами схожий менталитет. Ведь что мы делаем при получении судебного иска? Закрываем фирму, а рядом открываем новую с похожим названием. И такая практика встречается нередко.

– Как действовать в такой ситуации?
А.Г.: К сожалению, наше государство с такими видами мошенничества предпочитает не бороться. Доказать, что старая и новая фирмы – это одно и то же, практически невозможно.

– Дайте экспертную оценку инфраструктуре ВЭД на Дальнем Востоке?
А.Г.: С инфраструктурой у нас беда. Дороги худо-бедно делать научились – в основном худо и бедно, но все же. Казалось бы – Тихий океан расположен очень близко, по нашим российским меркам это смешной расстояние. Самое логичное – снабжаться черед порты Тихого океана. Но дороги плохие, даже дорога федерального назначения: мало того, что она узкая, так она еще и вся в ямах. И что в такой ситуации происходит? Владелец машины стоимость ремонта транспорта включает в стоимость перевозки. Кончено, все это делают, но из-за плохой дороги ремонт происходит чаще. Соответственно, возрастает стоимость товара.

Железная дорога – это отдельная проблема. Порты Дальнего востока начали активно развиваться, но единственная сортировочная станция, работающая на весь ДВ, это Хабарвоск-2. Больше отсортировать состав физически негде. Во-первых, эта станция работает с дичайшим перегрузом, идет страшная халтура. И хотя станция сама по себе хорошая, но она одна, а объемы перевозок растут.

Еще есть такое понятие, как сортировочная горка: на горку загоняется состав, и с нее потихоньку по одному пускают вагоны. Внизу рельсу расходятся и формируются новые составы на разные направления. По правилам такой вагон нельзя разгонять более чем на 5 км\ч., поэтому всюду на его пути стоят тормозные системы. Но если делать по правилам, то с объемами просто не справиться. Поэтому вагон просто отпускают, и он летит на достаточно большой скорости. А впереди уже стоят вагоны, в которые он просто врезается на приличной скорости – 10-11 км\ч, то есть в два раза превышает норму. Даже если в нем оборудование и наклейка «С горки не спускать» - на нее все закрывают глаза. Все, что находится в этом вагоне, испытывает страшные перегрузки. Но доказать вину железной дороги практически нереально.

Когда состав сортируется с горки, в журнале делается запись о времени спуска вагона, но естественно, это время подделывается. В итоге в сутках у них получается как минимум 36 часов. Но запросить этот журнал практически нереально.

Железная дорога – это одна сплошная проблема. У меня был семинар по железнодорожным перевозкам, но то, что нас ждет, подвигло меня пересмотреть его материал более чем наполовину. Ведь мы ждем изменения железнодорожного устава, что приведет к весьма трагичным последствиям. На сегодняшний день у грузовладельца есть шанс стребовать с железной дороги штраф на нарушение сроков доставки, за неприем вагонов перевозки и т.д. В новой редакции устава все это уходит в небытие.

В советском союзе был принцип: железнодорожник всегда прав. Так как железная дорога одна, а грузов много, удовлетворить всех должным образов не получалось, приходилось мириться. После перестройки ситуация немного изменилась, у клиента появились какие-то мелкие права. Новая же редакция устава возвращает нас на уровень 36 года. Теперь РЖД говорит о себе так: «Мы не перевозчики грузов, мы перевозчики вагонов». Это очень страшно, потому что им теперь становится все равно, что возить. Значит, возить порожние вагоны выгоднее. Отвечать ни за что не надо, составы легкие, локомотивы не напрягаются.

У нас очень мало новых локомотивов – 20% максимум. В течение ближайших 5 лет еще 60% локомотивов выработают свой срок эксплуатации. Денег, чтобы резко увеличить закупки локомотивов, у РЖД нет. Фактически, нас ждет катастрофа: через 5 лет нам нечем будет возить грузовые составы. Поскольку локомотивы старые, начались искусственные ограничения по весу поезда.

– Каких-то подвижек к решению проблемы с нехваткой локомотивов нет?
А.Г.: Сейчас заводы достаточно загружены работой, но только последние два года. Есть хорошие цифры: в 2012 году новых локомотивов закуплено столько же, сколько за предыдущие 10 лет. Но раньше по 1-2 локомотива в год закупали, а сейчас надо по сто, потому что старые локомотивы выходят из строя. Есть разработки новых современных, экономичных машин, но их никто не закупает, потому что нет денег. Сейчас эту проблему пытаются разрешить с помощью привлечения частного капитала, посмотрим, что из этого выйдет. Как бы не получилось хуже, чем с вагонами.

– А прокомментируйте, пожалуйста, ситуацию с частными вагонами?
А.Г.: С точки зрения обновления отрасли получили шикарный результат. Бизнес начал вкладывать деньги, оживились вагоностроительные заводы. Заводы последние 10 лет пахали как проклятые. Сейчас они начинают съеживаться. Почему? Напахались! За 10 лет цена на вагоны увеличилась в два с половиной раза – спрос рождает предложение. Но золотой период заводов заканчивается: они сделали вагоны необоснованно дорогими, а спрос начинает на них резко падать.

Но самое страшное в другом: например, вам надо отправить куда-то груз. Раньше вы с заявлением обращались на станцию, подписывали два-три договора максимум, а то и один. А сейчас – четыре минимум. Либо я нахожу экспедитора, заключаю договор с ним, а уже всем остальным занимается он. Но естественно, я ему за это плачу. Цена растет, причем очень сильно.

Был такой показатель: использование вагона под сдвоенные операции. То есть вагон выгружается на одной станции и тут же на этой же станции загружается. Но это далеко не всегда возможно. Есть специализированные вагоны, которые обратно никогда не загружаются, такие вагоны гонят назад порожними. Коэффициент вагонов под сдвоенные операции составлял 1,35. То есть из ста вагонов 35 удавалось загрузить сразу, без порожнего пробега. Я смотрел летнюю статистику – сегодня этот показатель упал до 1,04. Теперь практически все вагоны гоняют порожними, потому что все они принадлежат разным хозяевам.

– Прокомментируйте свою новую книгу: «Роль договора перевозки в исполнении внешнеторгового контракта».
А.Г.: Эта книга преследует одну единственную цель: закрыть безумные пробелы, о которых мы с вам говорили в начале. Я сделал ее на базе конспекта своих лекций. Вся книга построена исключительно на реальных примерах с разбором ситуаций. Когда я ее писал, столкнулся с множеством интересных ситуаций. Во Владивостоке есть модный университет имени Невельского. Я читал книгу одного из профессоров этого заведения. Так вот в этой книге ошибки, а ведь человек работает в морском университете. Самое страшное, что нужно очень глубоко разбираться в процессе, чтобы эти ошибки увидеть. Он их не замечает, а значит, его ученики и подавно. К тому же срабатывает стереотип: если написал профессор, значит правильно.

Весной 2012 года я для Хабаровска делал семинар по подбору кадров в логистическую фирму, и когда искал материал и готовился, нашел интересную статью. У нас в России больше тысячи вузов. Если откинуть театральные, педагогические, медицинские и т.д. То примерно в 600 вузах есть дисциплины «логистика» или «ВЭД». Таким образом должно быть как минимум 1200 преподавателей этой специальности. Откуда они взялись, если их никто никогда не готовил? Наше образование сегодня выглядит так: кто-то кому-то что-то напел, причем плохо. Я с удивлением обнаружил, у меня нет конкурентов. Потому что те аспекты, которые я даю на своих семинарах, больше никто не освещает, и тем более такого не рассказывают в наших вузах.

Инкотермс: в плену иллюзий и заблуждений

Эта статья была подготовлена Андреем Голубчиком, ставшим уже постоянным автором нашего журнала, по его недавно вышедшей книге: «Роль договора перевозки в исполнение внешнеторгового контракта».

Текст: Андрей Голубчик

По совершенно непонятной причине международные торговые термины Инкотермс в России обросли мифами и заблуждениями. Подчеркнем, что мифами и заблуждениями весьма вредными, а подчас, таящими в себе серьезную опасность сторон внешнеторговых контрактов.

Начиная со ставшего уже хрестоматийным заблуждения, что термины Инкотермс определяют момент перехода права собственности на товар, заканчивая искренней верой в то, что Инкотермс может заменить собой полноценный контракт купли-продажи товаров. К числу иных, но не менее распространенных среди участников ВЭД, иллюзий стоит отнести уверенность в том, что:

- договор страхования заключенный продавцом в пользу покупателя, при поставке товаров на условиях CIF и CIP Инкотермс 2010 является всеобъемлющим и покрывает все риски;

- термины Инкотермс применяются исключительно в международной торговле;

- Инкотермс является разновидностью договора перевозки. Поэтому одни и те же термины пытаются использовать и в договоре купли-продажи, и в договоре перевозки. А перевозчики и экспедиторы очень часто получают запросы, в которых им предлагается организовать перевозку внешнеторговых грузов на условиях, скажем, CIF или FOB.

Чтобы окончательно развеять иллюзии, дадим верные ответы на поставленные вопросы:

- если сторонами особо не согласовано иное, то по умолчанию, продавец обязан застраховать товар в пользу покупателя только по условиям С Института лондонских страховщиков. Вариант (оговорка) С или FPA (Free from Particular Average) «Условий страхования грузов» означает минимальное покрытие рисков, убытки от повреждения грузов возмещаются только в случаях, относящихся к крушению, взрывам и пожарам на судне, а также от общей аварии;

- никогда не существовало запрета на использование терминов при внутренней торговле, более того, что бы стимулировать этот процесс из редакции 2010 года специально были убраны все условия поставки, в которых фигурировала государственная граница;

- Инкотермс не имеет никакого отношения к договору перевозки, главная цель Инкотермс – четкое определение условий договора в отношении обязательств продавца по доставке товаров покупателю и унификация обязанностей сторон договора купли-продажи товаров. При всем уважении к своему клиенту перевозчик не может организовать перевозку груза на условиях FOB. Его задача доставить груз на конкретный грузовой терминал порта, а вот организовать погрузку на борт судна и передать его перевозчику должен уже кто-то иной.

К сожалению, но аналогичного рода заблуждения мы можем найти даже в трудах специалистов. Так, по мнению А.Р. Мельникова[1] при поставке товаров в договорах найма транспортных средств, заключаемых продавцами с их владельцами, часто используется специальная терминология, выработанная практикой, в отношении оплаты расходов по выгрузке товаров, например:

- FO (free out) – перевозчик освобождается от расходов по выгрузке (т. е. расходы на грузовладельце);

- CIF liner terms (линейные условия) – выгрузка производится по обычаям линейного судоходства в данном порту (например, на судовладельце - расходы по выгрузке груза «на борту» судна, на грузовладельце - на причале, складе и т. д.);

- FOB stowed & trimmed (FOB с укладкой и разравниванием);

- CIF/CFR guay landed или CFR/CIF lighterage included (с выгрузкой на берег) - в договор купли-продажи включается пункт о том, что судовладелец оплачивает за счет фрахтователя выгрузку (лихтеровку);

- CIF (London) not later ... (с доставкой в (Лондон) не позднее ...) –обязательство перевозчика о прибытии транспортного средства не позднее определенной даты;

- FIOST (free in and out stowed) – судовладелец освобождается от расходов по погрузке и выгрузке и укладке грузов;

- LI/FO (liner in/free out) – перевозчик принимает на себя расходы по погрузке груза в порту отправления, а фрахтователь (грузовладелец) – по выгрузке в порту назначения и др.

Трудно согласиться с таким подходом, так как распределение расходов по погрузке и выгрузке товаров относится к обязанностям продавца и покупателя, но никак не перевозчика. То, что некоторые (то есть не все) из вышеуказанных коммерческих условий выполнены с использованием некоторых терминов Инкотермс, совершенно не означает, что они тождественны Инкотермс или должны трактоваться по правилам Инкотермс.

1 Мельников, А.Р. Функции экспедитора в обеспечении перевозки грузов, доставляемых согласно базисных условий поставки товаров по договорам купли-продажи (по Инкортемс - 2000). Учеб. пособие. - Владивосток: МГУ им. адм. Г. И. Невельского, 2007. стр. 9

Перевозчика может интересовать подобная информация, но ему совершенно безразлично кто именно оплатит погрузку транспортного средства. Не будет оплаты, следовательно, не будет погружен груз, и перевозка просто не состоится. Морские перевозчики довольно часто, через своих агентов в портах, оплачивают выгрузку груза с судна, но в любом случае эта оплата происходит за счет средств ранее полученных от фрахтователя. Обычная практика перевозчиков требовать погрузку транспортного средства с грузоотправителя, а выгрузку с получателя.

Одновременно в международный контракт купли-продажи следует внести оговорку: «груз грузится / выгружается с такой скоростью, с какой судно может принимать / выдавать груз, а порт грузит / выгружает груз так быстро, как это возможно в соответствии с обычаями порта».[2]

Чистейшей воды иллюзией является сама мысль о том, что перевозчик станет оплачивать какие-то грузовые операции в портах из своего кармана. В тех случаях, когда национальное законодательство, например США, требует, чтобы выгрузка любого груза, прибывающего в страну морским транспортом, всегда оплачивалась перевозчиком или его агентом. Перевозчик вне всякого сомнения выполнит это требование, но всегда включит эти затраты в стоимость фрахта. Морской перевозчик бизнесмен, а не спонсор торговых операций своего клиента.

Кстати, Ян Рамберг утверждает, что в редакции 2010 года предусмотрен дополнительный стимул для сторон торговых договоров в Соединенных Штатах использовать Инкотермс, поскольку они явно указывают на внутреннее использование и введены новые термины DAP и DAT, заменив предыдущие DEQ, DES, DAF, DDU.[3]

Условие поставки CFR очень популярно у российских участников ВЭД, и часто воспринимается ими «почти как CIF» но при этом забывается, что продавец не обязан страховать риски утраты или повреждения груза. Если при использовании условия CFR возникают реальные проблемы с грузом, то импортеры часто бывают неприятно удивлены тем, что при международных перевозках существует ограничение размера ответственности перевозчика за причиненный грузу ущерб. Единственным исключением из этого правила являются железнодорожные перевозки в системе СМГС, здесь перевозчик отвечает в размере нанесенного ущерба.

Очень часто грузовладельцы просто не могут понять, почему один из крупнейших в мире морских перевозчиков будет отвечать за утраченный контейнер с грузом в размере, чуть превышающем 1000 долларов США.[4] Российские импортеры привыкли к тому, что по внутреннему российскому законодательству перевозчики и экспедиторы несут полную материальную ответственность за груз, а транспортные экспедиторы, в порядке установленным законом, обязаны возместить еще и упущенную выгоду. И этот факт мы тоже отнесем к числу заблуждений напрямую связанных с Инкотермс.

Термин FOB тоже находится в окружении тесного кольца иллюзий, что приводит к тому, что очень часто используется в тех случаях, когда он абсолютно неуместен, например, при перевозке контейнеризованных грузов или грузов ро-ро, то есть в тех случаях, когда разумнее использовать условие FCA. Судите сами:

- условие FOB накладывает на продавца обязательство обеспечить погрузку контейнера с товаром на судно, только в этот момент времени договор поставки будет считаться исполненным и ответственность за товар перейдет на покупателя. Но при линейных перевозках, а контейнерные и паромные относятся к их числу, ответственность перевозчика начинается при поставке груза в место накопления судовой партии. Если во время ожидания отправки с грузом произойдет какая-то неприятность, то по контракту купли-продажи ответственность продолжает лежать на продавце, а по договору перевозки на перевозчике. Но продавец не имеет возможности обратиться с претензией к перевозчику, так как не является стороной договора перевозки.

