

Макогон Ю.В., Фомичева Н. В.

ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

Учебное пособие

2001

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ УКРАИНЫ
ДОНЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

Макогон Ю.В., Фомичева Н. В.

**ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА
ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ**

Учебное пособие

Донецк, ДонНУ 2001

ББК У43-803.4я73
УДК 330.113:339.9.012.23

Макогон Ю.В., Фомичева Н. В.

Организация и техника внешнеторговых операций: Учебное пособие для студентов специальности «Международная экономика». – Донецк: ДонНУ, 2001. – 160 с.

Учебное пособие поможет студентам и специалистам овладеть теорией и практикой осуществления внешнеторговых операций. В работе особое внимание уделяется таким вопросам, как роль и значение объекта и субъекта во внешней торговле, изучение конъюнктуры товарного рынка, организация предконтрактной работы, содержание внешнеторгового контракта. Рассмотрены организованные формы торговли - товарные аукционы, биржи и торги. Уделено внимание встречной торговле, в том числе бартеру. Значительное место отводится описанию торговли услугами, арендным операциям, лицензионной торговле, транспортному обеспечению внешнеторговых операций. Отмечены особенности ведения операций с участием субъектов-резидентов свободных экономических и офф-шорных зон.

Подробно дается набор документов, сопровождающих отдельные операции во внешней торговле, роль и значение рекламы, выставок и ярмарок. Большой раздел работы отведен организационной подготовке и видам переговоров, методике и тактике проведения личных переговоров.

Рецензенты:

- Семенов А. Г., д. э. н., проф.
- Омелянович Л. А., д. э. н., проф.
- Вишневский В. П., д. э. н., проф.

ISBN _____

Макогон Ю.В., Фомичева Н. В.

СОДЕРЖАНИЕ

Глава 1. Понятие, черты и классификация внешнеторговых операций	5
1.1. Понятие внешнеторговых операций	5
1.2. Характерные черты внешнеторговых операций	7
1.3. Классификация внешнеторговых операций	11
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	15
Глава 2. Характеристика предмета внешнеторговой операции	16
2.1. Определение предмета внешнеторговых операций	16
2.2. Жизненный цикл товара на внешнем рынке	20
2.3. Основные требования, предъявляемые к товарам, реализуемым на внешнем рынке	23
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	29
Глава 3. Организация и техника экспортно-импортных операций	30
3.1. Экспортные операции	30
3.2. Импортные операции	34
3.3. Реэкспортные и реимпортные операции	37
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	40
Глава 4. Организация предконтрактной работы по подготовке внешнеторговых операций	41
4.1. Организация экспортно-импортной деятельности на предприятии	41
4.2. Поиск контрагентов во внешнеэкономической деятельности	44
4.3. Организация и техника международных переговоров	51
4.4. Документальное оформление подготовки внешнеторговых контрактов	63
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	65
Глава 5. Внешнеторговый контракт	66
5.1. Понятие и правила оформления внешнеторгового контракта	66
5.2. Содержание внешнеторгового контракта	69
5.3. Торговые обычаи	124
5.4. Виды внешнеторговых контрактов	130
<i>Вопросы для самоконтроля</i>	132
Глава 6. Организация международных перевозок	134
6.1. Общие положения	134

6.2.	Морские и речные перевозки	140
6.3.	Автомобильные перевозки	148
6.4.	Железнодорожные перевозки	150
6.5.	Авиаперевозки	154
	<i>Вопросы для самоконтроля</i>	156
Глава 7.	Страхование внешнеторговых операций	158
7.1.	Общие положения страхования	158
7.2.	Страхование международных морских перевозок	160
7.3.	Страхование грузов по генеральному полису	162
7.4.	Виды рисков, которые являются объектами страхования во внешнеторговых операциях	163
	<i>Вопросы для самоконтроля</i>	164
Глава 8.	Организация и техника товарообменных операций	165
8.1.	Бартерные операции	165
8.2.	Встречные закупки	165
8.3.	Компенсационные сделки	166
8.4.	Крупномасштабные сделки на компенсационной основе	167
8.5.	Операции с давальческим сырьем	168
8.6.	Выкуп устаревшей продукции	169
8.7.	Поставки на комплектацию	170
	<i>Вопросы для самоконтроля</i>	171
Глава 9.	Операции с привлечением посредников	172
9.1.	Понятие торгово-посреднической операции	172
9.2.	Посредники с разным объемом полномочий	173
9.3.	Классификация посредников по месту на рынке	177
	<i>Вопросы для самоконтроля</i>	178
Глава 10.	Организация операций состязательного типа	179
10.1	Международная биржевая торговля	179
10.2	Международная аукционная торговля	193
10.3	Техника проведения международных торгов	196
	<i>Вопросы для самоконтроля</i>	199
Литература		200
Содержание		203

ГЛАВА 1. ПОНЯТИЕ, ЧЕРТЫ И КЛАССИФИКАЦИЯ ВНЕШНЕ-ТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЙ

1.1. Понятие внешнеторговой операции

Внешняя торговля является формой связи между товаропроизводителями разных стран, возникающая на основе международного разделения труда и выражает их взаимную экономическую зависимость. Под термином «внешняя торговля» понимается также торговля какой-либо страны с другими странами, состоящая из оплачиваемого ввоза и оплачиваемого вывоза.

Внешняя торговля строится на внешнеторговых сделках, которыми называют действия, направленные на установление, изменение и прекращение правовых отношений в области внешней торговли, имеющие своим содержанием ввоз или вывоз товаров или совершение платежных, транспортных, страховых операций. Обязательным признаком внешнеторговой сделки является заключение ее с иностранным контрагентом, находящимся за рубежом.

Внешнеторговая операция – это комплекс действий участников торгового процесса, представляющих разные страны, с целью осуществления торгового обмена.

Операция не будет считаться международной, если она проводится между сторонами разной государственной принадлежности, коммерческие предприятия которых находятся на территории одного государства (например, между филиалами и дочерними компаниями фирм разных стран, находящихся на территории одной страны). В то же время сделка признается международной, если она проведена между сторонами одной государственной принадлежности, если их хозяйственные (коммерческие) единицы находятся на территории разных государств.

Такое толкование операций, а следовательно, и порядок определения статуса контракта, содержится в Конвенции ООН о договорах международной купли-продажи товаров (Венская конвенция 1980 г.) и в Новой Гаагской Конвенции о праве, применяемом к договорам международной купли-продажи 1985 г.

В комплекс действий предприятий при осуществлении внешнеторговых операций входит:

- 1) изучение конъюнктуры рынка интересующего контрагентов товара;
- 2) производство (испытание, модернизация, совершенствование);

- 3) реклама товара;
- 4) организация деятельности собственной сбытовой сети;
- 5) взаимодействие с торговыми посредниками;
- 6) разработка коммерческих предложений и запросов;
- 7) проведение переговоров;
- 8) заключение внешнеторговых контрактов и вспомогательных договоров
- 9) исполнение контракта (поставка товара, проведение расчетов).

Участников торгового процесса должно быть не менее двух: продавец и покупатель. В качестве контрагентов могут выступать предприятия, физические лица-субъекты предпринимательской деятельности и государство в лице его правительства или иных государственных структур.

Основным регулятором внешнеэкономической деятельности контрагентов является внешнеторговый контракт, представляющий собой коммерческое соглашение между сторонами предметом которого может быть купля-продажа товара, выполнение подрядных работ, аренда, мена и т. д.

На этапах подготовки, подписания и исполнения основных контрактов предприятия, участвующие во внешнеэкономической деятельности, заключают значительное число вспомогательных договоров с консультационными фирмами, рекламными агентствами, посредниками, транспортными и экспедиторскими фирмами. Они также осуществляют весь комплекс операций с таможенными и другими организациями, регулирующими внешнеэкономическую деятельность. Для исполнения одного основного контракта импортеры и экспортеры заключают порядка десяти-двадцати дополнительных договоров.

Изучение организационно-технического аспекта управления охватывает различные виды внешнеторговых операций с точки зрения субъектов и объектов этих операций, а также форм, методов, экономических рычагов и средств их реализации. Украинским предприятиям и специализированным внешнеторговым организациям, осуществляющим деятельность на мировом рынке, приходится сталкиваться с принципиально различными субъектами управления, формами и методами торговли.

Эффективное использование экономического механизма международных торгово-экономических отношений требует:

- хорошего знания и умелого использования отечественными предприятиями, объединениями, внешнеторговыми организациями опыта проведения коммерческих операций зарубежными контрагентами;
- тщательной увязки основных и обеспечивающих операций;
- рационального использования преимуществ, вытекающих из развития производственных, торгово-экономических и научно-технических связей с зарубежными фирмами;
- умелого применения форм и методов международной торговли различными товарами и услугами.

Знание организационных основ международной торговли и применяемых зарубежными контрагентами форм и методов торговли представляется крайне важным и необходимым, поскольку отечественные предприятия, выступая на мировом рынке, должны использовать те же формы и методы торговли.

1.2. Характерные черты внешнеторговых операций

Особенности внешнеторговых операций в современных условиях отражают связи, которые складываются в материальном производстве и международном научно-техническом сотрудничестве.

Они характеризуются следующими чертами:

значительное расширение номенклатуры и изменение характера продукции, поступающей в международный товарооборот, обновление и частая смена изделий; расширение ассортимента; расширение поставок промежуточной продукции. Усложнение продукции, поступающей в международный товарооборот (комплектные предприятия, судовое оборудование, самолеты и пр.) потребовало удлинения сроков исполнения контрактов;

комплексный характер сделок на поставку оборудования для целых предприятий (комплектного оборудования). Такие сделки предусматривают поставку машин, оборудования и материалов в комплексе с технологией и сопутствующими услугами, оказываемыми как до подписания основного контракта, так и после него. К таим сопутствующим услугам относятся: инженерно-консультационное обслуживание, строительные работы по созданию самого предприятия, услуги по развитию инфраструктуры, обеспечивающей нормальное функционирование предприятия;

рост масштабов сделок. Во многих случаях это уже не отдельные контракты купли-продажи, а крупные соглашения по экономическому сотрудничеству, включающие в себя как поставку оборудования и материалов и предоставление сопутствующих услуг, так и сложный комплекс обязательств по финансированию, страхованию, различным формам расчетов;

расширение практики поставок «под ключ», когда продавец берет на себя обязательство на весь комплекс работ по строительству предприятия – от разработки проектной документации до ввода в эксплуатацию предприятия и достижения всех намеченных показателей. Особенно высок удельный вес таких поставок в развивающиеся страны в связи с их отставанием в уровне индустриального развития, неподготовленностью инфраструктуры, нехваткой квалифицированной рабочей силы. Применение этой формы продажи оборудования в развитые страны, как правило, связано с уникальностью поставляемой техники и технологии, что делает закупку «под ключ» более эффективной, чем обычный импорт;

осуществление крупномасштабных сделок совместно компаниями разных стран путем создания консорциумов. Стороной в таких сделках выступает головная компания, которая довольно часто является инжиниринговой фирмой. Увеличение масштабности соглашений о поставках оборудования для целых предприятий, расширение его «системного вывоза» (производство материалов, отдельных компонентов оборудования, его поставка и монтаж, пуск в эксплуатацию, сопровождение проведением проектных, строительных работ и оказанием широкого круга технических и прочих услуг) объективно ведут к тому, что экспорт предприятий становится не под силу отдельным даже наиболее крупным поставщикам и даже их объединениям в одной стране. На рынке такого оборудования действует тенденция специализации экспортеров не только по видам оборудования и но и по видам предоставляемых услуг. Обострение конкурентной борьбы на этом рынке приводит к необходимости поиска временных, а иногда и долгосрочных межфирменных альянсов.

Важной чертой международных торговых операций применительно к продукции производственного назначения является их целенаправленный характер. Целенаправленность деятельности означает ориентацию на конкретного потребителя, как национального, так и иностранного. Это вызывает необходимость установления непосредственных связей с потребителем, осуществляемых на основе предварительно получаемых заказов или заранее со

гласованных поставок (по сложным видам оборудования, комплектному оборудованию). Это дает производителю экономию на посреднических услугах, составляющих обычно до 30 % стоимости поставок.

Ориентация на определенного потребителя требует установления непосредственных и долговременных связей производителя с поставщиками сырья, материалов, компонентов, чтобы заранее обеспечить производство нужными ресурсами. Это предполагает необходимость заранее распределять капиталовложения по отраслям и видам производства.

В объем строительства «под ключ», как правило, входит проектирование этого оборудования (подготовка технической документации), поставка самого оборудования и предоставление технических услуг в связи с монтажом, наладкой и пуском оборудования в эксплуатацию. Поставка комплектного и другого сложного оборудования предполагает установление длительных отношений между продавцом и покупателем на основе заключаемого между ними договора, носящего характер разового соглашения с длительным сроком поставки. Такой способ предусматривает оплату покупателем определенной части стоимости заказа до начала изготовления продукта, то есть внесение определенного авансового платежа. Этот авансовый платеж выступает, с одной стороны, как форма кредитования экспортера, а с другой стороны служит средством обеспечения обязательств, принятых на себя покупателем по размещаемому заказу.

Другая особенность строительства «под ключ» – предоставление экспортером кредита импортеру, который может погашаться как в денежной, так и в товарной форме, то есть поставками продукции, производимой на построенном предприятии. В контракте на строительство «под ключ» может оговариваться доля продукции, производимой на построенном предприятии, которая будет направляться экспортеру оборудования (предприятия «под ключ»), обычно это 20-40 %.

Традиционно в производстве хозяйственных комплексов «под ключ» принимают участие не только дочерние компании ТНК, выступающие в качестве генерального подрядчика, но и большое число формально независимых фирм разных стран. При этом при этом генеральный подрядчик организует комплектацию элементов и модулей и несет ответственность перед покупателем за ее своевременность и качество. Также он осуществляет непосредственные контакты с субпоставщиками, размещая у них заказы и

контролируя своевременность их выполнения, а также соответствие требованиям спецификаций.

Таким образом, использование непосредственных связей при поставках сложного оборудования и даже возведения целых производственных комплексов влечет за собой установление целой системы связей между определенной группой фирм, участвующих в поставке. Между этими фирмами устанавливаются тесные и устойчивые кооперационные связи, которые могут начинаться на стадии научно-исследовательских и проектных работ. Получила развитие тенденция, когда метод непосредственных связей при строительстве «под ключ» распространяется не только на иностранные фирмы, но и на фирмы, находящиеся в стране импортера. Такая практика обеспечивает еще более тесные контакты между экспортером и импортером в процессе создания объекта, согласованность и координацию их действий по поводу его ввода в эксплуатацию. Она получила широкое распространение как в развитых странах, так и в последнее при покупке оборудования и технологий развивающимися странами и прежде всего, такими, как Индия, Бразилия, Аргентина, Мексика.

В современных условиях широко распространены различные формы межфирменных связей, в частности, таких, как: совместная научная деятельность, технические консультации потребителей; участие заказчиков в качестве инициаторов процесса нововведений и разработчиков новых видов изделий и их образцов; производственное кооперирование крупных и мелких фирм путем приобретения крупными фирмами лицензий на новую продукцию, разработанную мелкими фирмами-новаторами, новых технологий, прошедших рыночное тестирование.

Наличие прямых межфирменных связей с потребителями позволяет промышленным компаниям налаживать более тесные контакты с рынком, лучше изучать спрос и потребности покупателей и быстрее приспосабливать свои производственные программы к требованиям конкретного потребителя. Это приобрело особо важное значение в современных условиях обострения конкурентной борьбы на мировом рынке.

1.3. Классификация внешнеторговых операций

Основными видами операций во внешней торговле *в зависимости от направления торговли* являются экспортные, импортные, реэкспортные и ре

импортные операции. В зависимости от объекта сделки от объекта сделки внешнеторговые операции могут подразделяться на сделки купли-продажи товаров, услуг, результатов творческой деятельности. Главное место среди внешнеторговых операций занимают сделки купли-продажи товаров в материально-вещественной форме. Подобные сделки могут быть классифицированы в соответствии с различными товарными группами. Многообразие услуг, предоставляемых на мировом рынке, определяет сложную систему правового регулирования подобного рода операций.

Все более заметное место начинают занимать интеллектуальные продукты в форме прав на промышленный образец, инженерно-консультационные, управленческие услуги. Превращение науки, техники, технологии в основную производительную силу современного общества дает все основания предполагать, что значение интеллектуальных услуг во внешней торговле будет возрастать, а сами товары в вещественной форме будут становиться все более наукоемкими.

В условиях научно-технического прогресса и расширения международной торговли все более и более усложняющейся машинно-технической продукцией, в частности комплектными объектами, интеллектуальные услуги становятся неотъемлемой частью любой внешнеторговой операции

1.3.1. Экспортные операции

Экспортные операции направлены на вывоз товаров за пределы государства. Экспортеру необходимо: иметь определенный набор товара; изучить рынок; выявить потенциальных покупателей и конкурентов; определить оптимальную цену предложения товара; провести рекламные мероприятия; разослать предложения потенциальным покупателям; провести переговоры; подписать контракт с импортером; поставить товары; получить за них оплату.

Для продавца не имеет значения, что будет делать с этим товаром покупатель – пустит в переработку, реализует на внутреннем рынке или перепродает третьей стране. Для продавца и его страны в любом случае это будет экспортная операция. Ее основными признаками являются заключение контракта с иностранным покупателем и пересечение товаром границы страны-экспортера.

К экспортным операциям относятся также коммерческие сделки без вывоза товаров с таможенной территории Украины за границу в случае закупки иностранным предприятием товара у отечественного предприятия и передачи его другому украинскому предприятию для переработки и последующего вывоза переработанного товара за границу.

На основе комплексного изучения рынка экспортеру следует с учетом конкурентоспособности предлагаемого товара определить цену товара и каналы сбыта. Применительно к выбранной системе сбыта необходимо провести рекламные мероприятия, состав и содержание которых определяется после проведения сегментации рынка, то есть когда уже очерчен круг возможных потребителей предлагаемого товара.

После проведения указанных мероприятий экспортер должен направить перспективным покупателям предложения, оферты, принять участие в торгах либо принять и подтвердить заказ.

После подписания контракта основное внимание экспортера должно быть обращено на организацию контроля за его исполнением. При простой экспортной операции он включает контроль за изготовлением товара, за своевременным уведомлением о готовности товара к отгрузке и за отгрузкой его в адрес покупателя, за получением от него платежей и оплатой счетов поставщиков, а также за удовлетворением претензий со стороны импортера.

1.3.2. Импортные операции

Импортные операции – это операции, при которых осуществляется ввоз на внутренний рынок товара, закупленного в другой стране. Импортер должен: иметь необходимые средства для закупки товара; выявить потенциальных поставщиков и разослать им запросы; провести анализ цен конкурентов, предлагающих нужный товар; провести переговоры; заключить контракт с наиболее предпочтительным экспортером; получить товар; произвести его оплату.

Основными признаками импортной операции являются заключение контракта с иностранным контрагентом и пересечение границы страны импортера. Ввозимый товар может быть как готовой продукцией, предназначенной для реализации, так и сырьем для переработки. Необходимым условием импортной операции является платежеспособность импортера.

Факт импорта фиксируется в момент пересечения товаром таможенной границы Украины.

Для осуществления импортной операции покупатель должен:

- изучить конъюнктуру рынка, в том числе выявить существующие требования потребителей к закупаемому товару, на базе имеющихся источников информации или прямых конкурентных предложений определить уровень цен на него, а также тенденции их изменения;
- изучить фирменную структуру рынка в целях выбора возможных поставщиков;
- определить наиболее целесообразный метод закупки: напрямую у производителя, через посредников, используя различные формы встречной торговли и т. д.

1.3.3. Резэкспортные и реимпортные операции

Резэкспортные операции – это продажа с вывозом за границу ранее импортированного и не подвергнувшегося переработке товара.

Обычно эти операции возникают по следующим причинам:

- резкое изменение международной обстановки;
- отсутствие прямых экономических или дипломатических связей между странами;
- возникновения военных действий.

В таких случаях нуждающаяся сторона обращается за товаром в другие государства, которые фактически оказывают посредническую услугу. Резэкспортные операции осуществляются, как правило, по заказу конечного импортера. Также резэкспортные операции имеют место в случае возврата некачественного или некомплектного импортированного сырья иностранному экспортеру-продавцу.

Реимпортные операции – это приобретение с ввозом из-за границы ранее экспортированного и не подвергнувшегося там переработке товара. Обычно это возврат бракованной продукции; возврат товаров, не реализованных посредником на внешнем рынке; возврат товаров, ранее поставленных на консигнацию. Реимпортные операции по своему существу представляют собой несостоявшиеся экспортные операции.

Основным признаком реимпортных операций является пересечение отечественными товарами границы своей страны дважды: при вывозе и ввозе. Товары, возвращаемые с выставок и ярмарок, к реимпортируемым не относятся.

1.3.4. Классификация внешнеторговых операций

Каждая отдельная внешнеторговая операция может быть классифицирована в зависимости от приведенных ниже признаков:

1. По направлениям торговли:

- *экспортные операции;*
- *импортные операции;*
- *реэкспортные операции;*
- *реимпортные операции.*

2. По группам товаров:

- *товары (купля-продажа машин и оборудования, сырьевых, продовольственных, непродовольственных товаров).*
- *услуги (оказание транспортных, финансовых, страховых, консультационных, инжиниринговых, рекламных услуг);*
- *интеллектуальная собственность (продажа технологий, прав на открытие, изобретение, «ноу-хау», программных продуктов и т. д).*

3. По степени готовности к конечному использованию:

- *поставка сырья и материалов;*
- *поставка полуфабрикатов;*
- *поставка готовой продукции;*
- *поставка узлов и деталей для сборки;*
- *поставка комплектного оборудования и т. д.*

4. По способу расчетов:

- *чистый экспорт/импорт;*
- *товарообменные операции (встречные закупки, бартер, выкуп устаревшей продукции, переработка давальческого сырья, компенсационные сделки, крупномасштабные сделки на компенсационной основе, поставки на комплектацию).*

5. По количеству участников процесса обмена:

- *Прямые (двусторонние и многосторонние);*
- *Посреднические (консигнационные, комиссионные, агентские, брокерские, дилерские, дистрибьюторские и т. д.).*

6. По принципу заключения сделок:

- торговля согласовательного типа (сделка совершается на основе согласованного и подписанного всеми участниками контракта; стороны контракта знают друг друга; сделка считается совершенной после подписания и исполнения контракта);
- торговля состязательного типа (аукцион, международные торги, биржевая торговля; продавец и покупатель не вступают в переговоры друг с другом; такие сделки, как правило, не оформляются контрактом; если стороны и подписывают контракт, то это происходит после совершения сделки).

Вопросы для самоконтроля

1. *Дайте определение внешнеторговой операции.*
2. *Приведите примеры присвоения сделке статуса международной.*
3. *Перечислите и охарактеризуйте комплекс действий, дополняющих внешнеторговую сделку.*
4. *С какими государственными органами предприятие вступает во взаимоотношения по поводу совершения внешнеторговых операций в обязательном порядке?*
5. *Назовите условия, оказывающие влияние на характер международных торговых сделок.*
6. *Определите и охарактеризуйте черты современных международных торговых операций.*
7. *Дайте определение реэкспортной операции.*
8. *Какие две принципиальных модели осуществления реэкспортной операции вы знаете?*
9. *По каким признакам классифицируются внешнеторговые операции?*

ГЛАВА 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРЕДМЕТА ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ОПЕРАЦИИ

2.1. Определение предмета внешнеторговых операций

В международной торговле объектами коммерческих операций являются материально-вещественная продукция (далее – товары), услуги и интеллектуальная собственность.

Товар – это сложное многоплановое понятие, главным параметром, которого являются его потребительские свойства, способность удовлетворять потребности того, кто им владеет. **Товар** – это наиболее конкретный носитель материальной и духовной культуры общества, наиболее верный индикатор экономической силы производителя, это продукт труда, производимый для удовлетворения человеческих потребностей и производственных нужд и реализуемый путем продаж.

При анализе товара выделяют такие его компоненты, как функциональное назначение, надежность, долговечность, удобство использования, эстетичность внешнего вида, упаковку, обслуживание, гарантии, сопроводительные документы и инструкции и т. д.

Товарная политика предполагает определенный курс действий экспортера и такие принципы, благодаря которым обеспечиваются эффективное с коммерческой точки зрения формирование экспортного товарного ассортимента и оптимальный уровень конкурентоспособности этих товаров.

Все многообразие товаров, обращающихся на мировом рынке, можно классифицировать на следующие виды:

- по назначению:
товары потребительского спроса и товары производственного назначения.
- по срокам использования:
товары кратковременного пользования и товары длительного пользования;
товары выборочного спроса, престижные товары, предметы роскоши.
- по характеру потребления и степени обработки:
сырье, продовольствие, полуфабрикаты, готовые изделия, промежуточная продукция (комплектующие изделия, части, детали);
- по способу изготовления:
стандартная и уникальная продукция.

Более общая классификация товаров, приводимая в статистике внешней торговли, делит все товары на:

- 1) сельскохозяйственное сырье и продовольствие;
- 2) топливо, минеральное сырье и металлы;
- 3) химические продукты;
- 4) машины, оборудование, транспортные средства;
- 5) промышленные товары народного потребления.

Чаще всего под сырьем понимают лишь продукты добывающей продукции и сельского хозяйства, а под основными материалами – продукцию обрабатывающей промышленности. Существует и более широкое представление о сырье как о комплексе, соединяющем материалы, добываемые непосредственно из окружающей природы (нефть, руды, лес и т. д.) и полуфабрикаты, то есть материалы, подвергшиеся обработке, но не потребляемые как готовые продукты, а выступающие, в свою очередь, сырьем для производства готовой продукции (металлы, химические товары, пряжа, фанера и т. д.).

Статистика ООН относит к сырью продовольствие, сырьевые материалы (кожевенное сырье, каучук, лесопродукты, включая целлюлозу и бумагу, текстильные волокна и другие), руды и другие минералы, включая природные удобрения, топливные товары и цветные металлы. В то же время следует отметить, что черные металлы и продукты химии, пряжа, ткани относятся к готовым изделиям.

Государственная политика внешней торговли в разных странах обычно направлена на ограничительное регулирование торговли товарами из первых трех групп приведенной классификации. Как правило, эти товары попадают под режим лицензирования и квотирования экспорта, на них устанавливаются более высокие пошлины. И наоборот, государства всячески поощряют экспорт готовой промышленной продукции с высокой степенью обработки. Импортные пошлины обычно самые низкие на сырье и полуфабрикаты, а самые высокие на готовую продукцию. Этим государство защищает внутреннюю перерабатывающую промышленность, в которой занято большинство населения и которая определяет научно-технический прогресс.

Все многообразие продуктов, созданных человеческой практикой и используемых в торговом обороте, собрано в Гармонизированной системе описания и кодирования товаров. *Гармонизированная система* – это

многоцелевой классификатор для товаров, обращающихся в международной торговле. Ее применение:

- упрощает составление коммерческих и таможенных документов;
- облегчает их автоматическую обработку, упрощает сбор;
- учет и сопоставление данных внешней торговли;
- упрощает обмен тарифными уступками

Номенклатура гармонизированной системы описания и кодирования товаров, которая базируется на Брюссельской товарной номенклатуре и на внешнеторговом классификаторе ООН (стандартная международная классификация) с учетом 12 других международных и национальных классификационных систем, вступила в силу 1 января 1988 года.

Гармонизированная система имеет 6 ступеней классификации:

Разделы (21)

→ Группы (33)

→ Подгруппы (96)

→ Товарные позиции (1241)

→ Товарные подпозиции (3553)

→ Товарные субпозиции (5019)

В основе товарной классификации лежит совокупность различных признаков товаров: происхождение, вид материалов, назначение товара, химический состав. Группы образуются исходя из принципа последовательности их обработки: от сырья, полуфабрикатов до готовых изделий.

В 1990 г. в СССР была принята Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности СССР (ТН ВЭД), которая в настоящее время используется всеми государствами СНГ. ТН ВЭД построена на базе Гармонизированной системы описания и кодирования товаров и Комбинированной номенклатуры Европейского экономического Сообщества. ТН ВЭД предназначена для сбора статистических данных о внешнеэкономической деятельности страны и государственного регулирования внешнеэкономической деятельности.

В настоящее время все большее значение приобретает международная торговля услугами.

Услуга – это комплекс действий, осуществляемых продавцом (исполнителем) по заказу покупателя (заказчика) и направленных на выполнение различного рода работ с целью содействия основным производственно-

коммерческим процессам. Торговля услугами отличается от торговли товарами тем, что услуги не могут быть физически перемещены через границу, то есть услуги – это товар, не имеющий овеществленной формы. Статистическая комиссия ООН, МВФ, статистические органы ЕС и других международных организаций занимаются разработкой методологических вопросов в области статистики услуг.

В настоящее время в Украине действует Временный классификатор услуг по внешнеэкономической деятельности, разработанный в 1991 г. Госкомстатом СССР. В соответствии с ним выделяют следующие виды услуг:

- подготовка строительных площадок;
- основные строительные работы;
- строительные работы завершающего цикла;
- техническое обслуживание и ремонт легковых автомобилей и мотоциклов;
- услуги гостиниц и ресторанов;
- транспорт, складское хозяйство и связь (включая туризм);
- финансовое посредничество и связанные с ним вспомогательные услуги;
- услуги по аренде;
- услуги по использованию вычислительной техники;
- научно-исследовательские разработки;
- правовые услуги, услуги по исследованию рынка;
- услуги по управлению производством;
- инженерные услуги для различных отраслей промышленности и строительства;
- услуги коммерческие прочие (посреднические услуги, услуги по переводу иностранных языков, редакционно-издательские услуги)
- полиграфические услуги;
- монтаж машин и оборудования;
- ремонт металлических изделий, машин и оборудования;
- патенты, лицензии, ноу-хау;
- услуги в области образования;
- услуги в области здравоохранения;
- услуги в сфере отдыха, культуры и спорта.

Поскольку, как уже отмечалось выше, услуги не имеют вещественно-материальной формы, в мировой торговой практике действуют особые механизмы составления контрактов и оформления фактов исполнения контрактов по предоставлению отдельных видов услуг, подробнее эти вопросы будут рассмотрены в главе 11.

2.2. Жизненный цикл товара на внешнем рынке

Жизненный цикл товара – это период присутствия товара на рынке от момента его появления до момента его полного морального износа, то есть до его вытеснения более совершенным товаром или комплексом услуг.

