**Информация об инофирме**

**Введение**

Внешнеэкономическая деятельность (далее ВЭД) – это одна из сфер экономической деятельности государства, предприятия, фирм, тесно связанная с внешней торговлей, экспортом и импортом товаров, иностранными кредитами и инвестициями, осуществлением с другими странами проектов.

*Основные инструменты внешнеэкономической политики государства.* Классическим инструментом регулирования внешней торговли являются *таможенные тарифы*, которые по характеру своего действия относятся к экономическим регуляторам внешней торговли. Таможенные тарифы являются одним из важных инструментов государственного регулирования внешней торговли, который позволяет осуществлять с его помощью защиту национальных производителей от иностранной конкуренции. Вместе с тем таможенный тариф выполняет и другие функции. В частности, во многих странах сбор таможенных пошлин представляет собой важный источник поступлений средств в государственный бюджет. Кроме того, таможенные тарифы широко используются в целях улучшения условий доступа национальных товаров на иностранные рынки.

Также существуют и *нетарифные инструменты регулирования внешней торговли*, роль которых в плане оказания влияния на структуру, объем и географическое направление импорта и экспорта значительно выше, чем у таможенных тарифов. Нетарифные меры включают широкий круг инструментов современной торговой и экономической политики государств, некоторые из них непосредственно и не связаны с внешнеторговым регулированием, но тем не менее оказывают существенное влияние на внешнюю торговлю.

Согласно наиболее распространенной классификации нетарифных мер, принятой в ООН, они делятся на три категории. К первой категории относятся внешнеторговые меры, направленные на прямое ограничение импорта с целью защиты определенных отраслей национального производства: лицензирование и контингентирование импорта, антидемпинговые и компенсационные пошлины, импортные депозиты, так называемые “добровольные” ограничения экспорта, компенсационные сборы, система минимальных импортных цен и т.д. Первая категория – самая многочисленная, в нее входит свыше половины всех нетарифных мер.

Вторая категория включает меры, непосредственно не направленные на ограничение внешней торговли и относящиеся больше к административным формальностям, действие которых, тем не менее, ограничивает торговлю: таможенные формальности, технические стандарты и нормы, санитарные и ветеринарные нормы, требования к упаковке и маркировке, разливу и т.п.

К третьей категории относятся меры, непосредственно не направленные на ограничение импорта или стимулирование экспорта, но действие которых зачастую ведет именно к этому результату.

К числу наиболее распространенных инструментов прямого регулирования импорта (а иногда и экспорта) относят лицензии и контингенты (квоты). Практически все развитые капиталистические и развивающиеся страны применяют эти нетарифные меры.

*Перемещение товара через границу.* Обычно процесс доставки товара в международной торговле включает прежде всего его перевозку от внутреннего пункта производства А до пограничного пункта (порта) Б страны-продавца; далее международную транзитную или морскую перевозку от пункта Б до пограничного пункта (порта) В страны-покупателя (если страны не имеют общей сухопутной границы); и, наконец, транспортировку от пункта В до внутреннего пункта потребления товара Г (см. схему).

Процесс доставки товара в международной торговле

А Б В Г

Территория страны- Международный Территория страны-

*продавца транзитный или покупателя*

*морской участок*

При межконтинентальных перевозках грузов используются морской и воздушный транспорт. Железнодорожный, речной и автомобильный транспорт широко используется в основном во внутриконтинентальной внешней торговле, а также при перевозках экспортных и импортных грузов по территории стран-покупателей. В международной торговле нефтью и газом важную роль играют трубопроводные системы. Для межконтинентальной перевозки пассажиров используется воздушный транспорт. Во внутриконтинентальных международных перевозках пассажиров широко используется автотранспорт (легковые автомобили и автобусы) и железнодорожный транспорт. Морские и речные пассажирские сообщения наиболее популярны в виде международных туристических круизов.

*Платежно-расчетные отношения.* Международные расчеты представляют собой систему организации и регулирования платежей по денежным требованиям и обязательствам, возникающим при осуществлении ВЭД между государствами, организациями и гражданами, находящимися на территории разных стран. Основными посредниками в международных расчетах выступают банки, которые обеспечивают межстрановое движение денежных средств своих клиентов – участников ВЭД на основе корреспондентских счетов. Подавляющая часть международных платежей осуществляется в порядке безналичных расчетов.

На состояние международных расчетов оказывают комплексное влияние следующие факторы: положение на товарных и денежных рынках, степень использования и эффективность государственных мер регулирования межстрановых потоков товаров, услуг и капиталов, различия в темпах инфляции в отдельных странах, состояние платежных балансов, а также условия внешнеторговых контрактов, международные правила и обычаи, особенности банковской практики, валютное законодательство и т.д.

Субъектами международных расчетов являются экспортеры, импортеры и банки. Они вступают в определенные отношения, связанные с движением товарораспорядительных документов и операционным оформлением платежей. Международные расчеты регулируются международными правовыми нормами. Существенную роль играют также банковские традиции и правила.