- при этом обычная транспортная страховка покупателя покрывает только промежуток от пункта FOB, то есть борта судна и покупатель не получит страховое возмещение за любые проблемы с грузом на причале порта. Даже если покупатель захочет обеспечить себе страхование «от двери до двери» то ему придется долго убеждать страховщиков в необходимости покрыть ответственность до пункта FOB, так как у него нет страхового интереса в товаре до этого самого пункта.

Коммерческая практика в отношении договоров перевозки изменяется время от времени и отличается в различных местах, портах и регионах. Значительному изменению подвержены нормы национального транспортного права, которое также весьма сильно отличается от страны к стране. Поэтому при подготовке серьезного внешнеторгового контракта, когда для доставки товаров будет использовано трамповое (то есть не линейное) судоходство, перед фрахтом судна, автор настоятельно рекомендует с транспортными законами страны назначения, а также правилами и обычаями порта выгрузки.

Даже если по условиям договора чартера судовладелец не имеет обязанности в отношении операций разгрузки (например, в чартере на условиях free out), это не всегда означает, что продавец на условиях CFR и CIF вправе заключить договор перевозки, не предусматривающий выгрузку товаров с судна. С целью уточнения того, что расходы по выгрузке включены, сторонам иногда помогает указание в терминах CFR и CIF «на линейных условиях». Хотя обычно это означает, что операции по выгрузке включены, тем не менее, не существует авторитетного толкования понятия «условия линейных перевозок».[5]

Вместо заключения хочется отметить, что транспортные условия доставки товаров по Инкотермс 2010 должны удовлетворять требованиям и интересам обеих сторон внешнеторговой сделки. Нельзя принимать те условия поставки, реализация которых, в данной конкретной ситуации, может оказаться излишне дорогостоящей, затруднительной или вообще не исполнимой.

2

Там же стр. 20

3

Рамберг, Я. Международные коммерческие транзакции. 4-е изд. Публикация ICC № 711 = Ramberg J. International Commercial Transactions. 4th ed. ICC Publication No. 711E / Пер. с англ.; под ред. Н.Г. Вилковой. 2011.– М.: Инфотропик Медиа, 2011. – 352 с.

4

Морские перевозчики используют так называемую «контейнерную оговорку», всегда вносимую в коносамент, которая позволяет им считать контейнер за 1 место. По Правилам Гаага-Висби ответственность за 1 место груза исчисляется в размере 666,67 СПЗ, что эквивалентно сумме 1014,74 долл. США по курсу на 19.08.13.

5

Рамберг, Я. Комментарий ICC к Инкотермс 2010: понимание и практ. применение. ICC №720 = ICC Guide to Incoterms®2010 by Jan Ramberg. ICC Publication №720E/ Ян Рамберг; [пер. с англ. Н.Г.Вилковой].- М.: Инфотропик Медиа, 2011. 352 с.

Ежегодное исследование заработных плат в сфере логистики: «Ценность нематериальных активов»

Рынки, sale, гипермаркеты, корпорации, распродажи, new collections, ЗАО, showroom, ИП, ООО, Ltd, Gmbh, SARL, «безнал», cash, тренды, brands, ОАО. Где бы вы ни работали и чем бы ни занимались, вам за это платят. Да-да – вы есть товар.

Текст и иллюстрации:
Дмитрий Манишин,
free-lance logistic, г. Новосибирск

Только не нужно вот так делать – хмурить бровь. Каждый из нас, приходя на овощной рынок или в мясную лавку, сначала изучает ценовой ряд и совершает покупку продуктов там, где самое оптимальное сочетание качества и цены.

Конечно же, каждый хочет покупать качественные товары по самой низкой цене, а перед покупкой еще и попробовать фрукты и овощи, и, конечно, бесплатно. Качество товаров не всегда, почти редко существенно меняет цену. Хорошая цена не всегда усиливает или ослабляет качество.

Аналогично делает работодатель, выходя на просторы кадрового рынка своего региона. Прежде чем нанять сотрудника прозорливый предприниматель изучает состояние рынка труда – кто? где? почем?

Психология поведения человека – владельца бизнеса на кадровом рынке идентична психологии поведения человека – домохозяйки на овощном рынке. Да-да – ты, он, она – товар, «свежесть» которого проверяется.

Цель домохозяйки – приготовить вкусный ужин и экономно вести семейный бюджет, то есть совершать покупки качественных, натуральных и свежих продуктов как можно дешевле. В то же время, любая домохозяйка понимает, что производитель стремится продать свой товар выгоднее. Соответственно, возникает столкновение интересов покупателя и продавца, так же как и соискателя и работодателя.

Спрос и предложение, противостояние интересов, конкуренция, борьба за клиента и удержание оного – все это составляющие рынка, в котором необходимо умело ориентироваться, знать «свою цену» и быть в курсе происходящих изменений как на рынке труда, так и на овощном рынке. Цель владельца бизнеса – динамично увеличивать прибыль и экономно-сбалансированно управлять финансами предприятия, в том числе не «раздувать» фонд заработной платы.

Всем известна народная мудрость: «Без труда не выловишь и рыбку из пруда». Теоретически за работу каждый сотрудник должен получать определенное вознаграждение – «рыбку». Практически же недобросовестный работодатель так и норовит вместо «рыбки» навесить на крючок «щучий хвост». Безусловно, домохозяйка со стажем сумеет сварить суп и из топора, но куда приятнее наваристая ушица из «рыбки».

Дорогой читатель, уверен, ты понимаешь игру слов, сравнения и параллели. Каждый из нас хочет продать себя по более выгодной цене, то есть получать стабильно достойную заработную плату.

Между работодателем и сотрудником не всегда возникает взаимопонимание по вопросу объема должностных обязанностей, ответственности и размера вознаграждения. Это происходит из-за того, что все мы разные. Нас разнят возрастные различия, опыт, воспитание, место проживания, образование, религия, социальное положение, семейное положение и так далее.

Но несмотря на различия, между нами есть нечто общее. Я особенно хочу обратить ваше внимание на такие общечеловеческие качества, как страх, жадность и зависть.

Страх потерять работу, страх при поисках новой работы, страх при поиске сотрудника нужной квалификации, жадность акционеров, зависть коллег. Каждый может проанализировать свои страхи, разобрать их и победить, что позволит по-новому взглянуть на окружающий мир.

Работодатель хочет платить меньше, а сотрудник хочет получать больше. «Где же золотая середина?» – философский вопрос, а вопрос: «Сколько ты получаешь?» – стал признаком дурного тона или, если хотите, коммерческой тайной и порой вводит отвечающего в неловкое положение.

В СССР было понятно сколько получает рабочий, служащий и руководитель на любом заводе страны. В современной России бывает такое, что сегодня не знаешь, сколько получишь завтра.

Так давайте в этом разберемся, то есть сделаем «фотографию» заработных плат на территории России, ведь это так актуально для каждого из нас. Для этого автором было проведено исследование заработных плат в 21 городе страны.

Цель исследования: Выявить зависимость величины заработной платы от внешних (экономика рынка труда) и внутренних факторов (функционального наполнения сотрудника). Установить взаимосвязи, влияющие на величину дохода сотрудников в сфере логистики.
Задача исследования: Рассчитать среднюю величину заработной платы специалистов по логистике в 21 городе РФ.
Объектная область: кадровый рынок России.
Объект: заработная плата.
Предмет: специалисты по логистике.
Границы: территория РФ.
Тип исследования: трендовое исследование.
Метод сбора данных: опрос специалистов (анкетирование и интервьюирование) и анализ вакансий из открытых источников (газеты, сайты по поиску работы, сайты кадровых агентств, сайты компаний).
Период сбора данных: октябрь 2013 года.

Для исследования был отобран 21 город таким образом, чтобы охватить большее количество часовых поясов на территории России.
Карта Российской Федерации с указанием выбранных для анализа городов и их рейтинга представлена на рисунке №1.

В каждом городе способом случайного отбора были выбраны 100 компаний, имеющих в своем штатном расписании специалистов по логистике, 10 кадровых агентств и 30 специалистов-практиков, работающих в компаниях, не вошедших в список из 100 компаний.

Со специалистами кадровых агентств были проведены устные интервью по телефону. Был задан вопрос: «По вашему практическому опыту подбора сотрудников для отделов логистики за октябрь 2013 года, какое вознаграждение предлагали работодатели?».

Специалисты-практики, работающие в отделах логистики, были проанкетированы по e-mail, один из вопросов, который был задан: «Каков ваш суммарный ежемесячный доход в данной компании?».

Уровень заработных плат в компаниях попавших в «список 100» был взят из открытых источников, таких как сайты самих компаний, а также специализированные сайты по поиску сотрудников (работы).

Таким образом, для каждого города были сформированы три списка значений:
1) Список «Итоги интервью 10 кадровых агентств» (10 значений);
2) Список «Итоги анкетирования 30 специалистов-практиков из 30 компаний» (30 значений);
3) Список «Отобранных количественных значений заработных плат в 100 компаниях» (100 значений).

Далее для каждого списка было рассчитано среднее арифметическое значение.
Для вычисления итогового значения были введены дополнительные коэффициенты:
1) 0,9 – для кадровых агентств (предполагая, что сотрудники кадровых агентств могли завысить величину заработных плат);
2) 1,1 – для специалистов-практиков (предполагая, что логисты-практики могли занизить свой доход);
3) 1 – для 100 отобранных вакансий.

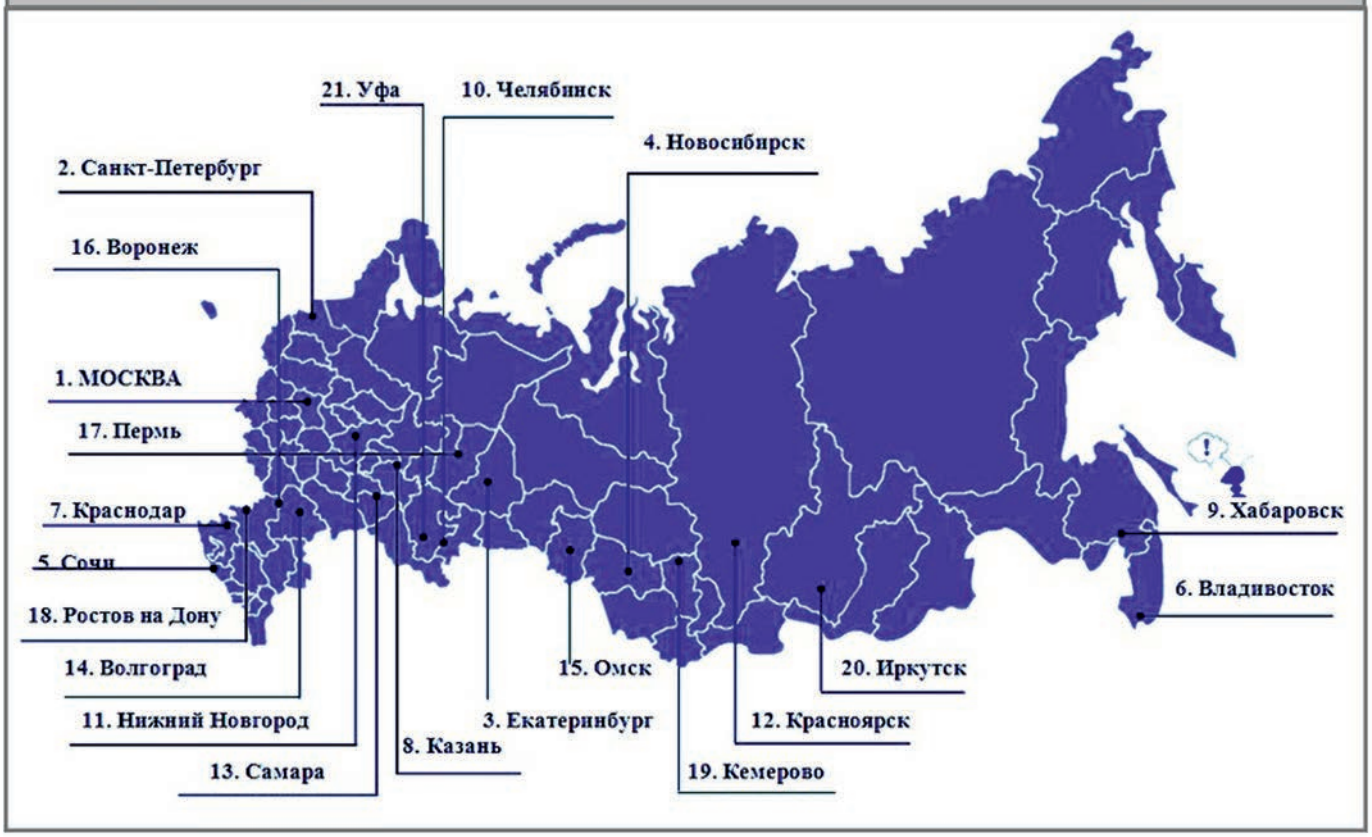
Затем, перемножив средние арифметические значения каждого списка на соответствующие коэффициенты, были произведены конечные вычисления и найден итоговый среднеарифметический уровень заработной платы для каждого города.

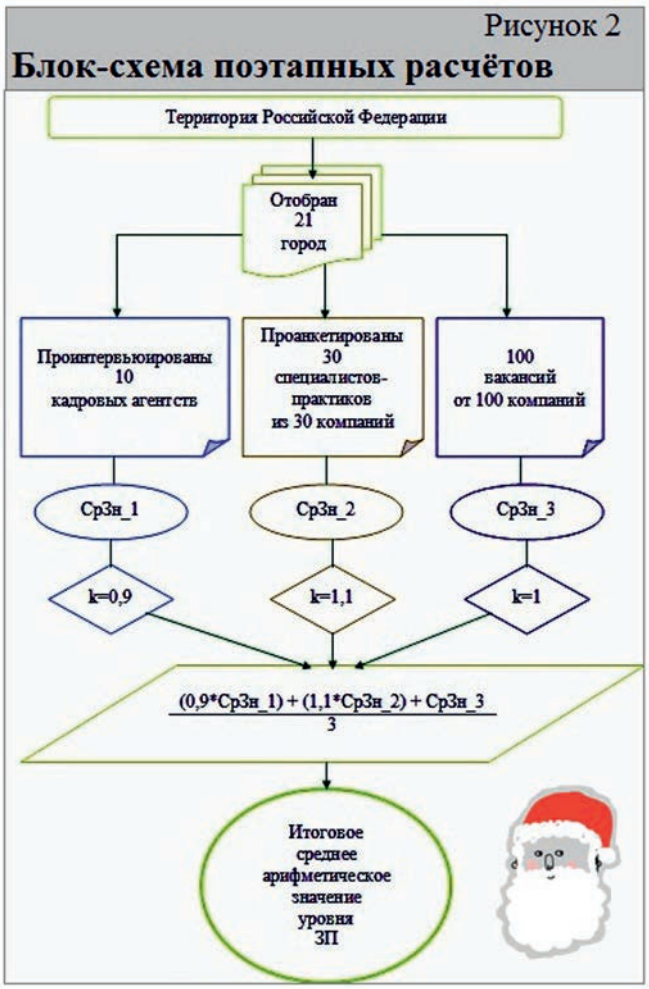
Порядок отбора данных и расчетов визуализирован в виде схемы и представлен на рисунке №2.

Для исследования были отобраны только те компании, которые имеют в своей организационной структуре отдел логистики. Это производственные предприятия, дистрибьюторы, розничные магазины.

Рисунок 1

Географическое расположение отобранных для исследования городов РФ





Логистические компании, предлагающие услуги автоматизации бизнес-процессов, складского хранения, транспортные услуги, консалтинговые, аудит – в исследование включены не были.

