

СЕКЦИЯ «ЭКОНОМИКА»
ПОДСЕКЦИЯ «ПРАВОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИКИ»
Руководитель - ст.преподаватель Казитова Э.И.
Секретарь - Лучшева О.Б.

27 апреля 2007г.
в 16.55, 518 Гл.к., АлтГТУ

1. ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДИСТРИБЬЮТОРОВ В РОССИИ Юдина А. – студентка, Казитова Э.И. – ст. преподаватель
2. PUBLIC POLICY: EXCISE TAX Денисов Я. – студент, Казитова Э.И. – ст. преподаватель
3. ПРАВОВОЙ СТАТУС ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В РФ Полякова Ю.П. - студентка, Казитова Э.И. - ст. преподаватель

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДИСТРИБЬЮТОРОВ В РОССИИ

Юдина А. – студентка, Казитова Э.И. – ст.преподаватель
Алтайский государственный технический университет (г.Барнаул)

Международная торговля играет одну из важнейших ролей в экономике страны. Для продолжения быстрого и равномерного развития России необходимо полное и четкое законодательное регулирование импорта и экспорта товаров. В этой связи кажется нелогичным отсутствие сформированного российского законодательства, регулирующего деятельность торговых посредников.

На мой взгляд, основными импортными посредниками в настоящий момент являются дистрибьюторы. Их можно определить как юридические или физические лица, проводящие закупку у продавца, чаще всего зарубежного (грантора) и сбыт оптовых партий товаров определенного ассортимента на региональных рынках. Грантором может быть не только производитель продукции, но и экспортер или продавец. Дистрибьютор не является потребителем товара, поскольку покупает товар не для удовлетворения личных нужд, а для его перепродажи.

Дистрибьюторский договор можно сравнить с договором коммерческой концессии. Но если договор коммерческой концессии регулирует вопросы передачи прав на фирменное наименование, патенты, товарные знаки, промышленные образцы и ноу-хау, то объем прав, передаваемых грантором дистрибьютору, значительно больше. Согласно Руководству по составлению международных дистрибьюторских соглашений, утвержденному Международной торговой палатой, дистрибьютор должен:

1. приобретать и перепродавать товар от своего имени и за свой счет;
2. принимать на себя организацию продаж на определенной территории;
3. не создавать обязательств для производителя.

В некоторых странах имеется определенное правовое регулирование дистрибьюторской деятельности. Например, в Саудовской Аравии, Иордании, в Кувейте, в ряде других стран Ближнего и Среднего Востока подобный вид деятельности разрешается только гражданам этих стран, то есть без местного коммерсанта проникновение на рынок невозможно. В Ливане, Доминиканской Республике принято защищающее дистрибьютора регулирование либо в форме закона, касающегося непосредственно дистрибьюторов, либо путем введения регулирования, применяемого более общим образом ко всем сторонам дистрибьюторских отношений. В некоторых странах защита дистрибьюторов осуществляется судебной практикой путем применения к ним по аналогии правил об агентах либо путем применения общих принципов законодательства (например, в Германии и Франции).

В российском законодательстве нет упоминаний о деятельности дистрибьюторов, за исключением Распоряжений мэра Москвы. Это может быть связано с тем, что заключение подобных контрактов в основном практикуется в международном торговом обороте, и правила о дистрибьюторском контракте определены общепризнанными принципами и нормами международного частного права, а не национальными законодательствами. Тем не менее отсутствие в гражданском законодательстве правил о дистрибьюторском контракте не препятствует его заключению, поскольку на основании пункта 2 статьи 421 Гражданского кодекса Российской Федерации допускается заключение договоров, как предусмотренных, так и не предусмотренных законом.

Таким образом, единственным документом, регулирующим деятельность дистрибьютора, является дистрибьюторский договор или договор о сбыте.

Дистрибьюторский договор – смешанный договор, содержащий в себе условия нескольких видов договоров. Стороны на практике по своему усмотрению определяют его содержание. Как правило, для данного договора характерны следующие условия:

- *Определение продукции.*

Как правило, дистрибьютор покупает не весь ассортимент поставщика, а определенную его часть. При вводе новых позиций, как и при увеличении цены поставщика составляются дополнительные соглашения (приложения к контракту).