Правовой основой расчетных отношений являются международные договоры (платежные соглашения и международные конвенции, а также торговые, кредитные и другие договоры) и нормы внутреннего национального законодательства. Международными договорами определяются общие условия расчетных отношений РФ с зарубежными странами, устанавливаются соответствующие системы расчетов (клиринг, расчеты в СКВ). Договоры, заключаемые на межведомственном уровне, например между центральными банками, детализируют положения межправительственных соглашений и определяют порядок расчетов, ведения банковских счетов и т.д. Существенную роль в правовом регулировании международных расчетов играют также систематизированные и унифицированные банковские обычаи и нормы международной банковской практики, закрепленные в соответствующих конвенциях (по аккредитивам, инкассо, векселям, банковским гарантиям и т.п.).

Основными принципами организации международных расчетов РФ являются:

-осуществление государством валютно-расчетных отношений через уполномоченные органы;

-сосредоточение валютных ресурсов РФ в единой валютной кассе;

-планирование валютных отношений с зарубежными странами.

Ведущую роль в проведении единой валютной политики играет Центральный Банк Российской Федерации (ЦБ РФ). На него возложены функции по организации международных расчетов РФ. ЦБ РФ устанавливает официальные курсы иностранных валют к рублю, участвует в разработке проекта сводного валютного плана (платежного баланса), представляет интересы страны в отношениях с центральными банками других государств и в международных валютно-финансовых организациях.

По поручению ЦБ РФ Внешэкономбанк РФ организует и осуществляет на практике международные расчеты торгового и неторгового характера через широкую сеть банков-корреспондентов, контролирует исполнение сводного валютного плана, проводит операции на международных валютных и кредитных рынках, обеспечивает кредитными вложениями внешнеторговый оборот, выполняет операции внутри страны по расчетам российских экспортеров и импортеров, открывает и ведет соответствующие счета, проводит расчетные операции российских организаций с их иностранными контрагентами, а также расчеты граждан. По согласованию с Внешэкономбанком РФ другие банки могут осуществлять валютно-расчетные операции и кредитование в иностранной валюте предприятий, организаций, кооперативов и совместных предприятий.

*Международный контракт.*  Основным элементом внешнеторговой операции является контракт (международный коммерческий договор), предметом которого может быть купля-продажа (поставка) товара, выполнение подрядных работ, аренда, мена и т.д.

Контракт начинается с определения сторон, то есть с названия фирм или организаций, являющихся продавцом и покупателем.

Предмет контракта определяет вид договора и краткое описание товара.

Базисные условия поставок определяют разделения между продавцами и покупателями обязанностей, связанных с осуществлением поставок товаров.

Сроки поставки. В контрактах чаще всего указываются календарные сроки поставок, оговаривается право продавцов на досрочную поставку или порядок получения разрешения покупателей на досрочную поставку.

Количество товара обычно указывается в метрических единицах, штуках, парах, комплектах. В этом разделе контракта часто предусматривается, какие организации определяют количество товара и какими документами оно свидетельствуется.

Цена и общая сумма контракта. В контрактах обычно устанавливается цена за единицу количества товара и указывается общая сумма контракта.

Условия платежей. Контракты обычно содержат подробное изложение порядка взаимных расчетов.

Упаковка и маркировка. Вид упаковки определяется базисными условиями поставок. Маркировка грузов выполняется в соответствии с общепринятыми международными нормами и специальными требованиями покупателей. Нередко упаковка и маркировка товаров, особенно потребительских, используется как эффективное средство рекламы.

Качество товара. Большинство контрактов содержит коммерческие гарантии качества, которые представляют собой обязательства продавца поставить покупателю товар, обладающий в течение установленного (гарантийного) срока определенными свойствами.

Страхование. В ходе исполнения контрактов купли-продажи осуществляется страхование товаров от транспортных рисков. Страхование является добровольным актом, а сторона-страхователь определяется выбором базисных условий поставок. Обычно груз страхуется в пользу покупателей или получателей товаров на 110% его стоимости.

Форс-мажорные обстоятельства. В ходе исполнения контракта могут возникнуть чрезвычайные обстоятельства, препятствующие нормальному исполнению контракта, которые невозможно было предусмотреть при его подписании и предотвратить. К ним относятся землетрясения, наводнения, ураганы, пожары, эпидемии, военные действия, забастовки и правительственные меры, мешающие исполнению обязательств. Во избежание разногласий в контрактах следует перечислять те обстоятельства, которые стороны считают форс-мажорными. При наступлении форс-мажорных обстоятельств исполнение контракта может быть без каких-либо санкций приостановлено на время их действия и ликвидации последствий.

Санкции. В большинстве случаев контракты предусматривают материальную ответственность сторон за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств. Такая материальная ответственность может быть предусмотрена в форме как уплаты штрафа, так и возмещения убытков.

Арбитражные и судебные разбирательства споров. Обычно стороны стремятся решить возникающие разногласия путем переговоров. Однако контракты всегда предусматривают, что если сторонам не удается решить разногласия путем переговоров, то разногласия передаются на рассмотрение арбитражей, решения которых являются окончательными и обжалованию не подлежат.

Другие условия контрактов. Их может быть бесчисленное множество, но к наиболее часто встречающимся можно отнести следующие:

Порядок заключения, изменения и прекращения контракта;

Обязательства экспортеров в части предоставления технической документации на товар;

Отгрузочные инструкции и извещения о поставках товаров;

Порядок и сроки предоставления и рассмотрения претензий;

Сроки исковой давности и порядок их исчисления;

Специальные условия испытаний;

Обязательства сторон по получению ввозных и вывозных лицензий;

Обязательства сторон по оплате таможенных пошлин, налогов и сборов;

Условия выполнения шефмонтажных и монтажных работ;

Взаимные обязательства по организации технического обслуживания и обеспечению запасными частями.