Весь логистический персонал рынка труда был сгруппирован в три группы.
1) Высший уровень (руководители) – это руководители подразделений логистики, топ-менеджеры, начальники складских комплексов, директора департаментов логистики, руководители служб логистики);
2) Средний уровень (служащие) – это специалисты отделов логистики, такие как менеджеры по управлению товарными запасами, специалисты по организации и управлению перевозок; менеджеры складских операций, специалисты по снабжению, менеджеры по совершенствованию логистических бизнес-процессов, специалисты по внешнеэкономической деятельности;
3) Операционный уровень (рабочие) – это специалисты-исполнители, такие как экспедиторы, комплектовщики, водители, грузчики, операторы баз данных.

Исследование проводилось для второй группы логистического персонала – служащих.

Итоговые результаты «I Ежегодного исследования заработных плат в сфере логистики: Ценность нематериальных активов» представлены в табличной форме и опубликованы в таблице №1.

В процессе сбора количественных значений, интервью, опросов, расчетов был произведен анализ данных исследования, в итоге которого прямая, устойчивая зависимость уровня заработной платы в сфере логистики не установлена от:
- вида ТМЦ;
- бренда компании;
- численности населения города;
- размера компании (численности персонала);
- функционала специалиста среднего уровня;
- наличия или отсутствия материальной ответственности сотрудника;
- пола сотрудника;
- климатических зон;
- часового пояса;
- удаленности городов от столицы РФ;
- возраста сотрудников;
- формы собственности предприятий.

Предполагаю, что уровень оплаты труда складывается исторически в том или ином регионе России и, если хотите, зависит от настроения владельца бизнеса в момент составления штатного расписания.

С целью накопления «базы знаний» о рынке труда и выявления динамики уровня заработной платы, а также для определения факторов, влияющих на величину заработной платы на территории России необходимо проводить настоящее исследование ежегодно.

Прогнозная гипотеза автора состоит в том, что уровень заработных плат в сфере логистики для служащих с октября 2013 года по октябрь 2014 года будет расти. Положительная динамика роста среднего уровня заработной платы составит от 3% до 5% включительно (с учетом инфляции), по отношению к рассчитанной в данном исследовании средней арифметической величины для каждого города.

Рост уровня доходов логистов будет связан с осознанием работодателем ценности нематериальных активов, а именно тех сотрудников, которые обладают мощной теоретической базой, способных к «рождению» новых идей, внедрению инновационных технологий работы – таких служащих необходимо будет удержать в компании, потому что именно они способны увеличить капитализацию бизнеса.

Данная гипотеза будет подтверждена или опровергнута в декабрьском номере журнала Logistdv 2014 года, где будет опубликовано: «II Ежегодное исследование заработных плат в сфере логистики: «Ценность нематериальных активов».

Таблица 1

Итоговый рейтинг средне арифметического уровня заработных плат специалистов в сфере логистики

РЕЙТИНГ	ГОРОД РФ	РАСЧЁТНАЯ ВЕЛИЧИНА, руб/мес.
1	Москва	47 933
2	Санкт-Петербург	45 234
3	Екатеринбург	33 167
4	Новосибирск	30 667
5	Сочи	30 503
6	Владивосток	30 267
7	Краснодар	30 030
8	Казань	28 890
9	Хабаровск	28 833
10	Челябинск	27 400
11	Нижний Новгород	26 950
12	Красноярск	25 567
13	Самара	24 334
14	Волгоград	24 200
15	Омск	23 940
16	Воронеж	23 700
17	Пермь	23 433
18	Ростов-на-Дону	23 325
19	Кемерово	22 123
20	Иркутск	21 818
21	Уфа	20 630

«Большинство проблем – это благоприятные возможности для бизнеса»

Компания «Линдэн Интернэшнл» присутствует на российском Дальнем Востоке уже больше 20 лет. Компания участвует в нескольких «мега-проектах» на Сахалине и с оптимизмом смотрит в будущее на российском рынке. Рик Поллок – вице-президент «Линдэн Интернэшнл» по международным проектам – любезно согласился дать интервью специально для журнала Logistdv.

Беседовал: Александр Салов

– Расскажите, пожалуйста, когда ваша компания начала международную деятельность и каково направление и размеры этой деятельности?

Р.П.: Мы начали международную деятельность в середине 80-х. До этого мы уже долгое время занимались предоставлением транспортно-экспедиционных услуг на внутреннем американском рынке. Прошло время, и вместо транспортной компании местного масштаба, которая решила побаловаться международными перевозками, нас считают международной транспортно-экспедиционной компанией, которая присутствует и на внутреннем рынке США. Наша компания особенно заметна на отдаленных от континентальной территории США внутренних рынках: Аляске, Гавайях и Пуэрто-Рико. Основными международными рынками для нас являются Западная Европа, Россия, некоторые страны Азии, Мексика и Канада. Мы обслуживаем различные секторы рынка, однако большинство наших клиентов занимаются нефте- и газодобычей. Другая важная категория клиентов относятся к фармацевтической промышленности.

– Когда Линдэн начала свою деятельность на Дальнем Востоке России?

Р.П.: Мы начали работать на Дальнем Востоке России в 1994 и открыли постоянный офис в 1997.

– Какие проблемы ваша компания испытала, когда вы начали работать на Дальнем Востоке? Каковы были первоначальные впечатления?

Р.П.: Большинство проблем, с которыми мы столкнулись, мы рассматривали как благоприятные возможности для бизнеса. Удаленное местоположение, холод, ограниченная инфраструктура... Все вышеперечисленные факторы сыграли положительную роль, поскольку работа в таких условиях – наше конкурентное преимущество, выработанное долгими годами труда на Аляске, где мы предоставляли транспортно-экспедиционные услуги компаниям, занимающимся разработкой ресурсов. Этот опыт значительно помог нам в деятельности на Сахалине. Поскольку мы были первой западной транспортно-логистической компанией на том рынке, мы почувствовали явное преимущество относительно других компаний. Несмотря на то, что мы были одними из первых на Сахалине и это был несомненно большой плюс, мы были поражены влиянием на рынок некоторых наших конкурентов, которые имели репутацию компаний «предоставляющих глобальные услуги». Несмотря на то, что большинство этих конкурентов не имели никакого опыта работы на российском Дальнем Востоке, тот факт, что у них были долговременные отношения с клиентами по всему миру и клиенты на Сахалине об этом знали, давал им возможность выигрывать множество контрактов. А ведь они не имели понятия, как эффективно работать в условиях Дальнего Востока! Конечно,

даже эти новички со временем учились на своих ошибках и усваивали правильный порядок действий. Таким образом, с ускорением разработки ресурсов на Сахалине, конкурентная среда увеличивалась и становилась все более активной. Тем не менее, мы выжили... в основном из-за того, что всегда ставили интересы клиентов на первый план, несмотря на проблемы, которые нам обеспечивал рынок. В результате долгих лет работы на Дальнем Востоке, мы получили репутацию (надо сказать, совершенно заслуженно) компании, которая предоставляет высококачественные услуги как внутри, так и за пределами дальневосточного рынка.

– Кто является вашими клиентами, и какие виды услуг вы предоставляете вашим клиентам?

Р.П.: На российском Дальнем Востоке наша основная задача – поддержка нефте- и газодобывающей промышленности. Мы предоставляем широкий спектр услуг, включающих в себя: экспедирование и осуществление воздушных, наземных и морских грузоперевозок, железнодорожные услуги, складирование, организация воздушных и морских чартерных перевозок, материально-техническое обеспечение на территории острова Сахалин и многое другое. Мы также предоставляем клиентам возможность наблюдать за своими грузами в режиме реального времени на протяжении всей логистической цепочки. Система, которой мы пользуемся называется C2C (Conception to Consumption = «от зачатия до потребления»). Это система управления складированием и транспортировкой, которая дает нам возможность до мелочей проследить за каждым заказом на поставку, начиная от производителя или поставщика и заканчивая самой поставкой заказа клиенту. Еще одна уникальная услуга, которую мы предоставляем клиентам на Дальнем Востоке (равно, как и в других регионах) – это возможность доступа к различным активам компании «Линдэн». «Линдэн Интернэшнл» как часть компании «Линдэн», состоящей из около 20 филиалов, занимающихся практически всеми возможными аспектами логистики и транспорта, может предложить клиентам доступ к различным видам транспортного оборудования и к мозговому центру всей компании «Линдэн». Во всем мире я не знаю ни одной организации, предоставляющей транспортно-экспедиционные услуги, которая обладает такими активами, как наша.

– Видите ли вы какие-нибудь изменения в атмосфере логистики на российском Дальнем Востоке? Сейчас работать сложнее или легче, чем это было в 90-е годы?

Р.П.: Данный рынок до сих пор имеет огромный потенциал роста для тех компаний, которые за последние годы укрепили там свое присутствие. В 90-х годах практически все международные транспортные и логистические компании пытались проникнуть на Сахалин. Как я уже говорил, конкурентная среда была очень активной, можно сказать хаотичной. Тем не менее, за последние 6-8 лет все те, кто пробовал проникнуть на этот рынок и работать там без особых обязательств, давно уже уехали домой. Сейчас «Линдэн Интернэшнл» (и «АмРусТранс РФЕ» – наш представитель на Сахалине) – одна из немногих компаний на российском Дальнем Востоке, которая действительно имеет опыт, навыки и оборудование для обеспечения качественного обслуживания клиентов.

– Каковы новые проекты, над которыми «Линдэн» работает в настоящее время? Видите ли вы новых клиентов на российском Дальнем Востоке или вообще в России?

Р.П.: Мы уверены, что нефте- и газодобыча и другие индустриальные проекты на территории всей Российской Федерации будут по-прежнему пользоваться спросом для тех компаний, у которых в наличии наработки и серьезное физическое присутствие в России. На одном только Сахалине продолжаются «мегапроекты» в которых наша компания может принимать участие. Мы верим в очень позитивное будущее для нас, как на территории Сахалина, так и вообще по всей России. В данном регионе существует всего лишь несколько организаций, способных предоставлять транспортно-экспедиционные услуги и выполнять качественную работу по поддержке крупных индустриальных проектов. В связи с нашим 20-летним опытом работы и постоянным присутствием на рынке, мы можем сказать, что «Линдэн» – одна из таких компаний.

– Каковы факторы, влияющие на выбор международных рынков для вашей компании?

Р.П.: Основной фактор, влияющий на принятие решений при выборе рынков, – это наши конкурентные преимущества в заданном регионе. Такими регионами являются Канада, Россия, Мексика и некоторые страны Западной Европы. Нефте- и газодобыча и в будущем будет одним из основных направлений нашей деятельности.

Погрузка спасательных шлюпок в АН-124. Компания «Линдэн» организовала этот чартерный рейс для одного из клиентов на Сахалине. Эти шлюпки были перевезены на Сахалин из Варшавы (Польша).

Актуальные проблемы перевозки грузов

Россия – страна с самой большой территорией в мире, ее площадь составляет 17 098 246 км². Очевидно, что в торговых отношениях между ее субъектами перевозки занимают далеко не последнее место. Транспорт обеспечивает развитие межрегиональных связей, создает условия для рационального размещения производительных сил и взаимовыгодного разделения труда между странами мира.

Текст: Сергей Васютин,
Юлия Харина,
Валерия Патракова,
консалтинговая компания «Белый лис»

Несмотря на довольно обширную законодательную регламентацию проблем в этой сфере до сих пор много. При этом проблемы возникают не только у грузоотправителей, которые зачастую не обладают достаточными знаниями в данной сфере деятельности, но и у перевозчиков, которые являются профессиональными участниками данного рынка.

Для того чтобы понять, где перевозчики могут столкнуться с проблемами, разберем процесс перевозки по его стадиям.

Первая стадия – оферта и акцепт – инициируется грузоотправителем в момент направления перевозчику заказа. П. 7 Правил перевозок грузов автомобильным транспортом, утв. Постановлением Правительства РФ от 15.04.2011 N 272, устанавливает обязанность перевозчика рассмотреть заказ (заявку) и в срок до 3 дней со дня его принятия проинформировать грузоотправителя о принятии или об отказе в принятии заказа (заявки) с письменным обоснованием причин отказа и возвратить заказ (заявку).

Но указанная обязанность перевозчика не обеспечивается какими-либо действительными мерами ответственности за ее неисполнение, таким образом, перевозчик может рассматривать заявку и 20 дней вместо обещанных трех.

Следующая стадия – непосредственная подача транспортного средства и предъявление груза к перевозке. Здесь перед грузоотправителем возникает риск нераспознания перевозчика. При приеме груза к перевозке представитель перевозчика обязан предъявить грузоотправителю документ, удостоверяющий личность, и путевой лист. При этом грузоотправителю достаточно ограничиться обычной проверкой вышеназванных документов (Постановление ФАС МО от 18.08.2011 N КГ-А40/8162-11).

На этой стадии грузоотправитель вполне может причинить ущерб перевозчику тем, что не предоставит груз вовремя, что приведет к убыткам для перевозчика. Федеральный закон от 8 ноября 2007 г. N 259-ФЗ «Устав автомобильного транспорта и городского наземного электрического транспорта» устанавливает юридическую ответственность грузоотправителя/грузополучателя за простой в соответствии с п. 4 ст. 35 устава.

За простой транспортных средств уставом предусмотрена ограниченная ответственность в форме штрафа за каждый полный час задержки (простоя).

В соответствии с п. 4 ст. 35 устава, штраф за простой транспортного средства устанавливается договором перевозки груза. В случае если размер указанного штрафа в договоре перевозки не установлен, то в размере 5% провозной платы при перевозке в городском или пригородном сообщении и 1% среднесуточной провозной платы при перевозке в междугородном сообщении (пп. 1, 2 п. 4 ст. 35 Устава).

Возникает разумный вопрос: за какое именно нарушение перевозчик может привлечь к ответственности грузоотправителя, если перевозчик предъявляет транспортное средство под погрузку, а грузоотправитель не осуществляет загрузку груза, – за простой автомобильного транспорта или же за непредъявление груза к перевозке? Или может сразу за оба правонарушения? Будет ли както различаться ответственность в зависимости от выбора ее основания?

Третья стадия – погрузка груза и выезд транспортного средства со склада – грузоотправителю рекомендуется учесть то, что за порядком погрузки груза в транспортное средство следит перевозчик, который вправе отказаться от осуществления перевозки в случае невыполнения грузоотправителем требований об устранении недостатков в погрузке груза (п. 11 ст. 11 УАТиГНЭТ) и взыскать штраф с грузоотправителя за непредъявление для перевозки груза (п. 4 ч. 4 ст. 10, ч. 1 ст. 35 УАТиГНЭТ).

Указанное право перевозчика на практике принимает характер обязанности, вследствие чего в суде перевозчик не может ссылаться на неправильную погрузку груза отправителем, что подтверждается, в свою очередь, судебной практикой (Постановления ФАС СКО от 23.01.2009 по делу N А63-573/2008-С3-2, Седьмого арбитражного апелляционного суда от 26.03.2012 N 07АП-1979/12).

Но здесь проблема возникает перед перевозчиком, который вполне может столкнуться со злоупотреблением правом со стороны отправителя. А сложившаяся судебная практика практически делает его безоружным перед таким поведением отправителя.

Четвертая стадия – непосредственно перевозка груза из одного пункта в другой.

Самые распространенные проблемы, которые могут возникнуть перед перевозчиком непосредственно в процессе перевозки –

утрата или повреждение груза по различным причинам. Несмотря на то, что ГК РФ в ст.796 ограничивает ответственность перевозчика стоимостью утраченного или поврежденного груза, перевозчику будет выгоднее заранее позаботиться о страховании своей ответственности.