- *Поставка товара.*

В договоре указываются условия и способ поставки, сроки, порядок оплаты, ответственность сторон и иные общие условия. Условия поставки включают в себя ИНКОТЕРМС 2000, транспортные условия поставки (в этой связи необходимо упомянуть о терминах, которые в учебной литературе не овящены, но на практике имеют широкое применение, такие как СУ/СУ (поставка до контейнерного терминала), Door delivery (до “двери” клиента). Оплата чаще всего имеет кредитный характер, наиболее распространенные условия: 30 (60) дней с даты Инвойса или коносамента. Также встречается cash against documents – оплата (или определенный процент от общей суммы) при получении оригиналов документов, необходимых для таможенной очистки. Что касается формы оплаты, то на деле используется международная система перевода денежных средств – S.W.I.F.T.

- *Положения об эксклюзивности.*

Дистрибуция может быть эксклюзивной и неэксклюзивной. На практике большинство контрактов не содержат данный пункт, так как полностью эксклюзивная дистрибуция не встречается. Это удобно для представителей (они выбирают наиболее выгодного для них поставщика) и иностранной фирмы (в случае ухода с рынка посредника или расторжения договора не происходит перерыва в сбыте товаров, т.к. он осуществляется через множество конкурирующих фирм). Иногда в контракт включается пункт «Территория», в котором описывается географическая зона деятельности дистрибьютора.

- *Цена товара*

Данный пункт содержит в себе некоторые сложности, так как цены меняются постоянно. Например цены на такой биржевой товар, как креветки, меняются от заказа к заказу и приходится составлять контракты купли – продажи на каждую определенную партию, либо использовать дополнительные соглашения на изменения цен с определенной даты.

Иногда дистрибьютору предоставляется определенные скидки (дискаунт), часто в зависимости от объемов закупок. Поставщики могут также ставить условия: при покупке двух партий товаров за более короткий срок, цены снижаются. Также существует система бонусов, при которой агент, закупивший продукции выше определенного объема, получает часть уплаченной им суммы обратно.

- *Вознаграждение посредников.*

В Российской практике вознаграждением практически всегда считается разница между стоимостью продукцией на внутреннем рынке и себестоимостью продавца.

- *Условия оказания услуг по рекламе товара и маркетингу.*

Чаще всего продавец оплачивает, а агент реализует маркетинговые мероприятия. Наиболее распространенным средством в наше время является листинг – выплата определенной суммы за ввод каждой новой позиции в сети магазинов (выделяют разовый, процентный или смешанный листинг).

- *Защита интересов поставщика.*

Чаще всего защита интересов сводится к обработке рекламаций со стороны оптовых фирм и потребителей. То есть дистрибьютор обязан разбирать жалобы покупателей и после этого составлять претензии непосредственным производителям товара.

- *Поддержка дистрибьютора со стороны грантора.*

В неё входит предоставление дистрибьютору технической и коммерческой информации, связанной с продажами товара (включая передачу ноу-хау); организация тренингов и семинаров для персонала дистрибьютора как в стране базирования грантора, там и на территории дистрибьютора, порядок обеспечения дистрибьютора образцами продукции и т.д.

- *Страхование риска неисполнения того или иного договорного обязательства.*

Одними из важнейших условий являются условие по запасам товаров (т.е. их наличие в день погрузки или поучения у производителя) и гарантированному минимуму продаж (т.е. обязательство агента приобрести определенное количество товара).

- *Условия конфиденциальности.*

Например запрет на обнародование информации о гранторе или о передаче ноу-хау. Для устранения возможных разногласий стороны могут вводить для работников различные уровни допуска к информации и заключать с ними специальные соглашения о сохранении коммерческой тайны даже в случае их увольнения. Как правило, в условиях о неразглашении коммерческой информации устанавливаются сроки, превышающие срок действия договора.

Законодательная база дистрибьюторской деятельности в России пока оставляет желать лучшего. По мнению автора, стоит обратить внимание на зарубежный опыт в этом вопросе и адаптировать его к российской реальности, оформив законодательно. Ввиду отсутствия правовой базы, российские компании пока очень осторожно относятся к заключению дистрибьюторских соглашений на внутреннем рынке. В большинстве случаев, используя соответствующее название, заключаются договоры качественно иного содержания: коммерческая концессия, длительная поставка товаров и т.д.