*Организация ВЭД предприятия.* Фирмы, являющиеся непосредственными экспортерами, как правило, имеют целью крупномасштабный и устойчивый сбыт своих изделий на базе прямых связей с потребителями. Они стремятся к независимости от посредников, сокращению расходов на их привлечение, укрепление своей репутации с помощью усиленной рекламы и организации уникального и надежного сервиса. Обычно такие фирмы сосредоточены в производстве технически сложных, наукоемких изделий, при потреблении которых требуется высококвалифицированные услуги со стороны производителя.

Для организации непосредственного экспорта фирме-производителю необходим собственный внешнеторговый аппарат, под которым понимается система органов и служб, объединенных функцией управления процессом реализации и закупки товаров за рубежом. В зависимости от целей и возможностей экспортера внешнеторговый аппарат может быть создан как часть внутрифирменной структуры или как относительно самостоятельное подразделение и располагаться в стране производства и за границей.

Простейший тип организации экспортного звена, характерный для компаний, нерегулярно выступающих на внешнем рынке с небольшими партиями товара, может быть представлен в виде так называемого встроенного экспортного отдела. Статус встроенного подчеркивает полную организационную зависимость этого подразделения от отдела продаж.

Встроенный экспортный отдел, состоящий обычно из 2 – 3 сотрудников, занимается подготовкой экспортных сделок и наблюдением за их исполнением. В его обязанности входит также ведение всей необходимой документации (таможенной, кредитной, страховой и т.д.). Дальше документально-техническое содействие экспорту деятельность отдела не идет. Собственно сбытовые операции осуществляются международными торговыми посредниками фирмы.

Подобный уровень организационного развития экспортной функции не обеспечивает сколько-нибудь заметного влияния фирмы за пределами национального рынка, практически исключает возможность проведения самостоятельной внешнеторговой политики и ставит фирму в крайне зависимое положение от ее торговых партнеров.

По-иному складывается ситуация, когда, используя удачную конъюнктуру, фирма переходит к регулярным экспортным операциям, требующим специального организационного обеспечения: планово-аналитического, рекламно-информационного, кредитно-расчетного, транспортно-коммуникационного и т.д. Все или почти все названные функции получают организационное воплощение в специализированных органах и службах фирмы, образующих в совокупности и взаимодействии развитый внешнеторговый аппарат. Наличие такого аппарата открывает возможности для самостоятельного изучения и прогнозирования рынка, установления связей с контрагентами, технического оформления сделок и т.п. Создание специального экспортного отдела – первый шаг к “зрелому” внешнеторговому аппарату. Специальные экспортные отделы, в отличие от встроенных, самостоятельно осуществляют все операции, связанные с экспортом, активно используя собственные (если таковые имеются) и посреднические сбытовые каналы. Как правило, такие отделы усилены вспомогательными службами (исследования рынка, заказов, транспорта, рекламы, предметно-расчетных операций и т.п.), построенными по функциональному принципу, а также сбытовыми подразделениями, ориентированными на определенный товарный и /или территориальный рынок.

Промышленные фирмы, влияние которых на процесс сбыта и потребления ограничено природой товара (предприятия металлургической, химической, нефтеперерабатывающей промышленности и т.п.), осуществляют свои сбытовые операции через экспортные дочерние компании. Часто крупные экспортеры организуют несколько дочерних компаний с определенной товарной или географической ориентацией. Выбор данной формы сбыта обусловлен рядом причин. Во-первых, дочерние сбытовые компании, осуществляя целый комплекс мероприятий по реализации товара промышленной фирмы по согласованным с ней ценам, сохраняют юридическую самостоятельность и поэтому сами отвечают перед покупателями по своим обязательствам. Это освобождает основную фирму от ответственности за выполнение заказов дочерней компанией. Во-вторых, промышленная фирма может в ряде случаев использовать дочернюю сбытовую фирму для продажи своих товаров по демпинговым ценам.

Наличие собственной зарубежной сбытовой сети позволяет капиталистической фирме приступить к технологической разработке широкого набора товаров и услуг специально для существующих и новых рынков, к реализации программ экспортного маркетинга по всей линии “проектирование – производство – сбыт – обслуживание”.

Создание собственного торгового аппараты за границей ведет к довольно крупным расходам, но дает большой эффект с точки зрения расширения рынков сбыта. С целью быстрого проникновения на рынок той или иной страны, а в дальнейшем расширения на нем своего присутствия фирмы тратят огромные средства на сбор коммерческой информации, организацию собственной сбытовой сети и технического сервиса, налаживание деловых контактов с местными производителями и т.п., то есть на все те мероприятия, которые обеспечивают крупномасштабный сбыт.

Информация об инофирме может быть двух видов. *Финансовая информация* – предоставляется налоговым органам, банкам для получения кредита, и на основе которой делают полный и всесторонний анализ активов и пассивов предприятия. *Обзорная информация об инофирме –* в ней говорится о том, чем занимается фирма, кое-что из истории фирмы, ее планы на будущее, ее основные достоинства. Такая информация предоставляется чаще всего потенциальным клиентам, лицам заинтересованным в сотрудничестве, для того чтобы заказчики и партнеры знали в общих чертах с кем имеют дело, а потом по необходимости им может быть представлена и часть финансовой информации.