Страхование груза — один из наиболее эффективных способов снижения рисков при автоперевозках грузов.

Прежде чем застраховать тот или иной товар, необходимо знать его физические свойства и четко представлять, каким рискам он подвержен в процессе перевозки. Например, согласно статистическим данным страховых компаний, алкогольная продукция, табачные изделия, электроника наиболее подвержены краже; продукты питания, изделия из стекла – порче или повреждениям, соответственно именно эти риски должны быть учтены в страховой программе.

Кроме того, до заключения договора страхования необходимо ответственно подойти к выбору страховой компании. Желательно обратить внимание на предлагаемые условия страхования, отзывы о компании и не гнаться за низкими ценами и сказочными предложениями, которые зачастую могут являться просто ловушкой.

Решение о заключении договора страхования груза компания может принять в любой момент до начала его грузоперевозки. Возможность освобождения страховщика от выплаты страхового возмещения при наступлении страхового случая предусмотрена ГК РФ, что следует из п. 2 ст. 961, п. 1 ст. 963 и ст. 964. По общему правилу эти обстоятельства носят чрезвычайный характер или зависят от действий страхователя, способствовавших наступлению страхового случая.

Страховщик также не будет оплачивать недостачу груза, если упаковка не имеет видимых нарушений (например, пропажу вещей из контейнера с целыми пломбами).

Если же перевозчик все-таки хочет застраховать какой-то из рисков, относящийся к исключительным случаям (например, риск гибели груза в результате военных действий, когда маршрут перевозки лежит через районы военных действий), то для этого в контракте следует сделать оговорку, согласно которой в перечень страховых случаев будут включены эти риски.

Страхователь сообщает страховщику сведения о каждой перевозке (форма сообщения устанавливается договором) непосредственно в день отправки груза, а страховщик в течение суток выдает полис на конкретную отправку и выставляет счет на оплату страховой премии. Возможна и периодическая оплата страховой премии, когда отчисление денег происходит, например, раз в месяц.

К сообщению сведений страхователь должен подойти крайне внимательно, так как в практике не редки случаи отказа в выплате страхового возмещения в связи с предоставлением неполной информации. Так, груз компании «Вюльвис» был застрахован по генеральному договору транспортного страхования грузов в СК «Утес» и предназначался для отправки из Тольятти в Москву.

Во время стоянки автомобиль с грузом был похищен, что подтверждается справкой РОВД, и страхователь обратился за возмещением убытка. Страховая компания в выплате отказала, и страхователь подал на нее иск в суд. Дело дошло до Высшего Арбитражного Суда РФ, который постановил отказать в выплате страхового возмещения на основании того, что в договоре были указаны неполные сведения о перевозимом грузе: не были представлены сведения о номере и дате перевозочного документа, из-за чего невозможно было установить факт похищения именно застрахованной партии груза.

Страховщик учитывает все возможные риски, которым груз подвергается в пути. Считается, что чем больше перевалок будет в дороге (то есть чем большее количество, раз груз будет перегружаться с одного транспорта на другой), тем выше риск и соответственно стоимость страховки. Поэтому для того, чтобы максимально снизить цену страховки, страховщику необходимо представить документы, подтверждающие, что груз будет в безопасности и риск наступления страхового случая невелик.

В документах должно быть указано, что товар качественно упакован, надежно охраняется и перевозится в соответствующем транспортном средстве (например, для перевозки цветов необходим специальный рефрижератор). Для более достоверной оценки безопасности перевозки груза страховщик может потребовать привлечения сюрвейеров.

При заключении договора необходимо тщательно продумать все возможные риски, так как отсутствие какого-либо из рисков в договоре может также привести к отказу страховой компании в выплате страховой премии.

Снизить сумму страховки можно путем заключения договора франшизы. Использовать франшизу имеет смысл, если страхователь считает, что сбор доказательств о получении незначительных убытков обойдется дороже суммы возмещения (то есть при незначительных убытках, получать возмещение не имеет смысла). Такое условие часто применяется, например, при страховании перевозок стекла (мелкие убытки будут в любом случае, но доказывать их зачастую просто невыгодно).

Для снижения размера страховой премии возможно также страхование на сумму меньше реальной стоимости страхуемого груза. В этом случае страховой взнос также уменьшается, но при наступлении страхового случая размер возмещения сокращается пропорционально отношению страховой суммы к стоимости груза.

Для того чтобы страховая компания произвела страховые выплаты, нужно доказать, что наступил страховой случай, то есть условия договора о страховании груза не были нарушены и груз действительно пострадал. Общий порядок действий в подобных случаях примерно одинаков. О происшествии необходимо поставить в известность по телефону, факсу, телетайпу или электронной почте страховую компанию. В течение двух-трех дней после наступления страхового события необходимо представить в страховую компанию письменное заявление о требовании выплатить страховое возмещение.

Основное препятствие для перевозчика при получении страховки может быть связанно с экспертизой причинённого ущерба застрахованному грузу. Как правило, страховая компания работает с определенными экспертными учреждениями, которые могут осуществлять, в том числе, расчет суммы, подлежащей к выплате в связи с наступлением страхового случая. Вместе с тем страхователь может затребовать проведение дополнительной экспертизы ущерба, причинённого застрахованному грузу. Однако большинство страховых компаний вполне резонно предложит перевозчику оплатить такую экспертизу самостоятельно.

Но, как только перевозчик обратится в страховую компанию с требованием выплатить ему сумму, которую насчитал его эксперт, ему предъявят заключение другого эксперта с меньшей суммой. Каждая из сторон будет руководствоваться своей оценкой. Причем такие споры крайне сложно разрешить даже в судебном порядке. Как правило, в таких случаях суд досконально разбирает ситуацию, в которой был причинен ущерб застрахованному грузу, и условия страховки.

Кроме того, суд изучает оба экспертных заключения и даже может назначить в рамках судебного разбирательства еще одну экспертизу. Именно на основе ее результатов будет вынесено

решение. Однако иногда суд обходится и без третьей экспертизы, если считает, что данных для принятия решения о сумме возмещения у него достаточно.

И последняя стадия – выгрузка – выдача груза грузополучателю.
Как ни странно, на этой стадии перевозчик может столкнуться с массой проблем.

Во-первых, перевозчик может отдать груз ненадлежащему получателю. Тут ГК РФ однозначно говорит, что на должника (перевозчика) ложатся все риски нераспознания кредитора. Таким образом, перевозчик должен убедиться в том, что груз передает надлежащему лицу.

Во-вторых, довольно распространенной является такая ситуация, когда по прибытии на место, перевозчику некому передать груз в связи с тем, что получатель груза не явился. Груз выдается в том пункте назначения грузополучателю, который указан в товарно-транспортной накладной. Грузополучатель обязан обеспечить прием груза и разгрузку автомобиля, прибывшего до окончания времени работы грузополучателя.

После выгрузки его работники обязаны очистить автомобили и контейнеры от остатков груза, а если осуществлялась перевозка животных, птицы, сырых животных продуктов и скоропортящихся грузов – промыть подвижной состав и при необходимости произвести его дезинфекцию.

При невозможности сдать груз грузополучателю при междугородных перевозках по причинам, не зависящим от автотранспортного предприятия, грузоотправитель обязан дать автотранспортному предприятию или организации указание о новом пункте назначения груза.

Если же автотранспортное предприятие не имеет возможности доставить груз к месту нового назначения, оно может отказаться от этой перевозки, поставив об этом в известность грузоотправителя. В этом случае груз возвращается грузоотправителю. Связанные с этим дополнительные расходы (прогон и простой подвижного состава, хранение груза и т.п.) оплачиваются грузоотправителем.

В тех случаях, когда груз перевозится по городу, и грузополучатель по каким-то причинам отказывается забирать груз, то транспортная компания вправе произвести передачу товара другому заказчику.

Грузополучатель обязан заранее произвести пометку в товарно-транспортной накладной об отказе от груза. Если же речь идет о междугородних перевозках, то грузополучатель должен принять груз, либо организовать ответственное хранение, что также должно быть отражено в сопутствующих документах.

Получается, что именно на данной стадии законодатель наиболее полно защищает права перевозчиков, устанавливая ответственность грузополучателей за возможные убытки, которые они могут причинить перевозчикам своими действиями.

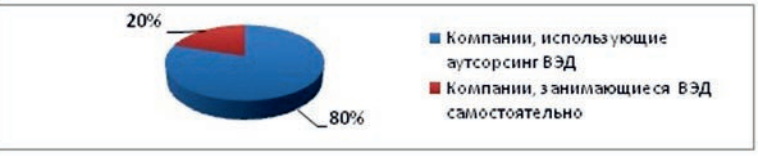
Аутсорсинг ВЭД

Аутсорсинг (от англ. outsourcing: внешний источник) ВЭД заключается в передаче компанией конкретных производственных функций и бизнес-процессов, связанных с организацией и проведением внешнеэкономических операций, на обслуживание другой компании, специализирующейся в области ВЭД.

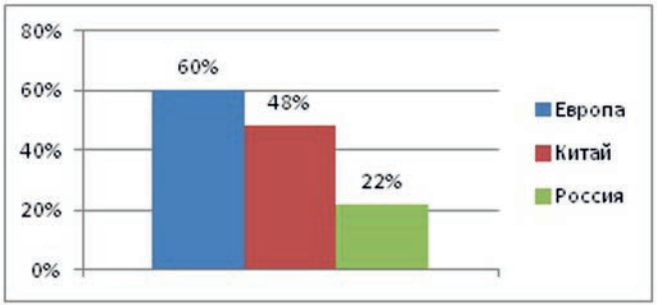
Текст и иллюстрации: Елена Яровая, Генеральный директор ООО «Фар Ист Транс» транспортно-логистической компании по международному аутсорсингу

Основной принцип аутсорсинга можно сформулировать следующим образом: «оставляю себе то, что умею делать лучше других, отдаю внешнему исполнителю то, что он делает лучше других». Согласитесь, смысл есть: разделение функций для построения максимально эффективного и выгодного бизнес-процесса.

Популярность аутсорсинга ВЭД на рынке логистических услуг также подтверждает и статистика. В странах с развитой инфраструктурой аутсорсингом ВЭД на постоянной основе пользуются порядка 80% торговых производственных предприятий, т.е. они предпочитают минимизировать риски, отдавая свои международные перевозки профессионалам, понимая всю комплексность и важность вопроса, а также все выгоды подобного подхода.



Если говорить в целом об аутсосрсинге в логистике, в качестве примера можно привести и более конкретные цифры, ссылаясь на статистику «РБК daily» в качестве компетентного источника. Таким образом, в Европе доля аутсорсинга в сфере логистике достигает 60%, в Китае — до 48%, тогда как в России — только 22%.



Предприятия не стремятся передать свои логистические направления бизнеса сторонним компаниям, поскольку все-таки в России пока бытует несколько стереотипное мышление, при котором логистика чаще сводится только к грузоперевозкам и экспедированию. А ведь здесь кроется целый комплекс услуг, в том числе и консалтинговых, без которых неопытным компаниям, нацелившимся на совершение закупок у иностранных компаний, просто не обойтись.

Подводных камней масса, начиная с юридических аспектов заключения внешнеторгового контракта и заканчивая различиями в менталитете, что напрямую влияет на стиль ведения бизнеса партнером из той или иной страны. Вот, например, в Китае, хитрость является не только сознательно используемым необычным методом решения проблем, а еще и признаком мудрости.

Не многие наверно слышали о 36 стратагемах – древнекитайском военном трактате. Но в действительности это просто удивительный кладезь мудрости, основанный на самых, не побоюсь этого слова, изощренных хитростях, уловках, стратегиях, которые китайцы научились применять не только в военном деле, но и в быту, семейной жизни и в бизнесе. И вот здесь стоит задуматься, прежде чем «разыгрывать партию» с иностранным партнером самостоятельно. Кончено найти поставщика, подписать договор, перевести деньги возможно и не так сложно, но что потом, где гарантия, что ваша компания не стала жертвой очень изобретательного и опытного иностранного мошенника, где гарантия, что вы получите свой товар? Именно здесь и становятся просто жизненно необходимы услуги аутсорсинга ВЭД.

Хотя в России сейчас также намечается тенденция, при которой компании начинают осознавать всю значимость и выгоды от использования услуг аутсорсинга внешнеэкономической деятельности. Этому в значительной мере способствуют постоянные изменения в таможенном законодательстве, а также масштабная реструктуризация таможенных органов (один из самых ярких примеров – внедрение новых технологий таможенного декларирования с использованием сети Интернет и др.)

Хотелось бы также более четко обозначить, к каких ситуациях актуальны услуги аутсорсинга ВЭД, и кому они могут быть интересны:

- компаниям, чьи импортные операции носят регулярный, но не постоянный характер;
- компаниям, которые впервые выходят на внешний рынок, т.е. хотят наладить связи с иностранными поставщиками и закупать у них товар, сырье, материалы напрямую, минуя отечественных перекупщиков и торговцев;
- малым и средним предприятиям, для которых ВЭД не является профильной деятельностью и в силу разных причин нецелесообразно создавать собственный отдел ВЭД для ведения внешнеторговых операций;
- российским компаниям, которые в принципе не хотят брать на себя риски, связанные с проведением внешнеэкономических операций;
- представительствам зарубежных компаний, имеющим ограниченный штат сотрудников;

· зарубежным компаниям, которые приобретают товары российского производства и хотят снизить операционные расходы и риски;
· производственным предприятиям, которые хотели бы продавать продукцию собственного производства за рубеж (т.е. заниматься экспортом).

Что касается непосредственно процедуры аутсорсинга ВЭД, то здесь как правило, встречаются две стандартные ситуации:

1-я ситуация. Компания уже определилась с поставщиком, ей необходимо заключить контракт и организовать доставку.

2-я ситуация. Компании требуется найти поставщика за рубежом.

Исходя из этого, услугу аутсорсинга ВЭД можно условно разделить на два основных этапа:
1-й этап. Подбор товара, проведение переговоров и заключение предварительных соглашений (для ситуации 2). Рисунок 1.
2-й этап. Заключение сделки и получение товара (для ситуации 1 и 2). Рисунок 2.

Также несколько слов хотелось бы сказать и о затратах, которые входят в стоимость импортной сделки с участием компании-аутсорсера, и принципах их расчета. Обычно можно выделить шесть основных видов затрат (см. таблицу 1).

