

**Лекция**  
**Учебная дисциплина «Основы ВЭД»**

**Модуль № 2: «Содержание внешнеторговой деятельности»**

**Тема лекции 2.1. Международная коммерческая сделка, понятие, правовое регулирование и способы оформления**

**Профессор кафедры МЭО**  
**д.э.н., доцент Н.А.Бударина**

## *Учебная цель лекции:*

1. Дать новые знания о характерных чертах международных торговых сделок, методах их осуществления.
2. Определить основные проблемы стандартизации и унификации внешнеторговых документов.
3. Обратить внимание обучаемых на применение общих правил международной коммерческой практики.

## *План лекции:*

	<b>Содержание</b>	<b>Время (мин.)</b>
	<b>Введение</b>	10
1	Международная торговая сделка: понятие, характерные черты. Классификация контрагентов.	25
2	Методы осуществления международных коммерческих операций	25
3	Общие правила международной коммерческой практики. Проблемы стандартизации и унификации внешнеторговых документов	20
	<b>Заключение</b>	10

## • **Основная**

- 1. Кулешов А.В. Контракты и внешнеторговая документация. С-Пб.: Троицкий мост, 2012.
- 2. Дегтярёва О.И. Международное торговое дело: учебник. – М.: МАГИСТР ИНФРА-М, 2013-608с.
- 3. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник 5-е издание/под ред. Л.Е.Стровского-М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2013-503с.

## • **Дополнительная**

- 1. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: - учебник / под ред. И.Н. Иванова. - М.: Инфра, 2011.
- 2. Внешнеэкономическая деятельность: – учебник / под ред. Б. М. Смитиенко, В.К. Пospelова. – М.: Академия, 2011.
- 3. Внешнеэкономическая деятельность: - учебник / под ред. Л.Е. Стровский М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2011.
- 4. Темнышова Е.П. Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник / Е.П.Темнышова и другие; под ред. И.И. Иванова, Гос. Универ. Управ.- М.: Инфра – М; 2011.

## • **Издания в электронной библиотечной системе**

- 1. Прокушев Е.Ф. Внешнеэкономическая деятельность: учебник [Электронный ресурс] / Е. Ф. Прокушев – М.: Дашков и К, 2011. – 500 с.- Режим доступа: <http://www.knigafund.ru/books/114390>

# 1-й учебный вопрос. Международная торговая сделка: понятие, характерные черты. Классификация контрагентов

## Понятие «сделка»



Законодательство Российской Федерации, а также международные договоры и конвенции, применяемые в сфере внешнеэкономической деятельности, не содержат общего определения внешнеэкономической сделки.

Согласно Гражданскому Кодексу Российской Федерации сделками признаются действия граждан и юридических лиц, направленные на установление и прекращение гражданских прав и обязанностей (ГК РФ, глава 9, ст.153 – ст.181).

*Сделки* – акты осознанных, целенаправленных волевых действий физических и юридических лиц, совершая которые они стремятся к достижению определенных правовых последствий.

*Сделка* – экономический поток – а) отражающий создание, трансформацию, обмен, передачу некоторой стоимости, б) сопровождающий изменение собственности на товары и/или финансовые активы, оказание услуг, предоставление труда или капитала за плату.

*Сделки* – акты осознанных, целенаправленных волевых действий физических и юридических лиц, совершая которые они стремятся к достижению определенных правовых последствий, т.е взаимное волеизъявление в виде согласия.

## Характерные черты сделок

- понятие "сделка" шире, чем понятие «договор»;
- сделками признаются все действия лиц, направленные на изменение, установление или прекращение гражданских прав и обязанностей;
- всякая сделка, в которой имеется более одной стороны, именуется договором;
- всякая сделка требует взаимного волеизъявления сторон в виде согласия;
- для внешнеэкономических сделок предусмотрено применение норм международного частного права;
- для внешнеэкономических сделок предусмотрено применение норм иностранного государства.

# **По различным признакам сделки можно подразделить на несколько видов.**

**В зависимости от распределения между сторонами прав и обязанностей**

## **Односторонние**

Односторонние сделки создают для одной стороны только права, а для другой только обязанности (например, дарение).

## **Двусторонние**

права и обязанности возникают у каждой стороны

## **Многосторонние**

права и обязанности возникают у каждой стороны

**В зависимости от соответствия обязанностей одной стороны совершить конкретные действия встречной обязанности другой стороны по предоставлению материального блага**

**Возмездные сделки**  
*предоставление встречного удовлетворения обязательно*

**Безвозмездные сделки**  
*предоставление встречного удовлетворения не предусмотрено условиями сделки*

## ВЫВОДЫ:

*Таким образом, внешнеэкономическая сделка это действия граждан и/или юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей в сфере внешнеэкономической деятельности, то есть в сфере международного оборота товаров, информации, работ, услуг, результатов интеллектуальной деятельности.*

Правовой формой, опосредствующей международные коммерческие операции, является международная торговая сделка, обязательным условием которой является ее заключение с иностранным контрагентом.