В своей курсовой работе я подробно расскажу о финансовой информации: что это такое и как выглядит, и приведу пример обзорной информации об инофирме на примере американской фирмы HUGHES NETWORK SYSTEMS, которая занимается производством, продажей, установкой и монтажом “под ключ” разнообразного телекоммуникационного оборудования: спутниковых сетей типа VSAT, сетей передачи данных Х.25, FRAME RELAY, ATM, а также цифровых сотовых сетей связи в диапазоне частот 800 МГц.

**Финансовая информация.**

***Каналы распространения финансовой информации.*** В процессе финансирования и кредитования предприятий особое значение имеет информация о реальных результатах деятельности. Финансовая информация необходима для полного и всестороннего анализа состояния активов и пассивов предприятия. В информационную базу финансовой службы предприятия должны быть включены:

Результаты финансовой, хозяйственной, коммерческой, производственной и иных видов деятельности;

Действующая законодательная и нормативная база;

Стратегические целевые установки и планируемые показатели;

Данные о финансовом состоянии предприятий-поставщиков, а также о состоянии рынка соответствующих товаров и услуг и покупательского спроса.

Каналы распространения финансовой информации показаны на рисунке. Можно выделить две категории каналов распространения финансовой информации: внутренние и внешние. К внутренним относится предоставление информации руководству компаний, ее структурных подразделений, филиалов и представительств. К внешним – информирование акционеров, а также государственных финансовых органов, налоговых инспекций, кредитных организаций, страховых компаний, государственных органов статистики, инвестиционных фондов, органов государственной власти и управления, органов местного самоуправления, предприятий-поставщиков. Использование финансовой информации в каждом конкретном случае имеет существенные отличия, т.к. определяется целями ее получения. Внутренние каналы распространения финансовой информации характеризуются установлением обратной связи, обильными информационными потоками, которые могут принимать форму директивных указаний.

Комплексный характер использования информации финансовой службой позволяет ей эффективно управлять финансовыми ресурсами, привлекать альтернативные источники финансирования и кредитования предпринимательской деятельности.

Государственные и муниципальные финансовые органы

**Налоговые органы**

**Финансовые компании**

**Кредитные организации**

**Страховые компании**

**Государственные органы власти**

**Муниципальные органы власти**

**Предприятия-поставщики**

**Государственные органы статистики**

Совет директоров

**Предприниматели**

**Менеджеры**

***Финансовая служба предприятия***

**Структурные подразделения**

**Филиалы и представительства**

***Финансовая информация***

***Акционеры***

Рис. Схема каналов распространения финансовой информации

Основными источниками финансовой информации служит бухгалтерская отчетность предприятий. В состав бухгалтерской отчетности входят:

Бухгалтерский баланс – форма №1;

Отчет о прибылях и убытках – форма №2;

Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчету о прибылях и убытках: отчет о движении капитала – форма №3; отчет о движении денежных средств – форма №4; приложение к бухгалтерскому балансу – форма №5; пояснительная записка;

Специализированные формы отчетности;

Аудиторское заключение.

***Бухгалтерский баланс.*** Рассмотрим содержание бухгалтерской отчетности. Бухгалтерский баланс, представленный в агрегированной форме, имеет следующий вид:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Статьи баланса | На нач. года | На кон.года |
|  |  |  |
| ***1.Внеоборотные активы.*** |  |  |
| Нематериальные активы |  |  |
| Основные средства |  |  |
| Незавершенное строительство |  |  |
| Долгосрочные финансовые вложения |  |  |
| Прочие внеоборотные активы |  |  |
| ИТОГО по разделу 1 |  |  |
|  |  |  |
| ***II.Оборотные активы*** |  |  |
| Запасы |  |  |
| НДС по приобретенным ценностям |  |  |
| Дебиторская задолженность (платежи более чем через год) |  |  |
| Дебиторская задолженность (платежи в теч. 12 месяцев) |  |  |
| Краткосрочные финансовые вложения |  |  |
| Денежные средства |  |  |
| Прочие оборотные активы |  |  |
| ИТОГО по разделу II |  |  |
|  |  |  |
| ***III.Убытки*** |  |  |
| Непокрытые убытки прошлых лет |  |  |
| Непокрытые убытки отчетного года |  |  |
| ИТОГО по разделу III |  |  |
| БАЛАНС |  |  |
|  |  |  |
| ***IV.Капитал и резервы*** |  |  |
| Уставный капитал |  |  |
| Добавочный капитал |  |  |
| Резервный капитал |  |  |
| Фонды накопления |  |  |
| Фонд социальной сферы |  |  |
| Целевые финансирования и поступления |  |  |
| Нераспределенная прибыль прошлых лет |  |  |
| Нераспределенная прибыль отчетного года |  |  |
| ИТОГО по разделу IV |  |  |
|  |  |  |
| ***V.Долгосрочные пассивы*** |  |  |
| Заемные средства |  |  |
| Прочие долгосрочные пассивы |  |  |
| ИТОГО по разделу V |  |  |
|  |  |  |
| ***VI. краткосрочные пассивы*** |  |  |
| Заемные средства |  |  |
| Кредиторская задолженность |  |  |
| Расчеты по дивидендам |  |  |
| Доходы будущих периодов |  |  |
| Фонды потребления |  |  |
| Резервы предстоящих расходов и платежей |  |  |
| Прочие краткосрочные пассивы |  |  |
| ИТОГО по разделу VI |  |  |
| БАЛАНС |  |  |