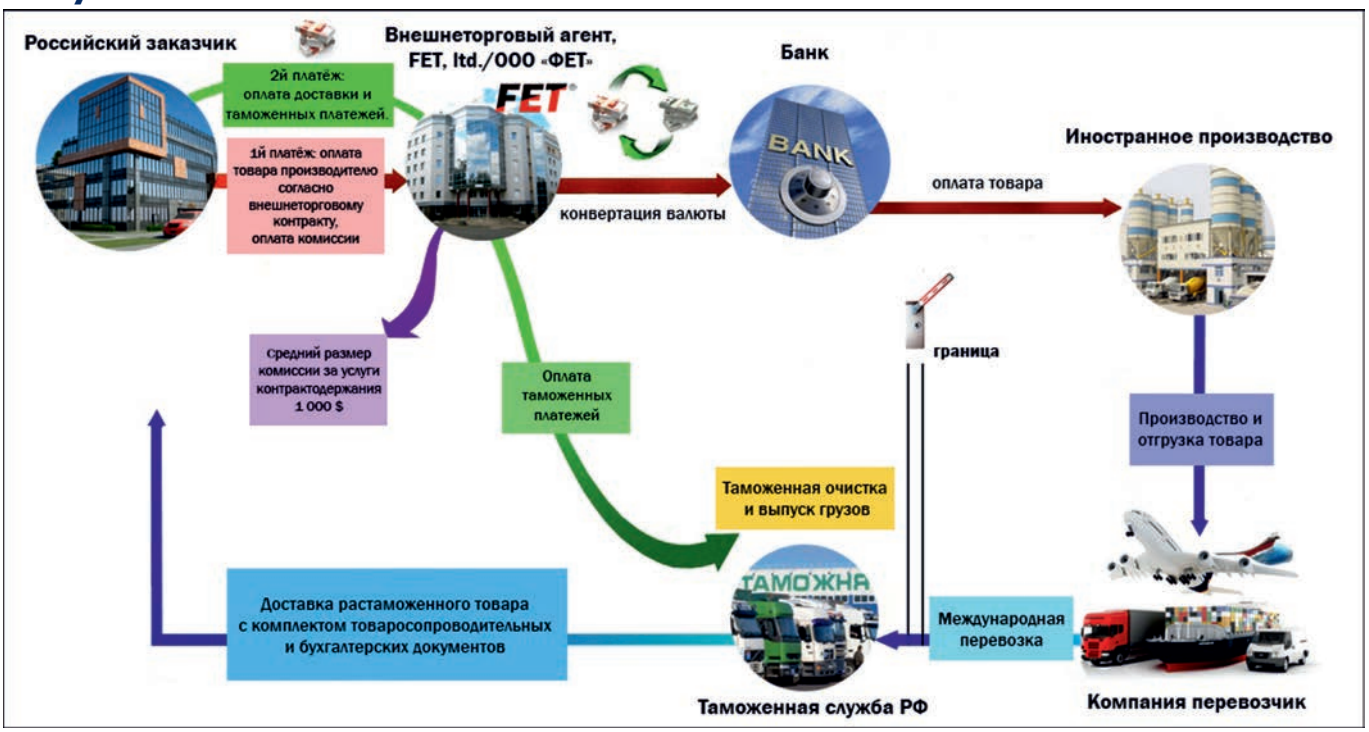
Таким образом, компания-аутсорсер берет на себя все обязанности по комплексной организации закупки и доставки груза.

Что касается договора, то как правило, работа осуществляется по агентскому договору, АГЕНТ (аутсорсер) и ПРИНЦИПАЛ (клиент) заключают договор, на основании которого агент осуществляет закупку товара принципала у иностранного поставщика, ввоз на территорию РФ, таможенное оформление и получение всех необходимых разрешений и сертификатов, доставку до склада принципала.

Отличительной особенностью такой работы является полный контроль над перемещениями груза, а также невозможность передачи товара третьим лицам (право собственности на товар на Агента не переходит).

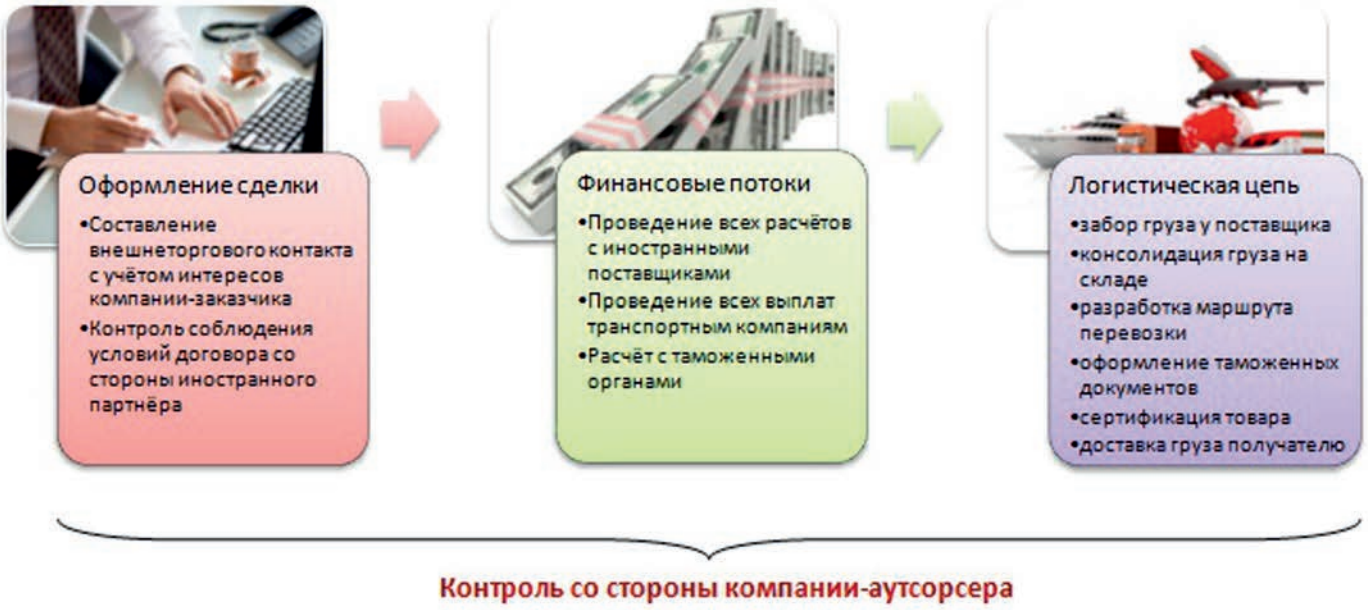
Рисунок 1.

Рисунок 2.



Таким образом, компания аутсорсер, принимая на себя обязанности внешнеторгового агента, осуществляет полный контроль над следующими процессами (рисунок 3).

Рисунок 3.



По окончании перевозки Принципал (клиент) получает довольно внушительный пакет документов: счет-фактуру и акт выполненных работ на услуги, накладную на товар, копию коносамента и копию таможенной декларации. Весь НДС, уплачиваемый на таможню, является возмещаемым, что важно для клиентов, находящихся на общей системе налогообложения.

Подытожить все вышесказанное хотелось бы выгодами, которые получает компания-заказчик при передаче ВЭД на аутсорсинг.

1. Экономия расходов и значительное снижение временных, финансовых затрат и кадровых ресурсов на процессы доставки товара, таможенного оформления, экспедирования и другие сопутствующие мероприятия.

2. Освобождаемые ресурсы можно сконцентрировать на основных бизнес-процессах компании.

3. Нет необходимости в создании отдела ВЭД, в постоянном обучении, управлении, контроле высокооплачиваемых специалистов.

4. Отсутствие необходимости ведения валютного учета и контроля, для которого также требуются соответствующие специалисты.

5. Простые и понятные для ФНС схемы приобретения товара за рубли на территории России.

6. Прозрачные условия контроля деятельности компании-аутсорсера: легко проверяемая конкурентная цена поставки.

7. Понятная сумма по каждой перевозимой партии товара, отсутствуют скрытые расходы (в виде содержания отдела, аренды, оборудования и т.д.).

8. Высокая квалификация и наличие практического опыта работы специалистов компании-аутсорсера.

В конце хотелось бы повториться: для достижения наилучших результатов в бизнесе и построения наиболее экономически выгодного и эффективного рабочего процесса, нужно научится работать в команде и применять на практике правило: «Оставляю себе то, что умею делать лучше других, отдаю внешнему исполнителю то, что он делает лучше других».

Таблица 1.

Наименование затрат	Принцип расчета
1. Стоимость товара в валюте	согласно договору с иностранным поставщиком
2. Расходы по конвертации валюты и комиссии банка	в среднем колеблются в пределах 200-300$
3. Сумма таможенных платежей	рассчитывается после определения кода ТНВД товара
4. Стоимость сертификации товара	если товар подлежит сертификации
5. Стоимость доставки	рассчитывается, исходя из тарифов компаний-перевозчиков
6. Вознаграждение аутсорсера	- фиксированная ставка - процент от сделки (от 1 до 3% суммы внешнеторговой сделки)

«Занимайся тем, в чем ты лучше других!»

В офисе компании Far East Trans царит очень деловая, но дружественная атмосфера, которую обычно ощущаешь в энергичной, сплоченной команде. Приглядевшись, тут и там можно увидеть элементы восточной культуры: сувениры, предметы быта. А большая политическая карта провинций Китая на стене дает четко понять, что здесь люди работают с зарубежными партнерами. Сегодня секретом создания успешной компании, опытом ведения внешнеэкономической деятельности и другими полезными вещами с нами поделилась генеральный директор Far East Trans Елена Владимировна Яровая.

Беседовала: Мария Логинова

– Елена Владимировна, расскажите, пожалуйста, о себе. Где вы получили образование? Как попали в логистику?
Е.Я.: У меня достаточно интересное образование. Я училась в школе в малом городе, и чтобы поступить в вуз мне понадобилось приложить усилия и получить не просто хорошие отметки, а медаль. А уже с медалью любой университет принимал ученика с распростертыми объятиями. У меня два высших дневных образования. Первое – педагогическое, иностранные языки, второе – ХГАЭП, мировая экономика. На тот момент это были, пожалуй, два лучших вуза. Причем если первое образование было для меня чем-то вроде старта, то второе стало непосредственно профильным. Мировая экономика – это вообще один из лучший факультетов края, и дает он наиболее интересных специалистов. Преподавание ведется таким образом, что предметы не вбиваются жестко в головы студентов; на факультете предполагается всесторонне развитие человека с упором на международную экономику, внешнеэкономические отношения. Это изумительное образование, я очень благодарна своим преподавателям!

В тот момент, когда я окончила вуз, о логистике как таковой никто ничего не слышал, область практически не была развита. Сначала я попала в международную торговлю, причем не со стороны логиста-перевозчика, а со стороны клиента логистических услуг. Работала с разными группами товаров: от продуктов питания до оборудования и запасных частей. А оказавшись уже в логистической компании, я знала точно, чего желает клиент, потому что сама была на его месте достаточно долгое время.

– Почему решили открыть собственную компанию?
Е.Я.: К открытию своей компании я подошла достаточно обдуманно. Еще в течение года, работая наемным сотрудником (в тот

момент это были уже ведущие позиции в компании), я понимала, что то, как ведется работа, меня не совсем устраивает. И позже в своей компании я постаралась этих минусов избежать. Сейчас, когда я рассказываю, как построен рабочий процесс в Far East Trans, мои бывшие коллеги удивляются, потому что принцип работы действительно иной. Это выражается, например, в нашем отношении к клиентам. Для нас клиент всегда, абсолютно всегда прав. Его проблемы – это мои проблемы, поэтому многие заказчики обращаются к нам по совершенно невероятным вопросам. Например, просят поговорить с налоговым инспектором или жалуются, что поставщик поднял цены. И я или кто-то из специалистов разбираемся в проблеме.

То есть мы занимаемся не только непосредственно логистикой – мы пытаемся предоставить клиенту такой комплекс услуг, чтобы он остался абсолютно счастлив. Недавно прочитала в одной из американских книг о степенях удовлетворенности клиента. Низшая ступень – оправдать ожидания клиента (стандартная ситуация при выполнении услуги), следующая ступень – удивить клиента (то есть сделать все, что от нас требовалось и немножко больше), и высшая ступень в обслуживании клиента – это когда вы его поражаете! И вот тогда клиент становится частью компании, и такой клиент не сменит компанию на другую. Для него уже не столько важно экономить каждую копейку, сколько то, что у него в партнерах есть не просто компания-перевозчик, а надежный друг, который в любой сложной ситуации придет на помощь и примет его проблему как свою.

– Давайте вернемся к истокам. Расскажите о становлении своей компании, с чего все начиналось?
Е.Я.: Компания была образована в 2009 году, и начиналось все с одного сотрудника, причем не с меня. Сразу хочу сказать, что нам всегда везло с сотрудниками. Практически за всех, кто когда-либо у нас работал, я могу поручиться как за хороших специалистов. Но и отбирали штат мы всегда очень жестко, даже самого первого сотрудника. Мы можем на одну позицию отсмотреть и сто, и двести человек. Всегда отслеживаем потенциальных сотрудников, которые выходят на рынок.

Многие спрашивают, почему у нас так долго бывает открыта та или иная вакансия? Дело в том, что даже если мы не испытываем необходимости в сотруднике, мы рассматриваем возможность расширения. Так что, повторюсь, начиная с первого сотрудника, у нас в компании трудились замечательные специалисты. А вторым сотрудником к нам пришла моя родная сестра. И в тот момент, когда в компании работает уже не один человек, а два, происходит какой-то рывок. Если на начальном этапе это были часто разовые сделки или мои бывшие клиенты, то в дальнейшем к нам стали обращаться по «сарафанному радио». И до сих пор о нас многие узнают таким способом – к нам регулярно приходят приятели или бизнес-партнеры наших текущих клиентов, а иногда и их конкуренты.

Бывает такое, что клиенты дают наш телефон своим прямым конкурентам только для того, чтобы держать под контролем отрасль в целом. Например, сейчас среди наших клиентов есть три компании из разных городов России, которые работают в одной отрасли – один клиент привел еще двух, причем своих конкурентов.

Год от года компания росла. И если изначально мы специализировались только на перевозках грузов, внутрироссийских и международных, то сейчас это больше комплекс услуг – консалтинг, нежели перевозка как таковая.

Но по мере того, как мы развивались, стали понимать, что когда мы везем груз под контракт клиента, то есть клиент является контрактодержателем, и идет переговор с поставщиком, мы частично теряем контроль над перевозкой. И сейчас мы большую часть груза везем под собственный контракт. Причем мы заключаем прямой контракт с иностранным поставщиком, напрямую перечисляем деньги за товар, самостоятельно возим и таможим, и передаем груз клиенту на его складе. Это удобно нам и выгодно для клиента, потому что мы полностью контролируем всю цепочку поставок. Мы минимизируем влияние клиента на процесс транспортировки, что положительно сказывается на сроках.

– Компания с самого начала занималась международными перевозками или начинали все-таки с российских?
Е.Я.: Свою деятельность мы сразу начали с международных перевозок. Потому что это то, в чем я считаю себя довольно неплохим специалистом. Надо всегда заниматься тем, в чем ты лучше других, а не тем, в чем ты останешься наравне с конкурентами.

– Сколько сотрудников сейчас в вашем штате?
Е.Я.: Сегодня у нас трудятся около 20 человек. Рынок труда достаточно специфичен, и приходится некоторых сотрудников брать в штат на Западе. Таким образом сейчас у нас работает два человека, но штат западных сотрудников мы планируем расширять.

– То есть у вас есть филиал на Западе?
Е.Я.: Это не совсем филиал. Люди трудоустроены здесь, а работают в другом районе. Почему так случилось – во-первых, кадровый голод на Дальнем Востоке имеет место быть, и мы вынуждены брать людей на Западе. Там более высокая квалификация, более подвижные сотрудники. На данный момент у нас там работает маркетолог, это абсолютно великолепный специалист. Здесь же с маркетологами дела обстоят не очень здорово.

– А сложностей в связи с этим не возникает? Ведь человек находится на Западе, но продвигать компанию ему нужно на Дальнем Востоке.
Е.Я.: Большая часть наших дорогих клиентов находится на Западе. Соответственно, нашему маркетологу бывает удобнее переговорить с клиентами, находясь в том же часовом поясе. Сейчас информационные технологии таковы, что не важно, где находится человек – возможно, скоро сотрудники будут работать с другой планеты. Поэтому проблем здесь нет.

Когда человек ответственный, хороший специалист, он будет работать где угодно, лично мне все равно, сидит он дома в ванной или в офисе в соседнем кабинете, лишь бы он выполнял свои обязанности. И то, что человек находится постоянно в офисе, еще не значит, что он будет работать. Мы не теряем контроль над работой сотрудника, регулярно общаемся, да и работа всегда видна.