Жизненный цикл товара включает несколько стадий, плавно переходящих одна в другую: это стадии внедрения, роста, зрелости, насыщения и спада.

На стадии *внедрения* торговля обычно убыточна, объем продаж незначителен. Товар является новинкой и потому требуется определенное время и значительные денежные затраты, чтобы доказать его коммерческие достоинства потребителю.

Период *роста* является свидетельством признания покупателем товара, когда происходит быстрое увеличение спроса на него, растут объемы продаж и увеличивается показатель рентабельности за счет эффекта масштаба.

На стадии *зрелости* большинство потенциальных покупателей уже приобрело товар, и темп роста продаж падает, прибыль растет медленно.

Стадия *насыщения* наступает, когда, несмотря на снижение цены и использование других мер воздействия на покупателя, рост продаж прекращается.

Период *спада* – это период резкого снижения продаж и прибыли, когда товар следует снимать с производства.

В процессе планирования внешнеэкономической деятельности следует учитывать, что для экспортера только тот товар оправдывает свое существование, который за жизненный цикл в целом может обеспечить значительный объем прибыли по отношению к вложенным средствам. Экспортеру необходимо решительно прекращать сбыт товара, если его коммерческие показатели отображают переход в стадию спада.

Внедрение нового товара на рынке всегда сопряжено с риском, который в зависимости от ряда неэкономических факторов может исчисляться в

пределах 5-25 %. Поэтому, если предполагается начать разработку того или иного экспортного товара, необходимо выяснить, в какой стадии жизненного цикла товара находятся его аналоги, уже представленные на рынке. Если предприятие включается в производство товара, вступившего в стадию зрелости, то велик риск оказаться на рынке в момент его спада.

Продолжительность всего жизненного цикла товара на рынке и его отдельных этапов для различных товаров различна, и это следует учитывать. Продолжительность жизненного цикла товара без учета его конкурентных потребительских параметров зависит от принадлежности товара к какой-либо группе в зависимости от степени переработки исходного материала. Как правило, жизненный цикл готовой продукции всегда меньше, чем жизненный цикл сырья и материалов, однако прекращение в силу радикального изменения технологии жизненного цикла какого либо фундаментального вида сырья, используемого для производства материалов для множества готовых изделий, влечет за собой изменение цикличности на всех последующих стадиях его переработки.

При выработке стратегии обновления экспортного ассортимента следует сочетать в номенклатуре выпускаемой продукции несколько видов изделий, находящихся в текущий момент на разных стадиях жизненного цикла, таким образом, чтобы прибыль от внешнеэкономической деятельности была максимальной. Плановые расчеты можно производить с использованием следующей модели:

$$P_{plan} = \sum_{i=1, n} q_i \times p_i \geq \bar{P} \quad (2.1.)$$

где:

P_{plan} - плановая рентабельность;

q_i - доля группы изделий, находящихся на i -той стадии ЖЦТ в общем объеме продаж предприятия;

p_i - средняя рентабельность группы изделий, находящихся на i -той стадии ЖЦТ в общем объеме продаж предприятия;

$\bar{P}$ - среднеотраслевая норма рентабельности;

i - порядковый номер стадии жизненного цикла товара;

Информация для расчета модели может быть сгруппирована в виде таблиц (таб. 2.1. и 2.2.)

Таблица 2.1. Позиционирование товаров с точки зрения его жизненного цикла на потенциальных рынках сбыта.

<i>Товар/ рынок сбыта*</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>...</i>	<i>n</i>	<i>Итого</i>
0001	** \$				** \$
0002		** \$			** \$
.....			** \$		** \$
000m				** \$	** \$
Итого:	r ₁	r ₂	...	r _i	R

Основываясь на данных этой таблицы, можно вычислить величины q_i для использования в формуле 2.1.

$$q_i = \frac{r_i}{R} \times 100 \quad (2.2.)$$

где:

q_i – доля группы изделий, находящихся на i -той стадии ЖЦТ в общем объеме продаж предприятия;

r_i – плановая выручка от реализации товаров, находящихся на i -той стадии ЖЦТ;

R – плановая выручка от реализации товаров.

Таблица 2.2. Исходные данные для определения структуры ассортимента производимой продукции

<i>i</i>	<i>Наименование товара</i>	<i>q_i</i>	<i>p_i</i>	<i>q_i * p_i</i>
1	Стадия 1	** %	** %	** %
2	Стадия 2	** %	** %	** %
...		...	...	...
n	Стадия n	** %	** %	** %
	Итого:	100%	-	<i>P_{plan}</i>

Предприятиям необходимо поддерживать объем продаж на определенном довольно стабильном уровне, для чего следует обеспечивать внедрение и рост модифицированного или нового товара, разработанного до наступления старения исходного товара. Разработку нового товара нужно начинать еще до вступления предыдущего товара в стадию зрелости, чтобы он не потерял конкурентоспособность.

2.3. Основные требования, предъявляемые к товарам, реализуемым на внешних рынках

Для того, чтобы товар был востребован на рынке, он должен, *во-первых*, обладать потребительскими свойствами, то есть быть полезным для личного или общественного потребления. Если товар не удовлетворяет потребности покупателя, то дополнительные усилия и затраты по его продвижению на рынке не смогут значительно улучшить позиции такого товара на внешнем рынке. *Во-вторых*, товар должен быть конкурентоспособным, то есть его приобретение должно быть более выгодно и удобно покупателю, чем приобретение другого товара, удовлетворяющего те же потребности, или аналогичного товара у другого продавца.

В потребительские свойства товара входят: товарный знак, качество и надежность, дизайн, упаковка, вес, габариты, вместимость, мощность или производительность, эргономические показатели.

Для продовольственных товаров существенное значение имеют вкусовые качества, возможность хранения, внешний вид. Для многих видов сырья важно содержание определенных веществ. так, для металлических руд – процент содержания металла, для топлива – удельная теплота сгорания и т. д.

Весьма разнообразные требования предъявляются к машинам и оборудованию: при одинаковой конструкции надежность, долговечность, ремонтоспособность, энергоемкость, вес, портативность, производительность.

Конкурентоспособность товара – это его способность быть выделенным покупателем из других групп аналогичных товаров, предлагаемых фирмами-конкурентами благодаря более высоким потребительским свойствам и технико-экономическим параметрам. Сравнение, как правило, производят по таким показателям, как продажная цена товара и стоимость потребления товара (расходы на эксплуатацию или коммерческое использование). В сумме эти расходы составляют цену потребления. Именно она и определяет выбор покупателем конкретного товара из группы аналогов, предлагаемых на рынке. Покупатель стремится получить максимум потребительского эффекта на единицу затрат.

Конкурентоспособность товаров на мировом рынке представляет собой результат совокупного воздействия потребительских и стоимостных характеристик товара, а также организации сбытовой деятельности фирмы-производителя.

Важную роль в определении уровня конкурентоспособности товаров играют также нормативные патентно-правовые показатели. Товар должен соответствовать обязательным стандартам, установленным в конкретной стране, и иметь патентную чистоту, то есть быть легальным с точки зрения авторства. Без этого он не может поступить на рынок и быть использован.

Конкурентоспособность товара оценивается:

По техническим показателям, путем сопоставления показателей данного товара с товарами конкурирующих фирм, с точки зрения эксплуатационных качеств и новизны. К техническим показателям относятся мощность, производительность в единицу времени, выход готового продукта, степень уникальности/универсальности использования, экологическая чистота, безопасность потребления, ремонтоспособность.

По коммерческим условиям сравниваются цены, сроки поставки, условия платежа, внешний вид, упаковка, уровень таможенных пошлин, налогов и сборов, степени ответственности продавцов за выполнение обязательств и гарантий.

По организационным условиям: сервисное обслуживание, наличие запчастей, необходимость приобретения сопутствующих товаров и т. д.

По экономическим условиям потребления. Полная цена потребления является, по сути, главным критерием конкурентоспособности товара: более конкурентоспособным не всегда является более дешевый товар. Следует иметь в виду, что по машинно-техническим товарам цена потребления может многократно превышать покупную цену, например, в эксплуатации самолетов – в 7-8 раз, грузовых автомобилей – в 5-6 раз.

Как уже было отмечено выше в данном параграфе, потребители отдают предпочтение тому товару, который на единицу цены удовлетворяет больше потребностей и на более высоком уровне, чем аналогичные товары конкурентов. Но предпочтения потребителей из разных стран различны, поэтому необходимо согласиться с тем, что нет абсолютной конкурентоспособности.

Конкурентоспособность сырьевой продукции может быть выражена в стоимостной форме полезности потребителя путем вычисления экономического эффекта производственного потребления по следующей формуле:

$$\text{ЭЭПП} = \frac{B \times C_{оп} + Э_{пп}}{C + И_1 + P - Э_y} \quad (2.3.)$$

где:

ЭЭПП – экономический эффект производственного потребления;

B – выход основного продукта переработки с единицы сырья;

$C_{оп}$ – цена основного продукта переработки;

$Э_{пп}$ – экономический эффект от продажи на сторону побочного продукта;

C – цена продавца;

$И_1$ – издержки переработки единицы сырья;

P – непроизводительные расходы покупателя на единицу сырья;

$Э_y$ – экономический эффект утилизации отходов на единицу сырья или с обратным знаком – расходы по их уничтожению.

Другая составляющая конкурентоспособности – качество товара.

Качество – это совокупность свойств товара, характеризующих его назначение и, особенно, полезность и способность удовлетворять определенные потребности потребителей. Качество продукции зависит от качества сырья и материалов, уровня развития науки и техники, прогрессивности применяемой технологии, организации труда и производства, квалификации кадров. Изделия высокого качества характеризуются высоким техническим

уровнем исполнения, низкими эксплуатационными расходами, быть в максимальной степени безопасными, экологически чистыми, учитывать последние требования эргономики.

Итак, при выборе того или иного продукта покупатели сравнивают его с аналогичными товарами по качественным и стоимостным характеристикам. И, если в результате сравнения оказывается, что получены противоречивые оценки (один товар имеет преимущества по экономическим показателям, но проигрывает аналогу по качественным показателям), необходимы дополнительные расчеты для принятия верного решения относительно приобретения. Для этого можно использовать **метод интегральной оценки** конкурентоспособности (для продавцов) или предпочтения (для покупателей) товара.

Суть метода состоит в комплексной оценке товара по всему кругу показателей одновременно.

Вначале определяется круг сравниваемых показателей, которые являются существенными при оценке данного товара потенциальными потребителями. Как уже отмечалось выше, это могут быть:

- экономические характеристики (цена приобретения, стоимость эксплуатации), которые выражаются в денежных единицах;
- качественные характеристики, которые могут выражаться как в физических величинах, если оцениваются поддающиеся количественному измерению параметры, так и в балах, если оцениваются какие-либо свойства товара, которые не поддаются количественной оценке, например, внешний вид;
- прочие характеристики (условия оплаты, сроки принятия претензий, уровень скидок, характер упаковки и т. д.).

Далее экспертным путем устанавливаются предельно допустимые и возможные значения всех показателей. Затем для удобства дальнейших расчетов все показатели – стоимостные, количественные, прочие, - пересчитывают в балльные, исходя из того, что установленные экспертным путем показатели минимальные – равны 0, максимальные, например, 100 баллам. Максимальный предел также избирается экспертным путем и зависит от количества сравниваемых показателей, а также от точности их измерения. Далее для каждого показателя также экспертным путем рассчитываются коэффициенты весомости, которые отображают важность этого показателя в оценке степени полезности товара.

Окончательные расчеты производятся по следующей формуле:

$$I_j = \sum_{i=1}^n x_{i,j} \times w_{i,j} \quad (2.4.)$$

где:

I_j – интегральный коэффициент;

$x_{i,j}$ – оценка потребительского параметра товара в баллах, в расчетах может быть как с положительным, так и с отрицательным знаком, - в зависимости от того, какой из граничных показателей, минимальный или максимальный, является предпочтительным;

$w_{i,j}$ – коэффициент весомости показателя.

Интегральные показатели сравниваются между собой и выбирается наибольший. Следует отметить, что на практике могут применяться разные с технической точки зрения способы расчета интегрального показателя конкурентоспособности, но принцип суммирования взвешенных оценок остается.

Целесообразно подчеркнуть еще одну особенность конкурентоспособности товара – она не остается постоянной. С момента появления товара на рынке она начинает падать под влиянием деятельности конкурирующих производителей. Бездействие в отношении поддержания конкурентоспособности раньше или позже неизбежно заканчивается потерей рыночных позиций.

Оценивая конкурентоспособность своего товара, производитель (продавец) сравнивает его с аналогами по определенным параметрам, однако при этом важно учитывать емкость рынка данного товара, потому что даже при абсолютном лидерстве среди конкурентов нельзя добиться успешного сбыта при малой относительно совокупного предложения емкости рынка.

Расчет емкости рынка можно провести на основе данных промышленной и внешнеторговой статистики по следующей формуле [**]:

$$C = P + R - E + I + D - M - E^* + I^8 \quad (2.5.)$$

где:

C – полное потребление товара на рынке отдельно взятой страны;

P – объем национального производства товара;

R – остаток товарных запасов на складах предприятий на начало периода;

E – экспорт товара;

I – импорт товара;

D – снижение запасов товара у продавцов и потребителей на конец периода;

M – увеличение запасов товара у продавцов и потребителей на конец периода;

E^* – косвенный экспорт в других изделиях;

I^* – косвенный импорт в других изделиях;

Рассчитывая емкость рынка, следует оценивать возможные варианты поведения конкурентов, в том числе и недобросовестную конкуренцию.

Недобросовестная конкуренция – это методы конкурентной борьбы, нарушающие принятые на рынке правила конкуренции. К ним относятся:

- продажа по ценам ниже себестоимости, или демпинг с целью подрыва позиции конкурента и дальнейшего вытеснения его с рынка;
- установление контроля над деятельностью конкурента с целью прекращения этой деятельности;
- злоупотребление господствующим положением на рынке. Например, чрезмерное завышение (занижение) цен или отказ осуществлять поставку;
- тайный сговор на торгах и создание тайных картелей;
- ложная информация и реклама, вводящие в заблуждение;
- недобросовестное копирование (имитация) товаров конкурентов;
- нарушение качества, стандартов и условий поставок товаров и услуг с целью снижения цены.

В большинстве стран недобросовестная конкуренция запрещается положениями антидемпингового законодательства, уголовного законодательства в части борьбы с ограничительной деловой практикой, законодательства по охране прав потребителей, антимонопольного законодательства.

Вопросы для самоконтроля

1. *Дайте определение предмета внешнеторговой операции.*
2. *Дайте определение товара.*
3. *Какие международные системы классификации товаров вы знаете?*

4. *Для чего в международной торговле применяются классификаторы?*
5. *Назовите особенности услуги как объекта внешнеторговой операции.*
6. *Что такое жизненный цикл товара?*
7. *Охарактеризуйте стадии жизненного цикла товара с точки зрения показателей рентабельности.*
8. *Какие характеристики жизненного цикла товара используются при планировании ассортимента выпускаемой продукции?*
9. *Как рассчитывается емкость рынка товара?*
10. *Как избежать двойного счета при определении емкости рынка нескольких близко расположенных стран, взаимно торгующих друг с другом?*
11. *Опишите технологию применения метода интегральной оценки качества товара.*
12. *Приведите формулу и объясните экономический смысл показателя «экономический эффект производственного потребления».*

ГЛАВА 3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ТЕХНИКА ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ

3.1. Экспортные операции

Экспортные операции направлены на вывоз товаров за пределы государства. Экспортеру необходимо: иметь определенный набор товара; изучить рынок; выявить потенциальных покупателей и конкурентов; определить оптимальную цену предложения товара; провести рекламные мероприятия; разослать предложения потенциальным покупателям; провести переговоры; подписать контракт с импортером; поставить товары; получить за них оплату.

Для продавца не имеет значения, что будет делать с этим товаром покупатель – пустит в переработку, реализует на внутреннем рынке или пере

продаст третьей стране. Для продавца и его страны в любом случае это будет экспортная операция. Ее основными признаками являются заключение контракта с иностранным покупателем и пересечение товаром границы страны-экспортера. К экспортным операциям относятся также коммерческие сделки без вывоза товаров с таможенной территории Украины за границу в случае закупки иностранным предприятием товара у отечественного предприятия и передачи его другому украинскому предприятию для переработки и последующего вывоза переработанного товара за границу.

Для осуществления экспортной операции продавец должен провести комплексное исследование рынка:

- изучить конъюнктуру рынка данного товара, выявить существующий и ожидаемый спрос на него, на базе имеющихся источников информации определить уровень цен, по которым товар может быть предложен на рынке, тенденции их изменения;
- изучить торгово-политические, транспортные и правовые условия работы на рынке, в частности содержание межправительственных соглашений, регулирующих ввоз товара, систему государственного регулирования внешней торговли в стране импортера, включая уровень таможенного обложения, нетарифные барьеры – запреты и ограничения, порядок использования квот и получения лицензий, требования к сертификации товара, тарифы железных дорог и фрахтовые ставки, законодательство по страхованию, а также законодательство, регулирующее деятельность иностранных фирм в стране импортера;
- изучить фирменную структуру рынка, определить фирмы, которые играют ведущую роль на рынке данного товара и могут быть как потенциальными партнерами, так и конкурентами, исследовать и методы их работы на рынке.

На основе комплексного изучения рынка экспортеру следует с учетом конкурентоспособности предлагаемого товара определить цену товара и каналы сбыта. Применительно к выбранной системе сбыта необходимо провести рекламные мероприятия, состав и содержание которых определяется после проведения сегментации рынка, то есть когда уже очерчен круг возможных потребителей предлагаемого товара.

После проведения указанных мероприятий экспортер должен направить перспективным покупателям предложения, офферы, принять участие в

торгах либо принять и подтвердить заказ. В предложении должны содержаться основные условия, необходимые для заключения контракта: наименование товара, его количество, качество, базисные условия поставки, условия платежа, характер упаковки, порядок сдачи-приемки, адреса сторон.

В случае применения типовых контрактов или ссылки на ранее заключенные контракты можно ограничиться указанием номеров предыдущих контрактов, цены, количества товара и срока поставки. Оферты могут быть твердыми, свободными и защитными (подробнее см. гл. 4) Если в процессе проработки оферты стороны путем переписки смогли прийти к взаимоприемлемым условиям, то контракт может быть подготовлен одной из сторон, подписан ею и в двух экземплярах выслан для подписания другой стороне. Вторая сторона после подписания один экземпляр оставляет у себя, а второй возвращает оференту, после чего контракт вступает в силу.

В некоторых случаях путем переписки не удастся решить весь комплекс коммерческих и технических вопросов, и заинтересованные стороны назначают место и время переговоров, при этом более заинтересованная сторона, обычно экспортер, едет к покупателю.

После подписания контракта основное внимание экспортера должно быть обращено на организацию контроля за его исполнением. При простой экспортной операции он включает контроль за изготовлением товара, за своевременным уведомлением о готовности товара к отгрузке и за отгрузкой его в адрес покупателя, за получением от него платежей и оплатой счетов поставщиков, а также за удовлетворением претензий со стороны импортера.

Схема экспортной операции на примере поставки специализированной внешнеторговой фирмой “Геракл” подъемных механизмов в Египет через посредническую фирму “Хазар” на базисных условиях CIF Александрия с платежом по безотзывному аккредитиву приведена на рисунке 3.1.

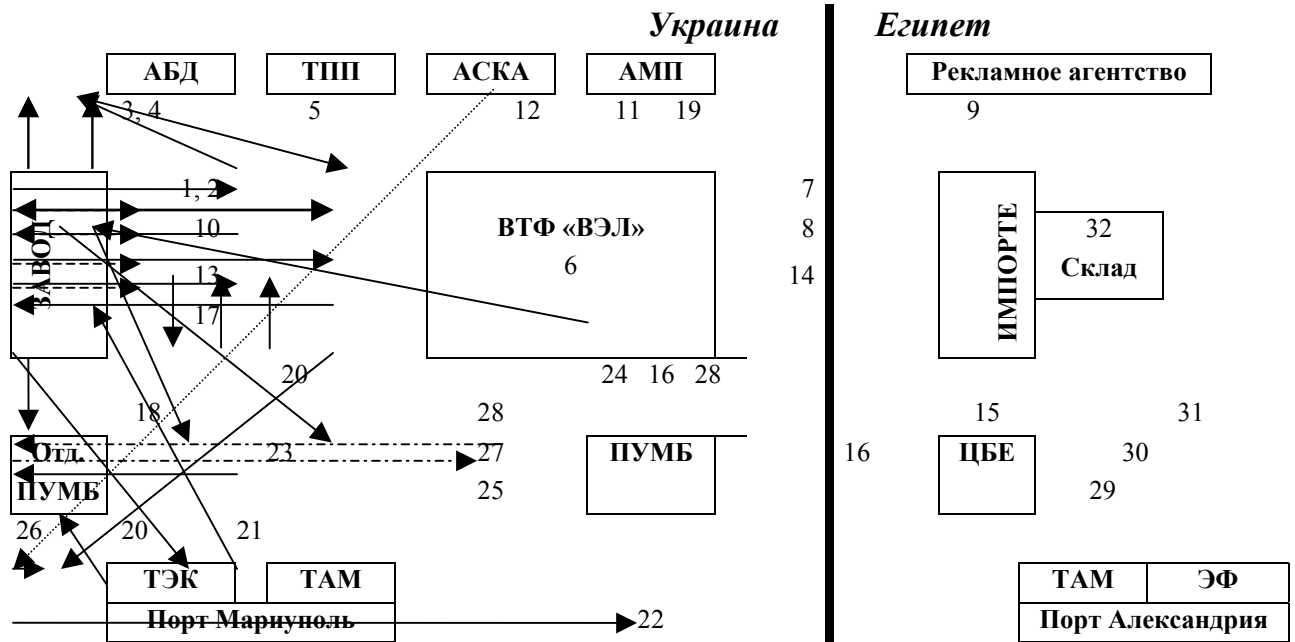


Рисунок 3.1. Схема экспортной операции

1. ОАО «Азовмаш» (далее завод) составил проект договора комиссии со специализированной внешнеторговой фирмой (ВТФ) «ВЭЛ».
2. ВТФ «ВЭЛ» подписала договор и один экземпляр направила заводу.
3. ВТФ «ВЭЛ» запросила в Донецкой ТПП, информационной службе Союза промышленников и предпринимателей Украины (на схеме – АБД, - автоматизированные базы данных).
4. ВТФ получила материалы, проанализировала их и рассчитала цены.
5. ВТФ разработала программу рекламных мероприятий и через ТПП разместила рекламу в украинских и иностранных коммерческих бюллетенях.
6. ВТФ определила контрагента и подготовила оферту.
7. ВТФ «ВЭЛ» направила твердую оферту египетской посреднической фирме «Хазар».
8. Переговоры между ВТФ «ВЭЛ» и компанией «Хазар» завершились подписанием контракта на поставку подъемников на базисном условии CIF Александрия по безотзывному подтвержденному аккредитиву.
9. «Хазар» провела рекламную кампанию по реализации подъемников на севере Африки.

10. ВТФ «ВЭЛ» направила заводу копию подписанного с импортером контракта на изготовление товара и его отгрузку в порту г. Мариуполь.
11. ВТФ заключает договор с Азовским морским пароходством о транспортно-экспедиторском обслуживании грузов, дала заявку на фрахт грузов.
12. ВТФ «ВЭЛ» направила письмо в страховую компанию АСКА с просьбой застраховать подъемники на период перевозки, а страховой полис выписать на компанию «Хазар».
13. Завод сообщает ВТФ о том, что товар изготовлен и готов к отгрузке (упакован, замаркирован, снабжен необходимыми товарными документами).
14. ВТФ сообщает импортеру о готовности товара к отгрузке и просит открыть безотзывный подтвержденный аккредитив.
15. Импортер в Центральном Банке Египта открывает аккредитив в пользу ВТФ.
16. Сумма переводится из ЦБЕ на счет ВТФ в ПУМБ, о чем последний информирует клиента.
17. ВТФ дает разрешение заводу разрешение на отгрузку товара в порт Мариуполь с учетом позиции судна.
18. Завод отгружает товар в порт Мариуполь.
19. ВТФ дает поручение АМП произвести транспортно-экспедиторское обслуживание, включая таможенное декларирование и отгрузку товара.
20. АМП дает поручение транспортно-экспедиторской конторе (ТЭК) в порту г. Мариуполь произвести эту работу ТЭК направляет в мариупольскую таможню (ТАМ) таможенную декларацию.
21. ТЭК после таможенной очистки товара дает указание отгрузить подъемники в порт Александрия.
22. Подъемники отгружены импортеру, направлено извещение об отгрузке.
23. ВТФ направляет письмо ТЭК АМП в порту Мариуполь с приложением копии контракта и аккредитива с просьбой получить в порту отгрузочные документы и на основании собранных документов выписать счет.
24. Одновременно ВТФ направляет письмо в ПУМБ с просьбой дать поручение отделению в Мариуполе произвести расчет по этой операции.
25. ПУМБ дает это поручение.
26. ТЭК выписывает счет и с приложенными документами, предусмотренными условиями аккредитива, направляет в отделение ПУМБ в Мариуполе.
27. Отделение ПУМБ направляет документ в ПУМБ.
28. ПУМБ информирует ВТФ о том, что на счет завода поступила стоимость подъемников за вычетом комиссии).
29. Импортер выполняет таможенные формальности.
30. Импортер направляет экспедиторской фирме (ЭФ) в порту Александрия разнарядку о том, куда грузить товар.
31. Подъемники отгружены на склад импортера.
32. Импортер на своем складе производит предпродажный сервис и доработку до требований местного рынка.

При более сложных операциях, связанных обычно с поставкой машин и оборудования, контроль за исполнением экспортной операции может включать дополнительные этапы, как предварительное согласование технических и других условий поставки товара, поэтапный контроль за изготовлением

экспортной продукции, извещение покупателя о готовности товара к приемке, командирование специалистов для монтажа оборудования и проведения пусконаладочных работ. Вариантов экспортных операций может быть бесчисленное множество. Они зависят от характера экспортируемого товара, коммерческих, транспортных и других условий контракта.

3.2. Импортные операции

Импортные операции – это операции, при которых осуществляется ввоз на внутренний рынок товара, закупленного в другой стране. Импортер должен: иметь необходимые средства для закупки товара; выявить потенциальных поставщиков и разослать им запросы; провести анализ цен конкурентов, предлагающих нужный товар; провести переговоры; заключить контракт с наиболее предпочтительным экспортером; получить товар; произвести его оплату.

Основными признаками импортной операции являются заключение контракта с иностранным контрагентом и пересечение границы страны импортера. Ввозимый товар может быть как готовой продукцией, предназначенной для реализации, так и сырьем для переработки. Необходимым условием импортной операции является платежеспособность импортера. Факт импорта фиксируется в момент пересечения товаром таможенной границы Украины.

Для осуществления импортной операции покупатель должен:

- изучить конъюнктуру рынка, в том числе выявить существующие требования потребителей к закупаемому товару, на базе имеющихся источников информации или прямых конкурентных предложений определить уровень цен на него, а также тенденции их изменения;
- изучить фирменную структуру рынка в целях выбора возможных поставщиков;
- определить наиболее целесообразный метод закупки: напрямую у производителя, через посредников, используя различные формы встречной торговли и т. д.

Целью запроса является получение от экспортеров конкурентных предложений, поэтому они рассылаются нескольким фирмам разных стран. Запросы обычно более лаконичны, чем оферты. В запросах обычно указыва

ется меньшее количество товара, чем требуется закупить, чтобы иметь возможность получить скидку с цены на увеличение объема закупки. Не следует также указывать на необходимость срочной поставки, так как это может быть использовано продавцом в качестве основания для завышения цены. Заказы обычно направляются постоянным поставщикам, поэтому в них лишь указываются лишь индивидуальные условия предстоящей сделки, а в остальном стороны руководствуются условиями либо типовых, либо ранее заключенных контрактов. Подробнее запросы и заказы рассмотрены в главе 4.

Далее покупатель должен подписать контракт с поставщиком на импорт товара, предварительно согласовав его текст путем переписки или переговоров. И, наконец, покупатель должен со своей стороны организовать контроль за выполнением контракта. При простой импортной операции он обычно включает своевременную выплату продавцу аванса, если он предусмотрен условиями контракта, по получении извещения о готовности товара к отгрузке, направление в транспортную организацию заявки на обеспечение транспортировки товара, если обязанность поставки лежит на покупателе, а в порт или на пограничную станцию прибытия товара – разнарядок для отправки его по адресам получателей, осуществление платежей иностранным продавцам и предъявление претензий, если таковые возникают.

Рассмотрим схему проведения импортной операции на примере закупки хлопка у египетской фирмы «Александрия Коттон» хлопчатобумажным комбинатом, г. Херсон, с привлечением на условиях договора комиссии специализированной внешнеторговой фирмы «Тико» (рис. 3.2.)

При более сложных импортных операциях, чаще всего при закупках машин и оборудования, контроль за исполнением импортной операции может включать такие дополнительные этапы, как командирование специалистов для контроля изготовления и приемки оборудования, осуществление контроля за монтажом и пуском оборудования в эксплуатацию.

При импортных операциях реклама играет незначительную роль, а нередко вообще отсутствует. Однако в ряде случаев импортеры прибегают к ней, чтобы представить себя в деловых кругах стран потенциальных продавцов-экспортеров в качестве крупных надежных покупателей, чтобы выявить потенциальных поставщиков, а также, по возможности, обострить конкуренцию между ними.