Бухгалтерский баланс состоит из двух групп статей: активных и пассивных. Активные статьи баланса сосредоточены в разделах с 1 по III. Пассивные статьи баланса содержатся в разделах с IV по VI. Активные статьи баланса включают блок информации о внеоборотных активах (1 раздел) и блок информации об оборотных активах (II раздел). Раздел III – балансирующий, он уменьшает актив на сумму понесенных убытков. Пассивные статьи баланса включат блок информации о собственном и приравненном к нему капитале и резервах (IV раздел) и блок информации о привлеченном и заемном капитале в разрезе срочности обязательств (раздел V и VI).

Для целей финансового анализа составляется агрегированный баланс, в котором отдельные статьи приводятся в укрупненном виде. Агрегирование активных статей осуществляется по принципу их ликвидности. Так, нематериальные активы, основные средства, долгосрочные финансовые вложения и незавершенное строительство представляют собой наименее ликвидные активы, которым в пассиве соответствуют наименее срочные из имеющихся у предприятия обязательств. Это прежде всего собственный капитал, включающий уставный капитал, добавочный капитал и резервный капитал, а также целевые фонды денежных средств и финансовые ресурсы. При недостаточности собственного капитала для покрытия внеоборотных активов используются долгосрочные займы. Наиболее ликвидным оборотным средствам соответствуют краткосрочные пассивы в форме займов и коммерческого кредита.

Рассмотрим, какую финансовую информацию содержат отдельные статьи баланса.

*Нематериальные активы* могут быть внесены учредителями организации в счет их вкладов в уставный капитал, получены безвозмездно, приобретены организацией в процессе ее деятельности. Данные в балансе приводятся по остаточной стоимости нематериальных активов, кроме объектов жилого фонда и нематериальных активов.

В составе *основных средств* отражаются данные по основным средствам, как действующим, так и находящимся на консервации или в запасе, по остаточной стоимости. Капитальные вложения отражаются в размере фактических затрат на приобретение земельных участков, объектов природопользования, приобретенных предприятием в собственность.

В составе *незавершенного строительства* показывается стоимость незаконченного строительства, осуществляемого как хозяйственным, так и подрядным способами. Кроме того, по этой строке отражаются затраты по формированию основного стада, на геологоразведочные работы, суммы авансов, выданных организацией в связи с осуществлением капитальных вложений и формированием основного стада, а также оборудование, требующее монтажа и предназначенное для установки.

*Долгосрочные финансовые вложения* представляют собой долгосрочные – на срок более года – инвестиции организации в доходные активы – ценные бумаги, уставные капиталы других организаций, государственные ценные бумаги, предоставленные другим организациям займы. М

**ДАННЫЕ О ФИРМЕ ХЬЮЗ НЕТВОРК СИСТЕМЗ, ИНК.**

Хьюз Нетворк Системз, Инк. (HNS), филиал корпорации Хьюз Электроникс, является мировым лидером в отрасли спутниковых, цифровых сотовых/PCS и учрежденческих сетевых технологий. HNS конструирует, производит и устанавливает передовые сетевые системы по всему миру для компаний и правительств, являясь основоположником многих из применяемых сегодня многопротокольных сетевых технологий.

Ведущий в мире поставщик цифровых спутниковых сетей, в частности спутниковых сетей VSAT (терминалов с очень малой апертурой), фирма HNS также является пионером в разработке коммерческой коммутации пакетов. Сегодня HNS продолжает предоставлять передовые технические решения сетевых задач для учрежденческих сетей, широкий набор фиксированных и мобильных беспроводных сетевых систем, новые поколения продукции VSAT, и новаторское приложение существующей сетевой технологии, отвечающее требованиям рынка следующего столетия. HNS также является лидером в предоставлении услуг, в особенности в предоставлении услуг голосовой связи и передачи данных, применяющих технологию терминалов с очень малой апертурой.

На основе более 25 лет опыта в отрасли сетевой связи, а также богатых ресурсов и опыта всей корпорации Хьюз, HNS начиная с 1987 г. растет со среднегодовым темпом 30%. Штаб-квартира фирмы находится недалеко от Вашингтона, округ Колумбия, в городе Джермантаун штата Мэриленд, и более 30 офисов разбросаны по всему миру. Стоимость продаваемой продукции в 1996 г. превысила 1 миллиард долларов США. В HNS работает свыше 3000 специалистов по разработке и установке аппаратуры, маркетингу, продаже и обслуживанию аппаратуры. HNS имеет несколько производств в нескольких штатах: Мэриленд и Сан-Диего, Калифорния; Мильтон Кинз, Великобритания; Нью-Дели, Индия и Тихуана, Мексика. Заводы HNS получили сертификат качества по стандарту ISO-9001 в США и Великобритании и по ISO-9002 в Мексике.