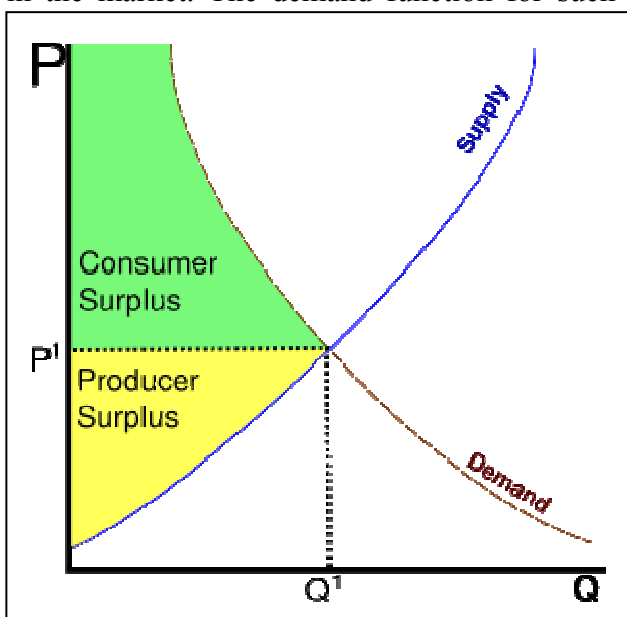
PUBLIC POLICY: EXCISE TAX

Денисов Я. – студент, Казитова Э.И. – ст.преподаватель
Алтайский государственный технический университет (г.Барнаул)

According to Investorwords.com excise tax is a federal or state tax imposed on the manufacture and distribution of certain non-essential consumer goods. Excise taxes are based on the quantity, not the value, of product purchased. Very often they are used to modify consumption patterns. For example, a high excise is used to discourage tobacco consumption, relative to other goods. This may be combined with hypothecation if the proceeds are then used to pay for the costs of treating illness caused by tobacco abuse. Similar taxes may exist on alcohol, fuels, etc., and they may be collectively referred to as "sin taxes".

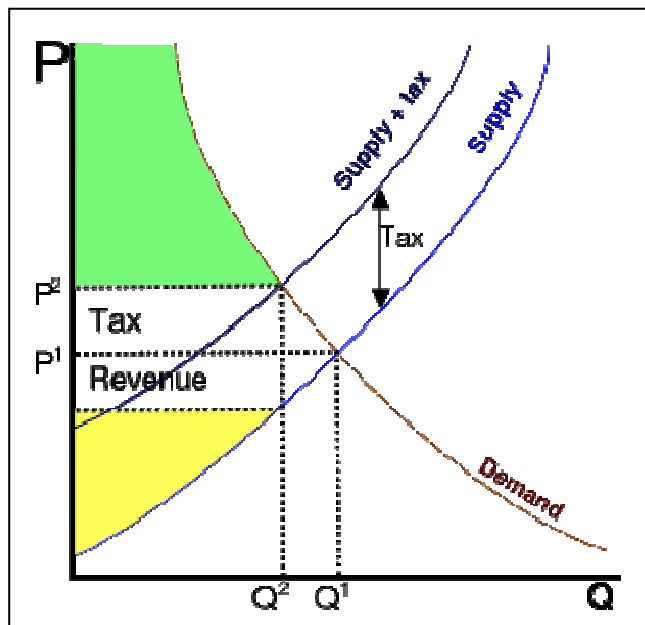
In order to determine the impact of an excise tax we should take into account that it will depend upon the mechanism which determines the market price and that will depend upon the market structure; i.e., the extent of competition in the market. The demand function for such a market is the relationship between the price of the commodity and the quantity of it demanded. Likewise the supply function is the relationship between the price of the commodity and the quantity of it supplied. The demand and supply functions can be represented as curves in a graph, such as is shown below.

Let this figure represent tobacco market. Let P^1 and Q^1 be the price and quantity where the demand and supply curves intersect. If Price (P) > Price Equilibrium (P^1), then the quantity demanded is less than the quantity supplied, $Q < Q^1$, and the surplus results in the market price being bid down. On the other hand, if $P < P^1$, then the quantity demanded is greater than the quantity supplied; $Q > Q^1$; the resulting shortage causes the price to be bid up. Therefore, the market will come to equilibrium where Q^1 units of the good are sold at price P^1 . At this price the quantity demanded is exactly equal to the quantity supplied and there is no tendency for the price to change. Social surplus, here equal to the consumer surplus plus the producer surplus, is maximized (assuming that there are no externalities).