Таким же образом у нас работает онлайн-консультант сайта. Большинство наших клиентов выходит на связь с 9 часов вечера до 3 часов ночи, поэтому у нас есть два варианта: найти сотрудника в Хабаровске, который будет работать в ночную смену, или взять специалиста на Западе. Конечно, мы выбрали второй вариант. Это и для сотрудника более комфортно, все-таки работать ночью достаточно тяжело, и удобно для большинства наших клиентов.

Вообще, практика использования онлайн-консультанта, несмотря на трудности, дает прекрасные результаты. Клиент, как известно, может предпочесть любой способ обращения. Кому-то проще позвонить, кому-то написать. Мы стараемся не только не упускать нововведения и популярные технологии, но и идти «от клиента». Поэтому мы работаем и в этом направлении тоже, чтобы наш клиент выбирал тот канал общения, который для него наиболее удобен.

– С какими трудностями вы столкнулись, открывая компанию?
Е.Я.: Если вы вспомните 2009 год – это последствия кризиса 2008. Говорят, что открывать компанию в момент кризиса с одной стороны, достаточно рискованно, с другой – возрастает вероятность того, что копания будет развиваться и работать. Потому что

когда открываешь компанию на взлете экономики, многие моменты не просчитываешь очень тщательно. А если работаешь изначально в тяжелых экономических условиях, подход к бизнесу становится немного иным. Чтобы компания держалась на плаву, приходится экономить каждый рубль. Зато когда экономика выздоравливает, все те тяжелые моменты, которые пришлось пережить, играют компании только на руку.

В 2009 году нам было очень нелегко. Я помню эти минимальные обороты по расчетным счетам, потому что привлечь клиента было тяжело. Но, наверное, если бы не кризис, компания не стала бы такой, как сейчас. Все-таки трудности закаляют и стимулируют руководителя к действиям.

А вообще, сложности есть всегда, главное то, как к ним относиться. В логистике многие компании работают довольно специфично. Например, клиенту нужно перевести груз из одной точки в другую. Транспортная компания называет ему определенную цену, заключается контракт. Но в процессе работы выясняется, что эта сумма не включает ряд определенных услуг, за которые также нужно платить. Причем выясняются такие подробности после заключения договора. А поскольку логистическая компания держит под контролем груз, то без оплаты этих дополнительных затрат товар уже не получить.

Причем это стандартный способ захваты ранка среди транспортных компаний: озвучивается неполная стоимость и в дальнейшем выставляются дополнительные счета. Это могут быть счета за хранение, использование контейнеров, отвоз или подвоз груза и все что угодно. И клиент вынужден соглашаться со всеми ставками, иначе груз просто не забрать. Конечно, не все компании работают так, но такая практика есть.

Мы тоже сталкивались с подобной компанией, и, конечно, получив такой не самый приятный опыт, для себя решили, что так работать не будем. Потому что в тот момент, когда появляются эти дополнительные счета, клиент чувствует себя обманутым и снова завоевать доверие такого клиента стоит больших усилий.

У нас другая практика: мы стараемся как можно больше возможных затрат включить изначально в счет, как правило клиенты понимают преимущество такого подхода, особенно если они на рынке много лет. Клиенты готовы сразу купить комплексную ставку, в которой включены все расходы, которые все равно так или иначе возникнут, нежели потом получать дополнительные счета, нести их к руководству, краснеть, объяснять, что вот так получилось.

– Вы упомянули закупку оборудования. А какие еще направления есть у вашей компании?

Е.Я.: Изначально мы работали только по перевозкам. Но в какой-то момент, изучив клиента, мы поняли, что существует большой пласт бизнеса, в который мы вынуждены все глубже и глубже проникать. Это продажа станков и оборудования из Китая.

Китай – это великая страна и в ней производится абсолютно все и для всего мира. Причем качество продукции значительно растет, в прочем, также растет ее стоимость. Тем не менее, китайское оборудование – это очень интересный рынок, востребованный товар, особенно для малого и среднего бизнеса. Это направление не возникло спонтанно: к нам приходили клиенты и просили привезти из Китая какой-то конкретный станок. Мы научились договариваться с Китаем, у нас есть китайскоговорящий персонал, я лично часто езжу в эту страну – осматриваю заводы, посещаю выставки, хожу на бизнес-встречи. С Китаем мы работаем давно и, я надеюсь, надолго.

Первый клиент, попросивший связаться с заводом, пришел к нам как в логистическую компанию. Ему просто понравилось, что его не оттолкнули, не отказали в просьбе. Мы долго переписывались с поставщиком – порядка двух месяцев мы подбирали оборудование под заказ клиента. Собственно этот клиент и открыл наше новое направление. На сегодняшний день, на этом проекте работает много специалистов: это и переводчики, и инженеры. То есть люди, которые могут понять, чего желает клиент, провести грамотные переговоры. Разумеется, мы контролируем процесс производства и запускаем станки еще в Китае. В результате клиент получает то, чего действительно хочет.

И третье наше направление – это продажа химии из Китая и немного из Южной Кореи. Это тоже интересные товарные группы, потому что в Китае химическая промышленность очень хорошо развита. Многие компании знают, что сырье, которое они закупают в России, гораздо дешевле купить в Китае. Однако они не всегда имеют возможность провести переговоры, отсмотреть достаточно большое количество заводов и выбрать тот, который будет поставлять качественное сырье.

Например, кода у нас заказывают какой-то реагент, мы посещаем около шести заводов, которые нам кажутся наиболее надежными, и выбираем один. И для этого требуется не день-два. Изучается целый ряд показателей, только после этого мы можем сказать клиенту, что продукция данного завода приемлема. Это направление достаточно молодое, развиваем его около года, но уже сейчас можем сказать, что работаем с крупными компаниями на Дальнем Востоке. Причем все риски мы берем на себя, что опять-таки очень удобно для клиента.

– То есть у вас в штате есть специалисты химики и техники, позволяющие вам выбрать нужный завод?

Е.Я.: Конечно, у нас есть техники, с оборудованием иначе нельзя. Разумеется, есть много независимых организаций, экспертов которых мы можем отправлять на заводы. Но бывают случаи, когда сам проезжаешь по заводу, просишь запустить станки, задаешь вопросы – и все равно ошибаешься в поставщике. Бывает, что тот поставщик, который показывает завод, является не самым надежным или вообще показывает не свой завод. Ведь это Азия – здесь особенный менталитет, для многих азиатов это не выглядит как обман, это такая восточная хитрость.

У нас разработан целый алгоритм, по которому мы отбираем поставщика. Весь рассказывать не буду, все-таки это наша технология. Но например, задаем очень специфичные вопросы по оборудованию и химии, и если не получаем быстрого, четкого и грамотного ответа, мы понимаем, что перед нами компания-перекупщик либо вообще не производственная компания. Также, мы очень внимательно изучаем все учредительные документы фирмы, выходим на муниципалитеты и запрашиваем у них информацию о том или ином заводе.

Таким образом, проверка одного завода занимает не менее недели. Но иначе нельзя, потому что страна очень специфичная и приходиться подстраиваться под менталитет, нужно быть осторожными. Международная практика такова, что нет возможности получить назад собственные средства, если вы, например, отправили их компании, которая не является поставщиком товара. Поэтому мы должны быть очень аккуратны в выборе бизнес-партнера.

– Вы сотрудничаете с разными странами, с какими легче работать, а с какими сложнее?

Е.Я.: Большая часть наших дорогих поставщиков – это китайцы. И они тоже бывают разные. Я очень уважаю этот народ, мы с ними работаем много лет, я вижу, насколько это трудолюбивая нация, их ВВП растет огромным темпом, растет качество продукции, как и заработная плата китайцев. Их подход к работе меняется, они становятся более ответственными.

Японцы – очень интересный народ. Чтобы начать работать с японской компанией, надо долгое время встречаться, общаться без начала деловых отношений. Мы испытали это на себе: наши дорогие партнеры много раз приезжали к нам в гости, пили чай,

обсуждали природу, погоду – разговаривали буквально обо всем, это было просто дружеское общение. Когда мы, спустя примерно год, начали с ними сотрудничать, я уже была лично знакома со всем управленческим составом компании, и работать было очень удобно и комфортно. Может быть, для нас это забавно выглядит, и не всякий русский клиент будет много общаться, прежде чем перейти к делу, но в тот год для нас общение ничего не стоило – наоборот, это очень интересные, приятные люди. И если в результате такого общения мы получаем хорошего клиента – почему бы и нет?

Подобная ситуация у нас была с турецким клиентом: они приходили к нам в офис и мы могли просидеть несколько часов, общались, пили чай. Наверное, это мировая практика – не перечислять деньги, как только поговорил по телефону, а присмотреться к партнеру.

С Китаем все-таки немного по-другому: как бы они тебе не улыбались на заводе, в офисе, на выставке – всегда надо понимать, что за этой улыбкой может скрываться какой-то личный интерес, и что возможно тебя рассматривают не как долгосрочного партнера, а как компанию, с которой можно сейчас получить прибыль.
Но есть у нас и давние китайские партнеры, с которыми мы работаем из года в год, и это уже совсем другой подход. Бывало даже, что советовали приобрести товар гораздо более дешевый, но действительно лучший по качеству.

– Поделитесь каким-нибудь сложным кейсом из вашей практики.
Е.Я.: Я всегда рассказываю один случай: к нам обратился клиент, попросив перевезти из Китая контейнер, стоимостью 50000 долларов. Мы внесли предоплату 10000 долларов и ожидали окончания производства. Когда производство было закончено, поставщик выслала нам фотографии товара. В общем, все шло нормально. Но потом поставщик сообщает, что у компании изменились банковские реквизиты. Это нормальная ситуация, такое бывает. Мы рассказали об этом клиенту, и он решил поставщику довериться. Перечислили оставшиеся 40000.

Проходит два-три дня, мы снова связываемся с поставщиком, но он утверждает, что впервые слышит про новые реквизиты. Причем отвечает он с того же электронного адреса. Конечно, мы тут же понимаем, что ситуация мягко говоря печальная. Бежим в банк, пишем много писем банку-корреспонденту. Пытаемся остановить эти деньги в Китае. Ни мы, ни наш российский банк до сих пор не может понять, как нам удалось вернуть деньги. Может, поставщик просто не успел их снять, или была допущена ошибка в реквизитах, или возымело действие большое количество писем китайскому банку – для нас это до сих пор загадка.

Но и это не конец истории! Клиент попросил перечислить деньги по старым реквизитам, сославшись на хакеров. Но мы же понимаем, что этого быть не может. В общем, с этим поставщиком мы отказались работать, и даже вернули 10000 предоплаты. Правда, клиент все-таки этой компании поверил, сам заключил с ними договор, мы участвовали в сделке только как перевозчики.

И теперь, если у меня просят телефон компании, которая могла бы нас порекомендовать в городе, где находится этот клиент, я всегда даю именно его номер. Он с удовольствие рассказывает, как мы ему помогли, когда его пытались обворовать. Но я думаю, что это просто удачное стечение обстоятельств. Возможно, если бы мы выждали еще день, эти деньги просто ушли бы и мы не смоли бы и вернуть. И тогда этот же клиент обратился бы к нам с судебным иском. Вот такая была неприятная ситуация.

Я часто слышу, что китайцы получают деньги и не отгружают товар. Правда, в последнее время эти случаи встречаются все реже. Может, это китайцы меняются, а может, мы просто научились с ними работать.

– А как застраховать себя от подобных случаев?
Е.Я.: Никак. Тут ни договор не поможет, ни международное право. Просто поставщика надо всегда внимательно изучать. Поэтому у нас есть специалисты, которых мы командируем в Китай специально для этого.

– Расскажите о ваших корпоративных традициях.
Е.Я.: Каждое лето на день рождения компании мы выезжаем всем коллективом на море. Живем в палатках, купаемся, загораем – получается очень активный отдых. И конечно, это прекрасное тимбилдинговое мероприятие.

А еще мы занимаемся благотворительностью: дружим с одним интернатом, общаемся с детьми, проводим для них мероприятия, рассказываем о мире, разных странах, людях. Потому что, к сожалению, эти дети живут достаточно изолированно, у них замкнутый круг общения.

Например, мы знакомили их с китайской культурой: наш китаевед оделась в кимоно, показала фотографии, рассказала о стране, даже научила рисовать некоторые иероглифы, показала мультики, поиграла с ними в игру и т.д. Было очень интересно. На сегодняшний день мы уже рассказали детям о Китае, Испании, Италии, на подходе Америка. Ребята с большим удовольствием слушают. Когда приезжает какая-то компания и просто что-то дарит, получается, что мы растим каких-то потребителей. Наш коллектив пытается их развивать, научить отдавать, творить добро: мы договорились о том, что наши дети будут помогать ветеранам, приюту бездомных животных.

Также, мы создали закрытый клуб для детей, которые наиболее сильно тянутся к знаниям, вчера состоялось первое занятие. Идея клуба такова, что раз в неделю мы будем учить детей таким вещам, как право, этикет, страноведение, искусство, культура речи. Это то, что потом, когда они выйдут за стены интерната, поможет им гармонично существовать в обществе. Ведь сейчас для многих из них проблема поддержать элементарный разговор о погоде или рассказать, как ты провел лето.

Мы обязательно приезжаем к ним на Новый год, в прошлом году все были в костюмах, дети были в восторге. Проект очень сложный, потому что приходится постоянно проходить всевозможные бюрократические препоны. Но мы получаем огромную благодарность и значительную отдачу от детей.

– Очень интересно! Расскажите, а обучение для коллектива вы проводите?
Е.Я.: Обучение продажников и менеджеров ведется руководителями отделов. У нас очень большое количество литературы в офисе, есть практически все возможные книги по продажам.

На обучение на курсах и тренингах я своих специалистов не отправляю, потому что меня не очень устраивают те мероприятия, которые проводятся в Хабаровске, я не вижу от них большого эффекта. Пусть лучше более квалифицированные кадры обучают молодых специалистов.

– Каким должен быть ваш идеальный сотрудник?
Е.Я.: В первую очередь он должен быть очень активным, темпераментным, задорным. Потому что пассивным и медлительным людям в нашем коллективе очень тяжело, они сложно приживаются, им всегда приходится переступать через себя, потому что работа у нас динамичная. Ну и конечно, проверяем профессиональные качества. Если это переводчик, он должен переводить изумительно. Мы можем позвонить в Китай, и наш китайский партнер должен его понять. Если это логист – ему мы даем конкретную задачу, он должен сообразить, что он сделает в первую очередь. Сотрудников мы отбираем тщательно. И с кадрами расставаться я не боюсь, считаю, что это обычная ротация, если сотрудник не успевает за темпом компании, значит, ему лучше перейти в другую организацию, возможно, там он найдет себе лучшее применение.

– Расскажите о наших дальневосточных клиентах логистических услуг, комфортно ли с ними работать?
Е.Я.: С любым клиентов комфортно работать, ведь он наш клиент. Если не выходит подстроиться под заказчика, понять его потребности и желания, и дать ему это, минус только компании. Мы не делим своих клиентов, они все для нас очень ценны и важны, для всех мы выкладываемся на 100, а если надо и на все 200%, в том числе и для дальневосточных. Бывает, что клиент хочет поговорить о чем-то в час ночи, и если я не сплю, я обязательно возьму трубку и поговорю с ним. Бывают, конечно, специфичные клиенты, например, владельцы малого бизнеса, которые могут ввернуть крепко словцо – мы и к этому относимся спокойно (смеется). Конечно, клиенты все разные, но любой клиент – хороший.