Для обеспечения своего роста и лидирующего положения в отрасли связи, HNS применяет стратегию из четырех элементов: улучшение существующей продукции, разработка следующего поколения технологии связи, отличное обслуживание и поддержка клиентов и расширение применения продукции на мировом рынке.

**УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ И РАЗРАБОТКА ПРОДУКЦИИ**

Около трети служащих в HNS инженеров работает над проектированием аппаратуры, отвечающей требованиям клиентов. В числе последних разработок продукции и предоставляемых услуг можно перечислить:

DDS® (цифровая спутниковая система) марки Хьюз и DirecPC™. DDS обеспечивает прием усовершенствованного спутникового телевизионного сигнала прямо на дом посредством 18-дюймовой антенны и приёмника. DirecPC обеспечивает прием информации от Интернета и цифровых данных на персональный компьютер, через спутник, со скоростью до 12 мегабит/с.

Набор аппаратуры TES Quantum™. Аппаратура TES Quantum обеспечивает экономически эффективную, объединенную спутниковую систему дальней связь для передачи голосового сигнала и данных. Архитектура аппаратуры была выбрана intelsatom в качестве стандарта тонко-маршрутного многостанционного доступа с предоставлением каналов по требованию для подписавших договор стран и неподписавшихся пользователей.

AIReach™ PACS (услуги связи с персональным доступом). В AIReach PACS, HNS объединила высокое качество передачи голоса по проводным линиям связи с высокоскоростной подвижностью. Важно отметить высокие качества продукции:

низкая стоимость компактных радиопортов, которые можно монтировать на существующих телефонных столбах.

Потоковая передача (streaming) - новая концепция связи между отдельно стоящими офисами, являющаяся основой серии аппаратуры Radiant™.

**ОБЗОР ПРОДУКЦИИ СПУТНИКОВЫЕ СЕТИ И ПРОДУКЦИЯ**

Мировой лидер в разработке спутниковой аппаратуры и сетей в течение более 25 лет, фирма HNS создала первые в мире двухсторонние системы терминалов с очень малой апертурой, работающих в диапазоне Ки в 1985 г. Компания с тех пор завоевала 65% мирового рынка интерактивных терминалов с очень малой апертурой - сверх 100 000 терминалов установлено в одной Северной Америке.

**Персональная наземная станция** (PES™): Эта продукция является угловым камнем интегрированной спутниковой деловой сети (ISBN™), применяемой организациями, передающими данные для обработки и в интерактивном, и в пакетном режимах. Решение PES позволяет клиентам экономично и надежно передавать данные между географически разбросанными станциями, соединяя штаб-квартиру корпорации с отдельно стоящими офисами. PES обеспечивает точка-многоточка цифровую передачу данных, голоса и вещательного видео в реальном масштабе времени. Центральная станция сети может быть выделенной и находиться в офисе клиента или эксплуатироваться совместно несколькими

клиентами на центральной станции, служащей коммутационным центром. HNS поставляет оборудование для многих коллективных центральных станций в Северной Америке, Европе, Азии, Латинской Америке, на Ближнем Востоке и в Африке. HNS владеет и обслуживает коллективные центральные станции по всему миру.

**Серия продукции TES Quantum:** Продукция серии телефонной наземной станции (TES™) фирмы HNS предоставляет повышенные возможности цифрового доступа и усовершенствованную передачу сигналов для значительного улучшения телефонного обслуживания для сельских районов, развивающихся стран и частных голосовых сетей. Система TES Quantum—платформа для разумно действующих услуг передачи голоса и данных, дающая возможность быстрого установления усовершенствованной телефонной инфраструктуры в любой точке земного шара. Продукция TES Quantum поддерживает новое поколение высокоскоростных цифровых применений.

**Продукция спутникового вещания:** Система DSS® марки Хьюз и услуги DirecPC™ стоят во главе предлагаемой к продаже продукции спутникового вещания HNS. Продукция DSS (цифровая спутниковая система), под лицензией фирмы DIRECTV, предоставляет возможности, беспрецедентные в этой промышленности, как, например, SeeThru Banner™, OneLine Guide™, LogoBelt™ и PreSelect™. DirecPC предоставляет сервис высокоскоростной цифровой доставки информации на спутниковой основе с помощью 21-дюймовой антенны. Выдающиеся свойства сервиса: 1) цифровая доставка посылок (Digital Package Delivery) для высокоскоростного вещания информации, 2) Turbo Internet Service для быстрого, экономичного доступа к Интернету и 3) Мультимедиа видео для передачи данных, звука/видео или комбинации последних по выделенному каналу связи. Цифровая доставка посылок и Мультимедиа видео отвечают требованиям предприятий по скорости и пропускной способности; Turbo Internet отвечает требованиям небольших офисов или домашних офисов по быстрой доставке содержания с Интернета.

**Приемная наземная станция** (RES™): Эта новая, экономичная продукция предоставляет высокоскоростное вещание через спутник. Продукция RES является вторичным приложением, разработанным на основе технологий, применяемых в последних спутниковых системах, разработанных фирмой HNS. Она сконструирована для вещания данных, включая пейджинг, финансовой информации и новостей, а также звукового вещания.