Suppose that according to a new state law aimed at raising funds for healthcare an excise tax of T is imposed upon. One's first expectation would be that the market price would increase by the amount of the tax, to (P^1+T) . In this case the producers would still be getting P^1 and thus would supply the same amount Q^1 . But the quantity demanded at (P^1+T) will be less than Q^1 and thus that could not be an equilibrium situation. This shortage would drive the price down. The new equilibrium would be somewhere between P^1 and (P^1+T) .

Algebraically, the new equilibrium price for consumers P^2 would fit the following equation: $D(P^2) = S(P^2+T)$. Graphically the determination of the new equilibrium price is shown below.

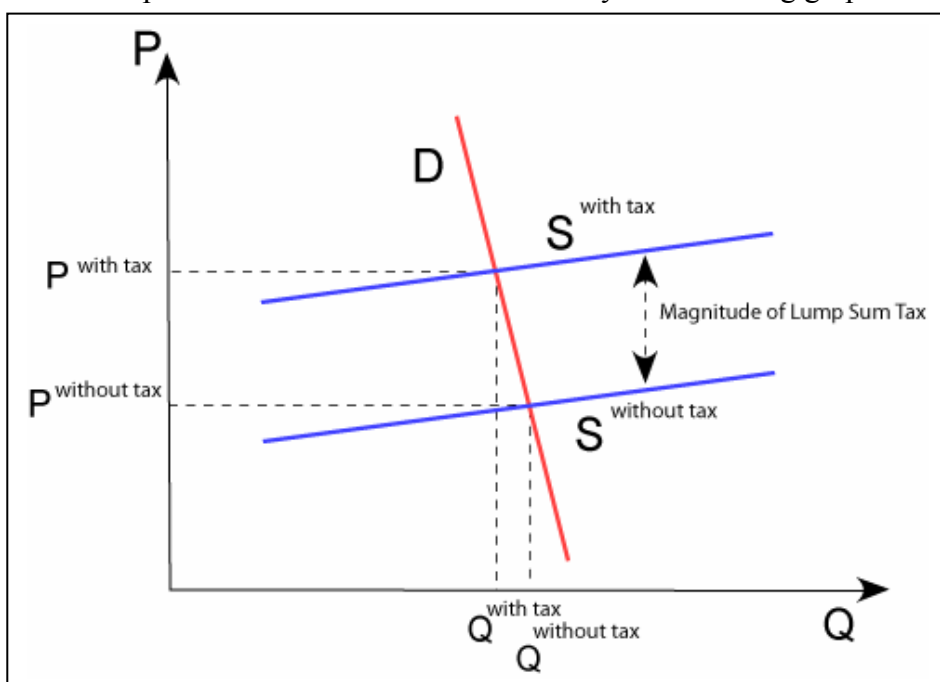


Graphically the determination of the new equilibrium price is shown below.

In the above graph P^2 represents the price paid by consumers once the tax is imposed. P^3 is the price received by the producers once the tax is imposed. The effect of the tax is to shift the supply curve, which is S without the tax, to $S+T$. The shift is upward by the amount of the tax, but at the same time it is a backward shift, a decrease in supply. As can be seen from the graph, the impact of the tax is an increase in the price paid by consumers and a decrease in the price received by producers. Consequently the consumers and producers share the burden of the tax. The government receives the amount of the tax for each unit sold, amounting to the region shown in grey. This is the revenue the government receives for this tax. The social surplus is now the consumer surplus plus the producer surplus plus the government revenue.

We should mention that in this situation, where price elasticities of demand and supply are equal, the price of the good that consumers face (the market price) only increases by half the amount of the tax, the other half of the tax is borne by the producer. Thus both consumer and producer surpluses shrink by equal amounts. This property occurs rather seldom. Who bears the cost of the tax is determined by the price elasticities of the demand and supply of the good. Since demand for cigarettes is inelastic (at least in the short-run) we assume that almost all of the tax will be paid by the consumer. In order to prove this statement we should study the following graph.