### **ОСНОВНОЙ ФОРМОЙ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВОЙ СДЕЛКИ ЯВЛЯЕТСЯ МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДОГОВОР – КОНТРАКТ**

Итак, под термином "торговая сделка" понимаются все виды сделки, связанные с обменом товарами в материально-вещественной форме и предоставлением услуг как основных, так и обеспечивающих международный товарооборот.

ВТ сделка- это договор коммерческого характера с иностранным контрагентом, ее можно рассматривать, как средство, как способ осуществления ВТ операций.

При этом платежи за товары и услуги могут осуществляться в международной, национальной, иностранной валюте и на безвалютной основе.



# **классификация контрагентов (в зависимости от цели и характера деятельности)**

**Контрагентами в международной торговле называются стороны, находящиеся в договорных отношениях по купле-продаже товаров или оказанию различного рода услуг.**

## **Фирмы**

**По виду хозяйственной деятельности  
и  
характеру совершаемых операций**

Промышленные

Торговые

Транспортные

Страховые

Инжиниринговые

Туристические

и др.

## **Государственные органы и организации**

Бюджетные (казённые)  
предприятия

Государственные корпорации  
(публик корпорейшнз)

Смешанные акционерные общества



# ***Выбор партнёров на мировом рынке***

## **Общие положения определяющие выбор**

### **Характер внешнеторговой сделки**

Экспортная

Импортная

Компенсационная

### **Предмет сделки**

Продажа и поставка того или иного вида товара

Оказание каких-либо услуг

Передача того или иного вида технологий

## **Найти ответ на два вопроса:**

**В какой стране лучше купить товар**

**У какого иностранного контрагента лучше купить товар**

**Какие аспекты деятельности потенциального партнёра нас должны интересовать ?**

**Технологический**

**Изучение технического уровня продукции фирмы, её технологической базы и производственных возможностей**

**Научно-технический**

**Сведения об организации научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ**

**Организационный**

**Изучение организации управления фирмой на базе стандарта ИСО 9000**

**Экономический**

**Оценка финансового положения и возможностей фирмы**

**Правовой**

**Изучение норм и правил действующих в стране потенциального Партнёра и имеющих прямое или косвенное отношение к результатам торговли**

**Суммируя практический опыт и общепринятые методики оценки потенциальных партнёров, их надёжности и выгоды, выделяют ряд принципов выбора контрагента**

**1. СОЛИДНОСТЬ ФИРМЫ  
(сущность понятия и основные компоненты)**

**Под степенью солидности фирмы подразумеваются количественные показатели деятельности, масштаб операций, степень платёжеспособности и кредитоспособности, а также степень доверия, которое ей оказывают банки**

**Степень платёжеспособности  
фирмы  
определяется:**

**Степень кредитоспособности фирмы  
определяется:**

**Точностью исполнения платежей и сроков оплаты счетов**

**Составом банков и других финансовых учреждений,  
которые ведут дела с компанией**

**Общим объёмом финансовых средств компании**

**Отсутствием юридических проблем и непоплаченных долгов**

## **2. ДЕЛОВАЯ РЕПУТАЦИЯ** (сущность понятия и основные компоненты)

Репутация фирмы определяется тщательностью и добросовестностью при исполнении обязательств, наличием опыта в определённой сфере бизнеса, стремлением учитывать предложения и пожелания контрагента и решать все возникающие сложные ситуации путём переговоров.  
**ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ ОПЫТОМ !!!**

Анализ деловой репутации контрагента на протяжении релевантного периода его деятельности

Учёт опыта прошлых сделок в которых участвовали стороны

Положение потенциального контрагента на рынке  
(например, является ли он посредником или это самостоятельный производитель)

Предпочтение хорошо зарекомендовавшим себя компаниям

## 2-й учебный вопрос. Методы осуществления международных коммерческих сделок

Партнёры вступают во взаимные отношения, имея, как правило, различные цели, различные позиции по основным вопросам будущей сделки, различный опыт и законодательство в области предпринимательства

***Процесс заключения сделки состоит из 2-х стадий:***

**1-я  
стадия**

- изложение собственной позиции и пожеланий партнёру;
- изучение предложений выдвигаемых партнёром и его условий;

**2-я  
стадия**

- поиск взаимоприемлемого компромисса;
- оформление его в тексте соглашения.

Рассмотрим порядок осуществления одного из наиболее распространенных способов взаимодействия будущих партнёров:

1-й этап. Предварительное изложение предложений и пожеланий, которое осуществляется обычно в письменной форме (оферта-предложение продавца, акцепт-согласие покупателя на предложение);

2-й этап. Уточнение и согласование отдельных позиций сделки, что может осуществляться с использованием средств связи и современных информационных технологий;

3-й этап. Окончательное урегулирование всех условий сделки на личной встрече сторон;

Таким образом, как было сказано выше, важнейшими условиями в выборе контрагента являются:

- учёт наличия межправительственного торгового договора о взаимных поставках товаров;
- степень монополизации изучаемого рынка транснациональными корпорациями и крупными компаниями;
- сроки взаимодействия с фирмами и компаниями стран.