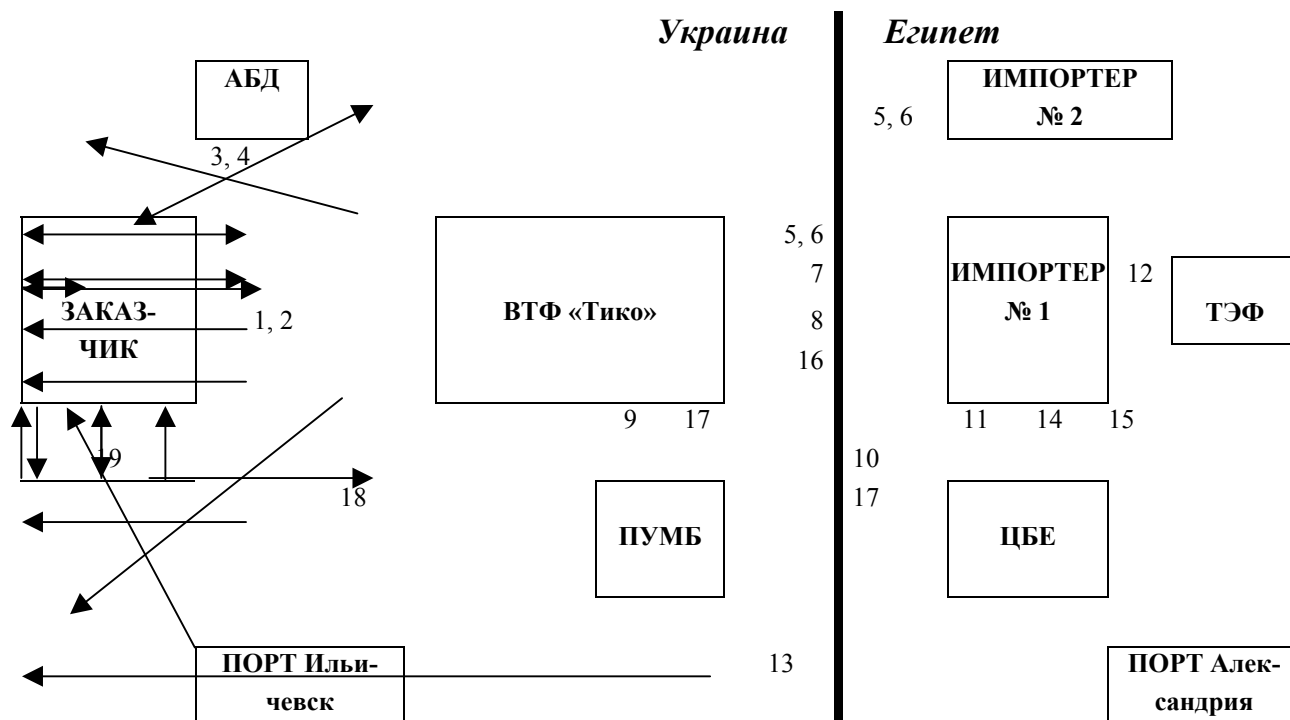


Рисунок 3.2. Схема импортной операции

1. Отечественный заказчик ХБК, г. Херсон, направил внешнеторговой фирме (ВТФ) «Тико» проект договора комиссии на закупку хлопка, подписав его в двух экземплярах.
2. ВТФ «Тико» рассмотрела его, подписала и один экземпляр возвратила заказчику.
3. ВТФ «Тико» запросила в ТПП, Союзе промышленников и предпринимателей (в схеме АБД) информацию о рынке хлопка и его фирменной структуре.
4. Специалисты ВТФ «Тико» собрали информацию, проанализировали ее, составили конкурентный лист.
5. ВТФ «Тико» направила запросы возможным поставщикам (Экспортер 1, Экспортер 2).
6. Путем переписки ВТФ «Тико» получила предложения от возможных поставщиков.
7. Проанализировав предложения, ВТФ «Тико» выбрала потенциального поставщика – египетскую фирму «Александрия Коттон» (Экспортер 2) и подписала с ней контракт.
8. Экспортер сообщил ВТФ «Тико», что товар готов к отгрузке и просит открыть безотзывный подтвержденный аккредитив в его пользу.
9. ВТФ «Тико» дает поручение Первому Украинскому Международному Банку (ПУМБ) открыть аккредитив.
10. ПУМБ открывает в Центральном Банке Египта (ЦБЕ) аккредитив в пользу экспортера.
11. ЦБЕ сообщает экспортеру, что аккредитив в его пользу открыт.

12. «Александрия Коттон» дает поручение транспортно-экспедиторской фирме (ТЭФ) доставить хлопок в порт Александрия, произвести все формальности по его экспорту (составить таможенную декларацию, оплатить сборы и пошлины, зафрахтовать судно и отгрузить хлопок в порт Ильичевск.

13. Товар погружен, капитан выписал коносамент, груз направлен в Ильичевск.

14. Экспортер сам или через ТЭФ направляет в ЦБЕ счет-фактуру, спецификацию, сертификат качества, карантинный сертификат и другие документы для оплаты отгруженного хлопка. Экспортер получает деньги с аккредитива против предъявленных товарных документов.

15. Экспортер в течение 24 часов после отплытия судна дает извещение ВТФ «Тико» об отгрузке товара.

16. ЦБЕ пересылает товаросопроводительные документы в ПУМБ, который передает документы ВТФ «Тико».

17. ВТФ «Тико» за 72 часа до прибытия судна направляет в порт разнарядку на отгрузку товара по железной дороге.

18. Хлопок в соответствии с разнарядкой поставляется заказчику в г. Херсон.

Приведенные схемы экспорта портовых подъемников и импорта хлопка представляют собой два из множества возможных вариантов. Достаточно изменить в них хотя бы по одному условию, как они примут совершенно другой вид. Поэтому на практике не бывает абсолютно повторяющихся внешнеторговых операций.

3.3. Резэкспортные и реимпортные операции

Резэкспортные операции – это продажа с вывозом за границу ранее импортированного и не подвергшегося в резэкспортирующей стране переработке товара. Страна, ввозящая, а затем вывозящая товар, является резэкспортером, а, что касается контрагентов, участвующих в этой операции, то в зависимости от ряда условий они могут иметь различный статус.

Страна, вывозящая товар в резэкспортирующую страну, по существу, совершает экспортную операцию, а контрагент этой страны по отношению к резэкспортеру является экспортером. Страна, ввозящая товар из резэкспортирующей страны, по существу, совершает импортную операцию, а контрагент этой страны по отношению к резэкспортеру является импортером.

Резэкспортные операции могут возникать в следующих ситуациях:

- в случае возврата некачественного или некомплектного импортированного сырья иностранному экспортеру-продавцу;
- в случае возврата импортированного товара в силу неплатежеспособности резэкспортера;

- при использовании традиционно сложившихся форм торговли; например, при продажах через международные аукционы продавец сначала привозит товар в страну местонахождения аукциона, то есть в страну реэкспорта, откуда он продается покупателю из третьей страны;
- при вынужденном реэкспорте, когда поставляемый в другую страну товар по каким-либо причинам не может быть реализован и продавец стремится перепродать его в третью страну;
- при осуществлении крупных проектов за рубежом поставщики закупают в нескольких третьих странах комплектующие узлы и детали, которые затем реэкспортируются в составе комплектного оборудования;
- при осуществлении операций перепродажи с целью получения прибыли за счет разницы в ценах на один и тот же товар в разных странах;
- при продаже товаров, особенно сырьевых, в целях экономии на транспортных расходах, такие реэкспортные поставки осуществляются без завоза товаров в страну реэкспортера;
- из-за резкого изменения международной обстановки, отсутствия прямых экономических или дипломатических связей между странами, возникновения военных действий;
- при возврате нереализованного товара консигнатором.

Техника осуществления реэкспортной операции может быть представлена следующей схемой (рис. 3.3.).

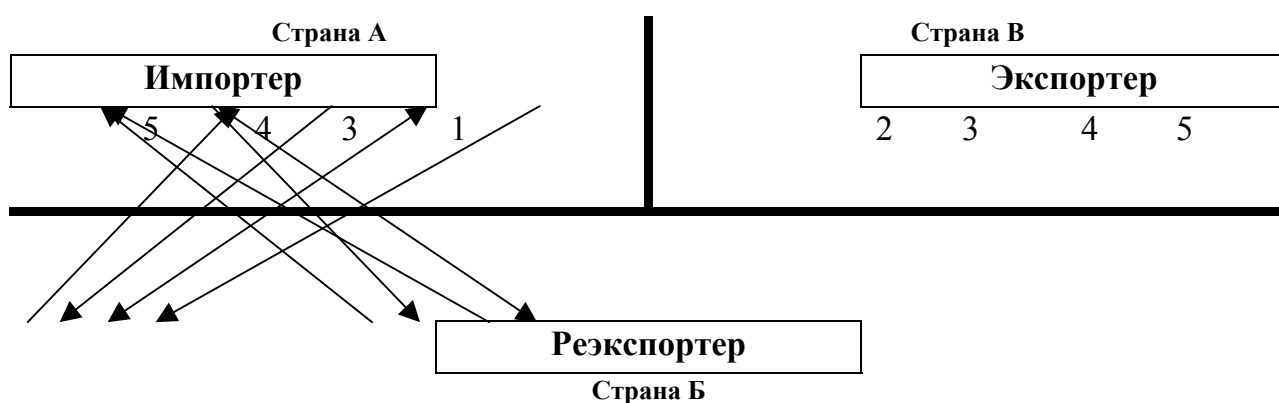


Рисунок 3.3. Схема реэкспортной операции

1. Контрагент из страны А обращается к контрагенту в стране Б с просьбой купить для него в стране В определенный товар, указав его количество, качественные характеристики и желаемый срок поставки.

2. Контрагент страны Б, действуя как импортер, направляет запрос контрагенту в Стране В с просьбой подготовить предложение о поставке данного товара в количестве и на условиях, запрашиваемых импортером из страны А.
3. Контрагент из страны В направляет контрагенту в стране Б такое предложение с указанием количества товара, цен и сроков поставки. Контрагент из страны Б, действуя как экспортер, направляет его контрагенту в стране А.
4. Контрагент из страны Б, выступая как экспортер, и контрагент из страны А, выступая как импортер, согласовывают условия контракта и подписывают его. Одновременно контрагент из страны Б подписывает контракт с контрагентом из страны В, действуя как импортер.
5. После подписания обоих контрактов стороны выступают по отношению друг к другу как экспортер (контрагент страны В), реэкспортер (контрагент страны Б) и импортер (контрагент страны А).

В мировой торговой практике значительная часть реэкспортных операций осуществляется через зоны свободной торговли – территории, находящиеся вне таможенной территории данной страны. Ввозимые на территорию свободной зоны товары освобождаются от таможенных пошлин, налогов и сборов. Там с ними производятся некоторые операции, подготавливающие товар к реэкспорту в соответствии с требованиями страны-потребителя (подбор партии по ассортименту, расфасовка, маркировка). Однако, если стоимость дополнительных операций превышает определенный барьер, который устанавливается в процентах к цене экспортера (может быть от 5 % до 50 % в зависимости от норм права страны реэкспортера).

Реимпортные операции – это приобретение с ввозом из-за границы ранее экспортированного и не подвергшегося там переработке товара. Обычно это возврат бракованной продукции; возврат товаров, не реализованных посредником на внешнем рынке; возврат товаров, ранее поставленных на консигнацию.

Реимпортные операции по своему существу представляют собой несостоявшиеся экспортные операции. Основным признаком реимпортных операций является пересечение отечественными товарами границы своей страны дважды: при вывозе и ввозе.

Товары, предназначенные для участия в выставках, оказания услуг, выполнения подрядных работ, к реимпортируемым или реэкспортируемым не относятся.

Вопросы для самоконтроля

1. *Какие виды внешнеторговых операций вы знаете в зависимости от направления торговли?*
2. *Дайте определение экспортной и импортной операции.*
3. *Какие действия совершает экспортер (импортер) при осуществлении экспортной внешнеторговой операции?*
4. *Дайте определение реэкспортной операции.*
5. *Назовите условия осуществления реэкспортных операций.*
6. *Дайте определение реэкспортной операции.*
7. *Назовите условия осуществления реэкспортных операций.*
8. *Охарактеризуйте две принципиальных модели реэкспортной операции.*
9. *Дайте определение реимпортной операции.*
10. *Как, по-вашему, законодательным путем можно разграничить реэкспортные операции и операции с давальческим сырьем?*
11. *Как вы думаете, почему товары, перемещаемые через границу и предназначенные для выставок, рекламы, оказания услуг, не могут рассматриваться как реэкспортные или реимпортные?*

ГЛАВА 4. ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДКОНТРАКТНОЙ РАБОТЫ ВО ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОПЕРАЦИЯХ

4.1. Организация экспортно-импортной деятельности на предприятии

Организационная структура предприятия в целом зависит от его отраслевой принадлежности, масштабов производства, территориального размещения производственных и обслуживающих производство объектов.

Система управления внешнеэкономическими связями предприятия, в свою очередь, зависит от организационной структуры предприятия а также от задач, которые предприятие ставит перед собой при выходе на зарубежные рынки.

Однако, независимо от той или иной модели построения информационных и документальных потоков внутри предприятия и торговых традиций, сложившихся в регионе (отрасли), при формировании внешнеэкономических служб всегда будет сохраняться определенный набор функций и обязанностей специалистов, обусловленный унифицированной с точки зрения существующего законодательства и торговых обычаев технологией проведения внешнеторговых операций.

Рассмотрим базовую схему распределения обязанностей и полномочий работников отдела внешнеэкономических связей по функциональному принципу.

Начальник ОВЭС:

- 1) осуществляет руководство работой отдела по всем направлениям деятельности;
- 2) представляет предприятие на переговорах, подписывает контракты.

Группа экспорта:

1) старший специалист по экспорту:

- распределяет обязанности между работниками экспортной группы, контролирует их работу;
- отчитывается перед начальником ОВЭС по работе над экспортом в целом и по отдельным контрактам;
- определяет перечень потенциальных покупателей;
- организует переговоры с потенциальными покупателями;
- участвует в подготовке экспортных цен на основе консультаций с ПЭО и бухгалтерией;
- контролирует переписку по контрактам;
- проводит переговоры по экспортным контрактам, участвует в их заключении;
- нанимает посредников;
- следит за исполнением контрактов;
- занимается урегулированием спорных вопросов по исполнению экспортных контрактов;
- руководит обеспечением послепродажного обслуживания;

- представляет предприятие на профильных выставках.

2) специалист по экспорту:

- обобщает данные по товарам, предназначенным на экспорт;
- занимается подготовкой и проведением рекламных мероприятий;
- ведет статистику продаж;
- осуществляет переписку по контрактам;
- обеспечивает упаковку и транспортировку экспортируемых товаров;
- участвует в подготовке товаров к выставкам;
- согласует действия ОВЭС с другими отделами предприятия.

Группа импорта:

1) старший специалист по импорту:

- распределяет обязанности в ходе работы над импортными контрактами, контролирует подчиненных, отчетывается перед начальником ОВЭС по итогам деятельности группы;
- руководит сбором информации о продавцах, анализом технических характеристик и цен предлагаемых на внешних рынках товаров;
- руководит перепиской и подготовкой экспортных контрактов;
- ведет переговоры, заключает контракты;
- нанимает посредников;
- контролирует правильность и своевременность расчетов по импортным контрактам;
- улаживает споры по импортным контрактам.

2) специалист по импорту:

- собирает в подразделениях предприятий заявки на импорт оборудования, материалов, ТНП;
- собирает информацию о потенциальных продавцах;
- подготавливает и рассылает запросы;
- отслеживает своевременность поставок и платежей;
- ведет переписку с клиентами по вопросам исполнения контрактов;
- обеспечивает получение послепродажного обслуживания, закупку запчастей, расходных материалов и сменных узлов.

Специалист по транспорту:

- 1) участвует в калькуляции цен на экспортную продукцию с учетом транспортировки;
- 2) обобщает нормативные акты и другую информацию о правилах транспортировки;
- 3) разрабатывает пути и средства транспортировки экспортных и импортных грузов;
- 4) устанавливает контакты с транспортными организациями и ведет работу с ними;
- 5) обеспечивает упаковку, погрузку и транспортировку экспортных грузов;
- 6) обеспечивает транспортировку, выгрузку, приемку импортных грузов.

Декларант:

- 1) участвует в калькуляции цен на экспортную продукцию с учетом таможенных процедур;
- 2) собирает и обобщает информацию о таможенных правилах и документации;
- 3) устанавливает контакты с таможенной и ведет всю работу с ней;
- 4) декларирует товары при пересечении таможенной границы;
- 5) оформляет таможенные процедуры при отправке экспортных грузов, получении импортных грузов, отправке и возврату выставочных товаров;
- 6) занимается урегулированием таможенного статуса товаров во внешне-торговых сделках предприятия.

Референт-переводчик:

- 1) занимается подготовкой и адаптацией рекламных мероприятий по экспорту;
- 2) делает переводы текстов писем, контрактов, оферт и запросов, технической и юридической документации;
- 3) является исполнителем по коммерческой переписке, подготовке документов, сбору статистических данных.

Специалисты по транспорту, декларанты, референты-переводчики, в зависимости от специфики продаваемых и покупаемых товаров, могут быть

либо объединены в отдельные группы, либо включены в группы экспорта и импорта.

Отделы внешнеэкономических связей целесообразно организовывать на предприятии с большими объемами экспортно-импортных операций (на малых предприятиях эти функции, как правило, выполняют руководители), но перечень функций, предписанных работникам внешнеэкономических служб, определяет универсальный набор действий для любого субъекта внешнеторговых операций.

4.2. Поиск контрагентов во внешнеэкономической деятельности

Любая коммерческая деятельность сопряжена с определенными рисками. Любое предприятие функционирует в динамичных условиях внешней среды, некоторые параметры которой не всегда поддаются точному прогнозированию. Кроме того, само предприятие, как совокупность технологических и социо-культурных элементов и взаимосвязей между ними является динамичной системой с множеством вариантов развития в зависимости от изменения того или иного параметра.

Из теории управления хорошо известно, что внутренняя среда является более устойчивой и менее рискованной по сравнению с внешней средой, поэтому при планировании деятельности предприятия большее внимание уделяется так называемым внешним рискам – политическим, экологическим, коммерческим. Рассматривая внешнеэкономическую деятельность предприятия, рискам внешней среды следует уделять особое внимание, поскольку они в силу существования административных границ, различий в культуре и законодательстве являются более сложными с точки зрения их прогнозирования, предупреждения и ликвидации.

Одним из рисков внешней среды является риск неплатежа (или непоставки товара). Возникновение такой ситуации в международной коммерческой практике может быть обусловлено рядом причин, например, как было сказано выше, политическими, конъюнктурными, макро-экономическими. Однако, как показывает и мировая, и отечественная практика осуществления международных торговых операций, чаще всего причиной неплатежей (непоставок товара), или же несвоевременных платежей (поставок) становится недобросовестность контрагентов по сделке.

Для того чтобы минимизировать данный вид коммерческого риска, необходимо тщательно изучить партнера. Сведения, которые необходимо знать об иностранном контрагенте:

- полное и сокращенное наименование, почтовый и телеграфный адреса, страна регистрации, номер телекса, телефона, факса, электронной почты;
- история образования и особенности развития (год основания, этапы развития фирмы, основные слияния, поглощения, изменения названия);
- величина капитала, размер и структура активов, объемы продаж, число занятых, месторасположение объектов недвижимости;
- место в списке ведущих компаний своей страны, место среди крупнейших компаний мира;
- сфера производственно-коммерческой деятельности, номенклатура выпускаемой и реализуемой продукции (основные товары, удельный вес в национальном, мировом производстве, доля в экспорте, импорте страны)
- значение и характер внешнеэкономической деятельности (число заграничных дочерних компаний, официальных дистрибьюторов);
- характер собственности, наименование собственников, правовой статус;
- принадлежность иностранной фирмы по капиталу и контролю (национальная, иностранная, смешанная);
- состав руководящих органов, структура аппарата управления;
- производственная и материально-техническая база (число и месторасположение производственных предприятий, их мощность, число сбытовых предприятий);
- производственно-технические и другие связи;
- важнейшие контрагенты и конкуренты;
- характер связей с обслуживающим банком, репутация банка;

Целесообразно вести картотеку контрагентов, составляя и постоянно пополняя досье каждого состоявшегося и потенциального партнера. Следует заметить, что даже при наличии длительных коммерческих связей подобная осторожность не будет лишней, особенно если речь идет о сотрудничестве с предприятиями из стран, в которых идут процессы смены собственности

(приватизации/национализации), изменения рыночной структуры (монополизации/демонополизации), отмечены факты коррупции и криминальных действий в экономической сфере.

Все источники информации о партнерах и конкурентах можно разделить на внешние и внутренние.

Внешние источники информации

Необходимые сведения о фирмах-партнерах можно получить из литературных источников информации, фирменных отчетов, личных контактов, информации торгово-промышленных палат, периодической печати, справочных бюро, электронных ресурсов Internet.

К ***литературным источникам*** относятся публикации периодической печати – журналы и газеты дают сведения о текущей деятельности фирм. Так, наиболее подробная информация публикуется в американских журналах “Fortune” и “Financial Times”.

К ***фирменным публикациям*** относятся годовые отчеты о деятельности фирм. Такие отчеты составляются к ежегодному собранию акционеров и утверждаются Советом директоров. В них приводится относительно полная характеристика деятельности фирм в целом и ее производственных отделений, результаты производственной и торговой деятельности, размеры капиталовложений, расходы на научные исследования, общее число занятых. В отчетах обычно приводится полный состав Правления и Совета Директоров (наблюдательного совета) фирмы. Балансовые отчеты фирм публикуются ежегодно или ежеквартально. Они дают представление о средствах, которыми располагают компании, об источниках финансирования,

Проспекты фирмы содержат подробную характеристику производственной деятельности фирмы, описание технологических процессов и новых технических достижений. Даются материалы об истории развития фирмы, ее связях с другими фирмами и т.д.

Каталоги фирмы помещают информацию о выпускаемой фирмой продукции, приводят технические данные на продукцию по всей номенклатуре или выборочно. Выставочные и ярмарочные каталоги содержат информацию о фирмах, принимающих участие в данной ярмарке или выставке,

Информация специализированных организаций. К таким организациям относятся кредитно-справочные бюро, союзы предпринимателей, торговые палаты, консультационные фирмы, государственные организации.

Информация о фирмах предоставляется на основе запросов как за плату, так и бесплатно.

Справочники по фирмам содержат систематизированную информацию о промышленных, торговых, транспортных, страховых и других фирмах. При комплексном использовании различного вида справочников можно получить систематизированные сведения об истории фирмы (компании), ее производственной базе, результатах производственной и торговой деятельности, составе Правления и Наблюдательного совета, о персональных связях руководителей фирмы. Справочники помогают установить правильное полное название фирмы, ее почтовый и телеграфный адрес. По ним можно выяснить, какие товары производят, продают или покупают. Сведения в справочниках формируются только из опубликованных материалов. Справочники делятся на международные и национальные. Наиболее известные международные справочники “Kompass”, “Moody”, “Relly’s Directory”.

В зависимости от характера и объема публикуемой информации справочники по фирмам можно разделить на следующие виды; товарофирменные, адресные, по акционерным обществам, общеофирменные, отраслевые, о финансовых связях между фирмами. Можно выделить также директорские и биографические справочники, публикующие сведения о представителях делового мира.

Товарофирменные справочники.

“Kompass” издается в Швейцарии в двух (трех) томах сериями по Западно-Европейским странам. Даются сведения о фирмах, занятых в промышленности, торговле, финансах и других отраслях экономики.

“ABC der Deutschen Wirtschaft” издается в Германии в двух томах. Первый том содержит сведения о фирмах Германии на четырех языках. Под рубрикой каждого товара даны названия и адреса фирм-экспортеров и импортеров. Во втором томе собраны аналогичные данные по фирмам развитых стран Европы.

“Repertoire de La Production Francaise” издается во Франции, С его помощью можно по товару найти фирму, его выпускающую, а по названию фирмы - ее адрес, номенклатуру производства.

Адресные справочники содержат почтовые и телеграфные адреса фирм. Наиболее известные адресные справочники: “Teleurope”, - выпускается в Германии и “Marconis International Register”, - издается в Англии.

Справочники по акционерным обществам дают наиболее полное представление о фирмах, существующих только в форме акционерных обществ. Они приводят наиболее подробную информацию о фирмах. Наиболее полная информация о фирмах содержится в издаваемом в США справочнике “Moody” в 5 томах, “Handbuch der Deutschen Aktiengesellschaften” содержит сведения о фирмах Германии, в том числе некоторых наиболее крупных обществах с ограниченной ответственностью, а также об отдельных компаниях других стран, акции которых котируются на биржах Германии. Сведения включают связь с банками, список руководящих лиц, перечень предприятий, подробные финансовые показатели деятельности. “The Stock Exchange Office Yearbook” издается в Англии в двух томах и содержит данные о всех компаниях, акции которых котируются на фондовых биржах Лондона, Северной Ирландии и Республики Ирландии. Есть такие справочники во Франции, Японии, Швеции.

Общешфирменные справочники содержат сведения о фирмах, существующих в любых юридических формах, в том числе обществах с ограниченной ответственностью, коммандитных товариществах, единоличных предприятиях и т.д., которые согласно своему правовому положению не обязаны публиковать отчеты о своей деятельности. Эти справочники приводят данные о характере деятельности предприятия, номенклатуре производимой продукции, указывают год основания фирмы, размер капитала, персональный состав руководящих органов, количество занятых, иногда – перечень производственных предприятий. Большинство справочников этой группы помещает также товарные и отраслевые списки, которые даются на нескольких языках. Наиболее известным в этой группе справочников является “Poor’s Register of Corporations, Directors and Executives”. Это справочник по фирмам США и Канады. Он содержит алфавитный указатель товаров, алфавитный указатель фирм по отдельным товарам, приводит сведения о фирмах.

Отраслевые справочники - дают сведения о фирмах, специализирующихся в определенных отраслях хозяйства, преимущественно в промышленности. Среди них больше всего международных справочников, а которых собраны сведения о фирмах одной отрасли всех или большинства развитых стран. Они позволяют выяснить фирменную структуру рынка в международном масштабе. В некоторых справочниках публикуются перечни союзов предпринимателей, различных ассоциаций и научно-исследовательских уч

реждений, действующих в отдельных отраслях. Число отраслевых справочников, выпускаемых в мире, очень велико.

Справочники о персональных связях (директорские справочники) дают возможность установить связи между фирмами на основе участия одного лица или группы лиц в руководящих органах различных фирм. Наиболее известны издающиеся в Англии – “The Directory of Directors”, в Германии – “Leitende Manner in der Deutschen Wirtschaft”, в Канаде – “The Directory of Directors”, в США – “Poors Register”

Справочники о финансовых связях позволяют через “систему участия” выявить связи между фирмами как одной страны, так и в международном масштабе. Такие справочники издаются также во Франции, Швеции, Дании и других странах,

Биографические справочники помещают краткие сведения о политических, общественных деятелях и представителях делового мира. Наибольшую известность приобрела серия “Who’s Who”, издаваемая в большинстве развитых стран. В США издается международный справочник, который помещает сведения только о представителях делового мира “World Who’s Who in Commerce and Industry”.

Очень полезным в выборе внешнеторгового партнера бывает **посещение ярмарок, выставок, салонов**. Ярмарки и выставки также относятся к внешним источникам информации. Преимущества этих мероприятий в следующем:

- 1) возможность заявить о своем предприятии и о своих намерениях;
- 2) обмен информацией с коллегами;
- 3) знакомство и контакты с потенциальными клиентами;
- 4) пожелания и критика потенциальных клиентов;
- 5) изучение конкурентов, оценка своих конкурентных возможностей;
- 6) присутствие прессы, которая обеспечивает дешевую рекламу.

К источникам внешней информации относится также издаваемая предприятиями **документация**. Вся она без исключения – от бланков до технических и коммерческих справок – должна свидетельствовать о качестве, носителем которого предприятие стремится быть. Указанные бумаги должны составляться на национальном и английском языке и соответствовать при этом международным стандартам и торговым обычаям. В последние годы популярным способом ознакомления потенциальных партнеров с информа

цией о предприятии является создание и поддержание электронной страницы в Internet.

Внутренние источники информации

Внутренние источники информации, во-первых, отличаются достоверностью. Во-вторых, внутренние источники отличаются комплектностью и полнотой. При хорошо организованной охране секретов фирмы внутренняя информация, которая может интересовать конкурентов и партнеров по бизнесу, характеризуется труднодоступностью.

Внутренняя информация может быть получена как легальными, так и нелегальными путями. Особенностью легального сбора информации является то, что из огромной массы материала необходимо выбрать интересующие сведения. Самым эффективным методом легального сбора информации является привлечение к этой работе экспертов, которые хорошо знают ситуацию в отрасли и регионе, ориентируются в потоках информации, - как правило, это работники научно-исследовательских учреждений, преподаватели ВУЗов. В практике сбора экономической информации выделяют также полуполезальные методы, они затрагивают морально-нравственные нормы профессиональных отношений, этики менеджмента и предпринимательства. К полуполезальным методам относятся беседы со специалистами интересующей фирмы в неформальной обстановке, ложные переговоры о покупке продукции, ложные конкурсы, сманивание ведущих специалистов, организация профессиональных миссий и фондов.

Нелегальные методы сбора информации применяются в отношении тайных сведений, охраняемых владельцем или законом. К ним относятся:

- хищение собственности конкурента, целью которого является получение объекта для исследования, случаи хищения были отмечены в ходе проведения выставок, ярмарок, демонстраций;
- хищение и копирование документов. Наибольший интерес для конкурентов представляет техническая документация (чертежи, инструкции, программное обеспечение). Для потенциальных партнеров интересны коммерческие (подписанные контракты, счета-фактуры, накладные) и финансовые (выписки банка, кредитные соглашения) документы;
- подслушивание телефонных разговоров;
- внедрение агента в структуру интересующего предприятия.

На крупных предприятиях, имеющих большие объемы продаж и осуществляющих инновационную деятельность, организуются службы безопасности, которые, кроме выполнения прочих функций, призваны обеспечить охрану секретов предприятия. Однако на многих предприятиях организованы также подразделения, которые осуществляют разведывательную деятельность. Деятельность этих подразделений обычно засекречена, и специалисты по экономической разведке часто работают в составе других служб и отделов, текущая деятельность которых дает возможность или вызывает необходимость проведения секретных исследовательских мероприятий. Например, работая в отделе сбыта, сотрудник разведки будет официально наделен полномочиями экспертизы контрактов на поставку продукции и одновременно должен будет собирать материалы и вести досье на покупателей с целью обеспечения безопасности предприятия в плане оплаты поставок или исключения случаев участия в криминальных операциях третьих лиц.

4.3. Организация и техника проведения международных переговоров

Любые виды деловой активности во внешнеэкономической деятельности предполагают интенсивное деловое общение с партнерами, потенциальными потребителями и поставщиками, многочисленными организациями, обеспечивающими транспорт, поставку сырья, полуфабрикатов и различных видов продукции и т.п.