– А какой самый специфичный запрос от клиентов вы когда-либо получали?
Е.Я.: Однажды мы перевозили химию высокого класса опасности. Причем доставить ее надо было очень быстро – всего за 15 дней, к тому же в преддверии нового года. Китайцы отгрузили нам тонну груза в контейнере, под новый год мы привезли его в Россию, но оказалось, что авиакомпания принимает груз только запакованным по полкило. И вот 1-2 января пришлось переупаковывать тонну груза в маленькие пакетики.
Такая достаточно забавная и сложная ситуация получилась, потому что с одной стороны у нас были сроки клиента, с другой – требования авиакомпании, а с третьей нельзя было забывать, что это опасный груз, работа с ним имеет свою специфику (перчатки, проветриваемое помещение и т.д.). Мы переживали за людей, упаковывающих груз, будут ли они соблюдать правила безопасности и т.д. На тот момент работа с химией была для нас в новинку, но в итоге все получилось, груз перевезли. Теперь, за годы работы, в том числе и химсырьем, мы набрались огромного опыта и готовы, можно сказать, ко всему, даже вот к таким новогодним сюрпризам.

– Как вы считаете, в чем преимущество вашей компании перед конкурентами?
Е.Я.: Во-первых, мы беремся за любой легальный груз. Даже за такой, который другие компании перевезти не смогли. Мы всегда найдем способ, даже если придется допоздна сидеть, решать этот вопрос – мы придумаем, как это сделать. Поэтому наши клиенты точно знают, что могут положиться на нас и полностью довериться нашему профессионализму, если взялись – значит, мы сделаем! А во-вторых, это клиентоориентированность нашей компании, и клиенты это понимают и ценят. Такого, чтобы от нас ушел клиент практически не бывает. Как правило, получив наш сервис один раз, в следующий раз он снова обращается к нам. Потому что еще раз подчеркну – клиент всегда прав. Во сколько бы он ни позвонил, что бы ни попросил: встретиться, позвонить в таможню, решить любую проблему.

– Поделитесь вашими планами, перспективами.
Е.Я.: Перспективы и тенденции у нас такие, что отдел перевозок полностью переходит на работу под наш контракт. То есть мы практически не работаем с грузами клиентов, а работаем со своими грузами по исполнению поручений клиентов. Тем самым, мы держим под контролем грузы, оптимизируем логистику на всей цепочке. Таким образом, клиент имеет оптимальный пакет услуг по хорошей цене.

В отделе продаж оборудования мы идем к сужению ассортимента, потому что сейчас он огромен. Сужаем его намеренно, нацеливаясь на малый и средний бизнес, потому что именно здесь наше оборудование наиболее востребовано. Причем мы всегда отслеживаем всевозможные льготы. И предлагая клиентам товар, мы рассказываем им о том, что при покупке конкретного товара вы, например, можете получить освобождение от налога на прибыль на определенный период. Ведь предприниматели об этом не всегда знают.

В отделе химии мы все больше продаем товаров китайского производства. Поскольку проект молодой, то мы отлаживаем работу с поставщиками, находим тех, с которыми впоследствии нам будет комфортно сотрудничать. Сейчас это первостепенная задача. Пройдет еще несколько лет, прежде чем мы с уверенностью скажем, что наш поставщик – самый лучший, вы можете не искать другого. Вот к этому мы стремимся.

«Вера в продукт дает силы его продвигать»

Казалось бы, в Китае есть все. Однако некоторые хабаровские компании находят нишу и поставляют наши местные продукты в страну, которая является мировым производителем, пожалуй, любых групп товаров. О том, как это получилось у компании «Фоксэль», рассказывает Андрей Анатольевич Ящук, заместитель генерального директора в отделе сбыта и продвижения продукции.

Беседовала: Мария Логинова

– Андрей Анатольевич, расскажите, как и когда вы попали в компанию «Фоксэль»?
А.Я.: Я попал в компанию в 1998 года, начинал с работы программистом, затем – начальником IT-отдела, сейчас уже четыре года являюсь заместителем генерального директора в отделе сбыта и продвижения продукции, занимаюсь b2b сегментом.

Мы верим в наш продукт. Если мы делаем качественный продукт, то мы обречены на успех. На слоган: «Качество воды – качество жизни». Вера в свой продукт дает силы продавать его, торговаться, убеждать и так далее. Всегда получалось так, что люди, которые в наш продукт изначально не верили, в компании не задерживались. Может потому, что не видят разницы между нашим продуктом и другими подобными.

– А в чем эта разница? Что именно вам позволяет верить в свой продукт?
А.Я.: Во-первых, мы контролируем большинство процессов, связанных с выпуском продукта, во-вторых, производим самую дорогостоящую очистку воды на Дальнем Востоке. Наша вода соответствует мировым стандартам, технологию очистки нам подготавливали американские партнеры, поэтому мы уже не боялись, что наш продукт не сможет пройти на какой-то рынок из-за недостатка качества. Мы спокойно выставляемся на ярмарках в таких высокоразвитых в потребительском отношении странах, как, например, Япония.

– Как началась внешнеэкономическая деятельность вашей компании?
А.Я.: В 2005 году мы выпустили продукцию в мелкой фасовке, то есть фактически у нас появилась возможность распространять

товар по всему миру, благодаря его легкой транспортируемости. И с этого момента мы начали активно изучать рынки Китая, Японии.

Изначально мы нацелились на Китай, и эта тенденция сохраняется и по сей день. У нас есть положительный опыт участия в выставках в Ниигате, хотя вывозить продукт в Японию довольно сложно, существует очень много требований. Особенность работы с японскими партнерами в том, что они не проверяют конечный продукт на соответствие определенным качествам, а сертифицируют производство, проверяют те участки, где возможны риски. Если производство прошло такую поверку, значит, продукции можно доверять. Но для того, чтобы продвигать продукт в Японии, нужно найти представителя на территории страны, который возложит на себя все заботы о продвижении товара.

В Китае мы тоже начинали с выставок, на которых нам удалось обзавестись рядом знакомств, договорились с дилером, занимающимся продуктами питания, и он стал продвигать нашу продукцию в Китае.

Был разработан сайт на китайском и японском языках, были оформлены этикетки на китайском языке, в этом нам помогло китайское пиар-агентство. Так как «Серебряный родник» – это довольно длинное и сложное для китайцев название, к тому же, когда мы пытались перевести название «Серебряный родник» на китайский язык, столкнулись с тем, что белый цвет является траурным в Китае, так что дословный перевод получился чуть ли не загробным (смеется). Так что наша продукция в Китае называется Foksel, что в переводе с китайского это означает: «выпил и счастлив».

– Насколько успешно развивалась ваша внешнеэкономическая деятельность?

А.Я.: Нас не очень устраивали продажи, которые мы делали. В Китае существует такое общепринятое правило, как покупка полочного пространства. То есть мы должны выкупить товарную категорию и не можем заниматься всем подряд: если купили полку в водном ряду, продавать на ней мясо или еще что-то мы не сможем. Также, за каждый вид товара тоже нужно доплачивать. Покупать полки на китайского дилера мы не решились, потому что мы не знаем, как он ведет себя на переговорах, как он будет компенсировать затраты и т.д. Поэтому мы решили открыть свою компанию в Китае, работаем в Даляни, Пекине, Харбине.

– С какими сложностями столкнулись?

А.Я.: Если говорить о сложностях, то они связаны с объемом продукции, накладными расходами. Если рынок не охвачен, продажи маленькие – начинаются проблемы. Сама система вывоза товара за границу мотивирует возить большими партиями. Потому что на каждую партию нужно делать разрешение, проходить инспекцию. Нужно учитывать, что стоимость перевозки в двадцатифутовой машине будет одинакова, везешь ты за одну тонну груза или за 20 тонн. Хочется сразу завести большую партию товара, чтобы сэкономить деньги, время прохождения на границе и т.д.

Естественно, в таком случае у нас остается масса груза, который надо теперь реализовать и у которого есть срок годности. Китайские магазины очень внимательно отслеживают срок годности товара, и если уже прошла половина срока, реализовать его будет проблематично. Наше укоренившееся представление о Китае как о стране-производителе товаров низкого качества на самом деле не верно. По крайней мере, китайский потребитель не станет покупать некачественные продукты. Конкурировать приходится с мировыми брендами, нужно учитывать множество деталей, например, китайцы во многом визуалисты – считают, что не может быть качественного продукта в плохой упаковке.

Условия работы в Пекине и Харбине, например, разные. В Харбине вы можете заплатить за полочное пространство на определенный срок, но если магазину вдруг не понравится ваш товар, он просто окажет вам, а ваши средства сгорят. Нет никаких гарантий, что вы будете долго сотрудничать.

Исследуя наших покупателей в Китае, мы пришли к выводу, что наш продукт покупают все-таки в первую очередь россияне. Видимо, ищут на полках что-то знакомое. И когда мы сделали этикетку полностью на китайском языке, наш товар затерялся. Так что даже китайцы стали выставлять его вперед флагом, расположенным на задней стороне бутылки.

Но, конечно, русские покупатели – это не тот сегмент, на который мы рассчитывали. Однако думаю, что для начала этого достаточно. В перспективе мы видим привлечение сегмента обеспеченных китайцев, которые покупают товары с полок иностранных продуктов. Многие мировые бренды перевели в Китай свое производство и сделали этикетку полностью на китайском языке. Таким образом, они продают свой товар за 1-1,5 юаня, в то время как наша вода стоит 14 юаней. То есть они рассчитывают на массового потребителя, который не так требователен к качеству. Если мы хотим выйти на этого потребителя, придется задействовать совсем другие мощности, организовывать производство на территории страны и т.д.

Сейчас мы не можем снизить стоимость продукта, хотя бы потому, что на китайской таможне есть оценочная стоимость товара, и по этим документам, вода не может стоить дешевле 5 юаней. Все эти расходы накладываются, и в итоге в Китае у нас получается совсем другой рынок потребления. Но это нас не смущает, все-таки у нас продукт мирового класса и за качество мы спокойны.

А еще у нас был опыт работы с Японскими и Китайскими консульствами в Хабаровске, получили от них положительные отзывы, что тоже стало немаловажным фактором при принятии решения о выходе на внешний рынок.

– Какой литраж возите в Китай?

А.Я.: От 0,6 до 1,5 литра. Возить туда 19 или 20 литров очень дорого, по такой цене не думаю, что вода будет продаваться.

– Наши товары конкурентоспособны на китайском рынке после прохождения всех таможенных пошлин?

А.Я.: Если говорить о нашем продукте, то в этом вопросе нам помогает экология. 97% водных ресурсов Китая заражены и не пригодны для потребления, наблюдается дефицит воды.

Если говорить о других продуктах, то я недавно смотрел в нашем торговом представительстве в Китае заявки на товары, и это либо

ресурсы, либо технологии. То есть они заинтересованы в единовременной покупке определенной технологии, чтобы после зарабатывать с ее помощью самим. Надо понимать, что если Китай интересуется определенной технологией, то есть возможность сбыта конкретной продукции. Также, востребованным будет уникальный товар, не имеющий аналогов в Китае.

– Неужели чего-то может не быть в Китае?
А.Я.: Да, это распространенная ментальная модель, не нужно ее себе искусственно создавать – в Китае тоже есть дефицит определенных товаров, главное найти нишу. Например, одна известная хабаровская компания продает в Китае мороженое.

– Каков годовой объем продаж вашего товара за границей?
А.Я.: Скажу так, мы просчитываем объемы продаж, но для нас это сейчас играет роль только маркетингового исследования. Если говорить о потенциале китайского рынка, то он сейчас ориентируется прежде всего на свой внутренний рынок. Для хабаровских компаний очевидно стремиться на китайский рынок, но сделать это самому очень тяжело. Например, мы не производим полностью все комплектующие, наши этикетки и бутылки производятся в Москве и европейской части страны. Дело в том, что местные хабаровские производители часто ориентируются на московскую стоимость, в которую уже включена доставка, и таким образом искусственно увеличивают стоимость. Рассчитывать, что здесь появится такой же широкий ассортимент материалов, как в европейской части страны, не приходится. Соответственно, падает конкурентоспособность местных продуктов. Московские товары у нас пользуются спросом и могут конкурировать даже в доступном ценовом сегменте. А мы свой продукт отвезти на запад не можем, потому что у нас готовый продукт уже включает транспортный тариф.

– Расскажите, как в вашей компании протекает процесс доставки товара за границу?
А.Я.: Есть авторизированные перевозчики, которые могут перевезти товар через границу. Но до конечного пункта назначения в Даляни они товар не доставить не могут, приходится перегружать на китайских перевозчиков. Автотранспорт на сегодняшний день для нас является наиболее рентабельным. Возможно, если бы объемы поставок возросли, мы были бы заинтересованы в других видах транспорта, но пока автоперевозки для нас наиболее актуальны.

– Что необходимо учитывать при выходе на внешние рынки?
А.Я.: Необходимо очень хорошо знать законодательство страны, учитывать все возможные подводные камни. Например, сейчас в Китае есть такой закон: если сотрудник проработал в компании более десяти лет, эта организация обязана обеспечить ему старость, то есть фактически придется сотрудника пожизненно содержать. С выходом этого закона очень многие компании перезаключили контракт со своими сотрудниками.

– Выйти на рынки других стран нет желания?
А.Я.: Когда в Японии произошла катастрофа на АЭС, мы получали заявки и от японской стороны. Но для того, чтобы работать на промышленном уровне, нам нужно значительно увеличивать производство. Пока мы ориентируемся на внутреннее потребление. И любой более или менее серьезный заказ от Китая или Японии, скорее всего, мы не сможем выполнить. Так что работать с ними мы начнем только при наличии определенных мощностей.

– Поделитесь планами вашей компании.
А.Я.: Глядя на подрастающее поколение, я с радостью замечаю, что молодежь все чаще выбирает чистую воду без каких-либо добавок. Культуру питься воды нужно поощрять, в Европе, например, она совсем на другом уровне. К тому же этот рынок еще растет, поэтому у нас оптимистичные прогнозы. Мы развиваем производство, выстраиваем новые пути взаимодействия с нашими заказчиками. Также в планах развить наш интернет-магазин, который был запущен в этом году, сейчас он не очень пользуется популярностью, продажи с Интернета составляют около 1%, но и здесь есть потенциал. Также хочется продвигать наши малоизвестные продукты. Не все знают, что мы также выпускаем такие продукты, как «Лимонад», «Ситро» и «Тоник», хотя они на рынке уже достаточно давно.

Для справки:

Компания «Фоксэль» существует с 1996 года, является одним из лидеров среди производителей питьевой воды на Дальнем Востоке. Компания работает с b2b и b2c сегментами, в частности, «Фоксэль» – первая в Хабаровске компания, которая стала осуществлять доставку воды населению и организациям города.

С нами бизнес сильнее!

Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР) и Министерство экономического развития РФ реализуют программу поддержки малых и средних предприятий (МСП). В чем именно проявляется поддержка и для чего она нужна?

Мы в группе поддержки малого бизнеса (ГПМБ) ЕБРР уверены, что качественный консалтинг – это такой же важный элемент инфраструктуры поддержки МСП, как и наличие кредитных ресурсов, а так же прочие инструменты поддержки, оказываемые местными и региональными органами власти, и предлагаем российским предприятиям две программы: программу деловых консультационных услуг (БАС) и программу развития предприятий (ПРП).

Любая компания по мере своего развития сталкивается с все новыми и новыми вызовами: падение или отсутствие роста продаж, проблемы со сбытом; высокая себестоимость и недостаточная прибыльность бизнеса; сложности с получением внешнего финансирования, кредитов; текучесть кадров и отсутствие мотивации у персонала; недостаточная прозрачность бизнес-процессов; ограничения в выходе на международные рынки; или же та проблема, которая волнует Вас сейчас.