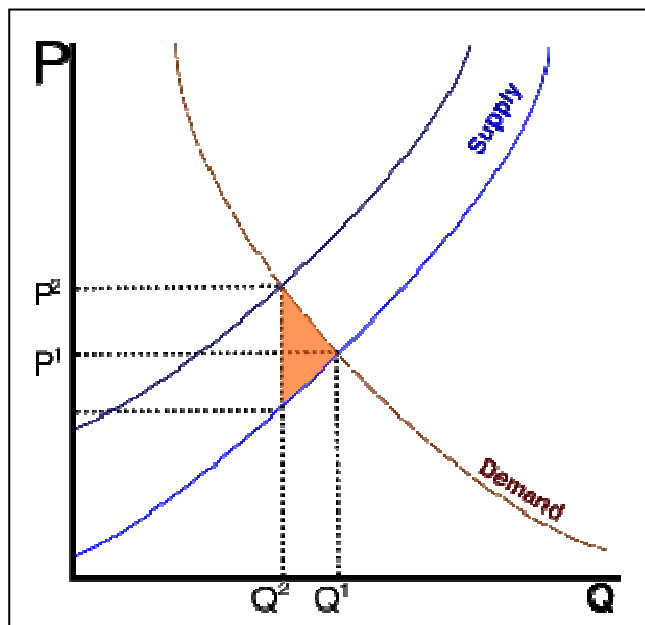
Here the blue supply curve is very elastic (responsive to price) and the red demand curve is inelastic (unresponsive to price). The top blue supply curve is the supply curve after the tax is imposed, and the lower blue curve is before the tax is imposed. Because the consumer (red curve) is inelastic (an average smoker needs a certain amount of cigarettes every day), he will be willing to pay a higher



price for the same quantity.

The imposition of the tax causes the market price to increase from $P^{\text{without tax}}$ to $P^{\text{with tax}}$ and the quantity demanded to fall from $Q^{\text{without tax}}$ to $Q^{\text{with tax}}$. Because either the producer or consumer is inelastic, the quantity doesn't change much. Because the consumer is inelastic and the producer is elastic, the price changes dramatically. Therefore, the producer is able to pass almost the entire value of the tax onto the consumer. Even though the tax is being collected from the producer, the consumer is bearing the tax burden.

Basically, this burden is the main cause for creating a loss of consumer and producer surplus which may be determined as shown below.



Shifting supply curve, in its turn, will have effects on economic efficiency that can result in the form of a deadweight loss in social surplus (shown in orange). It is created because potential trades (in the amount of $Q^1 - Q^2$) are not executed. The deadweight loss is proportional to the square of the tax rate. [1, pp. 674-680] Thus, if the tax rate is doubled, the deadweight loss will increase by a factor of four.

This proves that a small tax on a broad tax base (e.g. sales tax) would normally be more efficient, or result in less deadweight loss, than a large tax rate on a narrow tax base (excise tax on cigarettes). Therefore it would be better for the government to implement new higher tax rates (e.g. for ad valorem taxes), than to make a

single small group of population (for example, smokers) pay for all the others.

Литература:

Martin Feldstein, *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 81, No. 4 (Nov., 1999)

ПРАВОВОЙ СТАТУС ОСОБЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗОН В РФ

Полякова Ю.П. - студентка, Казитова Э.И. - ст. преподаватель
Алтайский государственный технический университет (г.Барнаул)

Особая экономическая зона (ОЭЗ) - определяемая Правительством Российской Федерации, часть территории Российской Федерации, на которой действует особый режим осуществления предпринимательской деятельности.

Полномочиями по присвоению территории статуса ОЭЗ обладает Правительство Российской Федерации. Также Правительство Российской Федерации определяет те виды деятельности, которые будут осуществляться в рамках конкретной ОЭЗ.

Цель создания ОЭЗ - развитие обрабатывающих отраслей экономики, высокотехнологичных отраслей, производства новых видов продукции, транспортной инфраструктуры, а также туризма и санаторно-курортной сферы.

На территории ОЭЗ запрещены следующие виды деятельности:

- 1) разработка месторождений полезных ископаемых, их добыча, за исключением разработки месторождений минеральных вод, лечебных грязей и других природных лечебных ресурсов, их добычи, и металлургическое производство в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности;

- 2) переработка полезных ископаемых, за исключением промышленного розлива минеральных вод, иного использования природных лечебных ресурсов, и переработка лома цветных и черных металлов;

3) производство и переработка подакцизных товаров (за исключением легковых автомобилей и мотоциклов).

Деятельность на территории ОЭЗ осуществляется на основании соглашения с резидентами ОЭЗ.

Виды ОЭЗ:

- 1) промышленно-производственные особые экономические зоны;
- 2) технико-внедренческие особые экономические зоны;
- 3) туристско-рекреационные особые экономические зоны.