Успешность любых коммерческих мероприятий в большой мере зависит от искусства специалиста, правильного учета ситуации, особенностей деловых партнеров, правильности выбора стратегии и тактики делового общения, степени предварительной подготовленности к решению конкретных вопросов. Любое деловое общение предполагает решение ряда тактических и стратегических задач. Однако даже решение этой конкретной задачи может предполагать решение возможной стратегической задачи - установление в последующем длительных, обоюдовыгодных деловых контактов.

Не менее важна в ходе деловых контактов, делового общения борьба за укрепление высокой репутации организации. Успехи любой деятельности зависят от складывающейся в деловой сфере общения репутации и организации и ее представителей. Сложившаяся репутация надолго определяет

деловые отношения, облегчает принятие выгодных решений. Репутация складывается как результат многочисленных контактов специалиста или организации с деловыми партнерами, нередко, допущенная ошибка, непродуманные действия могут привести к формированию неблагоприятных впечатлений, плохой репутации, причем сложившееся впечатление очень трудно изменить. Поэтому в деловом общении каждый ложный шаг может иметь далеко идущие неблагоприятные последствия.

Возрастание нравственного фактора в бизнесе и управлении - закономерность цивилизованной экономики, о чем убедительно свидетельствует опыт развитых стран мирового сообщества.

В последние годы активно разрабатываются проблемы служебной и административной этики, этики руководителя. Ведь в процессе осуществления производственно-коммерческой деятельности, субъекты имеют дело не только с ресурсами, машинами и продуктами, не только с различными документами, производственными, снабженческими и с бытовыми процессами, они постоянно имеют дело с людьми - руководят подчиненными, советуются со специалистами, общаются с трудовым коллективом, ведут переговоры с партнерами, в том числе и с зарубежными. От того, насколько хорошо руководители это делают, зависит репутация предприятия, и, соответственно, и успех дела.

Этика - прежде всего отрасль знания, особая наука, позволяющая рассматривать и оценивать человеческие отношения, а также поведение людей с точки зрения их соответствия некоторым разумным, общепринятым нормам. Такие постулаты лежат в основе того, что можно определять как этический кодекс предпринимателя. Независимо от национальной принадлежности бизнеса, мировой практикой экономического сотрудничества выработаны определенные общие нормы и правила общения в ходе установления международных хозяйственных связей.

Все разнообразие форм общения в процессе осуществления внешне-торговых операций сводится к следующим основным формам:

1. Односторонние связи.
2. Деловая переписка.
3. Телефонные разговоры.
4. Деловые встречи.

Односторонние связи. Это размещение информации о своем предприятии, своей деятельности, намерениях в специальных базах данных, перечисленных в предыдущем параграфе. Как правило, эта форма общения является первичной и предполагает установление в будущем обратной связи - контактов, содержащих информационные потоки в обоих направлениях.

Деловая переписка. Может быть двух видов: официальная переписка между государственными организациями различных стран, этот вид корреспонденции используется в дипломатической практике, и деловые письма, имеющие часто полуофициальный характер и широко применяемые при организации деловых контактов и т.д. Стиль официальной переписки может измениться в зависимости от языка и традиций различных стран, однако он подчиняется некоторым общим правилам, определяемым международной практикой. Любой документ, будь то вербальная нота или коммерческое письмо, содержит несколько обязательных позиций: обращение, комплимент, подпись, дата, адрес. Кроме того, при оформлении деловой корреспонденции желательно придерживаться следующих общепринятых правил:

Украина,
г. Кировоград, ул. *****, **
ОАО «*****»

Уважаемые господа,

Благодарим Вас за Ваши замечания и предложения, которые Вы сделали по нашему проекту контракта на строительство автосборочного завода.

Сообщаем Вам, что, изучив вышеупомянутые замечания, мы согласились, с ними в целом и готовы включить их в контракт.

Одновременно мы хотели бы еще раз отметить, что в соответствии с нашим проектом контракта на строительство «под ключ» завода Подрядчик берет на себя всю ответственность за организацию и выполнение всех строительных работ.

Строительные работы будут выполняться российскими специалистами, а также местными фирмами, которые будут наняты на условиях субподряда. Работы, выполняемые этими фирмами, будут контролироваться высококвалифицированными российскими специалистами, стоимость услуг которых включена в цену контракта. Мы уже ознакомились с этими фирмами и считаем, что они обладают необходимым опытом, квалификацией и достаточными возможностями для выполнения работ, которые мы собираемся им поручить.

В связи с вышеизложенным просим Вас рассмотреть настоящее письмо и в случае согласия с ним телеграфировать нам о Вашей готовности подписать контракт.

В ожидании скорейшего ответа,
С уважением,

Начальник отдела ВЭС
ОАО «*****»

«__» _____ 199_ г.

Телефонные переговоры. Умение правильно говорить по телефону также важно, как деловая переписка и переговоры. Разговор должен быть коротким, вежливым, касаться существа дела. Набрав номер и услышав, что трубку сняли, следует поздороваться, убедиться, что установлена связь с интересующим Вас абонентом, назвать себя и попросить к телефону нужного человека. Если разговор должен быть обстоятельным, следует поинтересоваться, есть ли у собеседника время, или же необходимо договориться о разговоре заранее через секретаря. Если связь прервалась, перезванивает тот, кто звонил.

Деловые встречи. Деловые встречи можно разделить на беседы и переговоры. Беседы предполагают только обмен взглядами, мнениями. В ходе беседы стороны могут договориться о сотрудничестве и наметить последующие шаги. Переговоры призваны найти решение проблемы, представляющей взаимный интерес.

Из всех видов делового общения наибольшей культуры требуют переговоры, которые можно сравнить с игрой в шахматы, где действия сторон видны и понятны всем участникам и невозможно переиграть непродуманный ход. Чтобы владеть ситуацией, разгадывать маневры партнеров, предвидеть трудности и предотвращать неудачи, помимо всестороннего знания обсуждаемого вопроса, участники переговоров должны владеть техникой и культурой их проведения.

Процесс проведения переговоров включает в себя три стадии:

1. Подготовка к переговорам.
2. Непосредственно ведение переговоров.
3. Анализ результатов переговоров.

Подготовка к переговорам

На этапе подготовки должны быть проработаны три аспекта проведения переговоров:

1. Содержательный аспект определяет иерархию (значимость) целей переговоров, главный смысл предложений или проблем, которые выносятся на переговоры, возможные варианты разрешения вопросов и путей достижения поставленных целей. Содержание переговоров определяется не только и не столько конкретным предметом предстоящих переговоров, сколько системой существующих интересов и возможностей их реализации в определенной ситуации или в будущем. Выявление позиционных интересов

участвующих в переговорах сторон сводится к самоопределению и осмыслению собственных целей, прогнозированию возможностей и целей будущего партнера и вероятности совпадения и согласованности интересов. Содержательный аспект включает в себя необходимость тщательного анализа существующей ситуации, прогнозирование самых вероятных вариантов ее изменения, проектирование наиболее благоприятных условий.

2. Организационный аспект охватывает круг вопросов о месте, времени проведения переговоров, составе команды переговорщиков с точным распределением функций и ролей, выполняемых каждым членом команды. Подбор команды является одним из главных заданий при подготовке переговоров и сводится к поиску, привлечению и, если необходимо, специальному обучению нужных специалистов, способных в ходе общения с командой партнера принять правильные решения, не вдаваясь в длительные обсуждения и споры.

Работа по подбору команды предусматривает определение следующих коммуникативных функций:

- *функция организатора переговоров*: в команде должен быть кто-то, кто умеет вовремя поставить нужный вопрос на обсуждение и тактично прекратить обсуждение, перевести переговоры на другую тему, или смягчить формулировку, разрядить эмоциональное напряжение, предупредить конфликт;
- *функция изложения* предполагает наличие участника, который в состоянии максимально точно и эффективно изложить суть вопроса и главные тезисы (предложения, требования, условия) при разнообразных вариантах развития ситуации переговоров. Изложение вопроса должно быть информативным, целенаправленным, логичным, лаконичным, грамматически правильным;
- *функция обеспечения понимания* (рефлексия группы) реализуется путем оперативного анализа взаимного понимания сторонами друг друга, включая разграничение прямых и завуалированных вопросов;
- *трансфертная функция* обеспечивает партнерам понимание того, какие выгоды и затраты следуют из полученных предложений, а также возможные варианты развития собственных идей команды с учетом пожеланий партнеров; выполняя эту функцию, переговорщики с обеих сторон стремятся убедить противопо-

ложную сторону в том, что их выгоды и затраты соизмеримы, то есть что при всей очевидности взаимной выгоды оппоненты получают, по крайней мере, не меньшие преимущества;

- *функция установления адекватного канала коммуникаций* выполняется для поддержания благоприятного климата переговоров в целом, она включает организацию неформальной части переговоров.

Важно также определение профессионального состава команды, который формируется исходя из главной темы предстоящих переговоров и вероятности возникновения второстепенных вопросов. Поскольку объектом переговоров может стать любой вопрос, так или иначе относящийся к главной теме, практически невозможно дать какие-либо развернутые рекомендации относительно подбора людей. Однако общие требования предполагают присутствие на переговорах помимо руководителя специалистов, компетентных в видах деятельности, которые являются предметом переговоров, юристов, а также финансовых работников, которые могут оперативно сделать прогноз денежных потоков и определить возможности предприятия по финансированию сделки.

3. Тактико-технологический аспект обеспечивает необходимую профессиональную обработку выдвинутых предложений. Он включает в себя весь объем конкретных вопросов от тактико-технологических характеристик предложений до юридических деталей. Тактическое обеспечение позволяет в общем виде определить соотношение затрат и выгод при каждом стратегическом варианте. На стадии подготовки переговоров производится выбор тактики поведения команды. Это может быть уступчивое, неуступчивое, категорическое поведение. Планирование тактики переговоров предусматривает также решение вопроса о том, в какой степени необходимо и допустимо на переговорах демонстрировать свою компетентность и информированность. Еще одной стороной тактики ведения переговоров является распределение полномочий членов команды (видимое и скрытое), это необходимо для того, чтобы запутать противоположную сторону относительно того, кто в команде является лицом, принимающим решения. Завершающий шаг выстраивания тактики ведения переговоров – составление сценария (сценариев), содержащего конкретизированное изложение действий членов команды на поведенческом уровне.

В ходе подготовки переговоров следует иметь в виду, что команда партнера может действовать на переговорах, используя такие же приемы тактики, поэтому, готовясь к переговорам, необходимо иметь в виду, что большая часть информации останется за рамками переговорного процесса.

Ведение переговоров

Различают две параллельные линии ведения переговоров: официальный и неофициальный протокол, причем в последнее время все больше возрастает роль последнего, так как официальная часть переговоров посвящается обсуждению деталей, а принципиальные решения часто принимаются в ходе неформального общения, и предварительные заявления сторон о намерениях делаются именно во время мероприятий неофициального протокола.

Официальный протокол предполагает деловые встречи, которые условно можно разбить на три стадии:

- Уточнение позиций партнеров по переговорам.
- Определение круга обсуждаемых вопросов.
- Поиск альтернатив разрешения задач.
- Достижение договоренности и оформление протокола.

Каждая из этих стадий может иметь разные временные границы, - от нескольких минут до нескольких недель, - в зависимости от сложности и многогранности объекта обсуждения, однако, как правило, в процентном соотношении эти стадии занимают соответственно 10 %, 60 % и 30 % переговорного времени.

Неофициальный протокол состоит из культурной программы, различных презентаций, торжественных приемов и коктейлей.

В зависимости от предварительно занимаемых в экономических кругах позиций стороны могут применять несколько моделей поведения на переговорах:

Апелляция к длительным «историческим отношениям». Это модель ведения переговоров с более сильным партнером. Более слабая сторона подчеркивает продолжительность хороших отношений с партнером и просит учесть это.

Аргументирование «надежд на будущее». Эта модель является логическим продолжением предыдущей модели и состоит в том, что менее силь

ный, но уверенный в своих перспективах партнер указывает на вероятность развития отношений на длительный период в будущем, представляет доказательства такой вероятности и использует такую перспективу в качестве основы для призыва к заключению соглашения с более выгодными условиями для себя уже на нынешнем этапе.

Пассивное ожидание. Эта модель поведения на переговорах используется более сильной стороной для того, чтобы во время изложения слабой стороной своих аргументов определить, какая модель поведения ею избрана и сделать предварительные выводы о том, насколько важны для нее эти переговоры и сколько уступок при этом можно выторговать в ходе переговоров. Следует отметить, что сторона с более сильными позициями всегда имеет возможность выторговать у партнеров больше выгод для себя. Особенно часто такое случается, когда более слабая сторона принадлежит к отрасли с высоким уровнем конкуренции.

«Инициатива плюс агрессия». Эта модель поведения используется сильной стороной, когда по предварительным исследованиям у нее составлено четкое представление об оппонентах и их пожеланиях и уже принято решение по поводу своего участия в предлагаемом сотрудничестве. При данной модели сильная сторона, как правило, всегда навязывает свои условия партнеру, если только эти условия не ведут к прекращению его деятельности.

На качество переговорного процесса сильное влияние оказывает психологическая насыщенность каждой фазы, что связано, в первую очередь с необратимостью процесса, допущенные ошибки нельзя уже исправить. Ответственность момента обостряется еще и тем, что переговорщикам заранее известны значимость достижения договоренности для своего предприятия, особенно, если данная сделка осуществляется в рамках антикризисной программы управления предприятием, когда сделаны предварительные прогнозы преимуществ и уступок и произведены расчеты выгод и затрат.

При заключении сделки с иностранным партнером возникают дополнительные сложности, связанные с существованием культурных различий между договаривающимися сторонами. Поэтому сторонам, участвующим в переговорах, следует учитывать национальные, культурные религиозные особенности (особенно некоторые запреты) своих партнеров.

В каждой стране и у каждого народа существуют свои традиции и обычаи общения и деловой этики. И хотя в мире постепенно складывается определенный стандарт деловых контактов, существуют заметные различия в степени открытости, в степени самостоятельности представлении, мере их ответственности. Последнее обстоятельство имеет серьезное значение для оценки представителей многих организаций из стран с переходной экономикой, со слабо развитыми экономическими отношениями.

Знание национальных особенностей может служить своеобразным путеводителем, ориентиром возможного поведения партнера.

Например, американцы внесли значительный элемент демократизма и прагматизма в практику делового общения. Прагматизм американцев проявляется в том, что при деловых беседах, на переговорах они концентрируют свое внимание на проблеме, подлежащей обсуждению, причем стремятся выявить и обсудить не только общие возможные подходы к решению, но и детали, связанные с реализацией договоренностей. Американский стиль ведения переговоров, деловых бесед имеет и обратную сторону. Считая себя своеобразными «законодателями мод» в технологии делового общения, американцы часто проявляют эгоцентризм, полагая, что партнер должен руководствоваться теми же правилами, что и они сами. В результате представители США могут оцениваться партнерами как слишком напористые, агрессивные, а их стремление к неформальному общению порой интерпретируется как фамильярность.

Живя в огромной и по размерам и по экономической мощи стране, американцы предпочитают крупные сделки и склонны подчеркивать масштабы деятельности, оборота, размеры своей фирмы. Американцы предпочитают знать, с кем имеют дело. Входя в рабочий кабинет американского партнера, обращает на себя внимание обилие развешенных по стенам различных фотографий, дипломов. Подобное «оформление» офиса может оказаться полезным при установлении контактов с американскими партнерами. Что же касается общения партнеров в неформальной обстановке, то деловой прием в США - обычная вещь. Это благоприятный случай поговорить о семье и хобби. Необходимо помнить, что деловые приемы в США гораздо короче, чем, в Европе. По его окончании участники могут вернуться в конференц-зал и продолжить переговоры.

Французы – одна из старейших наций на европейском континенте. В прошлом Франция оказала значительное влияние на формирование диплома

тического протокола. В деловой жизни Франции большое значение имеют личные связи и знакомства. Новых партнеров стремятся найти через посредников, связанных дружескими, семейными или финансовыми отношениями. Французские бизнесмены тщательно готовятся к предстоящим переговорам. Они любят досконально изучать все аспекты и последствия поступающих предложений. Стилль веления переговоров, подчеркивает приверженность к принципам, при одновременном недоверии к компромиссам. Они искусно отстаивают тот или иной принцип или свою позицию, но не склонны к торгу.

По сравнению с представителями США французские участники переговоров менее свободны и самостоятельны. Французские предприниматели не любят сталкиваться в ходе переговоров с неожиданными изменениями в позициях. Контракты, подписанные совместно с французскими фирмами, предельно корректны и точны в формулировках и не допускают разночтений.

Французы не отличаются точностью и не всегда пунктуальны. На приемах они следуют правилу: чем выше статус гостя, тем позднее он приходит.

Англичанам присущи такие качества, как сдержанность, склонность к недосказанности, щепетильность, которая заставляет англичан быть замкнутыми и необщительными с незнакомыми людьми, уважение частной собственности, деловитость. Англичане старательно избегают в разговорной речи любых личностных моментов, т.е. всего того, что может показаться вторжением в частную жизнь. На честное слово англичан можно положиться. Они достаточно гибки и охотно откликаются на инициативу противоположной стороны. Традиционным для британцев было и есть умение избегать острых углов во время переговоров.

Немцы отличаются трудолюбием, прилежанием, пунктуальностью, бережливостью, скептичностью, стремлением к упорядоченности. Немецкие служащие достаточно строго относятся к выбору одежды. Деловые связи с немецкими фирмами можно установить путем обмена письмами с предложениями о сотрудничестве. Для установления деловых отношений можно использовать принятую в Германии практику организации сотрудничества через агентские и посреднические фирмы. Немцы предпочитают те переговоры, в которых они с достаточной очевидностью видят возможность нахождения решения. При заключении сделок немцы будут настаивать на жестком выполнении принятых обязательств, а также уплате высоких штрафов в слу

чае их невыполнения. Во время переговоров немцы могут вести себя достаточно жестко.

Итальянцы экспансивны, горячи, отличаются большой общительностью. Существующая в стране практика деловых переговоров отвечает аналогичным правилам большинства европейских стран. Для налаживания деловых отношений достаточно обмена официальными письмами с предложениями. Большое значение итальянские бизнесмены придают тому, чтобы переговоры велись между людьми, занимающими примерно равное положение в деловом мире.

Немаловажное значение для представителей итальянских деловых кругов имеют неформальные отношения с партнерами, в том числе и в не служебное время. Итальянцы очень ценят проявление интереса к Италии, как к стране, являющейся родоначальницей многих видов искусств и ремесел. В целом итальянские бизнесмены достаточно чувствительны к соблюдению основных правил деловой этики.

Говоря о европейских стилях делового общения, нельзя обойтись без описания характерных особенностей ведения переговоров и деловых бесед восточными славянами. На формирование отечественного стиля оказали влияние два фактора: с одной стороны - советские нормы и правила делового общения, с другой - черты национального характера.

При описании славянского стиля делового общения следует обратить внимание на ряд особенностей, обусловленных недостатком опыта делового общения многих наших предпринимателей. В результате отечественные участники с точки зрения зарубежных коллег подходят к переговорам довольно странно. Если, обсуждая деловое предложение, европейцы рассуждают так: «мы объединяемся, чтобы увеличить размер «пирога» и тогда каждый получит больше». Российские и украинские предприниматели часто ориентированы на иную стратегию: «размер пирога известен, и задача заключается в том, чтобы захватить себе кусок побольше». Такой подход объясняется воспитанием в условиях отсутствия частной собственности и доступа (на разных уровнях и с разным объемом полномочий) к управлению объектами государственной собственности, когда можно было извлечь личную выгоду, не заботясь о состоянии и дальнейшей судьбе данного объекта. Еще одно, в чем славяне уступают иностранным партнерам - это в умении торговаться. Велика опасность и чрезмерной расположенности к иностранным партнерам, при

чины которой также кроются в имевшей место в прошлом политической, экономической и культурной изоляции.

Китай - одна из самых самобытных стран мира, но поездка туда связана с большими психологическими нагрузками. В Китае - так же как и у нас - принято все делать не официально - а «по знакомству».

Во время деловых встреч китайские участники переговоров очень внимательны к двум вещам: 1) сбору информации относительно предмета обсуждения, а также партнеров по переговорам; 2) формированию «духа дружбы». В китайской делегации, как правило, много экспертов, и вообще, китайская делегация на переговорах всегда численно в несколько раз превосходит делегацию партнера. Китайская сторона делает уступки обычно под конец переговоров, после того, как оценит возможности противоположной стороны. Окончательные решения обычно принимаются китайскими участниками не за столом переговоров с партнером, а дома. В Китае придают важное значение налаживанию неформальных отношений с зарубежными партнерами. Азия - церемониальна, поэтому в Китае приняты тосты, подарки организации, поздравления к национальным и идеологическим праздникам, если, конечно, идеология не противоречит китайской.

В японском национальном характере выделяются: трудолюбие, приверженность традициям, чувство долга, вежливость; стремление к согласованным действиям в группе. Японская мораль считает узы взаимной зависимости основой отношений между людьми. Японцев как нацию, помимо высокой организованности и отсутствия чувства юмора, выделяет еще одна черта - искренняя самокритичность. В отличие от многих других стран в Японии установление деловых контактов с японскими фирмами путем переписки и телефонных разговоров являются малоэффективными. Это объясняется тем, что японцы отличаются пристрастием к личным беседам. Большое значение в японской культуре придается пунктуальности и точности. При проведении переговоров важно иметь в виду, что в Японии не приняты категорические формулировки. Японцы традиционно стремятся не вступать в открытое противоречие с собеседником. По нормам японской деловой этики главной добродетелью обладает не тот, кто твердо стоит на своем, а тот, кто проявляет готовность к компромиссу ради общего согласия.

Для арабов одним из важнейших элементов на переговорах является установление доверия между партнерами. Большое значение в арабском мире имеют исламские традиции. В мусульманском мире иностранец не может об

ращаться с вопросами или просьбами к женщине, это считается неприличным, все контакты, обсуждения, ведутся с мужчинами. Арабское понимание этикета запрещает собеседнику прибегать к прямолинейным ответам, быть категоричным, арабы во время беседы избегают также суетливости, поспешности, арабские собеседники всегда стремятся «сохранить лицо» и свое, и собеседника. Отказ от сделки сопровождается оговорками, похвалами в пользу обсуждаемого предложения. Арабские предприниматели выражают отказ в максимально смягченном виде. Исламская мораль относит торговлю к престижному занятию, поэтому торговая сделка у арабов на любом уровне и в любых масштабах всегда маленький спектакль.

Анализ результатов переговоров

Анализ результатов переговоров начинается на стадии завершения непосредственно переговоров обеими сторонами. Обсуждаются достигнутые договоренности, составляется протокол, стороны еще раз обмениваются мнениями для того, чтобы убедить друг друга в том, что толкование протокола обеими сторонами верное. Необходимо еще раз прояснить вопрос, имеют ли присутствующие на переговорах представители достаточный объем полномочий относительно достигнутого соглашения.

Оценить результаты переговоров сразу же после их завершения достаточно сложно, поскольку переговоры не всегда заканчиваются подписанием контракта. И, тем не менее, следует провести анализ работы переговорной команды, обсудив следующие вопросы:

- что сопутствовало успеху переговоров;
- какие трудности возникли в ходе переговоров, как они преодолевались;
- какие моменты были упущены в ходе подготовки к переговорам и почему;
- какие возникли неожиданности в ходе проведения переговоров и как их можно предупредить в будущем;
- охарактеризовать поведение противоположной стороны;
- какие приемы ведения переговоров были успешны (неуспешны), какие из них следует пересмотреть в будущем.

4.4. Документальное оформление подготовки внешнеторговых контрактов

После ознакомления с информацией о фирмах интересующей отрасли и определения возможного контрагента, следует переходить к установлению контактов с ним. Одним из способов является рассылка коммерческих предложений и запросов.

Оферта содержит все основные условия предстоящей сделки: наименование товара, количество, качество, цена, условия поставки, условия платежа, характер упаковки, порядок приемки-сдачи, условия расчетов.

Правила заключения сделок с помощью оферт регулируются конвенцией ООН о договорах международной купли-продажи, принятой в 1980 г. В международной торговой практике различают твердые и свободные оферты.

Твердая оферта – это предложение на продажу определенного товара, посланное продавцом конкретному покупателю, с указанием срока действия оферты. Срок действия оферты – это время, в течение которого offerent считает себя связанным условиями, перечисленными в оферте.

Если покупатель согласен со всеми условиями оферты, он посылает offerentu подтверждение акцепта оферты.

Если покупатель не согласен с одним или несколькими условиями оферты, он посылает продавцу отказ от предложения или контрoferту с указанием своих условий и срока для ответа. Ответ покупателя, который не содержит предложения изменить существенные условия оферты (цену, количество, качество, место и сроки поставки, ответственность сторон и порядок разрешения споров) является акцептом, если против этих изменений не возражает продавец.

Если продавец согласен со всеми условиями контрoferты, он ее акцептует, о чем в письменном виде уведомляет покупателя. Момент акцепта контрoferты считается датой заключения контракта. Если экспортер не согласен с условиями контрoferты, он может считать себя свободным от своих обязательств по оферте. Если в течение срока действия оферты ответ от покупателя не был получен, это значит, что покупатель не заинтересован в покупке, и это освобождает продавца от сделанного им предложения.

Свободная оферта не содержит указания на срок ее действия и, следовательно, не обязывает продавца придерживаться в течение какого-то периода условий, содержащихся в оферте. Согласие покупателя подтверждается твердой контрофертой, где излагаются его условия.

Если продавец в силу изменения конъюнктурных условий и пересмотрел свои планы относительно экспорта товара, свободная оферта не связывает его обязательствами в ней изложенными. Если продавец акцептует контроферту и письменно известит об этом покупателя, сделка считается заключенной, и стороны обязаны выполнить все условия, изложенные в контроферте.

Запрос направляется импортером в адрес заинтересовавшего его иностранного продавца. Одной из главных целей запроса является получение иностранных экспортеров коммерческих предложений. В запросе обычно указывается точное наименование нужного товара, его качество, количество, условия доставки и платежа. Запрашивается также всевозможная информация о товаре (рекламные проспекты, буклеты, резюме экспертных оценок, отзывы потребителей). Запросы отсылаются нескольким фирмам в разные страны для получения разных коммерческих предложений.

Заказ содержит просьбу импортера отгрузить ему на определенных условиях товар. В данном случае импортер, как правило, предварительно знаком с условиями поставок продавца в результате переписки, переговоров или уже совершенных закупок. Если экспортер согласен с условиями заказа, он посылает импортеру подтверждение заказа (коммерческий документ, представляющий собой сообщение о принятии условий заказа без оговорок).

Подтверждение заказа может иметь следующий вид: «Подтверждаем получение вашего заказа на поставку пиломатериалов и принимаем его к исполнению. Ваш заказ будет выполнен нами со всей тщательностью и в определенные Вами сроки».

Вопросы для самоконтроля

- 1. Какие факторы оказывают влияние на систему организации внешнеэкономических связей на предприятии?*
- 2. По какому принципу может быть построена структура отдела внешнеэкономических связей? Охарактеризуйте*

полномочия и обязанности сотрудников отдела ВЭС, построенного по функциональному признаку.

- 3. Какие внешние источники информации об инофирме возможно использовать при подготовке внешнеторговой сделки?*
- 4. Какие методы сбора информации вы знаете для получения сведений из внутренних источников?*
- 5. Как на промышленном предприятии может быть организована службы разведки и безопасности?*
- 6. Какие формы деловых коммуникаций вы знаете?*
- 7. На какие этапы условно можно разбить переговорный процесс?*
- 8. Охарактеризуйте содержательный аспект подготовки переговорного процесса.*
- 9. Что предполагает реализация тактико-технологического аспекта в подготовке переговоров?*
- 10. Какие вопросы включает организационный аспект переговоров?*
- 11. Какие стратегии поведения в ходе переговорного процесса вы знаете?*
- 12. Какие национальные особенности следует учитывать переговорщикам в ходе переговоров?*
- 13. Какие вопросы обсуждаются на стадии анализа результатов переговоров?*
- 14. Какие документальные формы установления партнерских отношений вы знаете?*

ГЛАВА 5. ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ КОНТРАКТ

5.1. Понятие и правовой режим внешнеторгового контракта

Внешнеторговый контракт – это основной коммерческий документ, определяющий права и обязанности участников внешнеторговой операции, в котором изложен комплекс действий по совершению торгового обмена.

В контракте содержится письменная договоренность сторон о поставке товара: обязательство продавца-экспортера передать определенное имущество в собственность покупателя-импортера и обязательство покупателя-импортера принять это имущество и уплатить за него определенную денежную сумму, или обязательства сторон выполнить условия товарообменной сделки.

Контракт считается заключенным, если он:

- имеет письменную форму;
- подписан руководителями, действующими в соответствии с Уставом или другими лицами, действующими на основе доверенности;
- скреплен печатями;
- зарегистрирован в компетентных органах государства, если это предусмотрено Законом.

При заключении внешнеторговой сделки стороны должны определить, право какого государства будет применяться для регулирования формы заключения сделки и прав и обязанностей сторон, урегулирования спора. В контракте купли-продажи неперенным условием является переход права собственности на товар от продавца к покупателю. В этом состоит основное отличие договора купли-продажи от всех других видов договоров – арендного, лицензионного, страхования и других, где предметом договора является либо право пользования товаром, либо предоставление услуг.

В международной торговой практике существуют самые разнообразные контракты, их содержание зависит от операции, которую собираются совершить контрагенты. Но, несмотря на все разнообразие видов контрактов, в основе каждого из них лежат положения классического контракта купли-продажи, который рассматривается в данной главе. Сформулировать все условия контракта достаточно полно и четко трудно. Практически при заключении контракта невозможно предусмотреть все возможные вопросы, которые могут возникнуть при его исполнении.

По этим причинам при исполнении контракта возникают споры между сторонами по поводу содержания договора в целом или его отдельных условий. Эти споры решаются судом или арбитражем, которые могут определять права и обязанности сторон, объем их имущественной ответственности, исходя из толкования этих вопросов в гражданском или торговом законодательстве соответствующих стран и в международной коммерческой практике.

Правовой режим внешнеторговых сделок купли-продажи унифицирован Венской конвенцией (1980 г.), единообразное толкование и применение условий сделок призвано в значительной степени облегчить как заключение, так и исполнение контрактов, поскольку содержание прав и обязанностей сторон определяется вне зависимости от того, право какой страны - продавца или покупателя - подлежит применению. Положения Конвенции относительно прав и обязанностей сторон контракта купли-продажи применяются и взаимоотносятся у конкретных, заключивших такой контракт партнеров и в том случае, если они в этом контракте не урегулировали свои взаимоотношения каким-либо иным образом, нежели зафиксировано в Конвенции, которая предоставляет участникам право сформулировать условия сделки в соответствии с достигнутой договоренностью. И только в том случае, когда тот или иной вопрос не урегулирован в контракте, стороны соглашаются на условия Конвенции.