Одним из методов осуществления международных коммерческих операций является **планирование коммерческой деятельности**. Планирование осуществляется на основе разработки и контроля исполнения двух видов мероприятий:

## 1. «ТОВАР – СТРАНА»

Мероприятия по данной схеме разрабатываются в виде документа представляющего собой составленный во временной последовательности комплекс деталей по обеспечению сбыта или приобретения на внешнем рынке конкретного товара в запланированных объёмах.

Менеджеры фирмы выполняют кропотливый анализ мероприятий, уточняя его реальность, конкретность и достаточность.

Таким образом, мероприятия «товар-страна» планируют деятельность работников фирмы на внешнем рынке, в своей фирме, с поставщиками экспортных и импортных товаров.

Мероприятия «товар-страна» являются постоянно действующим возобновляемым документом в течение нескольких лет. С учётом возможной корректировки.

Одним из методов осуществления международных коммерческих операций является **планирование коммерческой деятельности**. Планирование осуществляется на основе разработки и контроля исполнения двух видов мероприятий (ПРОДОЛЖЕНИЕ):

2.

## «СТРАНА - ТОВАР»

Эти мероприятия планируют наиболее важные этапы работы на внешнем рынке с учётом разделения их как по странам, так и по курсам валют, особенно если речь идёт о подписании контрактов и исполнению поставок продукции.

На базе разработанных формой мероприятий составляется сводный план мероприятий «страна - товар». Окончательно утверждённые руководством фирмы мероприятия «страна - товар» являются руководящим документом для специализированных подразделений фирмы.

Контроль выполнения плановых заданий осуществляется ежемесячно.

**Важным средством ознакомления рынка с товарами являются  
ВЫСТАВКИ и ЯРМАРКИ**

**ВЫСТАВКИ** – публичная демонстрация достижений тех или иных отраслей материальной и духовной жизни страны.

Виды:

- национальные выставки;
- международные;
- специализированные выставки рекламодателя;
- постоянно действующие экспозиции и др.

**ЯРМАРКИ** – коммерческое мероприятие, основной целью которого является заключение торговых сделок по выставленным товарам.

Виды:

- международные;
- оптовые и др.

**Организации регулирующие деятельность международных  
ВЫСТАВОК и ЯРМАРОК**

- Международное бюро выставок – создано в 1931 году для наблюдения за выполнением Парижской конвенции 1928 года о международных выставках;
- Союз международных ярмарок (1925 год. Для обеспечения содействию товарообмена);
- Рабочая группа по международным ярмаркам по развитию торговли при Европейской экономической комиссии ООН создана в 1955 году.

## Проблемы стандартизации и унификации внешнеторговых документов

Регулирование международной коммерческой практики находится в компетенции международных организаций:

- ЮНСИТРАЛ – Комиссия ООН по праву международной торговли;
- УНИДРУА – Международный институт унификации частного права;
- ЮНКТАД – Конференция ООН по торговле и развитию;
- ЕЭК ООН – Европейская Экономическая Комиссия ООН;
- СЕФАКТ ООН – Центр ООН по упрощению процедур торговли и электронным деловым операциям;
- МТП – Международная торговая палата;
- ВТО – Всемирная торговая организация; Всемирная таможенная организация (WCO).

Российская Федерация активно участвует в работе ЮНСИТРАЛ, ЕЭК ООН, ЮНКТАД, ЮНЕСКО, ВОИС и других организаций по подготовке проектов международных конвенций и договоров.

Комиссия Организации Объединенных наций по праву международной торговли

– ЮНСИТРАЛ (United Nations Commission on International Trade Law), учрежденная в 1966г. с целью содействия согласованию и унификации права международной торговли, начала свою работу в 1968г.

ЮНСИТРАЛ является центральным правовым органом в системе ООН в области права международной торговли,

# Проблемы стандартизации и унификации внешнеторговых документов

Проводя работу по подготовке контракта многие участники этого процесса впадают в две крайности:

стараяются подготовить очень краткие контракты, содержащие минимум условий

готовят многостраничные, очень подробные контракты, предусматривающие значительное число дополнительных условий.

**Оба варианта приводят к проблемам:**

**1. Заключение коротких контрактов требует чёткого представления о том, чем будут восполняться пробелы контракта.**

**2. Анализ многостраничных контрактов показывает:**

- что они часто составлены по трафарету, часто не учитывающему особенности условий,
- в которых эти отношения формализуются;
- часто не учитывают особенности правовой системы страны контрагента;
- редко используются ссылки на принятые в международной торговле условия купли-продажи и, в частности, общие условия поставок;
- стремление предусмотреть все возможные ситуации осложняет ведение переговоров.