

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:

	Содержание	Время (мин.)
	Введение	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
	Заключение	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. Поспелова. – 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.

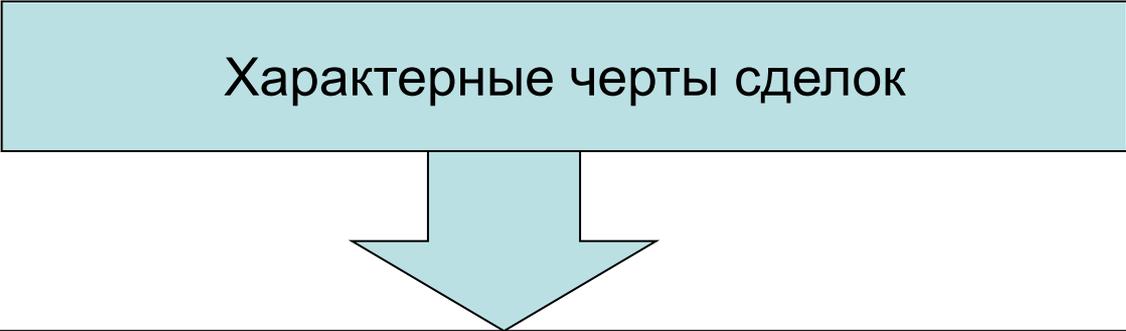
Согласно Гражданскому Кодексу Российской Федерации сделками признаются действия граждан и юридических лиц, направленные на установление и прекращение гражданских прав и обязанностей (ГК РФ, глава 9, ст.153 – ст.181).

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
(публичное 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.