Контракт выполняет следующие функции:

- юридически закрепляет отношения между партнерами, придает им характер обязательств, выполнение которых защищено законом;
- определяет порядок, способы и последовательность совершения действий партнеров;
- предусматривает способы обеспечения выполнения.

Надо иметь в виду, что в силу прямого указания, содержащегося в Конвенции (ст. 90), она не затрагивает действия других международных соглашений по вопросам, являющимся предметом регулирования, если стороны договора имеют свои коммерческие предприятия в государствах - участниках такого соглашения.

При составлении контракта важно знать (установить), правом какого государства будут регулироваться отношения по конкретному контракту, т. к. имеются существенные расхождения в решении одних и тех же вопросов в праве разных государств.

По украинскому законодательству права и обязанности сторон во внешнеторговом контракте определяются правом страны, избранной сторонами при заключении контракта или в результате дальнейшего согласования. Если такое соглашение между сторонами отсутствует, к контракту применяется право страны, где учреждена сторона, являющаяся:

- продавцом – в контракте купли-продажи;
- комитентом (консигнантом) – в договоре комиссии (консигнации);
- доверителем – в договоре поручения;
- перевозчиком – в договоре перевозки.

Это значит, что если спор между сторонами будет разрешаться в арбитраже Украины, то к экспортным контрактам украинских предприятий будет применено украинское право, а к импортным - право страны контрагента.

С точки зрения действующего права многих государств не имеет значения определение применяемого права место заключения внешнеторгового контракта. Поэтому желательно предусматривать в контракте условие о применяемом праве.

Национальные законы, применяющиеся для регулирования отношений в международном торговом обороте, отличаются большим разнообразием и содержат по одним и тем же вопросам зачастую противоположные предписания. От того, право какого государства будет применено при разрешении спора, во многих случаях зависит установление: был ли вообще заключен договор, каков объем требований, которые может предъявить одна сторона другой, когда переходит от одной стороны к другой риск в отношении товара и т.д.

Нужно постоянно следить за изменениями в действующем законодательстве по внешнеэкономической деятельности; еще до того как заключить контракт, необходимо выяснить следующие вопросы:

- разрешен ли ввоз (вывоз) товара на территорию страны;
- облагается ли товар экспортной (импортной) пошлиной, каков размер этих пошлин;
- подпадает ли товар под режим лицензирования или квотирования, каким органом выдается лицензия, каков порядок ее получения, сколько будет стоить получение лицензии;
- необходимо ли получение специальных разрешений на вывоз (ввоз) товара;

- требуется ли получение фитосанитарного, ветеринарного и других санитарных и экологических сертификатов;
- какие имеются льготы по вывозу (ввозу) товара (освобождение от пошлин, налогов, сборов);
- имеются ли какие-нибудь особенности в порядке осуществления платежей с предпринимателями из страны планируемого экспорта (импорта);
- какие еще документы необходимы для обеспечения пропуска товара за границу.

При составлении контракта и согласовании его условий с зарубежными партнерами, прежде всего, необходимо проверить, действуют ли в отношениях между Украиной и государством, к которому принадлежит контрагент, международные договоры, устанавливающие режим торговли в отношениях между двумя государствами или группой государств (о торгово-экономическом сотрудничестве, товарообороте и платежах, платежные соглашения). Правовой режим межгосударственной торговли непосредственно влияет на уровень таможенного обложения, налогов и сборов и, следовательно, на уровень цен. Наличие договоренности о контингентах ваимопоставляемых товаров создает предпосылки для получения льгот, а по вопросам платежей предопределяет контрактные условия о расчетах, в том числе и о валюте платежа.

Важно определить также, будут ли подлежать применению к отношениям по заключенному контракту положения Венской конвенции. Она, безусловно, применима, если государство, где находится зарубежный партнер, - также участник этой Конвенции.

5.2. Содержание внешнеторгового контракта

Применяемые во внешней торговле контракты содержат условия, которые характеризуют товар-предмет купли-продажи, определяют коммерческие условия сделки, права и обязанности сторон, взаимные обязательства сторон по операциям, обеспечивающим исполнение контракта.

Контракт купли-продажи должен содержать следующие статьи:

- преамбула;
- предмет контракта (наименование товара);
- количество товара;

- качество товара;
- цена и общая стоимость;
- базисные условия поставки;
- платеж;
- срок поставки;
- упаковка;
- маркировка;
- санкции за нарушения условий контракта;
- обстоятельства непреодолимой силы (форс-мажор);
- транспортные условия (порядок отгрузки);
- приемка-сдача товара;
- претензии (рекламации);
- страхование;
- арбитраж;
- перечень документов для платежа;
- лицензии;
- прочие условия;
- порядок расторжения контракта.

Условия контракта делятся на существенные и несущественные. В зависимости от характера сделки любое из перечисленных условий может считаться существенным или наоборот. Акцентирование на разграничении условий контракта на существенные и несущественные определяется желанием сторон застраховать себя на случай судебного разбирательства по поводу исполнения контракта. В случае невыполнения существенных условий одной из сторон, другая сторона вправе прекратить выполнение своих обязательств по контракту, расторгнуть контракт и требовать возмещения убытков. При нарушении одной из сторон несущественных условий другая сторона не вправе расторгнуть сделку, а может потребовать исполнения контрактных обязательств и взыскать штрафные санкции, если это предусмотрено условиями контракта. Договаривающиеся стороны сами определяют, какие из условий будут существенными, а какие несущественными.

При купле-продаже машин и оборудования, приборов в контракт добавляются такие пункты, как технические условия, техническая документация, гарантийный срок, техническое обслуживание в гарантийный период, послегарантийное обслуживание, снабжение запасными частями.

Перечисленные пункты помещают в Приложения, которые являются неотъемлемой частью контракта.

5.2.1. Преамбула

Преамбула предшествует тексту контракта и начинается с наименования и номера контракта в середине страницы. Ниже, справа, пишется дата, а слева указывается место заключения контракта. Далее в преамбуле указываются фирменные наименования сторон, т. е. те наименования, под которыми они зарегистрированы в своей стране, и местонахождение контрагентов (название страны и города). Дается определение сторон как контрагентов. Например, «Продавец» и «Покупатель». Сначала определяется, какая из сторон является «Продавцом».

Каждый из перечисленных реквизитов является обязательным, так как в некоторых странах контракт, не имеющий одного из них, может быть признан недействительным.

Н а п р и м е р:

Контракт № 270190001
г. Москва

25 октября 1998 г.

Хозрасчетное объединение «Союзхимэкспорт», г. Москва, Россия, в лице генерального директора Иванова С. В., действующего на основании Устава, именуемое в дальнейшем «Продавец», с одной стороны, и ООО «Укрснабкомплект», г. Макеевка, Украина, в лице директора, действующего на основании Устава, именуемое в дальнейшем «Покупатель», с другой стороны, заключили настоящий контракт о нижеследующем:

Продавец продает, а Покупатель приобретает нижепоименованные товары на указанных ниже условиях с учетом обычных условий покупки, изложенных на обратной стороне этого контракта. Толкование торговых терминов базисных условий поставки осуществляется по «Инкотермс 90».

По сложившейся практике номер контракта присваивается в соответствии с правилами делопроизводства, существующими в организации, которая подготавливает проект контракта, т. е. представляет на переговоры отпечатанный текст документа, предварительно согласованный сторонами.

Следует иметь в виду, что в международной торговой практике встречается большое разнообразие вариантов нумерации контрактов,

применяемой в разных странах и различными организациями. В них могут включаться как цифровые, так и буквенные компоненты. Часто встречается нумерация контрактов, при которой записываются через дробь два номера – номера, под которыми этот документ зарегистрирован у обеих сторон.

5.2.2. Предмет контракта

После преамбулы следует описание предмета контракта и устанавливается его точное наименование, наиболее употребительное на территории, куда продается товар, или где функционирует фирма-покупатель, характеристика, модель, сорт, код по таможенной классификации страны назначения или в соответствии с Гармонизированной системой описания и кодирования товаров (подробнее см. Глава 2).

За основу национальных внешнеторговых классификаций большинством стран принята стандартная международная классификация ООН (СМТК). Товары разделены в ней по разделам, группам и подгруппам по степени обработки продуктов.

Если товар требует более подробной характеристики или ассортимент товара широк по наименованиям и количеству, то все это указывается в приложении к договору, которое называется *спецификацией* и является неотъемлемой частью контракта, о чем делается соответствующая оговорка в тексте контракта. В этом случае в разделе «Предмет контракта» делается ссылка на спецификацию и указывается общая стоимость по контракту.

5.2.3. Количество товара

В контракте устанавливается единица измерения количества, порядок его определения, систем мер и весов.

Количество товара указывается в характерных для него единицах измерения: мерами веса, объема, длины, площади, в штуках, в условных единицах, комплектах. Выбор зависит от характера самого товара и от сложившейся *практики в мировой торговле* тем или иным товаром. Так, например, для химических товаров, зерновых, угля, руд цветных металлов — это меры веса. В торговле лесоматериалами употребляются меры длины и объема (куб.м), нефтепродуктами - как меры веса, так и объема (баррель), хлопком - веса, но размер товарных поставок может выражаться количеством

кип определенного среднего веса, в торговле некоторыми другими товарами (ртуть, спички, кофе) единицей измерения количества служит количество, находящееся в определенной упаковке - бутылки, коробке, мешке, пачке. Количество некоторых товаров определяется в пересчете на условные единицы - консервы — в условных банках, ряд химических товаров, например, удобрения, - в пересчете на 100 % основного вещества

Количество может быть определено либо твердо фиксированной цифрой, либо в установленных пределах. На массовые сырьевые и продовольственные товары, поставляемые насыпью, навалом или наливом, обозначение количества обычно дополняется оговоркой, допускающей отклонение фактически поставляемого экспортером количества товара от количества, обусловленного в контракте. Эта оговорка называется оговоркой «около» и ставится перед цифрой, определяющей количество товара. Также оговорка «около» может быть выражена после цифры, обозначающей количество, словом «больше или меньше на ... %» или ставится знак « $\pm$... %».

Оговорка иногда базируется на торговых обычаях. Так, на зерно она составляет 5%, на кофе 3%, на каучук 2,5%, на лес 10%. При торговле машинами и оборудованием отклонение в весе допускается и не штрафуются до 5%.

Количество машин, оборудования, товаров длительного пользования, предметов потребления и других готовых изделий устанавливается в штуках.

В контракте следует оговорить, включается ли тара и упаковка в количество поставляемого товара. В зависимости от этого различают вес брутто, полубрутто, брутто за нетто, нетто.

Некоторые массовые товары подвержены естественной убыли в период транспортировки, причиной которой является усушка, утруска, утечка и т. д. Стороны в таком случае делают в контракте оговорку, так называемую «франшизу» (размер отклонения) и определяют, кто принимает на себя естественную убыль.

Продавец при этом несет ответственность только за недостачу товара, происходящую во время его транспортировки и превышающую установленный в контракте размер естественной убыли, которая составляет обычно 0,5 - 3% в зависимости от товара.

Обычно в контракте устанавливается, по какой цене будет производиться расчет за сверхконтрактное количество. Этот расчет может

производиться как по контрактной цене, так и по цене, существующей на рынке в момент исполнения сделки.

Установление системы мер и весов в контракте необходимо потому, что в различных странах используются различные системы мер и весов. Метрической системы придерживаются страны Западной Европы, Центральной и Латинской Америки, большинство стран Африки и Юго-Восточной Азии, но они применяют также и свои, национальные системы мер. США и Канада употребляют американскую систему, а также с некоторыми изменениями метрическую систему мер и свои национальные меры. Следует иметь в виду также, что одни и те же по наименованию единицы измерения (например, бушель, кипа, мешок, бочка) в разных странах содержат совершенно различные количества. Поэтому целесообразно указывать эквивалент этого количества в метрической системе мер.

5.2.4. Качество товара

Определить качество товара в контракте купли-продажи – значит установить совокупность свойств, определяющих пригодность товара для использования его по назначению, в соответствии с потребностями покупателя. Выбор способа определения качества зависит от характера товара, от практики, сложившейся в международной торговле данным товаром, и других условий. Определить качество можно: по стандарту, по техническим условиям, по спецификации, по образцу, по описанию, по содержанию отдельных веществ в товаре, по выходу готового продукта, по натурному весу, по размеру отдельных частей, по способу «тель-кель».

По стандарту. Этот способ предполагает поставку товара по качеству, точно соответствующему определенному стандарту. Стандарт - это документ, в котором дается качественная характеристика товара. По стандарту определяется качество подавляющего большинства товаров, обращающихся в международной торговле, в частности, машин, оборудования, черных металлов, зерновых, каучука, хлопка и многих других товаров. Применение национальных стандартов не является обязательным.

По техническим условиям. Способ этот используется, когда на данный товар отсутствует стандарт и когда по особым условиям производства и эксплуатации товара требуется установление специальных требований к его

качеству. Технические условия приводятся или в самом тексте контракта или в приложении к нему.

По спецификации. Спецификация, которая прилагается к контракту, содержит необходимые технические параметры. В контракте необходимо указать организацию, составившую спецификацию, и привести основные показатели этой спецификации.

По образцу. Такой способ предполагает установление качества в контракте в соответствии с определенным, являющимся эталоном, согласованным и подтвержденным сторонами, образцом. В контракте указывается количество отбираемых образцов и порядок сличения поставленного товара с образцом. Чаще всего отбираются три образца, которые хранятся у покупателя, продавца, какой-либо нейтральной организации, указанной в контракте. Ею может быть торговая палата. Определяется срок хранения образцов. Такой способ определения качества используется для товаров, обладающих индивидуальными признаками, например, фруктов.

По предварительному осмотру. В контракте этот способ обозначается словами «осмотрено – одобрено». По этому способу покупателю предоставляется право осмотреть всю партию товара в установленный срок. Продавец гарантирует качество товара таким, каким его осмотрел и одобрил покупатель. По этому способу обычно продаются товары на аукционах и со складов.

По содержанию отдельных веществ в товаре. Этот способ определения качества предполагает установление в контракте в процентах минимально допустимого содержания нежелательных элементов или примесей. Например, в контрактах на металлы и руды показателем качества является содержание основного вещества и отдельных примесей, в торговле сахаром - содержание сахарозы; в торговле масличными и жмыхами - содержание масла и т.д.

По выходу готового продукта. В контракте устанавливается показатель, определяющий количество конечного продукта, который должен быть получен из сырья (например, сахара-рафинада из сахара-сырца, пряжи из шерсти, масла из семян). Этот показатель может быть установлен как в процентах, так и в абсолютных величинах.

По справедливому среднему весу. Такой способ применяется в основном в контрактах на зерновые. В контракте делается указание, что

качество товара должно соответствовать справедливому среднему качеству зерна в определенный период и в установленном месте отгрузки.

По натурному весу. Этот способ применим для определения качества зерновых. Натурный вес - это вес, выраженный в килограммах одного гектолитра (объемной единицы) зерна. Он отражает физические свойства зерна (форма, величина зерна, наполненность, удельный вес) и дает представление о количественных выходах муки и крупы из него.

Помимо перечисленных основных способов определения качества товара в контракте могут использоваться и некоторые другие способы, например, показатели размеров отдельных частей товара (угля, сельди, соли), показатели окраски товара (хлопка, сахара, каучука), запаха и по способу «тель-кель». Способ «тель-кель» означает поставку товара «каким он есть». Продавец не несет ответственности за качество поставляемого товара. Покупатель обязан принять товар независимо от его качества, если он соответствует наименованию (виду, сорту), указанному в контракте. Этот способ применяется, в частности, при продаже урожая зерновых, цитрусовых «на корню» (еще не снятого), а также при морской перевозке грузов, когда продавец не несет ответственности за ухудшение качества товара в пути, отходов, утильсырья.

При продаже оборудования указываются его производительность, мощность, расход топлива и энергии. Качественные характеристики машин и оборудования обычно настолько обширны, что, как правило, перечень их выносится в приложении к контракту.

Если в контракте не указан способ определения качества, обычно считается, что качество поставляемого товара должно соответствовать среднему качеству, являющемуся в стране продавца или в стране происхождения товара обычным для данного товара.

Довольно часто качество товара в контракте определяется применением двух или нескольких способов.

5.2.5. Цена товара

Вопрос установления цены на товар во внешнеторговом контракте является чрезвычайно важным, ибо он определяет экономическую эффективность внешнеторговых сделок. В контракте цена устанавливается:

- за количественную единицу товара - за единицу массы, площади, объема, за штуку, комплект;
- за счетную единицу - за десяток, сотню, дюжину и т.д.;
- за весовую единицу, исходя из базисного содержания основного вещества в товаре (для таких товаров, как руды, концентраты, продукция на основе химических соединений), а также исходя из колебания натурального веса, содержания посторонних примесей и влажности.

При поставках по одному контракту товаров разного качества и ассортимента цена устанавливается отдельно за единицу товара каждого вида, сорта, марки. При поставках комплектного оборудования в спецификациях указывается цена на каждое комплектующее изделие, чтобы в случае проблем с приемкой товара.

Чтобы обмен товарами производился на эквивалентной основе, они должны оцениваться в ценах мирового рынка. На практике мировая цена выступает как цена важнейших продавцов и покупателей либо основных центров международной торговли и устанавливается в ходе осуществления крупных и регулярных сделок с товаром.

На мировом рынке существует множественность цен, т.е. цены на одинаковый товар в одно и то же время могут заметно различаться. На уровень мировых цен воздействуют:

- валюты платежа;
- условия расчета;
- характер поставки;
- место и время продажи;
- другие экономические и неэкономические факторы.

На мировом рынке происходит сравнение различных национальных цен на товар и *мировая цена* основывается на национальных ценах, в основе которых лежат среднемировые общественно необходимые в мировом масштабе издержки производства, *то есть интернациональная цена производства*. Ее нельзя рассматривать как среднеарифметическое из национальных издержек производства такого товара. Общественно необходимые в интернациональном масштабе издержки *складываются под влиянием условий производства* в стране, являющейся его основным поставщиком на мировой рынок.

На ценообразование помимо интернациональной цены производства и влияния спроса и предложения действует еще целый ряд факторов. В мировом хозяйстве все большую роль стали играть крупнейшие транснациональные и межнациональные концерны. Для завышения цен крупнейшие компании используют монополию качества.

Определение валюты цены является очень важным условием контракта. Валюты не равноценны по своему качеству: есть сильные, устойчивые валюты со стабильной покупательной способностью, мало изменяемые во времени по своему содержанию, и слабые валюты, курс которых колеблется. Поэтому от выбора валюты цены зависит риск валютных потерь, т. е. возможность не получить эквивалент стоимости, предусмотренный в момент предложения цены и подписания контракта.

Так, импортер выиграет при установлении цены в слабой валюте, курс которой имеет тенденцию к снижению. В этих случаях он сможет рассчитаться за товар тем же числом, но обесценившихся денежных единиц. Экспортер же, наоборот, стремится к наиболее сильной валюте или валюте, которая имеет тенденцию к повышению.

По согласованию сторон цены фиксируются в валюте одной из стран-контрагентов либо в валюте третьей страны. На массовые товары при выборе валюты цены имеют значение торговые обычаи. Так, например, в контрактах на каучук, цветные металлы принято указывать цены в фунтах стерлингов, в контрактах на нефтепродукты, пушнину - в американских долларах.

Цена может быть зафиксирована в контракте в момент его заключения, на протяжении срока действия контракта или к моменту его исполнения.

В международной торговле практикуется несколько способов фиксации в контракте цен. Различают следующие виды цен: твердая, подвижная, скользящая, с последующей фиксацией.

Твердая цена устанавливается в момент подписания контракта и не подлежит изменению в ходе его исполнения.

Например:

«Цена за проданную по настоящему контракту партию товара устанавливается в размере ____ долларов США за м/т нетто «CIF» Гамбург, включая стоимость упаковки»;

... или:

«Цена за проданный по настоящему контракту товар устанавливается в размере ____ английских фунтов стерлингов за м/т нетто «CIF» Лондон, включая стоимость

упаковки, но без учета стоимости фрахта. Размер фрахта будет определен при поставке товара в зависимости от фрахтовых ставок, действующих на рынке в период отгрузки товара»;

... или:

1. Общая стоимость оборудования, запасных частей, инструмента, технической документации и услуг в объеме настоящего контракта составляет ____.
2. Цены по позициям указаны в Приложении ____.
3. Цены твердые и не подлежат изменению.
4. Цены понимаются FOB со штивкой.
5. Все налоги, таможенные пошлины и прочие сборы с груза, взимаемые на территории Покупателя, идут за счет Покупателя, а взимаемые на территории Продавца - за счет Продавца».

Подвижная цена - зафиксированная при подписании контракта цена, которая может быть пересмотрена в дальнейшем, если изменится рыночная цена к моменту поставки. Оговорка об этом носит название оговорки о повышении и понижении цены. Оговаривается допустимый минимум отклонения рыночной цены от контрактной (2 - 5%), в пределах которого пересмотр зафиксированной цены не производится.

В контракте обязательно указывается источник, по которому следует судить об изменении рыночной цены.

Например:

«Цена за проданный по настоящему контракту товар устанавливается в размере ____ французских франков за ____ м/т нетто CIF Марсель, включая упаковку, при существующей в момент заключения контракта справочной цене на этот товар, опубликованной в журнале «Oil Paint and Drug Reporter», № от «__» ____ 200__ г. Если в момент исполнения контракта произойдет изменение справочной цены в ту или другую сторону в пределах более 5 %, то соответственно будет изменена указанная выше цена за товар».

Скользящая цена - цена, устанавливаемая во время исполнения контракта, применяется в контрактах на товары, требующие длительного срока изготовления (крупное промышленное оборудование, суда, строительные объекты). Первоначально в контракте устанавливается исходная цена, стороны оговаривают ее структуру, то есть процентную долю в ней постоянных (прибыль, накладные расходы, амортизационные отчисления и др.) и переменных (расходов на сырье, материалы и оплату труда) составляющих. Именно последние и определяют скольжение цены,

так как с изменением цен на сырье, налоговой политики государства, уровня оплаты труда в отрасли и будут связаны дополнительные расходы на выполнение данного контракта. В контракте указывается только общий порядок фиксации цены; например, делаются такие оговорки: «если к моменту поставки товара изменятся фактические затраты изготовителя, о чем он в письменном виде уведомит покупателя с приложением документов, подтверждающих увеличение затрат».

В контракте со скользящей ценой оговаривается предельный уровень отклонения окончательной цены от исходной.

Цены с последующей фиксацией или подвижная применяется при поставках товаров, требующих больших сроков изготовления, товаров, стоимость которых ставится в зависимость от их качества (в основном при продаже металлов или химикатов с определенной долей примесей или полезных веществ), а также товаров, цена которых подвержена значительным конъюнктурным колебаниям.

В контракте указывается, что при исполнении договора, например, при поставке очередной партии или вообще после поставки цена может измениться, и указывается, на основании чего будет установлена цена, какие факторы будут учитываться при ее фиксации.

Для таких товаров стороны определяют источники информации об изменении рыночных цен. Можно отразить это оговорками трех видов;

1) Оговорка «hausse» (повышение), означающая, что любое повышение рыночной цены ведет к повышению контрактной цены, а любое понижение во внимание не принимается;

2) оговорка «baisse» (понижение), означающая, что любое понижение рыночной цены ведет к понижению контрактной цены, а любое повышение во внимание не принимается;

3) оговорка «hausse-baisse», ставящая изменение контрактной цены в зависимость от соответствующего изменения рыночной цены.

Установленная в контракте цена за товар **не должна быть:**

- при экспорте ниже определенного лимита в составленном и утвержденном руководством документе «Обоснование цены»;
- при импорте выше лимита, определенного в документе «Конкурентный лист»

Важное значение имеют валютные условия контрактов. Неправильный выбор валют, в которых устанавливаются цены и ведутся расчеты между партнерами, может в конечном итоге превратить выгодный контракт в убыточный. Логика экспортера и импортера при формировании валютных условий контрактов противоположна, но она не должна преследовать цель наживы за счет другой стороны, а выполнять задачу защиты экономических интересов сторон на основе взаимности.

Каждому конкретному рынку свойственна своя цена, которая может быть названа рыночной ценой. Для мирового рынка характерны постоянные колебания цен. Наиболее существенное влияние на динамику цен оказывают циклические кризисы перепроизводства. Существуют и кратковременные колебания цен, например, сезонные, краткосрочные на бирже, аукционах и др. На динамику мировых цен оказывают влияние и факторы, вызывающие долговременные тенденции изменения цен, к которым относятся изменение стоимости товаров, инфляционные процессы, государственная практика в области внешней торговли, связанная, в частности, с субсидированием экспорта и т.д.

В зависимости от состояния рыночной конъюнктуры и сложившихся тенденций в международной торговой практике могут применяться следующие виды цен:

Цены базисные, в основу которых кладутся цены, публикуемые в различных справочниках и прейскурантах. Эти цены обычно отражают общее направление динамики цен за предшествующий период, их можно использовать при заключении контрактов на срочную поставку небольших партий товаров, а при установлении более стабильных торговых связей базисные цены подлежат дальнейшему уторгованию с целью применения различных скидок или надбавок к ним.

Цены биржевые или биржевые котировки - цены на товары, действующие на биржах. Обычно биржи публикуют котировки на начало и конец утреннего и вечернего биржевого торга (сессии), котировки продавцов и покупателей товаров, котировки на товары с немедленной поставкой (слот) и отсрочкой поставки (форвард). Подсчитываются и публикуются средние и другие котировки на каждый день работы биржи. Эти официальные публикации являются основанием для установления цен на аналогичные товары во внебиржевой торговле.

Цены закупочные - вид оптовых цен, по которым в ряде стран осуществляется закупка сельскохозяйственной продукции у государственных, кооперативных и частных сельскохозяйственных предприятий.

Цены каталога (проекта) - разновидность цен, применяемых во внутренней и внешней торговле, в особенности готовыми изделиями, машинами и оборудованием. Эти цены относятся к справочным ценам, близким к ценам производителя, публикуются нерегулярно, как правило, продавцом (экспортером).

Цены монопольные - разновидность рыночных цен товаров в международной торговле, связанная с использованием особых условий производства и реализации, обеспечивающих получение большей прибыли.

В современных условиях ряд новых факторов ведет к ослаблению доли монопольных цен в международной торговле. В условиях НТР постоянно появляются новые виды продукции, зачастую имеющие те же свойства, что и уже производимые. Это обостряет конкурентную борьбу между компаниями различных отраслей. Идет борьба за завоевание определенной части совокупного спроса мирового рынка. Это сужает сферу распространения монопольных цен.

На это же направлена и политика молодых освободившихся стран, препятствующих установлению монопольно высоких цен при покупке товаров у компаний промышленно развитых стран. Особое значение имеет борьба развивающихся стран против монопольно-низких цен на поставляемые ими на мировой рынок сырье и продовольствие.

Цены нетто - чистые цены товара на месте купли-продажи, не включающие скидки и надбавки, связанные с различием базисных условий контракта, субсидии и т.п. Для покупателя - это сумма, фактически уплаченная за продукцию, для продавца - фактическая выручка от продажи товара за вычетом расходов, понесенных в связи с использованием сделки.

Цены оптовые - цены на продукцию при продаже ее крупными партиями предприятиям, фирмам, сбытовым, коммерческим и посредническим организациям, оптовым торговым компаниям. В международной торговле преобладают операции, осуществляемые по экспортным (импортным) оптовым ценам, уровень которых несколько ниже внутренних оптовых цен. Это необходимо учитывать при расчетах и обосновании внешнеторговых цен.

Цены производителя - цены, определяемые предприятием-изготовителем продукции на стадии начала производства и ориентирующаяся на затраты по производству и реализации. Эти цены, как правило, не совпадают с рыночными ценами и отражаются в ценах каталога, проспекта, прейскуранта.

Цены розничные - цены, по которым продукция реализуется мелкими партиями индивидуальным потребителем. Они включают издержки производства и обращения, прибыль предприятий, налоги (в том числе акцизы, налог на добавленную стоимость и т.п.) и складываются с учетом ситуации на рынке, оценки товара конкретным потребителем. Розничные цены обычно выше оптовых, так как включают затраты розничной торговой сети (торговую скидку), те или иные прямые и косвенные налоги.

Цены скольжения - разновидность цен и способ согласования их в контракте, предусматривающем корректировку ранее определенной цены по формуле скольжения. Такие цены особенно часто применяются при купле-продаже продукции с длительными сроками производства. К моменту поставки товара возможны существенные сдвиги в затратах на изготовление, требующие корректировки предварительно согласованной (базисной) цены. В этом случае сторонами оговаривается право корректировки цены по общепринятой формуле скольжения.

Цены фактических сделок (контрактов) - цены купли-продажи продукции на внутреннем или внешнем рынках, фиксируемые сторонами в контрактах. По экономическому содержанию эти цены соответствуют ценам потребления, они отражают конкретные условия реализации продукции и являются важной, достоверной информацией для участников внешнеэкономической деятельности, поскольку это цены реальных операций. Такие цены являются коммерческой тайной партнеров.

Но даже если сведения о заключенных контрактах и публикуются в различных экономических и отраслевых изданиях, то, как правило, без указания многих существенных условий контракта (качественных показателей, условий платежа и др.), что снижает ценность такой информации. По многим товарам потребительского назначения, цены на которые хотя и меняются в зависимости от сорта, качества и других показателей, но все же относительно определены и сопоставимы, получение информации не представляет особых трудностей - здесь могут быть использованы цены реализации товаров на рынке.

Наиболее сложно получить сопоставимую информацию в отношении машин и оборудования, в особенности производственного назначения. Информация о них малодоступна, нерегулярна и относительна. Даже при сравнении цен на однотипное оборудование нужно иметь подробную технико-экономическую характеристику сопоставимых позиций. Надо иметь в виду, что технико-экономические параметры машин и оборудования подвержены частым изменениям.

Цены трансфертные - цены, применяемые корпорациями в сделках между филиалами, подразделениями и подконтрольными фирмами, действующими в одной или разных странах.