**Геостационарная мобильная спутниковая система** (GEO MSS™): Проект Geo MSS осуществляется совместным предприятием компаний HNS, Hughes Space & Communications International, Hughes Space Company и Hughes Information Technology Company. Система Geo MSS будет отвечать требованиям региональной связи по всему миру предоставлением услуг цифровой голосовой связи, передачи данных и факсимильной связи путем спутника, применяя двухрежимный сотовый/спутниковый ручной телефон. Она будет работать с местными сотовыми системами для обеспечения связи районам, не

обслуживаемым сотовой связью. Начальное развертывание системы Geo MSS намечено на конец 1988 г.

**Универсальный модем™:** Универсальный модем HNS 9100 сочетает непревзойденную универсальность с высокой надежностью изделия при конкурентоспособной цене. Аппарат сконструирован для обслуживания сетей общего пользования с помощью INTELSAT и EUTELSAT, закрытых частных сетей. При этом поддерживается большое разнообразие скоростей и конфигураций сети для экономичной связи.

**Система inTELEconference™:** Системы inTELEconference используют технологию VSAT для видеоконференций, включая дистанционное обучение в удаленных районах и техническое обучение для военных и других программ. Система предоставляет возможность связи всех узлов сети в точка-точка и многоточка режимах видеоконференций, обеспечивая полную интерактивную систему.

**УЧРЕЖДЕНЧЕСКИЕ СЕТИ**

Располагающая 25 годами опыта создания, производства и внедрения глобальных учрежденческих сетей, фирма HNS известна как производитель высококачественной продукции, отвечающей требованием безотказной и бесперебойной работы. HNS разработала первый в мире микропроцессорный пакетный коммутатор в 1976 г. для использования в самой крупной сети передачи данных общего пользования в США. Набор функций коммутатора расширился до полного набора услуг глобальной пакетной коммутации—Х.25. Ассортимент продукции с тех пор расширился и включает полный набор продукции АТМ, frame relay и межсетевой связи локальных сетей, полностью интегрированной для обеспечения связи локальных и глобальных сетей с единой объединенной системой управления.

В 1995 г. HNS выставила на маркет серию продукции межсетевой связи на основе архитектуры коммутируемых учрежденческих сетей (SENA™)—это было нововведение к обеспечению связи для отдельно стоящих офисов. Система SENA разработана с использованием централизованного управления работой и функциями—это является ключевым условием в системах, выполняющих определенную задачу. Применяя принцип передачи потоков, системы Radiant™ фирмы HNS могут сочетать функции маршрутизации и коммутации, чтобы максимально увеличить пропускную способность и упростить управление сетями. Передача потоков—это гибкий подход к интеграции локальных и глобальных сетей, предоставляющий масштабное решение задачи, которым легко управлять с центральной станции.

Сети Radiant включают коммутаторы, терминалы и централизованное управление с распределенным искусственным интеллектом, разработанные в соответствии с международными стандартами. Сети Radiant включают серию RX терминалов, совместимых с глобальными сетями, серию IX коммутаторов

межсетевой и магистральной связи, высокопроизводительный коммутатор ВХ магистральных линий и концентраторов ATM/frame relay и систему управления сетями, которые позволяют клиентам HNS—учреждениям и предоставляющим услуги связи компаниям—строить инфраструктуру, требуемую для постоянной эволюции сетей связи.

Фирма HNS развернула сети для учреждений и сети для предоставления услуг в более чем 60 странах Азии, Европы, ближнего востока, тихоокеанского побережья и Северной и Южной Америки. Усовершенствованная система резервирования аппаратуры, проверенная и подтвержденная надежность и возможности использования большого числа протоколов передачи являются важнейшими компонентами успеха продукции.

Перечисленные характеристики обеспечивают клиентов требуемой связью для современных задач связи и возможностью соединения с внешними сетями как, например, международные сети с дополнительными услугами и сети общего пользования. Сети HNS также обеспечивают новые виды связи, как например, голосовая связь, видео и факсимильная передача.

**ЦИФРОВЫЕ СОТОВЫЕ СЕТИ И ПРОДУКЦИЯ**

Универсальная беспроводная цифровая сотовая система GMH 2000 разработана как полностью цифровая платформа для беспроводной связи следующего поколения. Ее уникальная многофункциональная архитектура гарантирует, что система не устареет в будущем: это достигается путем программируемых канальных блоков, контроллеров и платформ интеллектуальных коммутаторов и обслуживания. Свойственная системе гибкость позволяет клиенту совершить переход от аналоговой к цифровой связи с высокой пропускной способностью без дорогостоящих замен оборудования. Система также обеспечивает мобильную или фиксированную телефонную связь в стандартах AMPS, E-TDMA, IS-136 TDMA, CDMA, PACS и CDPD.

HNS установила систему GMH 2000 для телефонной компании BellSouth Cellular на свыше 50 рынков сервиса мобильной голосовой связи в юго-западной части США. Для сотовой цифровой пакетной передачи данных (CDPD), система GMH 2000 установлена как дополнение к существующим аналоговым сотовым сетям в Чикаго для компании Ameritech, в Питтсбурге и Гротоне, штат Коннектикут для Bell Atlantic Mobile Systems, и в Сан-Франциско/Сан-Хосе и Хьюстоне, а также в 10 других рынках, для GTE Mobilnet.