Часто для оперативного и качественного решения поставленных задач компаниям бывает объективно недостаточно собственных ресурсов, управленческих знаний, навыков или опыта, особенно если речь идет о МСП. Требуется экспертная помощь со стороны, а именно – привлечение профессиональных консультационных услуг.

С 1993 года группой реализовано около 15 000 консультационных проектов в 30 странах. На данный момент ГПМБ ЕБРР присутствует в 25 странах операций банка, в том числе и в нашей стране. До последнего времени в России, как и в других странах, программа работала за счет донорских средств, привлеченных от стран-членов ЕБРР. **Сегодня программа поддержки малого бизнеса ГПМБ ЕБРР в России финансируется Министерством экономического развития Российской Федерации.** Соответствующее соглашение заключено между ЕБРР и Минэкономразвития 21 июня 2013 года. Это очень важный момент, так как это означает, что государство готово вкладывать деньги в повышение профессиональных навыков и внедрение передовых стандартов в секторе малого и среднего бизнеса.

ГПМБ ЕБРР в России помогает частным российским малым и средним предприятиям численностью от 10 до 500 сотрудников с валовой выручкой до 50 млн. евро в год в получении различного рода консультационных услуг для развития бизнеса, привлекая для этого отечественных бизнес консультантов и международных отраслевых экспертов на принципе разделения расходов. ГМПБ помогает сформулировать потребности развития бизнеса, понять, какую пользу могут принести им профессиональные бизнес консультанты, провести существенные управленческие и структурные изменения, выйти на качественно новый уровень и достичь стратегических целей путем внедрения передовых российских и международных знаний и практик. Все консультанты и эксперты, работающие с ГПМБ ЕБРР, проходят процедуру аккредитации. Проекты могут длиться от 3 до 18 месяцев в зависимости от типа и объема предоставляемой консультационной услуги, а также потребностей предприятия.

Для справки:

ЕБРР в России и в мире

Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР) создан в 1991 году с целью поддержать становление и укрепление частного сектора в странах с переходной экономикой. Сегодня ЕБРР использует инвестиции в качестве инструмента содействия утверждению рыночной экономики в 34 странах – от Центральной Европы до Центральной Азии, а также в странах Южного и Восточного Средиземноморья. Вкладывая капитал, прежде всего, в те предприятия частного сектора, потребности которых не могут быть в полной мере удовлетворены за счет рынка, банк содействует развитию предпринимательства и переходу рыночной экономике.

ЕБРР является крупнейшим инвестором в регионе и помимо выделения своих собственных средств, привлекает значительные объемы прямых иностранных инвестиций.

Акционерами ЕБРР являются 64 страны и две межправительственные организации.

Приоритеты ЕБРР в России – диверсификация экономики, инвестиции в модернизацию и инновации и формирование стандартов для них, поддержка приватизации и развития частного сектора, расширение экономических возможностей в регионах России. Это будет подкрепляться активным развитием инфраструктуры, эффективным функционированием механизмов финансирования.

На каждом направлении работы ЕБРР в России ее неотъемлемой частью станет повышение энергоэффективности. ЕБРР будет заниматься вопросами снижения спроса на потребляемые энергоресурсы путем сокращения объемов их расточительного использования и выброса парниковых газов во всех секторах, что будет иметь большое значение для повышения конкурентоспособности предприятий и борьбы с изменением климата.

Какие консультации обеспечивает ГПМБ

Стратегия
Стратегическое планирование
Бизнес-планирование
Разработка технико-экономического обоснования
Разработка финансово-экономического обоснования
Поиск партнеров
Бюджетирование и планирование на год

Маркетинг
Управление продажами
Исследование рынка
Маркетинговая стратегия
Брендинг и продвижение торговой марки
Электронный маркетинг
Развитие экспорта и установление иностранных бизнес контактов

Организационное консультирование
Организационное развитие
Управление человеческими ресурсами / кадровый менеджмент

Операционное консультирование
Производительность, эффективность, качество и дизайн
Реинжиниринг бизнес-процессов
Управление цепочками поставок
Снижение производственных издержек

Информационно-коммуникационные технологии
Отраслевые автоматизированные системы
Системы автоматизации документооборота
IT-инфраструктура
Системы автоматизации производственных процессов
Корпоративные системы управления (CRM, ERP, HRM и др.)

Инженерно-технические решения
Оптимизация производственных линий и оборудования
Архитектурно-планировочные решения/дизайн
Планирование/дизайн инфраструктуры и коммунальных сетей

Управление качеством
Внедрение систем менеджмента качества по стандартам ISO 9000
Внедрение систем безопасности продуктов питания HACCP, ISO 22000
Внедрение систем безопасности на производстве OHSAS 18000
Внедрение систем безопасности продукции

Энерго- и ресурсоэффективность
Энергоаудит, сертификация и присвоение рейтингов
Внедрение систем энергоменеджмента ISO 50001
Инженерно-технические решения в области энергоэффективности
Внедрение возобновляемых источников энергии

Экологический менеджмент
Экологический аудит и оценка воздействия на окружающую среду
Внедрение систем экологического менеджмента ISO 14000
Инженерно-технические решения в области экологии
Снижение воздействия на окружающую среду, соблюдение национального законодательства в сфере экологии

Преимущества работы с программой:

- отработанная годами эффективная система работы, доказавшая свою эффективность и имеющая убедительную статистику успеха и результативности (программа поддержки малого бизнеса ЕБРР в России оказала помощь 450 МСП в Приморском крае, Хабаровском крае и Сахалинской области ДФО с 2003 по март 2013 года);
- быстрая и эффективная процедура одобрения консалтингового проекта;
- профессиональная команда ЕБРР, обеспечивающая контроль качества оказания консалтинговых услуг на входе-выходе и на всем протяжении проекта;
- принцип разделения расходов на проект между предприятием и ЕБРР;
- участие в проекте ЕБРР как международной финансовой организации с высшим кредитным рейтингом ААА и большим опытом реализации некоммерческих программ.

На сегодняшний день ГПМБ ЕБРР в России работает в Южном, Уральском, Сибирском и Дальневосточном федеральных округах. Срок реализации программы – 3 года.

В соответствии со стратегией ЕБРР в России ГПМБ выделяет **следующие направления** как одни из **наиболее приоритетных** в своей деятельности:

- помощь МСП, инвестирующим в свое развитие с привлечением кредитных ресурсов;
- развитие, повышение качества и консолидация местного рынка консультационных услуг;
- стимулирование спроса и предложения местных консультационных услуг в сфере энергосбережения, энергоэффективности и экологического менеджмента и стандартов;
- помощь МСП, внедряющим инновации, современные технологии и международные стандарты;
- содействие экспортоориентированным МСП

ГПМБ работает с широким спектром МСП, занятых в производстве, торговле и сфере услуг, однако согласно стратегии ЕБРР в России особый **приоритет в ДФО будет отдаваться предприятиям и проектам, которые способствуют развитию следующих отраслей экономики**:

- производство (включая производство строительных материалов);
- сельское хозяйство (в т.ч. производство продовольственных товаров, пищевая промышленность);
- лесная промышленность (включая деревообработку);
- природные ресурсы (добыча и переработка природных ресурсов и вспомогательные отрасли);
- транспортная логистика и вспомогательные услуги;
- телекоммуникационная инфраструктура.

Региональное представительство ЕБРР в ДФО,
г. Владивосток, ул. Верхнепортовая, 46-502,
тел.: +7 (423) 251 77 66, факс: +7 (423) 251 77 67
Карикова Мария,
старший специалист ПМБ ЕБРР в ДФО,
тел.: +7 (902) 524 86 00

Квалифицированная помощь при совершении сделок во внешнеэкономической деятельности

В Сбербанке проблемы субъектов внешнеэкономической деятельности решили созданием консалтингового центра. Услуги предоставляются клиентам всех сегментов бизнеса: крупного, среднего, малого и микро вне зависимости от формы собственности. При этом не обязательно иметь в Сбербанке открытый счет. Современные технологии позволяют компаниям использовать дистанционные каналы обслуживания.

В Сбербанке проблемы субъектов внешнеэкономической деятельности решили созданием консалтингового центра. Услуги предоставляются клиентам всех сегментов бизнеса: крупного, среднего, малого и микро вне зависимости от формы собственности. При этом не обязательно иметь в Сбербанке открытый счет. Современные технологии позволяют компаниям использовать дистанционные каналы обслуживания.

В консалтинговом центре оказывают поддержку любой степени сложности бизнесу на всех этапах внешнеэкономической деятельности. Начиная с оформления в строгом соответствии с требованиями валютного законодательства документов валютного контроля (паспорта сделки – наиболее востребованная услуга, справки о подтверждающих документах, справки о валютных операциях) до письменных консультаций по наиболее сложным вопросам и индивидуальных семинаров для клиентов по интересующей их теме.

В процессе проведения внешнеэкономических сделок у компаний часто возникают вопросы по применению валютного законодательства и порядку проведения валютных операций. Очень важно правильно составить внешнеторговый контракт, в частности, предусмотреть условия расчетов, минимизирующие риски неисполнения иностранным контрагентом своих обязательств по сделке. Для этого сотрудниками консалтингового центра проводятся комплексные экспертизы проектов контрактов.

Кроме того, клиенты центра могут рассчитывать на консультацию и в ходе выполнения обязательств по ранее заключенному договору. Специалисты банка помогут избежать нарушений валютного законодательства и выбрать оптимальные способы исполнения, изменения или прекращения обязательств по договору с контрагентом.

Например, компания заключила договор об экспорте товара и поставила товар за рубеж, и соответственно, ждет от своего зарубежного контрагента оплаты товара, но нерезидент не может заплатить. Если экспортер не получит в установленные договором сроки экспортную выручку, это повлечет наложение штрафных санкций со стороны Росфиннадзора. Очень важно в данной ситуации, внести необходимые изменения в договор, которые позволят клиенту избежать нарушения валютного законодательства. Специалисты Консалтингового центра оказывают и такие услуги.

Или другой пример, транспортные организации в своей работе сталкиваются с необходимостью проведения зачета встречных однородных требований по внешнеторговым договорам.

«Компании-участники внешнеэкономической деятельности в своей практике часто сталкиваются с вопросами применения валютного законодательства. В первую очередь это связано с частыми изменениями нормативно-правовой базы во внешнеторговой сфере, а также с неоднозначной судебно-арбитражной практикой. Компании вынуждены нести дополнительные издержки и расширять штат дорогостоящих специалистов в области валютного контроля. Кроме того, на компанию ложатся все риски, связанные с ошибками сотрудников, отсутствием у них практики разрешения нестандартных ситуаций, возникающих в ходе исполнения сделки с иностранным контрагентом. Вероятность получения высоких штрафов весьма велика, и зачастую не зависит от добросовестности самого участника ВЭД. Штрафные санкции за неправильно оформленные сделки во внешнеторговой деятельности могут достигать суммы, сопоставимой с размером проведенных операций», – рассказывает директор управления транзакционного бизнеса Дальневосточного банка ОАО «Сбербанк России» Елена Подкосова.

Валютным законодательством установлены ограничения для проведения зачета по внешнеторговым договорам. Как исключение, резидентам позволено не зачислять на свои банковские счета в уполномоченных банках рубли и иностранную валюту, в том числе при проведении зачета встречных требований по обязательствам между транспортными организациями – резидентами и нерезидентами, оказывающими за пределами территории Российской Федерации услуги указанным резидентам по заключенным с ними договорам. Эксперты консалтингового центра предоставят письменную консультацию, как правильно оформить все необходимые документы.

Услуги консалтингового центра Сбербанка доступны каждому участнику внешнеторговой деятельности и значительно ниже потенциальных штрафов. Так, например, несоблюдение резидентом установленного порядка представления форм учета и отчетности по валютным операциям и нарушение установленных правил оформления паспортов сделок предусматривает штрафы до 50 тысяч рублей. Консультация профессионалов Сбербанка обойдется в десятки раз дешевле (письменная консультация – 500 рублей, экспертиза контракта 1300, групповой / индивидуальный семинар – 900/2600 рублей в час).

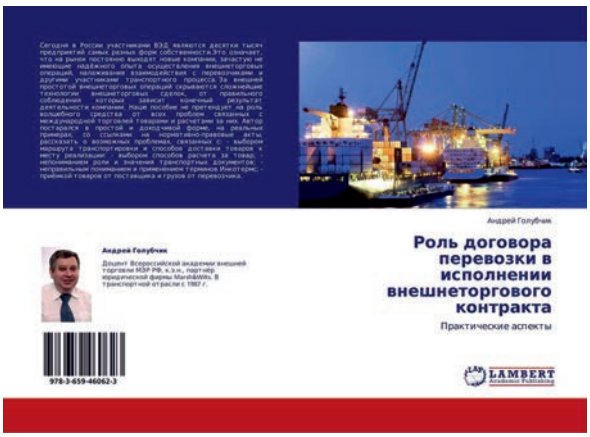
В зависимости от сложности вопроса, специалисты консалтингового центра помогут решить поставленные клиентом задачи не позднее, чем в трехдневный срок, что зачастую играет ключевую роль при разрешении сложившейся ситуации.

Очевидно, что внешнеэкономическая деятельность сопряжена с многочисленными трудностями и требует серьезного подхода. Решение большинства задач лучше доверить опытным специалистам, чтобы избежать возможных проблем еще на ранних стадиях.

Сотрудничество со Сбербанком позволит участникам ВЭД успешно осуществлять свою деятельность.

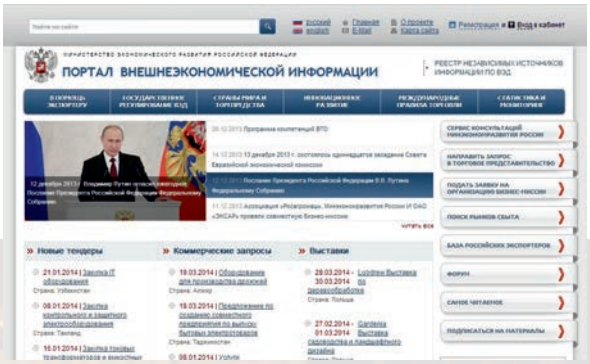
Подробнее об обслуживании ВЭД и услугах консалтингового центра вы можете узнать на сайте: www.sberbank.ru и по телефонам:
г. Хабаровск (4212) 78-32-12, 79-40-32;
г. Владивосток (423) 242-66-38;
г. Благовещенск (4162) 59-50-23;
г. Южно-Сахалинск (4242) 46-82-81.

Книги по теме



В издательстве Lambert Academic Publishing вышла новая книга **Андрея Голубчика «Роль договора перевозки в исполнении внешнеторгового контракта».**

Автор книги постарался в простой и доходчивой форме, на реальных примерах, со ссылками на нормативно-правовые акты, рассказать о возможных проблемах, связанных с:
- выбором маршрута транспортировки и способов доставки товаров к месту реализации:
- выбором способов расчета за товар;
- непониманием роли и значения транспортных документов;
- неправильным пониманием и применением терминов Инкотермс;
-приемкой товаров от поставщика и грузов от перевозчика.

Приобрести книгу можно через интернет-магазин «Люблю книги»: ljubljuknigi.ru.

Очень полезный портал для тех, кто занимается ВЭД: **ved.gov.ru**
Особенно интересные и полезные, на наш взгляд, разделы портала:
Как экспортировать из России. Пошаговая инструкция для экспортера организации экспорта товаров:
http://www.ved.gov.ru/rus_export/export_from_russia/
Международные правила торговли: http://www.ved.gov.ru/mdb/
Реестр независимых источников:
http://www.ved.gov.ru/roste_independent_sources/