Существенное влияние на мировые цены оказывают рост государственного регулирования, а также протекционистские мероприятия во внешней торговле, различного рода количественные ограничения, таможенные пошлины и др., препятствующие выравниванию цен на национальных и мировых рынках. Также действуют и различные внутренние налоги, особенно косвенные, которые намного повышают внутренние цены по сравнению с мировыми. В то же время государство в целях увеличения экспорта выплачивает экспортные премии и осуществляет другие формы субсидирования экспорта, что приводит к искусственному занижению внешнеторговых цен на отдельные товары. Получившие в послевоенные годы широкое распространение государственные займы и субсидии также влияют на внешнеторговые цены, поскольку при поставках товаров в счет займов страны — кредиторы, как правило, завышают цены.

Хотя основой ценообразования на мировом рынке является интернациональная цена производства, это не означает, что потребительская стоимость товара не отражается на цене. Покупателя товара, прежде всего, интересуют его потребительские свойства, и при прочих равных условиях он предпочтет товар с лучшими свойствами.

5.2.6. Базисные условия поставки

При определении в контракте купли-продажи базисных условий поставки решаются такие вопросы, как:

- кто представляет транспортные средства для поставки товара;
- кто оформляет таможенную очистку на вывоз и ввоз товара;
- кто обеспечивает получение лицензии;

- когда переходит риск случайной гибели или повреждения товара с продавца на покупателя;
- в какой момент обязательства поставки товара продавцом считаются выполненными.

Базисные условия поставки определяют, кто несет расходы, связанные с транспортировкой товара от экспортера к импортеру. Те расходы, которые несет экспортер, включаются в цену товара. Они называются базисными потому, что устанавливают базис поставки товара и оказывают влияние на уровень цены товара. Эти расходы весьма разнообразны и составляют иногда 40 - 50 % цены товара.

Применяемый при обозначении базисных условий термин *«франко»* «свободно» означает, что импортер свободен от риска и всех расходов по доставке товара до пункта, обозначенного словом «свободно».

Законодательства разных стран по-разному трактуют отдельные торговые термины, регламентируют переход права собственности, риска случайной гибели или случайного повреждения. Конкретизацию трактовки и толкования отдельных торговых терминов можно найти в Международных правилах по толкованию торговых терминов – Incoterms, действующих в настоящее время в редакции 2000 г., составленных и опубликованных Международной торговой палатой. С правовой точки зрения, Инкотермс представляет собой свод правил, имеющих факультативный характер. Коммерсанты, желающие использовать настоящие правила, должны предусматривать, что их договоры будут регулироваться положениями «Incoterms 2000».

При выборе того или иного базисного условия торговые партнеры должны стремиться избежать потерь, возможных при изменении фрахтовых ставок в период между заключением сделки и поставкой товара. Они могут согласовываться между сторонами при заключении каждого контракта.

Правила толкования терминов приведены применительно к распределению прав и обязанностей сторон (от наименее обременительного для продавца термина «с завода» - «Exworks» до наиболее обременительной для него группы терминов D), они охватывают 13 терминов

Группа E - отгрузка

EXW с завода

Группа F - основная перевозка не оплачена

FCA франко-перевозчики

FAS свободно вдоль борта судна

FOB свободно на борту

Группа C - основная перевозка оплачена

CFR стоимость и фрахт

CIF стоимость, страхование и фрахт

CPT перевозка оплачена до

CIP перевозка и страхование оплачены до

Группа D - прибытие

DAF поставка на границе

DES поставка с судна

DEQ поставка с причала

DDU поставка без оплаты таможенных пошлин

DDP поставка с оплатой таможенных пошлин.

Другой важной особенностью документа «Incoterms» является приведенная во Введении классификация терминов в зависимости от способов транспортировки товара, что позволяет сделать наиболее точный выбор договаривающимся сторонам того или иного термина:

- Любой вид транспорта, включая смешанный: EXW, FCA, CPT, C1F, DAF, DDU, DDP
- Воздушный транспорт: FCA.
- Железнодорожный транспорт: FCA, FAS, FOB, CIF, CFR, C1F, DES, DEQ.

Намерение приспособить «Incoterms» к все возрастающему использованию средств компьютерной связи явилось основной причиной их пересмотра в 2000 г.

Другой причиной разработки новой редакции явилось изменение способов транспортировки, использование контейнеров, смешанных перевозок с использованием автомобильного и железнодорожного транспорта в перевозках на короткое расстояние. Характерным для новой редакции явилось группирование обязательства сторон по всем терминам по десяти основным направлениям: с каждой обязанностью продавца «зеркально» соотносятся соответствующие обязанности покупателя по тем же направлениям.

Следует иметь в виду, что риск гибели или повреждения товаров, так же как и обязанности по оплате соответствующих расходов, переходят с

продавца на покупателя с момента выполнения продавцом обязанности по поставке товара.

Рассмотрим толкование отдельных терминов подробнее:

«С завода» EXW (с указанием пункта)

Этот термин означает, что продавец выполняет свое обязательство по поставке, когда он передает товар в распоряжение покупателя на своем предприятии (заводе, фабрике, складе...). Он не отвечает за погрузку товара на транспортное средство, предоставленное покупателем, а также за таможенную очистку товара для вывоза. Это базисное условие неприменимо, если покупатель не в состоянии осуществить сам или обеспечить выполнение экспортных формальностей, и использоваться в этом случае должен термин FCA

Продавец должен предоставить товар в упакованном виде в распоряжение покупателя в указанный в договоре пункт поставки и в срок, направить покупателю извещение о дате и месте, когда товар предоставлен в распоряжение покупателя, нести все расходы, связанные с проверкой товара (проверка качества, измерение, взвешивание, подсчет).

«Франко-перевозчик» FCA (с указанием пункта)

Этот термин означает, что продавец считается выполнившим свое обязательство по поставке товара, прошедшего таможенную очистку для вывоза, с момента передачи его в распоряжение перевозчика в обусловленном пункте. «Перевозчик» означает любое лицо, которое на основании договора перевозки обязуется осуществить или обеспечить перевозку товара любым видом транспорта. Это может быть также экспедитор.

Экспортер обязан обеспечить представление за свой счет и риск любых экспортных лицензий и иных официальных разрешений, а также осуществить выполнение всех таможенных формальностей, необходимых при вывозе товара, передать товар перевозчику (при перевозке по железной дороге погрузить товар в вагон или контейнер). Поставка считается завершенной, когда:

- загруженный вагон или загруженный контейнер принимается железной дорогой;
- с момента погрузки товара на автотранспортное средство, предоставленное покупателем;

- при перевозке морским путем, в случае если товар составляет полную контейнерную партию;
- с момента передачи товара воздушному перевозчику или лицу, действующему по его поручению.

Экспортер также несет все расходы по оплате таможенных формальностей, а также по уплате налогов, пошлин и иных сборов, уплачиваемых при вывозе.

Импортёр за свой счет заключает договор перевозки от поименованного пункта, сообщить экспортеру наименование перевозчика, способ транспортировки, а также дату или период поставки товара, несет все расходы по оплате налогов, пошлин и иных сборов, а также уплачиваемых при импорте расходов по выполнению таможенных формальностей.

«Свободно вдоль борта судна» FAS (наименование порта отгрузки)

Это базисное условие поставки означает, что продавец считается выполнившим свое обязательство по поставке, когда товар размещен вдоль борта судна на причале или на лихтерах в согласованном пункте отгрузки.

На покупателя возлагается обязанность по очистке товара от пошлин для его вывоза.

Экспортер обязан поставить товар вдоль борта судна в определенное покупателем место погрузки в указанном порту отгрузки в установленную дату или срок в соответствии с обычаями порта. Известить об этом импортера, оказать импортеру по его просьбе на его риск и за его счет полное содействие в получении экспортной лицензии.

Импортёр обязан получить экспортные или импортные лицензии, выполнить все таможенные формальности, необходимые для вывоза или ввоза товара, уплатить все налоги и сборы, а также расходы по выполнению таможенных формальностей, заключить за свой счет договор перевозки товара от согласованного порта отгрузки.

«Свободно на борту» FOB (наименование порта отгрузки)

Это условие означает, что продавец считается выполнившим свое обязательство по поставке с момента перехода товара через поручни судна в порту отгрузки. На продавца возлагаются обязанности по очистке товара от пошлин для его экспорта.

Экспортер обязан поставить товар в соответствии с условиями договора, представить коммерческий счет, получить на свой риск и за свой счет экспортную лицензию, выполнить все таможенные формальности,

необходимые для вывоза товара, погрузить товар на борт судна, названного импортером в указанном порту отгрузки в установленную дату или срок в соответствии с обычаями порта, известить импортера о погрузке товара на судно, доставить импортеру транспортные документы.

Импортер обязан получить импортную лицензию, выполнить все таможенные формальности, необходимые для ввоза товара, заключить за свой счет договор перевозки, известить экспортера о названии судна, месте погрузки и о необходимой дате поставки товара

«Стоимость и фрахт» CFR (наименование порта назначения)

Это условие означает, что продавец обязан оплатить расходы и фрахт, необходимые для доставки товара в указанный порт назначения. По условиям CFR на продавца возлагаются обязанности по очистке товара от пошлин для его вывоза. При перевозках на условиях ролл-он или ролл-офф или в контейнерах более целесообразно применение условия СРТ.

Экспортер обязан поставить товар с представлением коммерческого счета, получить экспортную лицензию, выполнить все таможенные формальности, необходимые для вывоза товара, заключить за свой счет на обычных условиях договор перевозки до согласованного порта назначения, погрузить товар на борт судна в порту отгрузки в установленную дату и срок, известить импортера о погрузке товара на судно, представить импортеру за свой счет обычный транспортный документ, выписанный на согласованный порт назначения.

Импортер обязан получить импортную лицензию, выполнить все таможенные формальности, необходимые для ввоза товара, принять поставку товара, принять транспортный документ от экспортера.

«Стоимость, страхование и фрахт» CIF (наименование порта назначения)

Это условие означает, что продавец несет все те же обязанности по поставке, что и по условиям «CFR», но он должен еще обеспечить морское страхование от рисков гибели или повреждения товара во время перевозки. Он заключает договор страхования и выплачивает страховщику страховую премию.

Экспортер обязан поставить товар, получить экспортную лицензию, заключить договор перевозки на обычных условиях, обеспечить страхование груза на условиях «свободно от частной аварии» на 100 или более процентов стоимости товара в валюте договора купли-продажи, погрузить товар на

борт судна в порту отгрузки в установленную дату или срок, известить импортера о погрузке товара на борт судна.

Импортер обязан получить импортную лицензию для ввоза товара, выполнить все таможенные формальности, необходимые для ввоза товара, принять товар от перевозчика в указанном порту назначения, принять транспортный документ и документ о страховании.

«Перевозка оплачена до» CPT (наименование пункта назначения)

Это условие поставки означает, что продавец оплачивает фрахт за перевозку товара до указанного места назначения. Перевозчиком может быть любое лицо, которое обязуется осуществить перевозку. В обязанность продавца входит осуществление необходимой для вывоза таможенной очистки.

Экспортер обязан поставить товар с представлением коммерческого счета, получить экспортную лицензию, выполнить таможенные формальности по вывозу, заключить договор перевозки на обычных условиях, передать товар в распоряжение перевозчика для его транспортировки в согласованный пункт назначения в установленную дату или согласованный период, известить импортера о поставке товара, представить импортеру обычный транспортный документ.

Импортер обязан получить импортную лицензию, выполнить все таможенные формальности, необходимые для ввоза, принять поставку товара, принять транспортный документ.

«Провозная плата и страхование оплачены до» CIP (наименование пункта назначения)

Это условие означает, что продавец несет те же обязанности, что и согласно условию «СРТ», но с тем дополнением, что продавец должен обеспечить транспортное страхование от рисков гибели или повреждения товара во время транспортировки. Продавец заключает договор страхования и оплачивает страховую премию. Продавец обязан обеспечить таможенную очистку товара для экспорта. Покупатель должен принять к сведению, что согласно термину CIP от продавца требуется лишь обеспечение страхования на минимальных условиях.

«Поставка до границы» DAF (наименование пункта поставки на границе)

Это условие означает, что обязанности продавца по поставке товара считаются выполненными, когда товар, очищенный от пошлин для вывоза,

прибывает в указанный пункт или место на границе, однако до поступления товара на таможенную границу принимающей страны.

Применение этого условия рекомендуется чаще всего при перевозке товара по железной дороге или автомобильным транспортом.

Экспортер обязан поставить товар с представлением коммерческого счета, получить экспортную лицензию, выполнить все таможенные формальности, необходимые для очистки ввозимого товара в указанном месте поставки на границе или для транзита товара через третьи страны, заключить договор перевозки, передать товар в распоряжение импортера в согласованном пункте на границе в установленную дату или период, известить импортера о поставке товара на границе, представить обычный транспортный документ, обеспечить импортера по его просьбе, на его риск и за его счет, обычно получаемым в стране отправления сквозным транспортным документом на перевозку товара от пункта отправления в этой стране до указанного покупателем пункта конечного назначения в стране ввоза.

Импортер обязан получить импортную лицензию, выполнить все таможенные формальности для очистки ввозимого товара в согласованном месте поставки на границе, принять поставку, принять транспортный документ.

«Поставка с судна» DES (наименование порта назначения)

Это условие поставки означает, что продавец считается выполнившим свои обязанности по поставке товара с момента предоставления неочищенного от таможенных пошлин при ввозе товара в распоряжение покупателя в согласованном порту назначения.

Экспортер обязан поставить товар и представить коммерческий счет, получить необходимую экспортную лицензию, выполнить таможенные формальности, необходимые при вывозе товара, заключить договор перевозки до согласованного места в порту назначения, предоставить в распоряжение импортера на борту судна в пункте разгрузки а указанном порту назначения без таможенной очистки товара для ввоза, чтобы иметь возможность удалить товар с судна разгрузочными средствами, соответствующими характеру товара, известить импортера о предполагаемой дате прибытия обозначенного судна, представить импортеру деливери-ордер и/или обычный транспортный документ (коносамент).

Импортёр обязан получить импортную лицензию, выполнить таможенные формальности, необходимые для ввоза товара, принять поставку.

«Поставка с пристани (с оплатой пошлины)» DEQ (наименование порта назначения)

Это условие означает, что продавец считается выполнившим свои обязанности по поставке товара с момента предоставления очищенного от таможенных пошлин при ввозе товара в распоряжение покупателя на пристани (причале) в согласованном порту назначения. Это условие неприменимо, если продавец не в состоянии получить импортную лицензию. Можно заменить условие «с оплатой пошлины» условием «без оплаты пошлины» по согласованию сторон.

Экспортёр обязан поставить товар, получить экспортную и импортную лицензии, выполнить все таможенные формальности для очистки товара как при вывозе, так и при ввозе, заключить договор перевозки до указанной пристани в согласованном порту назначения, передать товар импортёру, известить импортёра о прибытии указанного судна, представить импортёру транспортный документ, который может потребоваться импортёру, чтобы принять поставку и взять товар с пристани.

Импортёр обязан по просьбе экспортёра оказать содействие в получении импортной лицензии или иного официального разрешения, необходимого для ввоза товара, принять поставку товара, принять транспортный документ.

«Поставка без оплаты пошлины» DDU (наименование пункта назначения)

Это условие означает, что продавец считается выполнившим свои обязанности с момента доставки товара в согласованный пункт в стране ввоза.

Экспортёр обязан поставить товар и предъявить коммерческий счёт импортёру, получить экспортную лицензию, выполнить все таможенные формальности, необходимые для вывоза товара, заключить договор перевозки до места в пункте назначения, передать товар в распоряжение импортёра, известить об отправке товара, представить деливери-ордер или иной обычный транспортный документ, необходимый импортёру для приема товара.

Импортёр обязан получить на свой риск и за свой счёт импортную лицензию, выполнить все таможенные формальности, необходимые для ввоза товара, принять транспортный документ.

«Поставка с оплатой пошлины» DDP (наименование пункта назначения)

Это условие означает, что продавец считается выполнившим свои обязанности с момента предоставления товара покупателю в согласованном пункте в стране ввоза. Это условие содержит максимальные обязанности продавца. Его нельзя использовать, если продавец прямо или косвенно не может обеспечить получение импортной лицензии, его следует заменить на термин DDU, оплатить пошлину на импорт.

Импортёр обязан по просьбе экспортера на его риск и за его счёт предоставить ему содействие в получении импортной лицензии для ввоза товара. В остальном — как и по термину DDU.

Следует иметь в виду, что возможна также ситуация, когда покупатель согласно термину EXW хочет получить товар на складе продавца, или согласно термину FAS хочет получить его вдоль борта судна при обеспечении продавцом таможенной очистки. В этом случае в соответствующем торговом термине должно быть добавлено «с оплатой таможенных сборов для вывоза». С другой стороны, если продавец готов поставить товар на условиях DEQ, но не принимает на себя обязанности по уплате таможенных или иных официальных пошлин и расходов, связанных с ввозом товаров, в термине DEQ должно быть добавлено «без оплаты пошлин».

«Incoterms 2000» распределяет все обязанности, которые должны нести экспортер и импортёр по 10 пунктам при любых базисных условиях поставки (таб. 5.1.)

Таблица 5.1. Пошаговое распределение обязанностей продавца и покупателя в «Incoterms 2000»

Группа А. «Обязанности Продавца»	Группа Б. «Обязанности Покупателя»
1. Предоставление товара в соответствии с условиями договора.	1. Уплата цены.
2. Лицензии, разрешения и иные формальности.	2. Лицензии, разрешения и иные формальности.
3. Договор перевозки и страхования.	3. Договор перевозки.
4. Поставка.	4. Принятие поставки.
5. Переход рисков.	5. Переход рисков.
6. Распределение расходов.	6. Распределение расходов.
7. Извещение покупателя.	7. Извещение продавца.
8. Доказательства поставки, транспортные документы или заменяющие их средства компьютерной связи.	8. Доказательство поставки, транспортные документы.
9. Проверка, упаковка, маркировка.	9. Инспектирование товара.
10. Другие обязанности.	10. Другие обязанности.

Подводя итог этого раздела контракта, стоит отметить следующие положения:

В «Incoterms» не содержится строгих положений о моменте перехода права собственности на товар, поэтому это условие целесообразно специально предусматривать в контракте, используя предельно корректные формулировки.

Риски гибели или повреждения, также как и обязанности по оплате соответствующих расходов, переходят с продавца на покупателя с момента выполнения продавцом обязанности по поставке товара. При этом надо иметь в виду, что если товар подлежит сдаче в месте нахождения продавца, то сдача товара перевозчику рассматривается как сдача товара покупателю. Если же товар должен быть сдан в месте нахождения покупателя, то право собственности переходит на покупателя в момент сдачи перевозчиком товара покупателю в таком месте.

Законодательство различных стран неодинаково регламентирует переход права собственности. Существуют два подхода:

1) право собственности переходит с продавца на покупателя «по одному соглашению» (Англия, США, Франция),

2) право собственности переходит с продавца на покупателя «с передачей вещи» (Германия, Швейцария, Россия, Украина и др. государства СНГ).

Важные правила, касающиеся риска случайной гибели и повреждения товара, содержатся в специальной главе Венской Конвенции. Согласно статье 77 утрата или повреждение товара, после того как риск перешел на покупателя, не освобождает его от обязанности уплатить цену, если только утрата не была вызвана действиями или упущениями продавца.

5.2.7. Условия платежа

В этом разделе внешнеторгового контракта купли-продажи устанавливаются: валюта платежа, срок платежа, способ платежа и формы расчетов, гарантии выполнения сторонами платежных обязательств.

Определение **валюты цены** является очень важным условием контракта. Валюты не равноценны по своему качеству: есть сильные, устойчивые валюты и слабые валюты.

Если цена импортного контракта будет установлена в сильной валюте, чтобы компенсировать потери, следует потребовать от продавца сделать скидку с цены или же уступку по другим условиям контракта. В экспортном же контракте, если цена установлена в соответствии с интересами импортера, т. е. в слабой валюте, продавцу следует повысить цену товара.

Валюта платежа может совпадать с валютой цены, а может и не совпадать. В последнем случае в контракте указывается курс, по которому валюта цены будет переведена в валюту платежа. Обычно перевод осуществляется по курсу, действующему в стране, где находится плательщик. Однако стороны могут договориться использовать обменный курс страны, где расположен покупатель, или же третьей страны. Могут также быть детализированы источники информации об обменном курсе по кругу организаций, то есть непосредственно в контракте может быть указан обменный курс, используемый на дату платежа определенным финансовым учреждением.

Например:

«Платеж за проданный по настоящему контракту товар будет произведен в швейцарских франках. Пересчет цены контракта (доллар США) в швейцарские франки будет произведен по среднему курсу Центрального швейцарского банка на день платежа».

При импорте из развивающихся стран, имеющих замкнутые валюты, цена фиксируется в СКВ из числа 5-6 валют основных промышленно развитых стран.

К числу валют, наиболее часто используемых в расчетах по внешней торговле, относятся доллар США (60%), немецкая марка (15%), фунт стерлингов (7,5%), французский франк (6%), швейцарский франк (6%) и японская иена (5,5%).

Срок платежа может быть установлен несколькими способами:

- на конкретную дату;
- в количестве дней от/до момента поставки;
- в зависимости от прочих условий;
- смешанная формулировка.

Если срок не установлен, то платеж производится через определенное число дней после уведомления продавцом покупателя о том, что товар предоставлен в его распоряжение.

Способ платежа показывает, когда производится оплата за товар по отношению к моменту его фактической поставки. Существует три способа платежа: авансовый платеж, платеж наличными, платеж в кредит. В международном платежном обороте наличные денежные знаки практически не используются, понятие «наличный платеж» используется как противовес авансовому платежу и платежу в кредит.

Платеж наличными производится через банк в полном объеме в момент совершения сделки, то есть от момента готовности товара к реализации до момента его перехода в распоряжение покупателя. Наличный платеж, в зависимости от избранной сторонами в контракте формы расчетов, производится, если импортер получил:

- от продавца извещение о готовности товара к отгрузке;
- от капитана судна телеграфное извещение об окончании погрузки товара на борт судна в порту отправления;
- получил комплект товарных документов и право отсрочки оплаты на несколько часов или дней, если перед этим он предоставил банковские гарантии оплаты.

Для экспортера в данном случае наиболее выгодным является первое условие, для импортера – последнее.

Авансовый платеж предусматривает выплату покупателем согласованных в контракте сумм до передачи товарораспорядительных

документов и самого товара в распоряжение покупателя, а иногда – до начала выполнения заказа по его производству.

Авансовый платеж играет двойную роль. С одной стороны, авансом импортер кредитует экспортера, с другой стороны, обеспечивает выполнение обязательств импортера по контракту, если после выполнения контракта он отказывается от приемки заказанного товара, экспортер может использовать аванс на покрытие своих убытков.

Сумма аванса определяется в процентах к общей стоимости контракта, его размер зависит от целей аванса, характера и новизны товара, его стоимости и других условий.

Обычно покупатель, выплачивая аванс, требует от продавца банковской гарантии, на случай, если последний не выполнит условий контракта.

Платеж в кредит предусматривает, что покупатель оплачивает сумму, оговоренную в контракте, через какое-то время после поставки товара. В данном случае продавец предоставляет покупателю коммерческий кредит. По срокам коммерческие кредиты делятся на краткосрочные (до одного года), среднесрочные (от одного до пяти лет) и долгосрочные (свыше десяти лет).

Коммерческий кредит предусматривает уплату покупателем процентов за пользование кредитом. В параграфе «Условия платежа» контракта оговариваются: стоимость кредита, выраженная в процентах годовых, срок использования кредита, льготный период, в течение которого по кредиту не производится погашение процентов и другие условия.

Кредит предоставляется не на всю сумму контракта, размер кредита определяется в зависимости от сроков окупаемости затрат покупателя на приобретение кредитуемого товара.

Коммерческий кредит во внешнеторговых сделках всегда сопровождается предоставлением гарантий платежа. Гарантами могут быть банки, страховые компании, правительственные учреждения.

Коммерческий кредит предоставляется только при наличии у продавца достаточного резервного капитала. При этом максимальный размер кредита не должен превышать 10% стоимости капитала покупателя. Обозначенный размер кредита обусловлен размером максимально возможной гарантии банка. В таких случаях банк-гарант оценивает

стоимость активов покупателя с позиции возмещения своих расходов в случае его неплатежеспособности по внешнеторговой сделке.

Иногда, в крупномасштабных сделках с предоставлением кредита в контракте в случае неплатежеспособности покупателя оговариваются условия возмещения убытков продавцу за счет имущества покупателя. Такие условия имеют место, когда продавец заинтересован в создании дочерней фирмы данной направленности на территории страны покупателя.

Широкое распространение в практике внешней торговли коммерческого кредита обуславливает использование таких специфических кредитных *средств платежа*, как чеки и векселя.

Наиболее распространенной формой кредита в мировой практике является кредит, возврат которого обеспечивается векселем. Такой кредит достаточно прост в оформлении и довольно надежен для экспортера. Различают переводные векселя (тратты) и простые векселя.

Платежи в кредит в соответствии со сложившимися нормами и обычаями во внешней торговле используются, прежде всего, при реализации машин и оборудования, что вызвано конкуренцией. При их продаже широко практикуется также и получение аванса. Обычно в этих случаях контракт вступает в силу после перевода покупателем аванса, который должен быть выплачен, как правило, в течение 30 - 90 дней с даты подписания контракта (аванс - до 20% суммы сделки, наличными - 10 - 15%, в кредит - 70 - 85%).

Основными *формами международных расчетов* при осуществлении внешнеторговых операций являются:

- банковский перевод;
- документарное инкассо;
- документарный аккредитив;

Выбор формы расчетов определяют следующие факторы:

- вид товара, который является объектом ВТО;
- уровень спроса и предложения по данному товару на мировом рынке;
- сроки поставки;
- наличие кредитного соглашения;
- платежеспособность и деловая репутация контрагентов, которые определяют характер компромисса между ними;
- технические возможности банков;
- уровень развития банковских систем стран контрагентов.

При выборе формы расчета следует также учитывать национальное законодательство, которое регламентирует формы и сроки проведения

международных расчетов. Так, в Украине это Закон «О банках и банковской деятельности», Закон «О внешнеэкономической деятельности», другие законодательные акты и нормативные документы Кабинета министров и Национального банка Украины относительно проведения международных расчетов.

Сегодня наиболее распространенными в Украине являются такие формы расчетов, как банковский перевод, документарное инкассо, документарный аккредитив.

Банковский перевод – это операция банка по исполнению поручения клиента по переводу денег в другой (заграничный) банк для исполнения его платежных обязательств (рис. 5.1.).

При банковском переводе участие банка в расчетах минимально и заключается в исполнении платежного поручения клиента

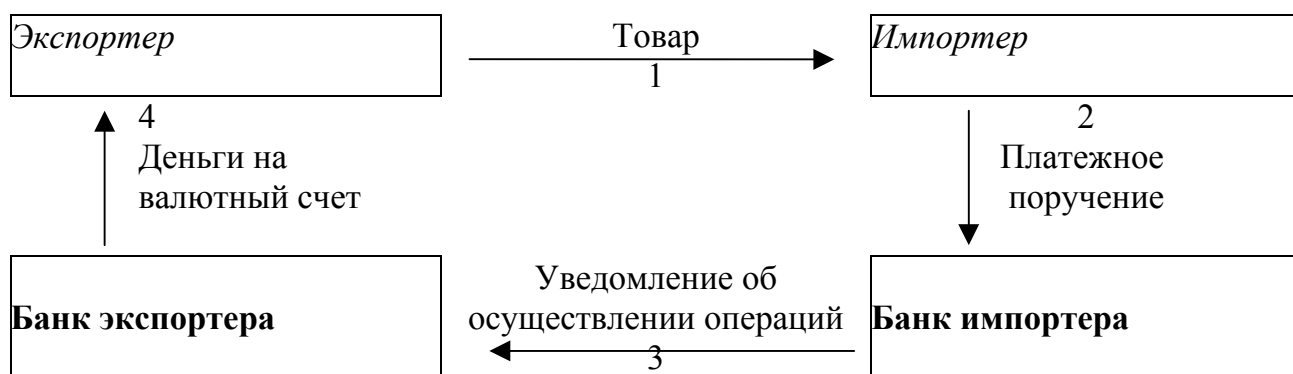


Рисунок 5.1. Схема банковского перевода по факту поставки

Документарное инкассо – это поручение экспортера своему банку получить от импортера непосредственно или через другой банк определенную сумму или подтверждение о том, что эта сумма будет оплачена в установленные контрактом сроки (рис. 5.2.).

В этом случае банк действует как доверенное лицо и посредник между экспортером и импортером. Банк экспортера полностью берет на себя организацию документооборота по акцепту или переводу денег. По поручению экспортера он представляет импортеру документы, которые свидетельствуют об исполнении контракта экспортером и инкассирует положенную сумму или получает акцепт по векселю. Без оплаты или акцепта импортер не сможет получить отгруженный товар.

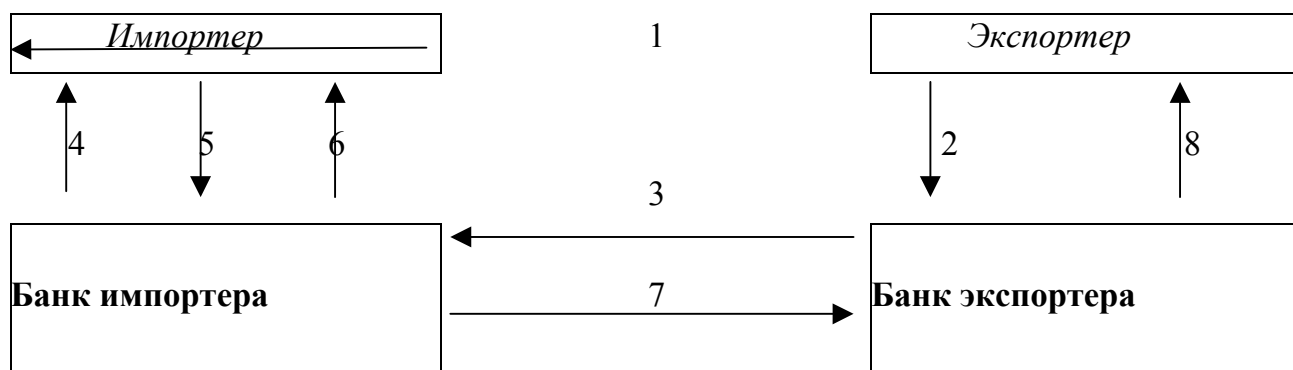


Рисунок 5.2. Схема осуществления документарного инкассо

где:

- 1 – отгрузка товара;
- 2 – передача документов для инкассового поручения;
- 3 – поручение на инкассо;
- 4 – уведомление импортера о получении документов;
- 5 – оплата документов;
- 6 – передача документов импортеру;
- 7 – уведомление банка о переводе денег;
- 8 – зачисление средств на валютный счет экспортера.