HNS разработала систему с высокой пропускной способностью и эффективным использованием полосы пропускания, повышающую возможность обработки трафика более чем в 10 раз по сравнению с обычными аналоговыми системами для фиксированных беспроводных телефонных абонентов в странах мира, где услуги являются дефицитом. Эта система введена в эксплуатацию в Казане (столице Татарстана) и во Владивостоке, Россия; в Джакарте, Индонезия и в Праге, Чешская Республика. Система также установлена в Бразилии.

С внедрением системы персональной беспроводной связи AIReach™ Personal Cordless, HNS готова занять ведущее положение в области персональной связи. HNS продемонстрировала на недавних испытаниях, что система AIReach обеспечивает качество голосовой связи проводной связи при высокоскоростном передвижение транспортных средств. Кроме того, обеспечивается высокоскоростная передача данных. Стоимость системы остается низкой, поскольку система AIReach, основанная на стандарте воздушного интерфейса PACS (сервис связи персонального доступа) применяет компактные радиопорты, которые можно подсоединять на улице к существующим строениям и в помещениях для обеспечения услуг радиосвязи внутри зданий.

HNS является лидером по разработке и развертыванию цифровой технологии для беспроводной связи для абонентов. Первый коммерческий цифровой сотовый телефонный разговор в стандарте TDMA (многократный доступ с временным разделением каналов) в Северной Америке был осуществлен с помощью двухрежимного мобильного телефона HNS M6100™. Первые двухрежимные сотовые телефоны TDMA—мобильные и портативные, для полной интеграции с электрической системой транспортного средства разработаны и изготовляются фирмой HNS для Cadillac. Сегодня, HNS разрабатывает ручные телефоны для Geotek Communications, Inc., быстро растущего поставщика услуг радиосвязи. HNS также сконструировала платформу связи для OnStar, новой автомобильной системы связи компании General Motors.

**ОБСЛУЖИВАНИЕ КЛИЕНТОВ**

Все изделия HNS являются самостоятельными системами “под ключ” и интегрируются инженерами Хьюз Нетворк Системз с оборудованием клиентов. HNS поставляет аппаратуру, программное обеспечение, осуществляет установку и обучение, обеспечивает документацию и техобслуживание. HNS также может обеспечить спутниковые ретрансляторы и услуги центральных спутниковых станций для клиентов.

**МЕЖДУНАРОДНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ**

Как предприятия ищут новые возможности производства и продажи продукции за границей и страны всего мира модернизируют свои системы связи, так и HNS расширяет свою международную деятельность. Компания имеет центры помощи клиентам и/или торговые отделения в нескольких районах США и в Лондоне, Великобритания, а также в Париже, Риме, Франкфурте, Москве, Пекине, Бангкоке, Маниле, Джакарте, Бомбее, Нью-Дели, Бангалоре, Мехико и Сан-Паулу.

**РУКОВОДСТВО КОМПАНИИ**

Во главе HNS стоят председатель совета директоров Джек А. Шоу и президент, и оперативный директор Прадман Каул. Господин Шоу также является старшим вице-президентом Хьюз Электроникс, руководимой председателем Ц. Майклом Армстронгом. Господин Шоу начал свою карьеру в 1962 г. в компании Хьюз Аэркрафт. где он стал оперативным директором Хьюз Коммюникэйшнэ Интернэшнл, Инк. Затем он работал пять лет директором администрации программ фирмы ITT Спэйс Коммюникэйшнз. Господин Шоу получил степень бакалавра по электротехнике при университете Пердю, где в 1994 г. ему было присвоено звание выдающегося выпускника университета. Господин Шоу также учился в школе для менеджеров Слон при Массачусетском институте технологии.

Начиная карьеру в фирме Хьюз в качестве директора проектирования, Прадман Каул ответствен за разработку новой цифровой аппаратуры связи для обработки голоса, данных и телевидения. Он получил повышение на должность исполнительного вице-президента и оперативного директора, а затем был назначен президентом в 1990 г. Он также является вице-президентом корпорации Хьюз Электроникс. Господин Каул имеет степень бакалавра электротехники университета Джордж Вашингтон и мастера электротехники Калифорнийского университета, Беркли. Господин Каул—автор нескольких патентов в области телесвязи.

2/97 (N-879)

DirecPC, TES Quantum, AIReach, PES, Integrated Satellite Business Network, ISBN, SeeThru Banner, OnLine Guide, LogoBelt, PreSelect, Receive-Only Earth Station, RES, Geostationary Mobile Satellite System, GEO MSS, 9100 Universal Modem, inTELEconference, SENA, Radius, GMH 2000 и М6100 являются торговыми марками фирмы Хьюз Нетворк Системз, Инк., филиала Хьюз Электронике Корпорэйшн. DSS является зарегистрированной торговой маркой DIRECTV, Inc., филиала Хьюз Электронике Корпорэйшн.

**Список литературы**

Основы внешнеэкономических знаний: Словарь-справочник/ С.И. Долгов, В.В. Васильев, С.П. Гончарова и др. – М.: Высшая школа, 1990 – 432с.

Основы внешнеэкономических знаний: учебник/ под ред. И.П. Фаминского – М.: “Международные отношения”, 1990.

Павлова Л.Н., Финансы предприятий: Учебник для ВУЗов. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 1998. – 639 с.