Промышленно-производственные ОЭЗ создаются на участках территории, которые имеют общую границу и площадь которых составляет не более чем 20 км.кв. *Технико-внедренческие ОЭЗ* создаются не более чем на 2-х участках территории, общая площадь которых составляет не более чем 3 км.кв.

Резидентом промышленно-производственной ОЭЗ признается коммерческая организация, за исключением унитарного предприятия, зарегистрированная в соответствии с законодательством Российской Федерации на территории муниципального образования, в границах которого расположена ОЭЗ, и заключившая с органами управления ОЭЗ соответствующее соглашение.

Резидентами технико-внедренческой ОЭЗ могут быть все коммерческие организации и индивидуальный предприниматель.

Туристско-рекреационные ОЭЗ создаются на одном или нескольких участках территории, определяемых Правительством Российской Федерации.

Резидентами туристско-рекреационной ОЭЗ признаются индивидуальный предприниматель, коммерческая организация (за исключением унитарного предприятия), зарегистрированные в соответствии с законодательством Российской Федерации на территории муниципального образования, в границах которого расположена особая ОЭЗ (на территории одного из муниципальных образований, если туристско-рекреационная ОЭЗ расположена на территориях нескольких муниципальных образований).

Статус резидента лицо приобретает с момента внесения в реестр резидентов ОЭЗ записи о регистрации указанного лица в течение 3-х дней с даты подписания с ним соглашения об осуществлении (ведении) соответствующей деятельности.

Лишение лица статуса резидента ОЭЗ допускается только в судебном порядке в случаях, предусмотренных настоящим Федеральным законом.

Индивидуальные предприниматели и коммерческие организации, не являющиеся резидентами ОЭЗ, также вправе осуществлять предпринимательскую деятельность на территории ОЭЗ, однако их деятельность не будет регламентироваться нормами законодательства об ОЭЗ.

28 ноября 2005 года состоялось заседание конкурсных комиссий по отбору заявок на ОЭЗ технико-внедренческого и промышленно-производственного типов. По результатам конкурса в Российской Федерации было создано шесть новых ОЭЗ - четыре ОЭЗ технико-внедренческого типа (в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Томской области) и две ОЭЗ промышленно-производственного типа (в Липецкой области и Татарстане).

7 декабря 2006 года конкурсная комиссия по отбору проектов по созданию туристско-рекреационных ОЭЗ одобрила их создание в 7 регионах России: Бурятии, Ставропольском крае, Иркутской области, Краснодарском крае, Алтайском крае, Республике Алтай и Калининградской области.

Совокупный объем затрат федерального бюджета на все 7 зон составит до 2026 г. 44,5 млрд руб., при этом основная сумма инвестиций будет освоена до 2013 г.

Объем средств, которые вложат частные инвесторы в создание семи ОЭЗ туристско-рекреационного типа, составит 271,4 млрд. руб.

7 марта 2007 года было подписано соглашение о создании на территории Горного Алтая ОЭЗ туристско-рекреационного типа.

Из федерального бюджета на реализацию проекта ОЭЗ в Республике Алтай будет выделено 4,8 млрд. рублей. Всего же, как утверждают власти, до 2011 года благодаря работе ОЭЗ удастся привлечь как частных, так и государственных инвестиций на 12 млрд. рублей. К этому же времени благодаря развитию туриндустрии с учетом сопутствующих отраслей будет создано 12 тыс. рабочих мест.

29 марта 2007 года правительство Российской Федерации приняло решение о создании на территории нашей страны портовых ОЭЗ. Предполагается, что портовые ОЭЗ будут создаваться на срок до 49 лет.

Инвестиционные обязанности резидентов при создании и развитии инфраструктуры нового порта должны составлять не менее 100 млн. евро, при создании и развитии инфраструктуры нового терминала аэропорта - не менее 50 млн. евро, при реконструкции и развитии уже действующей инфраструктуры порта (аэропорта) - не менее 3 млн. евро. При осуществлении оптовой деятельности резидентам портовой зоны размеры обеспечения уплаты таможенных пошлин и налогов не могут быть менее 10 млн. рублей, при осуществлении портовой деятельности, связанной со складированием, хранением и оптовой торговлей товарами, не являющимися подакцизными или минеральным сырьем, - 30 млн. руб., при осуществлении портовой деятельности, связанной со складированием, хранением и оптовой торговлей любыми товарами - 2,5 млн. руб.