Документы, которые прилагаются к инкассо:

- Счет-фактура.
- Коносамент.
- Страховой сертификат / полис
- Авианакладная.
- Расписка экспедитора.
- Сертификат происхождения.
- Ж/д накладная.
- Упаковочная опись.

Использовать в контракте платеж в инкассовой форме рекомендуется, если между продавцом (экспортером) и покупателем (импортером) существуют доверительные отношения; не вызывает никакого сомнения готовность и способность импортера произвести платеж; экономические и правовые условия в стране импортера стабильны; международному платежному обороту страны импортера не препятствуют или не угрожают валютный контроль или подобные ограничения.

Платеж в инкассовой форме требует меньших по сравнению с аккредитивом затрат и предполагает передачу экспортером поручения

своему банку на получение от импортера определенной суммы платежа против предъявления ему соответствующих товарных документов, также векселей, чеков и других подлежащих оплате документов.

Например:

«Платеж за проданный и отгруженный по настоящему контракту товар будет произведен наличными в инкассовой форме через банк. Покупатель обязан в течение _____ дней акцептовать полученный им от банка комплект товарораспорядительных документов, обусловленных в контракте, и дать согласие банку на оплату поставленной партии товара».

На практике можно несколько видоизменить инкассовую форму обязать импортера по контракту произвести оплату против телеграфного извещения банка экспортера о принятии им на инкассо товарных документов и об отсылке их банку импортеру (телеграфного инкассо с последующим акцептом). Можно получить обязательство банка по отношению к экспортеру о производстве своевременной и надлежащей оплаты представленных им товарных документов, Это повышает надежность получения оплаты за поставленный товар. Можно обязать импортера представить гарантии банку об оплате в пределах определенной суммы. Эти изменения приближают инкассовую форму расчета к аккредитивной.

Недостатки документарного инкассо:

для экспортера

- импортер может акцептовать вексель по инкассо, но не оплачивать его;
- импортер может оказаться неспособным оплатить инкассо против документов, и экспортер вынужден будет решать проблемы по возврату отгруженных товаров;
- высокая плата за инкассо и пересылку документов;

для импортера

- импортер не может проверить качество, количество, комплектность товара до платежа/акцепта;

Аккредитив – расчетный документ, представляющий собой поручение одного банка другому провести оплату товарно-транспортных документов за отгруженные товары или предоставленные услуги за счет заранее предусмотренных источников средств (рис. 5.3.).

Аккредитив является наиболее приемлемым для экспортера.

Во внешнеторговых операциях используется только безотзывный аккредитив.

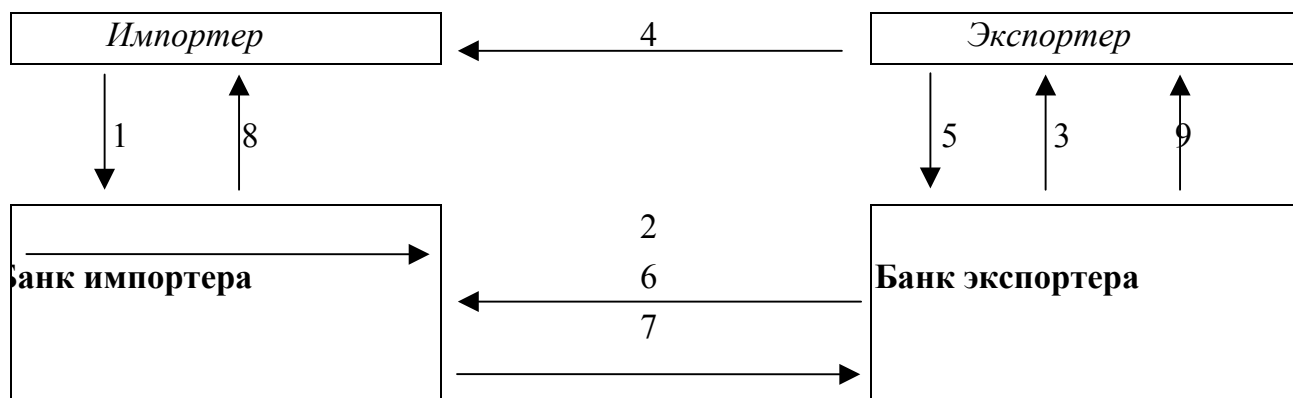


Рисунок 5.3. Схема осуществления подтвержденного документарного аккредитива

где:

- 1 – импортер поручает своему банку открыть аккредитив в пользу экспортера;
- 2 – авизо банку экспортера об открытии аккредитива;
- 3 – авизо экспортеру об открытии аккредитива;
- 4 – отгрузка товара;
- 5 – передача документов об отгрузке в банк;
- 6 – пересылка документов из банка в банк;
- 7 – оплата; 8 – передача документов импортеру;
- 9 – зачисление средств на счет экспортера.

По степени банковского обеспечения аккредитив может быть подтвержденным и неподтвержденным. При неподтвержденном аккредитиве гарантом платежа выступает только банк импортера. При открытии подтвержденного аккредитива банк импортера одновременно переводит исполняющему (т. е. оплачивающему) банку соответствующие валютные средства в форме аккредитива, являющиеся обеспечением и источником платежа по данному аккредитиву. При подтвержденном аккредитиве экспортер имеет твердое обязательство двух банков по платежу

Документарный аккредитив – это денежное обязательство банка, которое выставляется на основе поручения его клиента-импортера в пользу экспортера.

Например:

«Платеж за проданный товар осуществляется в полной стоимости наличными в течение 10 дней по представлению в банк указанного в контракте комплекта документов. Платеж производится в аккредитивной форме. Покупатель обязуется в течение ____ дней после получения телеграфного извещения Продавца о готовности товара к отгрузке открыть за свой счет в ДГРУ АК ПИБ Украины, г. Донецк, или в первоклассном банке - корреспонденте АК ПИБ Украины безотзывный, подтвержденный и делимый аккредитив в пользу Продавца на полную сумму запроданного товара сроком действия ____ дней. Оплата с аккредитива производится за каждую партию отгруженного товара в течение срока, установленного в контракте на поставку всей партии проданного товара против представления комплекта документов».

Следует обратить внимание экспортера, что если иного не устанавливается в контракте, то представляемые в комплекте документы об отгрузке товара должны быть оформлены на дату не позднее 21 дня с момента отгрузки. В противном случае банк может такие документы не принять и, следовательно, задержать платеж.

Сроки открытия и действия аккредитива зависят от характера товара (сырье, продовольствие, машины и оборудование и т.д.), условий его хранения и транспортировки, и так же, как сумма аккредитива, предусматриваются в контракте.

При соответствии условий аккредитива условиям контракта экспортер отгружает товар и предъявляет в банк, авизовавший его, указанные в аккредитиве документы. Банк проверяет соответствие документов по внешним формальным признакам тех документов, которые указаны в аккредитиве. Если при этом обнаружены какие-либо несоответствия, банк не позднее следующего дня возвращает документы на переоформление.

Если условия, указанные в аккредитиве и контракте, имеют расхождения, продавец должен в течение трех рабочих дней обратиться в банк и через него потребовать от покупателя привести их в соответствие с условиями контракта. Если этого не произойдет, считается, что он принял условия аккредитива. Экспортер посылает импортеру просьбу об открытии аккредитива. В заявке на открытие аккредитива должно быть указано:

- наименование и адрес экспортера (бенефициара);
- сумма аккредитива, тип аккредитива;
- будет ли этот аккредитив использован посредством платежа, акцепта или учета;
- сторона, на которую должны быть выписаны тратты (векселя);

- будут ли тратты векселями на предъявителя или срочными векселями (для срочных векселей указать срок);
- краткое описание товаров;
- подробные сведения о требуемых документах;
- место отгрузки и место назначения;
- должен ли фрахт готовиться экспортером;
- должны ли товары перегружаться в пути;
- самая последняя дата отгрузки;
- самая последняя дата выставления коносамента или другого транспортного документа, после которой экспортер должен представить тратту для платежа, акцепта или учета;
- дата и место погашения аккредитива;
- какова форма авизо аккредитива (авиапочтой, телеграфом и т. д.).

Имеется стандартная банковская форма обращения об открытии аккредитива, которую приказодатель (покупатель) должен подписать.

В заявлении на открытие аккредитива указывают, что настоящий аккредитив подчиняется «Унифицированным правилам и обычаям для документарных аккредитивов» в редакции 1993 г. Публикация МТП № 500. Заявление подписывается лицами, имеющими право подписи платежных документов. Банк после проверки возвращает один экземпляр заявления приказодателю с распиской о принятии к исполнению поручения об открытии аккредитива.

Можно договориться с импортером об открытии им аккредитива для оплаты еще не отгруженного товара - аккредитива с «красной» оговоркой. Его называют иногда «досрочно открываемый аккредитив». Он предназначен для содействия экспортеру в производстве или заготовке проданного товара. Платеж в этом случае производится в период до отгрузки товара и против иных, нежели погрузочные, документов. Например, складской (свидетельствующей о существовании товара) или экспедиторской расписки (подтверждающей, что товар был принят к перевозке), либо квитанции, подтверждающей отправку товара воздушным транспортом. «Красная» оговорка является специальной льготой для экспортера. Выплата аванса, как правило, производится против квитанции (расписки) о получении.

Продавец обязуется представить предусмотренные аккредитивом документы в установленный срок.

Сумма аккредитива и указанное в нем количество товара могут иметь оговорки «приблизительно», «около», при этом допускаются отклонения в размере 10%. В том случае, если в аккредитиве нет указания, что отклонения не допускаются, то количество товара может быть изменено в пределах $\pm 5\%$, но с обязательным условием, что сумма требований не будет превышать сумму аккредитива. Эти отклонения не допускаются, если в аккредитиве указывается определенное число упаковочных единиц или же товар поставляется в штуках.

Целесообразно договориться с импортером о включении в контракт условия о том, какая из сторон берет на себя расходы по открытию аккредитива. Это существенное условие, так как стоимость аккредитива значительно выше стоимостей других форм расчетов, в нее включаются следующие элементы:

Банк назначает комиссию и сборы за открытие аккредитива и проведение по нему операций. Они должны покрыть затраты труда и являются также вознаграждением за предоставление кредита и связанный с этим риск. По существу речь идет о следующем:

- комиссия за открытие, рассчитанная поквартально;
- комиссия за подтверждение по безотзывным подтвержденным аккредитивам, рассчитанным поквартально;
- комиссия за авизование при уведомлении об аккредитиве без обязательств или за открытие отзывного аккредитива, рассчитанная без учета срока;
- комиссия за изменение аккредитива;
- комиссия за платеж, за проверку и оплату документов;
- комиссия за отсрочку платежа (акцептная комиссия) в случае, когда платеж производится только при наступлении срока;
- возможные телеграфные, авиапочтовые расходы, а также другие возникшие накладные расходы ставятся в счет дополнительно.

Аккредитивная форма расчетов является самой дорогой и используется при осуществлении крупных поставок

В контракте устанавливается *перечень документов*, которые входят в комплект, представляемый экспортером импортеру для получения платежа. Набор документов зависит от товара, базисного условия поставки, сроков платежа. Количество экземпляров каждого документа также оговаривается в контракте. Иногда импортер требует от экспортера сертификат

происхождения товара, который выдается торгово-промышленной палатой, и консульскую фактуру за счет импортера.

Например:

«Платеж с аккредитива производится против представления следующих документов:

- а) коммерческий счет-фактура в четырех экземплярах;
- б) полный комплект оригинала чистых бортовых коносаментов, составленных в порту отгрузки по распоряжению Покупателя;
- в) сертификат качества завода-изготовителя или гарантийное письмо продавца, из которого следует, что качество поставленной партии товара соответствует договорному, в трех экземплярах;
- г) весовая спецификация в 3-х экземплярах;
- д) копия сообщения об отгрузке.

... или (при платеже авансом):

«Платеж производится против представления следующих документов:

1. Коммерческого счета в ____ экземплярах.
2. Сертификата качества или гарантийного письма Продавца.
3. Упаковочного листа или спецификации.
4. Телеграфного извещения Продавца о готовности товара к отгрузке с указанием количества».

Надежность платежа может быть обеспечена *гарантией платежа* (банковской, фирменной). Важное требование к гарантиям состоит в том, что ее должен предоставить первоклассный, солидный банк. Гарантия должна быть безусловной и безотзывной, покрывающей всю сумму платежа.

В контракте фиксируется, что покупатель обязан предоставить продавцу безусловную и безотзывную банковскую гарантию, покрывающую всю сумму платежа, и что без такой гарантии продавец не будет отгружать продукцию. Также указывается, кто оплачивает гарантию.

Выставление банковской гарантии во внешней торговле является обычной практикой. Фирменные гарантии по обязательствам покупателей товаров выдают крупные, широко известные компании, особенно, если они состоят с ними в тесных деловых отношениях.

При заключении сделок, исполнение которых рассчитано на длительный срок или связано с представлением отсрочки платежа (кредита) возникают *валютные риски*, связанные с изменением курса валюты, в которой назначена цена реализуемого товара или предоставляется кредит. С изменением курса валюты изменяется реальная стоимость платежа.

Валютные риски условно можно разделить на курсовые риски и инфляционные риски.

Курсовые риски связаны с тем, что при уменьшении курса валюты платежа по отношению к национальной валюте экспортер получит сумму денег в национальной валюте меньшую, чем ту, на которую он рассчитывал при заключении контракта.

Инфляционные риски связаны с уменьшением покупательной способности валюты платежа, если уменьшится ее курс по отношению к другим валютам.

Наиболее распространенной формой страхования валютных рисков при кредите являются валютные оговорки. Они фиксируются внесением в контракт условия, в соответствии с которым сумма платежа пересматривается пропорционально изменений курса валюты платежа по отношению к другой, более стабильной валюте, так называемой валюте оговорки.

Защититься от валютных рисков можно несколькими способами, фиксируемыми в контракте в виде различных оговорок. Приведем некоторые из них. Первый способ - прямая валютная оговорка. Валюта цены и валюта платежа совпадают, но цена товара и стоимость платежа ставятся в зависимость от курса другой валюты.

Например:

«Сумма данного контракта составляет 970 тысяч шведских крон. Если в день, предшествующий дню платежа, курс шведской кроны по отношению к доллару США изменится по сравнению с курсом шведской кроны по отношению к доллару США на день, предшествующий дню заключения контракта, что составляет ____ шведских крон за один доллар США, то в соответствующей пропорции изменится и сумма данного контракта».

В контракте также указывается источник информации о курсах валют.

Второй способ - установление разных валют цены и платежа (косвенная оговорка) и определение курса пересчета. У экспортера и импортера при этом разные цели - нахождение компромисса является задачей переговоров. В качестве курса пересчета используется обычно рыночный курс на день платежа или чаще всего на день, предшествующий дню платежа,

Оговорки могут быть с двусторонней направленностью, когда коррекция платежа осуществляется и от снижения курса валюты, и от ее

роста - ее формула: «если курс ... изменится» и с односторонней направленностью, предусматривающей коррекцию платежа либо при повышении, либо при понижении курса - ее формула: «если курс ... будет выше (ниже)». За включение валютной оговорки в контракт импортер может потребовать уступок по другим условиям контракта, в первую очередь снижения цены.

5.2.8. Сроки и дата поставки

В контракте указываются временные периоды (календарные даты), в течение которых (к которым) товары должны быть доставлены экспортерами в установленные географические пункты и переданы в распоряжение импортерам.

Например:
«Срок поставки 10 ноября 200_ г. FOB порт Санкт-Петербург» ...или: «Срок поставки 1 -2 квартал 200_ г, CIF Бремен» ... или: «Срок поставки ежемесячно в течение 200_ года EXW Херсон»

Для периодических поставок срок можно обозначать словами «ежемесячно», «ежеквартально». При определенных условиях допускается указание в контрактах сроков поставки без фиксации календарных дат или периодов. Немедленная поставка осуществляется при продаже товаров с выставок и ярмарок и при торговле между соседними странами. «Немедленно» обозначает обязательство экспортера поставить товар в течение срока, необходимого для выполнения формальностей и транспортировки. Срок поставки может быть сформулирован «как можно быстрее». При таком условии экспортер обязан принять все меры к поставке товара в кратчайший срок.

Сроки могут быть установлены в зависимости от какого-либо события: «по мере готовности», «по открытии навигации», «по мере накопления партии не менее ... тонн», «по снятии эмбарго».

В долгосрочных контрактах могут быть подробно расписаны количества товаров по срокам поставки.

Например:	
Срок поставки метанола по годам исполнения контракта устанавливается следующим образом:	
1997 г.-3000 т;	1999 г.-2500 т;
1998 г.-2500 т;	2000 г.-3000 т.

При установлении сроков поставки в контракт целесообразно вносить специальные оговорки: «Досрочная поставка допускается только при письменном согласии Покупателя», или «Досрочная поставка не разрешается», «Разрешается частичная поставка» и т. д.

Многие считают обязательным включение в текст контракта четкой формулировки определения фактической даты поставки товара, то есть даты передачи товара в распоряжение импортера.

Например:
«Датой поставки считается дата штампа на железнодорожной накладной пограничной станции, на которой товар передается железной дорогой страны Продавца железной дороге, принимающей товар»
... или:
«Датой поставки считается дата расписки транспортно-экспедиторской фирмы в приеме груза для дальнейшей отправки по назначению»

В международной торговле может быть заключен контракт на срок поставки. При нарушении срока поставки такой контракт аннулируется автоматически или покупатель вправе немедленно отказаться от него. В такого рода контрактах условие о сроке поставки является настолько существенным для покупателя, что при его несоблюдении, как правило, полностью утрачивается интерес к исполнению. Например, контракт на поставку елок к Новому году, ядохимикатов к началу сельскохозяйственных работ, либо радиоизотопов с короткими сроками годности специально собираемых для лечения больных.

5.2.9. Упаковка и маркировка

Упаковка должна обеспечить при условии надлежащего обращения с грузом полную сохранность товара, предотвратить его от повреждений при транспортировке всеми видами транспорта с учетом перевалок, а также предохранять товар от атмосферных влияний.

В западноевропейских странах приняты единые нормы по упаковке товаров. МОС, международная организация по стандартизации разработала инструкции, которыми следует руководствоваться при экспортной упаковке товаров.

Род упаковки зависит от ее назначения, от особенностей товара. Различают внешнюю упаковку-тару (ящики, картонные коробки, бочки, контейнеры и др.) и внутреннюю упаковку, неотделимую от товара. Качество той и другой упаковки устанавливается перечислением требований, которым они должны удовлетворять. При наличии установленных стандартов или технических условий на упаковку и качество может определяться ссылкой на соответствующие стандарты и технические условия. Требования к упаковке можно условно разделить на общие и специальные. Общие должны обеспечить физическую сохранность грузов при их транспортировке, специальные выдвигаются импортерами.

Тара может быть возвратной. При этом устанавливается порядок возврата. При переходе упаковки в собственность импортера вместе с товаром он возмещает ее стоимость экспортеру. Способ оплаты вносится в контракт; включение цены упаковки в цену товара, определение цены упаковки в процентах от цены товара, определение цены упаковки отдельно.

Например:

«Проданный по настоящему контракту товар (бихромат натрия) должен быть упакован в металлические барабаны, масса нетто 75 кг (как вариант: полиэтиленовые мешки, вложенные в многослойные бумажные и джутовые мешки, масса нетто 50 кг). Упаковка должна выдержать морскую, железнодорожную и автомобильную перевозки. Стоимость упаковки включена в стоимость товара»

Правильная и рациональная упаковка может быть достигнута лишь тогда, когда имеется точное представление о требованиях, предъявляемых к упаковке товара, в процессе транспортировки от завода-изготовителя до покупателя. Необходимо детальное знание свойств товара, например, таких, как физическое состояние, наружный вид, цвет, вес, затариваемое количество, поведение по отношению к физическим и химическим воздействиям и т.п.

При выборе тары необходимо учитывать способ транспортировки, расстояние и продолжительность, возможность перегрузки в пути, температурный режим и влажность во время перевозки (условия погоды),

способ оплаты транспортировки, совместимость с другими грузами. При морской перевозке необходимо учитывать давление на груз других грузов, а также боковое давление под влиянием крена судна, глубину трюмов и их размеры, размеры грузовых люков, возможность проникновения посторонних запахов и загрязняющих веществ. При железнодорожных перевозках учитывается возможность частных перевалок, толчков в пути в результате торможения и при маневрировании, размеры мостов, тоннелей, а также габариты, вес и внешнюю форму грузового места, восприимчивость к сырости. При авиационных перевозках тара должна быть, прежде всего, максимально облегченной. Для легко воспламеняющихся грузов она должна быть огнестойкой и плотно закрытой. При автомобильных перевозках характер упаковки зависит от вида товара, грузоподъемности автомашины, состояния дороги и других условий.

Таможенный режим предъявляет к упаковке свои требования, содержащиеся в таможенном тарифе, что имеет особое значение при взимании специфических таможенных пошлин с веса брутто товара. Упаковка в этом случае должна быть по возможности более легкой, особенно для таких товаров, у которых вес тары велик по отношению к весу самого товара. Следует заметить, что упаковка, представляющая самостоятельную ценность или сделанная из ценных материалов, облагается особой пошлиной дополнительно к обложению товара, и это необходимо заранее учитывать при подготовке товара к отгрузке.

Во многих странах законодательство запрещает ввоз товаров в определенной упаковке, а в некоторых странах введены импортные пошлины на отдельные виды упаковочных материалов (например, стеклянную посуду, металлические листы).

Маркировка грузов является важнейшим элементом в технологии внешнеторговых операций. Она выполняет следующие функции:

- по существу представляет товаросопроводительную информацию - содержит номер контракта, номер транса, весогабаритные характеристики мест, номер места, число мест в партии или трансе и др.
- является указанием транспортным фирмам по обращению с грузом («не кантовать», «беречь от огня», «беречь от влаги» и т. д.).

Эти функции определяют обязательные реквизиты маркировки, которые должны быть нанесены экспортерами на украинском и/или

иностранном языке на двух сторонах грузового места или прочно прикрепляется на видном месте бирка с маркировкой.

Например:

«Продавец за свой счет на каждое место партии товара с двух сторон должен нанести по трафарету несмываемой краской на ... языке следующую маркировку:

- наименование отправителя;
- наименование товара;
- номер контракта;
- наименование получателя;
- вес брутто и нетто места;
- номер места и число мест в партии.

А также в случае необходимости специальную маркировку, инструктирующую перевозчика об обращении с грузом».

В тех случаях, когда маркировка явно не оговорена в контракте, она должна включать:

- наименование продавца;
- наименование покупателя;
- номер контракта;
- место назначения;
- номер упаковочной единицы и их общее количество;
- габариты упаковочной единицы;
- вес упаковочной единицы брутто;
- вес упаковочной единицы нетто;
- указание по транспортировке и погрузке-разгрузке («верх», «низ», «осторожно», «не кантовать», «беречь от огня» и т. п.);
- указания во избежание инцидентов при транспортировке опасных товаров;
- страну изготовления товара.

При торговле машинами и оборудованием к упаковке могут быть предъявлены дополнительные требования. В контракте указываются размеры упаковки при купле-продаже крупногабаритных товаров. Они должны упаковываться с учетом габаритов подвижного состава железной дороги и автомобиля, и упаковка должна быть приспособлена к перегрузке кранами и/или погрузчиками. Могут быть определены предельные размеры

негабаритных товарных мест и порядок согласования с покупателем их размеров.

5.2.10. Порядок отгрузки

В этом пункте контракта устанавливается порядок извещения экспортером о готовности товара к отгрузке и о произведенной отгрузке, определяется срок и способ такого уведомления (например, по телеграфу или телетайпу). Если в контракте установлено, что местом поставки будет склад экспортера, то последний должен уведомить о готовности товара тогда, когда он будет подготовлен к сдаче.

При принятии экспортером на себя обеспечения перевозки он обязан немедленно после отгрузки или в течение срока, установленного в договоре, послать импортеру по телеграфу/телетайпу извещение об отгрузке.

Например:

«Продавец извещает за свой счет по телеграфу (телефаксу) покупателя не позднее чем за ____ дней до наступления срока поставки **о готовности товара к отгрузке**, а также в течение ____ рабочих дней после отгрузки, приведя следующие данные: дату отгрузки, наименование товара, количество мест, вес брутто и нетто, номер контракта, наименование судна и номер коносамента при морских отгрузках; номер рейса и авианакладной при авиа-отгрузках; номер автотранспортного средства и номер товаротранспортной накладной при автомобильных перевозках; номер железнодорожной накладной при железнодорожных отгрузках; номер почтовой квитанции при почтовых отправлениях.

Извещение об отгрузке должно быть подтверждено письмом.

В этом пункте часто дается перечень отгрузочных документов, которые экспортер обязан предоставить импортеру в установленные сроки.

Например:

«Продавец должен выслать вместе с грузом следующие документы:

- 2 копии весовых спецификаций,
- 2 копии сертификата качества завода-изготовителя или гарантийного письма продавца.

Кроме того, с капитанской почтой должны следовать копия коносамента и копия весовой спецификации, предназначенные для таможни в порту назначения».

... или:

«Продавец обязан после каждой отгрузки не позднее чем через 5 дней переслать по почте подробную повесовую спецификацию отгруженного по одной железнодорожной накладной товара, дубликат накладной».

Эту статью в контракте можно объединить со статьей «Транспортные условия». При выборе вида транспорта для перевозки товара необходимо учитывать, что каждый из них обладает своей спецификой и особенностями. Транспортные условия контракта и технология перевозок будут рассмотрены подробнее в главе 6.

5.2.11. Приемка-сдача товара

При поставке товара в целях сохранения качества товара и создания условий для своевременной и правильной приемки по качеству продавцу следует обеспечить:

- соблюдение правил упаковки и затаривания продукции,
- соблюдение правил маркировки и опломбирования отдельных мест;
- четкое и правильное оформление документов, удостоверяющих качество поставляемой продукции (технический паспорт, сертификат качества, спецификация), отгрузочных и расчетных документов, соответствие указанных в них данных фактическому качеству поставляемой продукции;
- своевременную отсылку покупателю (грузополучателю) документов, удостоверяющих качество товара;
- соблюдение правил сдачи, погрузки и крепления грузов

Сдача товара – передача его во владение импортера в соответствии с условиями контракта. Импортер получает возможность осуществлять полный контроль над товаром (вручение товаросопроводительных документов рассматривается как передача самого товара). Передача товара импортеру, именуемая поставкой, производится за счет экспортера

Приемка - проверка соответствия качества, количества и комплектности товара его характеристике и техническим условиям, указанным во внешнеторговом контракте.

Сдача и приемка - это один акт, который в контракте может быть выражен следующей формулировкой: «Товар считается поставленным Продавцом и принятым Покупателем ...».

Порядок сдачи-приемки включает несколько элементов, которые должны быть предусмотрены в контракте:

- 1) вид сдачи-приемки (предварительный и окончательный);
- 2) срок сдачи-приемки (по количеству и качеству не совпадает);

- 3) место фактической сдачи-приемки;
- 4) способ приемки по качеству;
- 5) метод определения количества и качества фактически поставленного товара;
- 6) определение круга лиц, осуществляющих сдачу-приемку с обеих сторон.

Приемка товара по количеству. В контракте следует оговорить способ определения количества товара, фактически поставленного экспортером и подлежащего оплате импортером. Если количество выражено в весовых или объемных единицах, то существуют два способа:

По отгруженному весу. Отгруженный вес или количество устанавливаются в пункте отправления и указываются перевозчиком в соответствующем транспортном документе. Оно признается окончательным и определяет сумму платежа.

По выгруженному весу. Выгруженный вес или количество, устанавливается в оговоренном пункте назначения в стране импортера путем перевешивания присяжными весовщиками и фиксируется в выдаваемых ими *отвесах* (весовых сертификатах).

Приемка товара по качеству может осуществляться двумя способами:

На основе документа подтверждающего соответствие качества поставленного товара условиям контракта.

Путем проверки качества в месте приемки.

Проверка количества и качества может проводиться выборочно или всего поставленного товара. При использовании первого метода в контракте устанавливается доля в процентах от всей партии товара, подлежащая проверке.

Например:

«Проданный по настоящему контракту товар будет считаться сданным Продавцом и принятым Покупателем окончательно:

По весу брутто и количеству мест согласно коносаменту (либо грузовой накладной воздушного сообщения, либо товаротранспортной накладной автомобильного сообщения, либо железнодорожной накладной, либо почтовой квитанции).
--

По весу нетто и другим специфицированным единицам согласно отгрузочной спецификации (либо весовому сертификату, либо упаковочному листу).

По качеству согласно сертификату о качестве завода-изготовителя или гарантийному письму Продавца.

Местом приемки-сдачи товара считается порт отгрузки - Санкт-Петербург.»

При приемке товара от перевозчика покупатель должен проверить наличие и исправность на транспортных средствах или контейнерах пломб отправителя или пункта отправления (станции, порта), наличие защитной маркировки и исправности тары, соблюдение установленных правил перевозки, обеспечивающих предохранение груза от повреждений и порчи (укладка груза, температурный режим).

При обнаружении при приемке повреждений тары или других нарушений должен быть составлен коммерческий акт или сделана пометка на транспортном документе. Продукция, поступившая в неисправной таре, принимается на складе покупателя при вскрытии тары. При обнаружении в дальнейшем скрытых недостатков также составляется акт.

К участию в приемке товара по количеству и качеству и составлению актов экспертизы, на основании которых покупатель может предъявить претензии продавцу или перевозчику, привлекаются эксперты из Бюро товарных экспертиз из Торгово-промышленных палат или их региональных отделений, аварийные комиссары страховых компаний или компетентные представители незаинтересованных организаций.

5.2.12. Претензии по качеству и количеству. Рекламации

Рекламациями называются претензии, предъявляемые импортером к экспортеру в связи с несоответствием качества или количества поставляемого товара условиям контракта. Они могут предъявляться только по таким вопросам, которые не являлись предметом приемки товара, произведенной в соответствии с условиями контракта.

Стороны в контракте устанавливают:

- порядок предъявления рекламаций;
- сроки их заявления;

- права и обязанности сторон в связи с предъявлением рекламаций;
- способы и сроки урегулирования рекламаций.

Рекламации предъявляются в письменной форме и содержат следующие данные:

- 1) наименование товара;
- 2) его количество и место нахождения;
- 3) основание для рекламации с указанием, в связи с какими именно недостатками она может быть предъявлена;
- 4) конкретные требования импортера по ее урегулированию.

К ним прикладываются все необходимые доказательные документы.

В контракте устанавливается срок ответа на претензию после ее получения, в течение которых продавец обязан рассмотреть претензию и сообщить покупателю свое решение. Иначе будет считаться, что претензия принята продавцом и покупатель имеет право обратиться в арбитраж с отнесением расходов на счет продавца.

В связи с порядком заявления претензий в контракт целесообразно также включить дополнительные оговорки. Так, может быть зафиксировано, что заявление претензии по какой-либо партии товара не может служить основанием для отказа покупателя принять товар по рекламированным поставкам, так и по другим поставкам в счет данного контракта. Также может быть оговорено, что товар, по которому заявлена претензия хранится отдельно в условиях, предотвращающих ухудшение его качества и смешивание с другими товарами, и он не может быть использован без согласия на то продавца.

Например: «В случае обнаружения при приемке товара в РФ расхождений по качеству против требований контракта, Продавец имеет по выбору Покупателя право предоставить отвечающую пониженному качеству скидку, которая подлежит установлению между сторонами, или заменить забракованный товар на товар безупречного качества, при этом все расходы, связанные с отправкой рекламированного товара в РФ и с возвратом товара из РФ в порт отгрузки, идут за счет Продавца. С согласия Покупателя Продавец может вместо обмена товара его забрать и вернуть Покупателю уплаченную за него цену. При этом Продавец обязан возместить Покупателю также транспортные расходы по поставке недостаточно
--

качественного товара от порта отгрузки до места поставки в РФ и обратно в порт отгрузки. В случае, если будет установлена при проверке качества специалистами какая-то разница в качестве товара против обусловленного в контракте, то Продавец возместит Покупателю все связанные с проведением экспертизы расходы.

В случае недостачи внутри мест или несоответствия качества товара качеству, обусловленному в контракте, стороны будут решать рекламацию на базе приемосдаточного протокола, который составлен получателем в присутствии представителя государственной или общественной организации.»

Если товар не соответствует контракту, покупатель может потребовать замены товара только в том случае, когда это несоответствие составляет существенное нарушение контракта и требование о замене товара заявлено либо одновременно с извещением, либо в разумный срок после него.

Утрата или повреждение товара после того, как риск перешел на Покупателя, не освобождает его от обязанности уплатить цену, если только утрата или повреждение не были вызваны действиями или упущениями продавца.

5.2.13. Оговорка об обстоятельствах непреодолимой силы

Почти все контракты купли-продажи содержат условие, которое разрешает переносить срок исполнения контракта или вообще освобождает стороны от полного или частичного выполнения обязательств по контракту в случае наступления после его подписания независимых от сторон обстоятельств, препятствующих исполнению контракта. В контракте целесообразно определить, какие обстоятельства относят стороны к форс-мажорным.

Интересы экспортера и импортера в этом случае не совпадают. Обычно экспортер стремится перечислить в контракте максимальное число возможных обстоятельств, включая и такие, как невозможность получения транспортных средств, авария на производстве, недостача сырья, электроэнергии, рабочей силы. При обстоятельствах непреодолимой силы срок исполнения контракта отодвигается соразмерно времени, в течение которого будут действовать эти обстоятельства или их последствия. Если они будут действовать дольше согласованного сторонами в контракте срока, то каждая из сторон имеет право отказаться от дальнейшего исполнения контракта и в этом случае ни одна из сторон не будет иметь право на возмещение другой стороной возможных убытков.

Форс-мажорные обстоятельства делятся на две категории: длительные и кратковременные. К первым обычно относятся, прежде всего, запрещение экспорта (иногда и импорта), война, блокада, валютные ограничения или другие мероприятия правительств и правительственных органов. К кратковременным относятся пожары, наводнения, другие стихийные бедствия, замерзание моря, закрытие морских проливов, лежащих на обычном морском пути между портами погрузки и выгрузки, отклонения в пути, вызванные военными действиями и другие.

Например:

«Стороны освобождаются от ответственности за частичное или полное невыполнение обязательств по настоящему контракту, если оно явилось следствием обстоятельств непреодолимой силы (пожара, наводнения, землетрясения и других стихийных бедствий, блокады, военных действий, эпидемии, введения государством эмбарго на экспорт или импорт проданного товара) и если эти обстоятельства непосредственно повлияли на исполнение настоящего контракта.

Срок исполнения по контракту отодвигается соразмерно времени, в течение которого действовали такие обстоятельства. В случае, если эти обстоятельства будут продолжаться более ____ месяцев, дней, то каждая из сторон будет иметь право отказаться от дальнейшего исполнения обязательств по контракту, без права возмещения возможных убытков.

Сторона, для которой создавалась невозможность исполнения обязательств по контракту, должна немедленно, но не позднее 10 дней известить другую сторону о наступлении и прекращении обстоятельств, препятствующих исполнению обязательств.

Надлежащим доказательством наличия указанных обстоятельств и их продолжительности будут служить справки, выдаваемые торгово-промышленными палатами страны Покупателя или Продавца.

Не уведомление или несвоевременное уведомление о наступлении или прекращении форс-мажорных обстоятельств лишает сторону права ссылаться на них»

Длительность устанавливаемого в контрактах срока действия «форс-мажора» определяется с учетом срока исполнения договора, характера товара, торговых обычаев (например, на скоропортящиеся товары - не более 15 - 30 дней, на сырьевые товары - 3 месяца, на оборудование 3 - 6 месяцев).

Контрактом, как правило, устанавливается, что сторона, для которой создавалась невозможность выполнения обязательств, должна информировать контрагента о наступлении «форс-мажора» и его прекращении в пределах строго ограниченных сроков и представить соответствующие

подтверждающие документы, которыми чаще всего служат свидетельства (справки, сертификаты) национальных торговых палат.

Приведение исчерпывающего перечня обстоятельств в контракте оправдано поскольку по законам различных стран понятие «форс-мажора» неоднозначно. Поэтому границы перечня можно расширить путем добавления записи «... и других обстоятельств, не зависящих от сторон». В этом случае под обстоятельства, освобождающие от ответственности, могут попасть и случайные события.

5.2.14. Страхование

Этот раздел контракта включает четыре основных условия страхования внешнеторговых грузов:

- объект страхования;
- перечень возможных рисков;
- страхователь (кто оплачивает уплату страховой премии);
- выгодоприобретатель (в чью пользу производится страхование).

В международных сделках страхуются товары от рисков повреждения или утраты при транспортировке. Подробнее вопросы страхования внешнеторговых грузов рассмотрены в главе 7.

5.2.15. Арбитраж

В этом пункте контракта купли-продажи устанавливается порядок разрешения споров, которые могут возникнуть между сторонами и не могут быть урегулированы обычным путем. В контрактах чаще всего предусматривается, что расходы по арбитражу несет проигравшая сторона. В Украине активно действуют два международных арбитража: Международный коммерческий Арбитражный суд и Морская арбитражная комиссия (МАК) при ТПП Украины. Формулировки этого пункта в контракте купли-продажи могут быть следующие.

Например:

«Стороны передадут дело для урегулирования в арбитраж в Стокгольме. Арбитраж должен состоять из двух арбитров и одного суперарбитра, который должен быть юристом. Сторона, которая хочет передать спор в арбитраж, должна уведомить другую сторону об этом заказным письмом с указанием имени и места

пребывания назначенного арбитра, который может быть гражданином любой страны, а также предмета спора, дату и номера контракта.

Другая сторона в течение 3 недель с даты указанного письма должна назначить второго арбитра, который также может быть гражданином любой страны, и должна уведомить первую сторону об этом заказным письмом с указанием имени и местопребывания арбитра, назначенного ею.

Если сторона, получившая извещение о передаче спора в арбитраж, не назначает второго арбитра в течение указанного периода, то последний, по просьбе другой стороны, должен быть назначен Торговой палатой в Стокгольме, Швеция.

Арбитры должны назначить суперарбитра.

Если арбитры в течение 4 недель после своего назначения не назначат суперарбитра, то последний, по просьбе любой стороны, должен быть назначен Президентом Торговой палаты в Стокгольме.

Арбитражное решение принимается большинством голосов в течение 2 месяцев с даты выбора или назначения суперарбитра согласно условиям настоящего контракта и правилами шведского материального права.

Распределение арбитражных расходов между сторонами должно производиться самим арбитражем. Арбитражное разбирательство ведется на английском языке в соответствии со Шведским законом об арбитраже. Арбитражное решение должно быть окончательным и содержать в себе указание о составе арбитража, времени и месте вынесения решения»

Международный коммерческий арбитраж, в зависимости от характера споров, делится на общий арбитраж, рассматривающий все споры по внешнеэкономическим сделкам, и специализированный арбитраж. К специализированному арбитражу относятся арбитражи, рассматривающие морские споры: кроме упомянутой МАК, арбитраж при комитете Ллойда в Лондоне, Морская арбитражная палата в Париже, Японский морской арбитраж в Токио, Морской третейский суд в Гамбурге. Специализированными являются арбитражи, рассматривающие споры, связанные с торговлей конкретными товарами: арбитраж Лондонской ассоциации по торговле зерновыми, арбитражный суд при Федерации по торговле шерстью в Гдыне, арбитраж при Комитете по торговле зерновыми в Роттердаме, арбитраж при Бирже по торговле кожей и кожаными изделиями в Генуе.

Каждая из сторон обязана выполнить в сроки, установленные решением или правилами арбитражного органа, вынесенное против нее арбитражное решение.

5.2.16. Санкции за нарушение выполнения обязательств

Чтобы стимулировать экспортеров и импортеров в своевременном выполнении обязательств и компенсировать возможные потери импортеров, в контрактах обычно предусматривается взыскание неустоек (пени, штрафов), обычно в размерах, прогрессирующих от длительности просрочек.

Например:

«В случае просрочки в поставке товаров против сроков, установленных настоящим контрактом, Продавец уплачивает Покупателю штраф в размере 0,5% стоимости не поставленного в срок товара за каждую начавшуюся неделю в течение первых четырех недель просрочки и 1% за каждую начавшуюся последующую неделю. Общая сумма штрафа не должна превышать 10% стоимости не поставленного в срок товара.

Если просрочка в поставке товара превысит три месяца, Покупатель вправе без обращения в арбитраж аннулировать контракт полностью или частично без возмещения Продавцу каких-либо расходов или убытков, вызванных аннулированием контракта. В этом случае Продавец обязан уплатить Покупателю штраф в размере 10% стоимости не поставленного в срок товара и немедленно возвратить Покупателю все суммы, уплаченные им по настоящему контракту, включая 12% годовых.

В случае частичного аннулирования подлежат возврату суммы, уплаченные Покупателем за товар, поставка которого подпадает под такое аннулирование.

Размер конвенционального штрафа не подлежит изменению в арбитражном порядке. Конвенциональный штраф взыскивается путем удержания причитающихся сумм при оплате счетов Продавца. Если покупатель по каким-либо причинам не удержит сумму штрафа, Продавец обязуется уплатить сумму штрафа по первому требованию Покупателя».

Если продавец не уплачивает штраф, несмотря на предупреждение покупателя, последний имеет все основания для обращения в арбитраж.

Следует иметь также в виду, что законодательства многих стран допускают взыскание наряду со штрафами и убытков, причем они не освобождают от выполнения обязательств по поставкам.

Контракты могут содержать право импортеров отказаться от их исполнения, если из-за длительности просрочки они потеряли коммерческий интерес к получению товаров. Требование возмещения убытков при этом за ними сохраняется.

5.2.17. Гарантии (гарантийный срок)

При торговле машинами и оборудованием в контракте следует предусмотреть условие «Гарантии», в котором обычно содержится условие, по нему продавец принимает на себя ответственность за качество товара в течение определенного гарантийного срока. В нем определяются объем предоставляемой продавцом гарантии, гарантийный срок, обязанности продавца в случае обнаружения дефектного товара или несоответствия его контракту.

Объем предоставляемой гарантии зависит от характера товара и технических условий контракта. В контрактах на стандартные машины и оборудование обычно содержится только указание на то, что продавец гарантирует высокое качество и нормальную работу проданных машин. В контракте на комплектное и другое сложное оборудование, а также на суда объем гарантии значительно выше. Срок гарантии может составлять от нескольких месяцев до нескольких лет.

Гарантийный период может исчисляться:

- с даты поставки товара;
- с даты передачи товара первому потребителю;
- с даты пуска оборудования в эксплуатацию.

Если в течение срока гарантии оборудование окажется дефектным или не будет соответствовать условиям контракта, продавец обязан за свой счет по выбору покупателя устранить дефекты или заменить дефектное оборудование новым доброкачественным оборудованием, которое поставляется без промедления, в установленное в договоре место поставки.

Если устранение дефектов производится по согласованию между сторонами силами покупателя, продавец обязан возместить ему связанные с этим расходы. Если недостатки не могут быть устранены обеими сторонами, то покупатель вправе отказаться от контракта, либо потребовать от продавца соразмерного уменьшения цены поставленного оборудования. Продавец в этом случае обязан вернуть все суммы, уплаченные покупателем по контракту, включая определенный процент годовых, и возместить понесенные им убытки.

В условии «Гарантии» перечисляются также все случаи, на которые гарантия не распространяется. В частности, может быть предусмотрено нераспространение гарантии на быстроизнашивающиеся и запасные части;

на естественный износ оборудования; на ущерб, возникающий вследствие неправильного или небрежного хранения и обслуживания, чрезмерной нагрузки, применения изделия не по назначению, недостаточного и/или неправильного монтажа и пуска в эксплуатацию.

5.3. Торговые обычаи

Существенное влияние на содержание обязательств сторон по договору купли-продажи оказывают принятые в международной практике торговые обычаи. Они играют решающую роль при разрешении споров между сторонами в арбитраже.

Торговый обычай – сложившееся в между народной торговле единообразие, общепризнанное правило, заключающее в себе ясное и определенное положение по вопросам, которых оно касается. К торговым обычаям относятся также торговые или деловые обыкновения, именуемые *узансами*.

Торговые обычаи определяют содержание некоторых условий контрактов (чаще при наличии в контрактах неясностей и неточностей или отсутствии согласованного сторонами условия). В тех случаях, когда в контракте имеется прямое указание о применении торговых обычаев, они могут заменять соответствующую норму права, регулиующую вопросы контракта, если последняя носит диапозитивный характер (т.е. когда в тексте самой нормы указано, что она может применяться только при отсутствии иного соглашения сторон).

Обычаи (обыкновения) должны отвечать следующим требованиям:

- иметь характер общего правила (т.е. соблюдаться во всех или в подавляющем большинстве случаев, к которым он применим);
- быть достаточно известным в соответствующей области торговли, определенным по своему содержанию и разумным.

Важным условием применения торгового обычая (обыкновения) является знание его сторонами, совершающими сделку.

Торговые обычаи излагаются в биржевых правилах, составляемых комитетами бирж, в специальных сборниках торговых палат, в материалах рабочих комиссий Комитета содействия внешней торговле и других организаций, действующих в рамках ООН, в типовых контрактах, в решениях третейских судов по отдельным вопросам.

Порядок оформления контракта. Перед подписанием согласованного текста контракта все его страницы и страницы Приложений к нему сторонами парафируются, как и все вносимые в готовый текст поправки, дополнения, изменения. Согласно действующему в настоящее время порядку подписания внешнеторговых сделок все сделки, заключаемые российскими государственными участниками внешнеэкономических связей, должны быть подписаны двумя лицами.

Право подписи сделок имеют по должности руководитель и заместители руководителя соответствующей предпринимательской единицы, а также руководители фирм, входящих в состав этой организации (если они являются юридическими лицами). Среди подписывающих контракты могут быть также лица, уполномоченные на это доверенностью за подписью руководителя организации. Уставы иных форм организаций могут допускать и индивидуальное подписание сделок (одной подписью).

Контракт может быть составлен и подписан на двух или нескольких языках. При этом в юридической практике возможно такой категории, как «нотариально заверенный» о перевод».

Например:
«Настоящий контракт подписан в четырех экземплярах, по два для каждой стороны, на русском и английском языках, причем оба текста идентичны и имеют одинаковую силу».

Толкование контракта купли-продажи. При его анализе устанавливаются такие вопросы, как цель заключенного контракта, содержание его конкретных условий и их соотношение, понимание употребленных в его тексте слов, выражений, терминов и понятий, вид заключенного контракта, вносились ли в контракт изменения и каково соотношение первоначального и измененного текста, имело ли место прекращение контракта, каково соотношение между текстом контракта и последующей перепиской сторон, совпадают ли волеизъявления сторон с их действительной общей волей, не явилось ли заключение контракта результатом неправильно сложившейся воли его участников, не является ли контракт мнимой или притворной сделкой.

Гражданский кодекс Украины предусматривает три последовательно применяемые **правила толкования**:

1. Установление буквального значения содержащихся в контракте слов и выражений, когда это можно сделать путем анализа текста соответствующего условия.

2. Сопоставление соответствующего условия с другими условиями контракта и его смыслом в целом при неясности буквального значения условия.

3. Выделение действительной общей воли сторон с учетом цели контракта.

При применении соответствующего правила необходимо учитывать следующее. Во-первых, при выяснении буквального значения слов и выражений, содержащихся в тексте контракта, они должны пониматься в их обычно употребляемом смысле. Во-вторых, при выяснении действительной общей воли сторон с учетом цели контракта она должна определяться на момент заключения контракта, а не на момент его толкования. В-третьих, практика, установившаяся во взаимоотношениях сторон, не может доказываться путем ссылки на то, что в предшествующих контрактах сторон содержалось соответствующее условие, из чего якобы следует, что оно действует применительно и к данному контракту.

Исполнение контракта купли-продажи. Исполнение подписанного контракта купли-продажи заключается в выполнении сторонами взятых на себя обязательств: со стороны продавца - о передаче (поставке) покупателю товара, являющегося предметом контракта, со стороны покупателя - о принятии товара и уплате установленной цены.

Для выполнения своих обязательств продавец должен своевременно изготовить товар, подготовить его к отгрузке, упаковать и замаркировать и оформить документацию, необходимую для отправки товара и получения причитающихся платежей. При поставке машин и оборудования к исполнению контракта относится и организация его технического обслуживания.

Подготовка товара к отгрузке требует выполнения ряда требований, которые предъявляются к упаковке и маркировке с учетом условий транспортировки, климатических особенностей и специфики таможенного режима страны назначения. Такие требования весьма разнообразны для отдельных стран, видов транспорта и различных товаров. Решая вопрос об упаковке, надо знать детально свойства товара (физическое состояние,

наружный вид, цвет, вес, заготавливаемое количество). Основное требование к упаковке - обеспечение полной сохранности товара во время его транспортировки с учетом погрузочно-разгрузочных работ, климатических условий, требований таможенного режима и законодательства. При ее выборе надо учитывать способ, расстояние и продолжительность транспортировки, температурный режим, влажность во время перевозки, условия погоды, способы оплаты перевозки, совместимость с другими грузами и т.д.

Есть ряд особых требований к упаковке при морской перевозке - учет давления на груз других грузов, боковое давление под влиянием крена судна, глубину трюмов и их размеры, размеры грузовых люков и т.д. При железнодорожных перевозках - возможность частых перевалок, толчков в пути, размеры мостов и тоннелей, габариты, вес и внешняя форма грузового места. При восприимчивости перевозимых грузов на открытых железнодорожных платформах упаковка должна быть влагонепроницаемой. При авиаперевозках тара должна быть, прежде всего, максимально облегченной, т.к. ставки тарифа очень высоки. Особые требования предъявляются к легковоспламеняющимся грузам (упаковка в огнестойкую плотно закрытую тару). Прочность тары может быть более низкой по сравнению с другими видами транспорта. При автомобильных перевозках характер упаковки зависит от вида товара, грузоподъемности автомашины, профиля и состояния дороги и других условий.

Основное требование к упаковке, обусловленное таможенным режимом, заключается в максимальном приспособлении к соответствующим указаниям, содержащимся в таможенном тарифе. Упаковка должна быть по возможности более легкой при взимании специфических таможенных пошлин с веса брутто товара.

Если пошлины взимаются с веса нетто, то легальный вес нетто определяется путем вычитания из веса брутто веса упаковки, установленной в таможенном тарифе шкалы скидок на отдельные виды упаковки и называемой тарным тарифом. Если в тарном тарифе упаковка не указана, то при исчислении пошлины за основу берется вес нетто, указанный в таможенных документах страны отправления. Если упаковка представляет самостоятельную ценность или сделана из ценных материалов, она облагается пошлиной дополнительно к обложению товара, и это необходимо заранее учитывать при подготовке товара к отгрузке.

Требования к маркировке. Под маркировкой понимаются необходимые надписи, изображения и условные обозначения, помещенные на упаковках, бирках или самом отгружаемом товаре, необходимые для надежной перевозки и сдачи грузов получателю. Маркировка имеет большое значение для облегчения перегрузок товара в пути, во избежание недоразумений при выдаче товара разным адресатам.

На всех этапах исполнения подписанного контракта с иностранным капиталистом, т.е. поставки продавцом товара, его транспортировки, страхования, хранения на складах, прохождения через таможенную эти операции оформляются соответствующими внешнеторговыми документами, которые можно разделить на следующие группы:

- по обеспечению производства экспортного товара;
- по подготовке товара к отгрузке;
- коммерческие документы;
- документы по платежно-банковским операциям;
- страховые документы;
- транспортные документы;
- транспортно - экспедиторские документы;
- таможенные документы.

Документы, которые следуют с грузом от пункта отправления до пункта назначения, называют товаросопроводительными. Документы, составленные в связи с отгрузкой товара (обычно они перечислены в контракте), называют отгрузочными.

Контракт может включать и дополнительные разделы, которые характеризуют товар. Так, при купле-продаже машин и оборудования, приборов это могут быть такие условия, как гарантийный срок, техническая документация, техническое обслуживание, предпродажный и послепродажный сервис, снабжение запасными частями, условия испытаний и приемки, обязательства продавца по выполнению монтажа, наладки и пуска в эксплуатацию и т.д.

В обязанность продавца включается условие представить с отгрузкой товара комплект технической документации.

Техническая документация требуется для обеспечения монтажа, правильной и своевременной наладки, пуска в эксплуатацию и нормальной, бесперебойной работы оборудования. Техническая документация служит основанием для разбора претензий по качеству поставляемых машин и

оборудования. Техническая документация, как правило, составляется на языке Покупателя или ином языке по согласованию с ним.

Сервис подразделяется на предпродажный и послепродажный, а последний - на гарантийный и послегарантийный.

Предпродажный сервис заключается в устранении неполадок, вызванных транспортировкой оборудования и машин, приведении их в рабочее состояние, опробовании, демонстрации покупателю в работе и т. д.

Послепродажный гарантийный сервис проводится бесплатно (стоимость его включена в продажную цену). Он заключается в своевременном производстве всех работ, от которых зависит бесперебойная эксплуатация техники, Проводится первоначальное обучение персонала покупателя (в случае простой бытовой техники - самого покупателя) правилам и приемам грамотного использования изделия. Такое обучение в отдельных случаях может быть платным, что оговаривается в контракте.

Несколько слов о порядке аннулирования контракта. Заявление о расторжении контракта имеет силу лишь в том случае, если оно сделано другой стороне посредством извещения.

Расторжение контракта освобождает обе стороны от их обязательств по контракту при сохранении права на взыскание могущих подлежать возмещению убытков.

Покупатель утрачивает право заявить о расторжении контракта или потребовать от продавца замены товара, если для покупателя невозможно возвратить товар в том же состоянии, в котором он его получил.

5.4. Виды контрактов

В зависимости от принципов, которые кладутся в основу классификации, контракты купли-продажи можно разделить на следующие виды: разовые, с периодической поставкой, с оплатой в денежной и товарной форме (полностью или частично), предварительные, срочные.

Разовые контракты могут быть с коротким сроком поставки (сырьевые товары) и с длительными сроками поставки (на комплектное и сложное оборудование - 3 - 5 и более лет).

Контракты с периодической поставкой предусматривают регулярную периодическую поставку согласованных в нем количеств

товаров на протяжении установленного срока. Этот срок может быть коротким (годовым) и длительным (5-10 лет). Такие контракты заключаются на промышленное сырье и полуфабрикаты.

Контракты с оплатой в денежной форме предусматривают оплату в согласованной сторонами валюте с применением обусловленных в контракте способа платежа и формы расчета. Контракты с оплатой полностью в товарной форме заключаются при продаже одного или нескольких товаров с одновременной увязкой с покупкой другого товара и расчеты в иностранной валюте не производятся (бартер).

Предварительный контракт - договор, по которому стороны обязуются заключать в будущем договор на передачу товаров на условиях, предусмотренных в предварительном договоре. На сторону, необоснованно уклоняющуюся от заключения договора, предусмотренного таким договором, возлагается возмещение другой стороне убытков, вызванных уклонением от заключения окончательного договора,

Вопросу унификации условий сделок в международной торговле уделяется большое внимание со стороны специализированных международных организаций.

Разработкой типовых контрактов и внедрением их в практику занимается Европейская экономическая комиссия ООН. Под ее руководством разработано более 30 вариантов **типовых контрактов** и общих условий купли-продажи, в том числе:

- договор купли-продажи зерновых (16 вариантов);
- общие условия экспортных поставок машин и оборудования (1955 г.);
- общие условия для экспорта потребительских товаров длительного пользования и металлоизделий серийного производства (1961 г.)

Использование типовых контрактов получило широкое распространение в международной торговой практике. **Типовой контракт** - это примерный договор или ряд унифицированных условий, изложенных в письменной форме, сформулированных заранее с учетом торговой практики или обычаев, принятых договаривающимися сторонами, после того как они были согласованы с требованиями конкретной сделки. Он применим только к определенным товарам или определенным видам торговли.

Типовые контракты используются чаще всего в торговле между партнерами, ведущими регулярные внешнеторговые операции (как и применение общих условий поставки) в часто встречающихся видах сделок на промышленное сырье на долгосрочной основе.

По форме типовые контракты могут быть различны:

Во-первых, контракт может быть представлен в виде документа, который его участники могут использовать как сам контракт в том случае, если они его подпишут и заполнят статьи, требующие согласования (например, наименование сторон, количество, качество, цена, срок и место поставки, платеж).

Во-вторых, типовым контрактом часто называют и общие условия купли-продажи. Общие условия - это список статей контракта, разработанных с учетом торговой практики в зависимости от базовых условий поставки, которые участники договора могут включать в свой Контракт или ссылаться на них. Сам напечатанный документ, содержащий только общие условия купли-продажи, не является контрактом; он составляет неотъемлемую его часть.

Общие условия поставки могут быть оформлены отдельным соглашением между партнерами, которые сотрудничают на протяжении ряда лет, со сроком действия 3 - 5 и более лет. Ссылка на это соглашение делает контракт коротким и существенно сокращает процесс самих переговоров.

Типовые формы контрактов, а также соглашения об общих условиях поставки широко используются украинскими предприятиями, осуществляющими внешнеторговую деятельность, практически каждое из них имеет свои типовые контракты.

Типовые контракты, как правило, издаются на бланках типографским способом, причем на первом листе печатаются индивидуальные условия сделки, а на обороте или на отдельных листах - общие условия.

В бланках типовых контрактов обычно оставляется место для включения дополнительных и согласованных между сторонами условий. Целесообразно использование биржевых типовых контрактов.

По массовым и сырьевым промышленным товарам они широко не применяются, так как контрагенты предпочитают типовые контракты, вырабатываемые отраслевыми ассоциациями.

Контракты купли-продажи могут быть разовые и с периодической поставкой. Для сырьевых контрактов характерны разовые контракты с

короткими сроками поставки. После выполнения взятых на себя обязательств по таким контрактам юридические отношения между партнерами прекращаются. Контракты с периодической поставкой предусматривают регулярную (периодическую) поставку согласованных в нем количеств на протяжении установленного срока, который может быть коротким (обычно 1 год) и длительным (в среднем 5-10 лет).

Долгосрочные контракты, как правило, заключаются на поставку промышленного сырья и полуфабрикатов (уголь, природный газ, руды, целлюлоза, газетная бумага, некоторые химические товары и др.),

Удельный вес долгосрочных коммерческих сделок в капиталистическом экспорте полезных ископаемых составляет 50 - 60%, а переработанного сырья - 5 - 7%.

Одной из разновидностей контрактов является **срочный контракт**. Для покупателя необходимо получить закупленный товар именно в обусловленный срок, а остальные условия имеют меньшее значение. Например, семена к посевной. При нарушении срока покупатель аннулирует контракт с применением санкций

Вопросы для самоконтроля

1. *Дайте определение внешнеторгового контракта.*
2. *Назовите функции внешнеторгового контракта.*
3. *Перечислите условия легитимности контракта.*
4. *Каким образом определяется правовой режим внешнеторговой сделки?*
5. *Какие правовые режимы применяются к внешнеторговым контрактам резидентов Украины в соответствии с гражданским кодексом?*
6. *Какие правовые ограничения следует учитывать в ходе подготовки контракта?*
7. *В чем принципиальное различие между существенными и несущественными условиями контракта?*
8. *В каких случаях приложением к контракту является спецификация?*
9. *Для чего во внешнеторговом контракте следует учитывать порядок расчетов за сверхконтрактное количество товара?*
10. *Какие способы определения качества вы знаете?*

- 11. Назовите виды цен, которыми стороны могут оперировать в контрактах.*
- 12. Для чего в контрактах используются базисные условия поставки?*
- 13. Назовите и охарактеризуйте пункты, которые входят в условия платежа.*
- 14. Какие формы международных расчетов вы знаете?*
- 15. Сформулируйте функции упаковки и маркировки внешнеторговых грузов.*
- 16. Перечислите действия, совершаемые в процессе сдачи-приемки товара.*
- 17. Какие виды санкций могут применяться к стороне, нарушившей контрактные условия?*
- 18. Какие правила толкования контрактов вы знаете?*
- 19. Назовите и охарактеризуйте виды контрактов, которые применяются в международной торговой практике.*